



ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี  
Satisfaction with tourist car rental services in  
Udon Thani province.

ปรียาดา แก้วชิน

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
คณะวิทยาการจัดการ  
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก  
ปีการศึกษา 2567

ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี  
Satisfaction with tourist car rental services in  
Udon Thani province.

ปรียาดา แก้วชิน

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
คณะวิทยาการจัดการ  
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก  
ปีการศึกษา 2567



ชื่อเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดอุดรธานี  
ผู้วิจัย นางปรียาดา แก้วชิน  
ชื่อปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบ

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ ชัยทัศน์)

..... กรรมการ  
(ดร.ปวินท์ เทพคุณหมิมิตต์)

..... กรรมการและเลขานุการ  
(ดร.ภควรรณ อินทรา)

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก อนุมัติให้รายงาน  
การค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

..... คณบดี  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระ พันธุ์งาม)

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์ และ ดร.ณรงค์ ทมเจริญ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมา ตั้งแต่ต้นจนเสร็จเรียบร้อย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ไว้เป็นอย่างสูงและขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออย่างดี

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ที่ได้กรุณาตอบแบบสอบถาม เพื่อการศึกษาอิสระครั้งนี้ ขอขอบคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิทยากรวางรากฐานแก่ผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานและท่านอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือ และขอเสนอแนะในการทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้

ปรียาดา แก้วชิน

ชื่อเรื่อง : ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี  
 ผู้วิจัย : ปรียาดา แก้วชิน  
 ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งฤดี รัตนชัยศิลป์  
 อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม : ดร.ณรงค์ ทมเจริญ  
 ปีที่สำเร็จการศึกษา : 2567  
 สถาบัน : สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวใน จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และ ค่า F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพบว่าความพึงพอใจต่อความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถของลูกจ้างที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ความพึงพอใจต่อความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ตามลำดับ สำหรับการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**คำสำคัญ :** ความพึงพอใจ,นักท่องเที่ยว,จังหวัดอุดรธานี

Title : Satisfaction with tourist car rental services in UdonThani province.  
 Author : Preeyada Kaewchin  
 Degree : Master of Business Administration  
 Advisor : Asst.Prof.Dr.Rungrudee Rattanachaisilp  
 Co-Advisor : Dr.Narong Thomcharoen  
 Graduated Year : 2024  
 Institute : Pacific Institute of Management Science

### **Abstract**

The objectives of this research are 1) to study the satisfaction level of car rental service providers in Udon Thani Province and 2) compare personal factors with the satisfaction of car rental service providers classified by personal basic factors. The sample group used in the research was 385 tourists who traveled to Udon Thani Province. A questionnaire was used as a tool for collecting data. The statics used for data analysis were percentage, mean, and standard deviation, t-lest, and F-test or One-Way ANOVA. The results of the research found that the satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province was at the highest level. It was found that the satisfaction with the adequacy of the existing service had the highest mean, followed by the ability of customers to pay for the service, satisfaction with convenient access to service sources, and satisfaction with the convenience and facilities of the service sources, respectively. For the comparison of the satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province classified by personal factors, it was found that the satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province with gender, age, education level and monthly income did not differ significantly from the satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province. Statistical significance at the 0.05 level. The satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province with different occupations is significantly different in terms of satisfaction of car rental service providers in Udon Thani Province at the 0.05 level.

**Keywords** : satisfaction, tourists, Udon Thani Province

## สารบัญ

|                                               | หน้า |
|-----------------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ                               | ก    |
| บทคัดย่อภาษาไทย                               | ข    |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ                            | ค    |
| สารบัญ                                        | ง    |
| สารบัญตาราง                                   | จ    |
| สารบัญภาพ                                     | ฉ    |
| บทที่ 1 บทนำ                                  | 1    |
| ความสำคัญและที่มาของปัญหา                     | 1    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา                       | 3    |
| ขอบเขตการวิจัย                                | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ                     | 5    |
| นิยามศัพท์เฉพาะ                               | 5    |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 6    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล        | 6    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ            | 9    |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ              | 10   |
| ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรถเช่าในจังหวัดอุดรธานี  | 13   |
| เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง                   | 16   |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย                    | 21   |
| การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง       | 21   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล                           | 22   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล         | 22   |
| สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล               | 24   |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล                  | 25   |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล           | 25   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล                          | 25   |
| บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ         | 47   |
| สรุปผลการวิจัย                                | 47   |
| อภิปรายผล                                     | 50   |
| ข้อเสนอแนะ                                    | 54   |

## สารบัญ (ต่อ)

|                 | หน้า |
|-----------------|------|
| บรรณานุกรม      | 55   |
| ภาคผนวก         | 58   |
| ภาคผนวก ก       | 59   |
| ภาคผนวก ข       | 63   |
| ภาคผนวก ค       | 66   |
| ประวัติผู้วิจัย | 68   |



## สารบัญตาราง

| ตารางที่      |                                                                                                                                                                                        | หน้า |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.1  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ                                                                                                                                       | 27   |
| ตารางที่ 4.2  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ                                                                                                                                      | 27   |
| ตารางที่ 4.3  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา                                                                                                                             | 28   |
| ตารางที่ 4.4  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ                                                                                                                                     | 28   |
| ตารางที่ 4.5  | แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้                                                                                                                                    | 29   |
| ตารางที่ 4.6  | แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี                                                                                 | 29   |
| ตารางที่ 4.7  | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่                                                                                                                    | 30   |
| ตารางที่ 4.8  | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                                                                                                    | 31   |
| ตารางที่ 4.9  | แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก                                                                                                                   | 32   |
| ตารางที่ 4.10 | ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ                                                                                                   | 33   |
| ตารางที่ 4.11 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ                                                                                            | 34   |
| ตารางที่ 4.12 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ                                                                                           | 35   |
| ตารางที่ 4.13 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา                                                                                  | 36   |
| ตารางที่ 4.14 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ                                                                                          | 37   |
| ตารางที่ 4.15 | ผลการเปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่                | 38   |
| ตารางที่ 4.16 | ผลการเปรียบเทียบการทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ | 39   |
| ตารางที่ 4.17 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ                                                                                          | 40   |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่      |                                                                                                                                                                                   | หน้า |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| ตารางที่ 4.18 | ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่                      | 41   |
| ตารางที่ 4.19 | ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                      | 42   |
| ตารางที่ 4.20 | ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ       | 43   |
| ตารางที่ 4.21 | ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ | 44   |
| ตารางที่ 4.22 | การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้                                                                                    | 45   |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่   |                            | หน้า |
|----------|----------------------------|------|
| ภาพที่ 1 | กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย | 5    |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจรถเช่าในประเทศไทยเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวโดยมีความต้องการเพิ่มมากขึ้น ทำให้ธุรกิจให้เช่ารถสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมักจะเช่ารถเพื่อการเดินทางที่สะดวก ส่งผลให้ธุรกิจเช่าเติบโตในพื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีทีบี (ttb analytics) คาดว่าปี 2566 มูลค่าตลาดรถเช่าของประเทศไทยจะอยู่ที่ 5.1 หมื่นล้านบาทหรือขยายตัว 10.2% เมื่อเทียบกับปีก่อน หลังการท่องเที่ยวฟื้นตัว ชี้แนวโน้มการแข่งขันสูงขึ้นจากผู้ประกอบการรายเก่าและรายใหม่ ทั้งจากค่ายรถยนต์ที่เริ่มต่อยอดทำธุรกิจรถเช่าและผู้ลงทุนรายย่อยที่นำรถมาปล่อยเช่าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ขณะที่ในช่วง 5 ปี (2558-2562) ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 มูลค่าตลาดรถเช่าของประเทศไทยเติบโตเฉลี่ย 8.0% ต่อปี อย่างไรก็ตาม หลักการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงปี 2563-2564 มูลค่าตลาดของธุรกิจรถเช่าระยะสั้นและระยะยาวลดลง 8.9% และ 2.9% ตามลำดับ เนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหยุดชะงักจากมาตรการล็อกดาวน์ของภาครัฐเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้รายได้ของผู้ประกอบการรถเช่าลดลง โดยรายได้จากรถเช่าระยะสั้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงลดลงถึง 80% จากระดับรายได้ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ในปี 2562 ทั้งนี้ ปี 2565 เศรษฐกิจในประเทศคลายล็อกดาวน์ กิจกรรมทางเศรษฐกิจเริ่มกลับมาสู่ระดับปกติอีกครั้ง ทำให้มูลค่าตลาดรถเช่าฟื้นตัวโดยขยายตัว 19.6% เป็นการฟื้นตัวทั้งจากรถเช่าระยะสั้น และรถเช่าระยะยาว ผู้ประกอบการรถเช่ามากกว่า 75% กระจายตัวอยู่ในพื้นที่เศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่เป็นที่ตั้งขององค์กรธุรกิจมากมายโดยเฉพาะ การเช่าระยะยาวในรูปแบบบริษัทให้เช่า ธุรกิจรถเช่าในประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการสนับสนุนเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและการเดินทาง ธุรกิจนี้มีบทบาทในการอำนวยความสะดวกให้กับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงกลุ่มลูกค้าองค์กรและภาคธุรกิจที่ต้องการใช้รถยนต์ในลักษณะชั่วคราวโดยไม่ต้องลงทุนซื้อรถยนต์เป็นของตนเอง ธุรกิจรถเช่าในประเทศไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะความสนใจในรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) และบริการแบบดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล แนวโน้มมูลค่าตลาดรถเช่าปี 2566 ตามประเภทรถเช่าระยะสั้นคาดว่าจะขยายตัว 33.5% อยู่ที่ 1.13 หมื่นล้านบาท เนื่องจากในปี 2566 คาดว่ารายได้การท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเติบโต 80% จากปีก่อนหน้า อยู่ที่ 2.25 ล้านบาท โดยได้รับจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถดำเนินได้ตามปกติ ภาคการท่องเที่ยวสามารถกลับมาดำเนินกิจการได้เป็นปกติอีกครั้ง ทั้งนี้ประเมินว่าจะมีอัตราการเข้าพักโรงแรมโดยเฉลี่ยทั้งประเทศอยู่ประมาณ 60% ทำให้ความต้องการรถเช่าระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีทั้งลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ รถเช่าระยะยาวคาดว่าจะขยายตัว 5.0% อยู่ที่ 4.0 หมื่นล้านบาท เนื่องจากเศรษฐกิจในประเทศกลับเข้าสู่ระดับปกติแล้ว ทำให้การบริโภคภาคเอกชน

และการท่องเที่ยวกลับมา ส่งผลทำให้ความต้องการรถเช่าระยะยาวของบริษัทต่าง ๆ ยังคงเติบโตได้อยู่ อย่างไรก็ตาม รายได้จากรถเช่าระยะยาวเริ่มทรงตัว ทำให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หันไปเพิ่มสัดส่วนรายได้จากรถเช่าระยะสั้นมากขึ้น แนวโน้มรายได้จากการจำหน่ายรถใช้แล้วเครื่องยนต์สันดาป (ICE) ลดลง เนื่องจากเทรนด์ผู้บริโภคต้องการรถยนต์ไฟฟ้า (XEV) มากขึ้น ส่งผลกระทบทำให้รถยนต์ใช้แล้วเครื่องยนต์สันดาปมีราคาลดลง โดยราคารถยนต์ใช้แล้วประเภทรถยนต์นั่งจะลดลงมากกว่ารถยนต์เชิงพาณิชย์ เนื่องจากรถยนต์ไฟฟ้าช่วงแรกที่จะเข้ามาในตลาดเพื่อชดเชยรถยนต์นั่งเป็นหลัก ผู้ประกอบการรถเช่าต้องประเมินราคาขายรถเช่าเครื่องยนต์สันดาปที่กำลังเข้าสู่ระยะปลดระวาง เนื่องจากมูลค่าซากจะลดลงมากกว่าในอดีต

จังหวัดอุดรธานี เป็นจังหวัดที่มีโบราณสถานที่มีชื่อเสียง เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง รวมถึงมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ การดำเนินธุรกิจรถเช่าจึงมีโอกาที่จะเติบโตได้ดี โดยสามารถแบ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจได้ การให้บริการรถเช่าที่จังหวัดอุดรธานีสำหรับลูกค้าที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอุดรธานีที่ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแหล่งโบราณคดีที่มีชื่อเสียง จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางสำคัญของภูมิภาคที่เชื่อมต่อกับหลายจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และเชื่อมต่อกับประเทศลาวด้วย นอกจากนี้จังหวัดอุดรธานียังเป็นที่ตั้งของอารยธรรมยุคสำริดแห่งแรกของโลกที่บ้านเชียง อำเภอหนองหาร สถานที่ตั้งและภูมิศาสตร์จังหวัดอุดรธานีห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 560 กิโลเมตร ศูนย์กลางของเมืองเป็นที่ตั้งของชาวต่างชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบางคนตั้งรกรากอยู่ที่นี่ หลักจากเกิดสงครามทำให้วัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีทางเลือกที่ดี สำหรับการรับประทานอาหารมีค้ำและสถาบันเทียงยามค้ำคิน เมื่อไปยังจังหวัดอุดรธานีลูกค้าสามารถสำรวจสถานที่ที่น่าสนใจรอบจังหวัดอุดรธานีได้ สนามบินนานาชาติอุดรธานี ตั้งอยู่ห่างจากใจกลางเมืองไปทางเหนือ 12 กิโลเมตร แท็กซี่และการขนส่งสาธารณะไม่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาภายในตัวสนามบิน จำกัดให้เฉพาะผู้โดยสารขาเข้า ที่ตั้งของสนามบิน รถเช่าที่มีให้บริการมีหลายประเภทประกอบด้วย รถรุ่น Eco Car และ City Car สำหรับคนที่มาเป็นคู่ หรือกลุ่มเพื่อนเล็ก ๆ หรือ Sedan 5 ที่นั่ง สำหรับคนที่เดินทางเพื่อธุรกิจ และบริการเช่ารถ 7 ที่นั่งสำหรับคนที่มาเป็นกลุ่มใหญ่ หรือครอบครัว รถตู้พร้อมพนักงานขับรถ โดยที่ลูกค้าต้องติดต่อเจ้าหน้าที่ไว้ล่วงหน้าเพื่อจะได้เตรียมรถและคนขับเมื่อลูกค้ามาถึง (<https://www.drivecarrental.com>) บริษัทให้เช่ารถในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ECOCAR rent-a-car สาขาอุดรธานี ให้บริการรถเช่าทั้งรถเช่าแบบขับเอง และบริการรถเช่าพร้อมคนขับ หรือ รถรับส่งสนามบิน กรณีที่ลูกค้าทำการจองรถเสร็จสิ้น ลูกค้าสามารถรับรถได้ที่สนามบิน Udon Thani Rental Cars บริการรถเช่าสำหรับขับเอง ต้องการเช่ารถเพื่อติดต่อธุรกิจงานภายในจังหวัดอุดรธานี หรือจังหวัดอื่นใกล้เคียงจังหวัดอุดรธานี เช่ารถใช้งานได้อย่างสบายใจ รถเช่าทุกคันสภาพใหม่ ได้รับการเอาใจใส่อยู่เป็นประจำ พร้อมสรรพด้วย แอร์ที่เย็นฉ่ำ เครื่องเสียงติดรถยนต์ครบและประกัน เช่ารถติดต่อกันหลายวัน เพื่อเช่าขับในจังหวัดอุดรธานีหรือจังหวัดอื่นใกล้เคียง ค่าเช่าต่อวันกันได้ Rentalcars.com เป็นบริษัทตัวแทนจัดหาเช่าดำเนินการจัดเตรียมรถเช่าและด้วยการจองจำนวนมากทำให้เราได้รับข้อเสนอราคาที่ดีที่สุดจากบริษัทรถเช่าเพื่อให้ได้รับข้อเสนอที่ดีที่สุด รถเช่าอุดร โอคาร์เรนท์ เปิดให้บริการให้เช่ารถเช่าในจังหวัดอุดรธานี ที่ราคาถูกที่สุดในจังหวัดอุดรธานี มีรถหลากหลายรุ่น ขนาดให้เลือกมากมาย และราคาเบา ๆ เริ่มต้นเพียง 1,000

บาท/วัน มีให้บริการเช่ารถยนต์แบบ ระยะสั้น รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และ รายปี ประกันภัยชั้น 1 รวมในราคา บริการรับส่งฟรีภายในจังหวัดอุดรธานี เอสพี รถเช่าอุดร รถเช่าที่ สนามบินอุดรธานี บริการรถเช่าที่ต้องการเช่ารถเพื่อติดต่อธุรกิจ การงานภายในจังหวัดอุดรธานี เช่ารถใช้งานได้อย่างสบายใจ รถเช่าทุกคนสภาพใหม่ สะอาด ปลอดภัย แอร์ที่เย็นฉ่ำ ราคาต่อรองกัน ได้ (ecocar admin Created : 13-07-2022)

จากข้อมูลที่กำลังกล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ธุรกิจบริการรถเช่าเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีเป็นจำนวนเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่า เพื่อจะช่วยให้ในเรื่องของการวางแผนและตัดสินใจ เกี่ยวกับการทำธุรกิจรถเช่าที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับของลูกค้าได้อย่างเพียงพอ และตรงตามความต้องการของลูกค้า ช่วยประหยัดต้นทุนให้กับบริษัท ช่วยให้บริษัทสามารถอยู่รอดและแข่งขันต่อไปได้และยังช่วยในเรื่องการวางแผนจำนวนรถที่บริษัทควรมีในอนาคตด้วย

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อต้องการทราบความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี และเป็นการตอบคำถามวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะดังนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี และนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ที่ใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.3.2.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี และนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี ที่ใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งทางผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่แน่นอนดังนั้นจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคอเครน (Cochran,1997)

1.3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน ซึ่งได้มาจากสูตร คอเครน (Cochran,1997) ที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้ใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี

### 1.3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.3.1.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.3.1.2 ตัวแปรตาม ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

### 1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

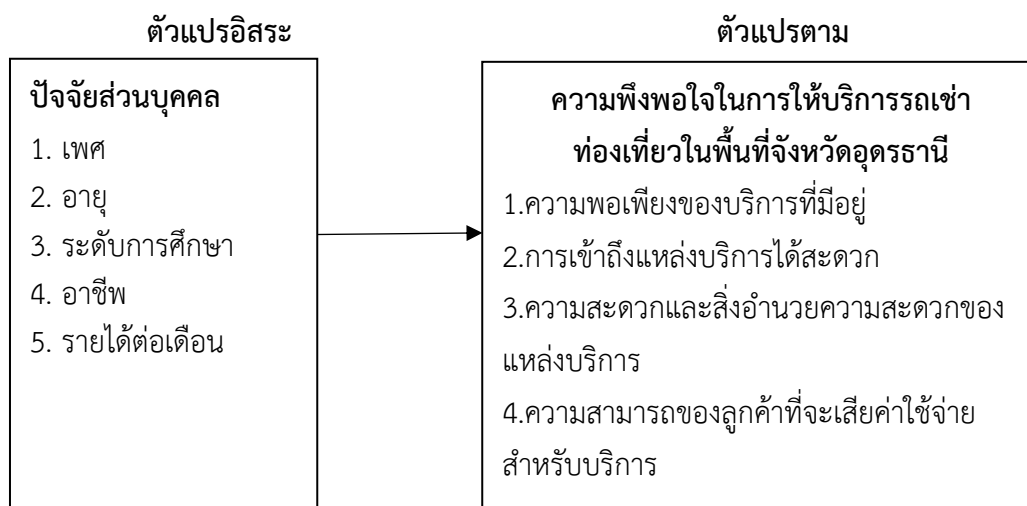
การศึกษานี้ทำการศึกษาข้อมูล รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิจัยระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ 2567 ถึง ธันวาคม 2567

## 1.4 สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ต่างกัน

## 1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี และการศึกษาที่เกี่ยวข้อง จึงกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาไว้ดังนี้ ตามแนวคิดและทฤษฎีของ Penchansky & Thomas, 1981 โดยวิธีการสังเคราะห์จากงานวิจัยของ อัมมวดี โฆษิตานนท์ (2561)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถเช่า
2. สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจรถเช่า
3. สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. นำข้อคิดเห็นมาปรับปรุงการให้บริการ

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยได้ให้นิยามศัพท์ที่ใช้เฉพาะการศึกษาครั้งนี้ดังนี้

1. ความพึงพอใจ หมายถึง การเข้าถึงการใช้บริการในรูปแบบของการให้บริการ
2. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ หมายถึง ความพอเพียงในระหว่างบริการ และความต้องการของลูกค้า
3. การเข้าถึงแหล่งการได้สะดวก หมายถึง ความสามารถเข้าไปใช้บริการได้แบบสะดวก โดยไม่ได้พิจารณาลักษณะของที่ตั้ง
4. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ หมายถึง ลูกค้ายอมรับความสะดวกสบายครบครัน
5. ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ หมายถึง การที่ยอมเสียค่าบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
6. นักท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี และนักท่องเที่ยวที่อยู่ในจังหวัดอุดรธานี



## บทที่ 2

### ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการวางแผนดำเนินธุรกิจรถเช่า จึงจำเป็นต้องศึกษาแนวความคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ
- 2.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรถเช่าในจังหวัดอุดรธานี
- 2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

Kotler (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคลจะพบว่า ในการดำเนินการทางด้านการตลาดนั้น จะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญ คือ

1. เพศ (Gender) เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญในเรื่องพฤติกรรมในการบริโภคมากเพราะเพศที่แตกต่างกัน มีทัศนคติการรับรู้และการตัดสินใจในเรื่องการเลือกสินค้าที่บริโภคแตกต่างกัน โดยมากเกิดจากสาเหตุในเรื่องของการได้รับการเลี้ยงดูการปลูกฝังนิสัยมาตั้งแต่ในวัยเด็ก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งมีวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูเด็กผู้ชาย และเด็กผู้หญิงที่ต่างกันอย่างมาก

2. อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกัน เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุ จะสนใจสินค้าที่เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ ซึ่งหากแบ่งช่วงกลุ่มอายุออกเป็นกลุ่มพฤติกรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยเด็กผู้ชายจะถูกเลี้ยงให้มีความกล้าแสดงออก และมีความรับผิดชอบเพื่อจะได้เป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป ส่วนเด็กผู้หญิงจะถูกเลี้ยงดูในลักษณะที่ให้สงบเสงี่ยมและเป็นผู้ตามหรือเป็นภรรยาที่ดี ทำให้มีพฤติกรรมที่มีแนวโน้มในการไม่ค่อยกล้าแสดงความคิดเห็นจากที่กล่าวมาจึงอาจกล่าวได้ว่าในสังคมไทย เพศชายมีแนวโน้มที่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของครอบครัวมากกว่าผู้หญิง

3. สถานภาพการสมรส (Status) เป็นสถานภาพของบุคคลต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสมรส การเป็นโสด การเป็นหม้ายหรือหย่าร้าง เป็นต้น โดยในการดำเนินการทางการตลาด จะต้องมีการพิจารณาถึงประเด็นต่าง ๆ ต่อไปนี้ เพื่อทำให้เกิดการนำเสนอขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับบุคคล รวมถึงเหมาะสมกับสถานภาพทางครอบครัวประเภทต่าง ๆ ด้วย

4. ระดับการศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งของคุณสมบัติส่วนบุคคลเนื่องจากระดับการศึกษาจะเป็นตัวกลางหรือเป็นตัววัดระดับความคิดเห็น ระดับทัศนคติหรือระดับของความคิดเห็นของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งระดับการศึกษาจะสามารถบ่งบอกถึง

ความเป็นอยู่และความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ได้โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า ส่วนใหญ่จะมีการดำรงชีวิตที่ดีกว่ากลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า

5. อาชีพ (Occupation) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เพราะอาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น และความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น เกษตรกร หรือชาวนาก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และสินค้าที่เป็นปัจจัยการผลิตเป็นส่วนใหญ่ ส่วนพนักงานที่ทำงานในบริษัทต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ ข้าราชการก็จะซื้อสินค้าที่จำเป็นนักธุรกิจก็จะซื้อสินค้าเพื่อสร้างภาพพจน์ให้กับตัวเอง เป็นต้น นักการตลาดจะต้องศึกษาว่าสินค้าและบริการของบริษัทเป็นสิ่งที่ต้องการของกลุ่มอาชีพประเภทใด เพื่อที่จะได้จัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น

6. รายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากระดับรายได้จะเป็นการแสดงออกถึงระดับทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อราคาสินค้าและบริการที่ตัดสินใจสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วย รายได้การออมทรัพย์ อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาด ต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจของการซื้อ คนที่มีรายได้ต่ำจะมุ่งซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ และมีความไวต่อราคามากส่วนคนที่มียาได้สูงจะมุ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ และราคาสูงโดยเน้นที่ภาพพจน์ของราคาสินค้าเป็นหลัก การศึกษาอาชีพและรายได้นั้น มีแนวโน้มสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดหรือความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีโอกาสเลือกอาชีพที่สามารถสร้างรายได้สูงกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า เป็นต้น

7. ขนาดของครอบครัว (Family Size) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากขนาดของครอบครัวที่แตกต่างกัน เช่นการมีบุตรหลานจำนวนที่แตกต่างกัน ย่อมมีความต้องการและมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ แตกต่างกันตามความเหมาะสม และตามลักษณะของขนาดครอบครัวต่าง ๆ เป็นต้น

8. ลักษณะที่พักอาศัย (Housing Characteristics) เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติส่วนบุคคล เนื่องจากที่พักอาศัยแต่ละสถานที่ย่อมมีความแตกต่างกัน และการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ ก็จะไม่มีการจำกัดในการซื้อสินค้าและบริการ เช่น การเลี้ยงสุนัข การซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าและสินค้าบริการประเภทอื่น ๆ และมีความแตกต่างกับลักษณะที่พักอาศัยแบบหอพัก เป็นต้น

ชิฟแมน และคานุก (Schiffman & Kanuk, 2007:150) ได้ให้ความหมายของปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล ฉัตยาพร เสมอใจ (2550: 48) กล่าวว่าองค์ประกอบของปัจจัยส่วนบุคคลนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. คุณลักษณะทางชีวสังคม (Biosocial Characteristics) เป็นองค์ประกอบที่

เกี่ยวข้องตามคติชีววิทยา (Biological) หรือองค์ประกอบทางกายภาพ (Physical Component) เป็นคุณลักษณะที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด ประกอบด้วย เพศ อายุ และเชื้อชาติ

2. คุณลักษณะทางสังคมวัฒนธรรม (Social Cultural Characteristics) ใช้เป็นตัวบอกลำดับขั้นทางสังคมของแต่ละบุคคล จึงแตกต่างจากคุณลักษณะทางชีวสังคม เนื่องจากเป็นปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงได้ เช่น โครงสร้างครอบครัว รายได้ การศึกษา และอาชีพ เป็นต้น

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553: 124) กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานว่า บุคคลที่มีลักษณะและคุณสมบัติเฉพาะตัวที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการแสดงออกของพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น อายุ เพศ ก็มีผลต่อการทำงาน เด็กย่อมไม่เหมาะกับการทำงานที่จำเจและต้องใช้แรงงานหนัก หญิงและชายก็มีลักษณะของงานที่แตกต่างกัน การศึกษาก็มีส่วนในการคัดเลือกงานที่แตกต่างกัน ผู้ชำนาญการเฉพาะย่อมต้องการผู้ที่ผ่านการฝึกอบรมในด้านนั้น ๆ มิฉะนั้นก็ไม่สามารถทำได้ ส่วนประสบการณ์การทำงาน การเคยเรียนรู้งานมาก่อนย่อมมีความชำนาญในงานนั้น งานบางอย่างจึงมีการระบุจำนวนปีที่เคยทำงานมาก่อนจะรับเข้าทำงาน สิ่งเหล่านี้ทำให้นุชนแตกต่างกันมาก และมีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานอย่างมากด้วย

ศิริพร สอนไชยา (2557: 14) กล่าวถึง ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร มีดังนี้

1. อายุ ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับผลการปฏิบัติงานของบุคคลเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ เช่น การศึกษาวิจัยพบว่า ผู้ที่มีอายุมากจะทำงานสุขุมมากกว่าคนอายุน้อย ในขณะที่ผลผลิตของงานที่ได้ก็แตกต่างจากคนอายุน้อย

2. เพศ จากการทบทวนงานวิจัยต่าง ๆ พบว่า ผลผลิตของการทำงานเพศชายและหญิงมีความแตกต่างกัน เพศหญิงมีแนวโน้มขาดงานหรือออกจากงานสูงกว่าเพศชาย เนื่องจากเพศหญิงต้องมีบทบาทในการดูแลครอบครัวและขาดความอดทนมากกว่าเพศชาย

3. สถานภาพสมรส การศึกษาวิจัยยังมีไม่มากพอที่จะสรุปความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างสถานภาพสมรสกับผลผลิตของงาน แต่ก็พบว่าคนที่แต่งงานแล้วจะขาดงานและออกจากงานน้อยกว่าคนที่ยังไม่ได้แต่งงาน และมีความพึงพอใจในงานสูง ซึ่งอาจเป็นเพราะต้องรับผิดชอบครอบครัว จึงให้ความสำคัญ กับความมั่นคงในการทำงานเพื่อให้มีรายได้มาเลี้ยงครอบครัว

4. ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีส่วนช่วยให้เกิดประสิทธิผลการปฏิบัติงาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีประสิทธิผลการปฏิบัติงานสูงกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย

5. ประสบการณ์การทำงาน เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน เนื่องจากประสบการณ์จากการทำงานส่งผลให้บุคคลสามารถทำงานตามที่ได้มอบหมายได้ดีขึ้น เพราะได้เรียนรู้จากการทำงานโดยตรง สังเกตความรู้ความสามารถเพิ่มมากขึ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือความคิดเห็นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือลบซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ความเชื่อ ซึ่งจะขอกกล่าวถึงความหมาย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ดังนี้

### ความหมายของความพึงพอใจและลักษณะความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นปัจจัย สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของงานที่บรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากการได้รับการตอบสนองต่อแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคลในแนวทาง ที่เขาประสงค์ความพึงพอใจ โดยทั่วไปตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Satisfaction และยังมีผู้ให้ความหมายคำว่า “ความพึงพอใจ”

วูมร์ (Vroom. 1964: 99) กล่าวว่า ทักษะและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง สามารถแทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลได้มีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทักษะด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

กู๊ด (Good. 1973: 320) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ

แชลลี (Shelly. 1975) ศึกษาความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความสุขที่แตกต่างจากความรู้สึกทางด้านบวกอื่น ๆ กล่าวคือเป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับและความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกมากขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกด้านบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางด้านลบ ความรู้สึกทางด้านบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจทางด้านบวกมากกว่าด้านลบ

Penchansky & Thomas (1981 อ้างใน รัชยา กุลวานิชไชยนันท์, 2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ การเข้าถึงการใช้บริการในรูปแบบของการให้บริการ แบ่งเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. ความพอเพียงในการบริการ หมายถึง ความพอเพียงในระหว่างบริการและความต้องการของลูกค้า
2. การเข้าถึงแหล่งการให้บริการ หมายถึง ความสามารถเข้าไปใช้บริการได้แบบสะดวก โดยไม่ได้พิจารณาลักษณะของที่ตั้ง
3. ความสะดวกกับสิ่งอำนวยความสะดวก ลูกค้ายอมรับความสะดวกสบายครบครัน
4. ความสามารถของลูกค้าที่ยอมจ่ายเพื่อบริการ การที่ยอมเสียค่าธรรมเนียมต่าง ๆ จากที่ได้กล่าวมาแล้วสรุปได้ดังนี้ ความพึงพอใจ คือ การรับรู้ของผู้บริโภค ที่มีกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากค่านิยมเกิดขึ้นเมื่อสิ่งนั้นตอบสนองกับความต้องการ (รัชวลี วรวิทย์, 2548)

แนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งไม่สามารถมองเห็น

รูปร่างได้ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวเอง

## 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ

### ความหมายของการบริการ

Kotler (1994:464) กล่าวว่าบริการหมายถึงกิจกรรมใด ๆ หรือการปฏิบัติที่กลุ่มคณะใดคณะหนึ่ง สามารถเสนอสิ่งสำคัญที่มองไม่เห็นเป็นตัวตนและไม่มีผลในการเป็นเจ้าของผลผลิตของการบริการอาจเป็นหรือไม่เป็นผลิตภัณฑ์ก็ได้

Max Waber (1996:340) ให้ทัศนะเกี่ยวกับการบริการไว้ว่า การให้บริการที่มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือ การให้บริการที่ไม่คำนึงถึงตัวบุคคล กล่าวคือ เป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ไม่มีความชอบพอสนใจเป็นพิเศษทุกคนได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันตามเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

สมิต สัจฉกร (2543: 13 – 15) ให้ความหมายของคำว่า บริการ หมายถึง การปฏิบัติรับใช้ การให้ความสะดวกต่าง ๆ เป็นการปฏิบัติงานเกี่ยวกับผู้ใช้บริการ เพื่ออำนวยความสะดวกสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ

दनัย เทียนพุด (2543: 10) กล่าวไว้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการบริการหรือชนะใจลูกค้า นั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังและตอบสนองลูกค้าได้ภายในเวลาที่เหมาะสม

เทพศักดิ์ บุญยรัตน์ (2536: 13) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การที่บุคคลกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่มีอำนาจที่มีอำนาจเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ซึ่งอาจเป็นของรัฐหรือเอกชนมีหน้าที่ในการส่งต่อให้บริการแก่ประชาชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองความต้องการของประชาชนโดยส่วนรวม มีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ส่วน คือ

1. สถานที่และบุคคลที่ให้บริการ
2. ปัจจัยนำเข้าหรือทรัพยากร
3. กระบวนการและกิจกรรม
4. ผลผลิตหรือตัวบริการ
5. ช่องทางการให้บริการ
6. ผลกระทบที่มีต่อผู้รับบริการ

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาแล้วนั้น พอจะสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานใด ๆ ที่บุคคลในฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับบุคคลอื่น โดยที่กิจกรรมหรือการดำเนินงานนั้น ๆ ถูกเสมอไปพร้อมกับสินค้า แต่ไม่สามารถจัดต้องได้ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้รับได้

### หลักสำคัญของการบริการ

สมิต สัจฉกร (2548: 14 – 15) กล่าวว่า การบริการ เป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นนั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้ความช่วยเหลือหรือ

การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเราผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไปหลักการให้บริการมีข้อควรคำนึงดังนี้

1. สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ คือ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลักจะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการแม้ว่าจะเป็นภาระให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใดแต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญการบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2. ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจคุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้นเพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจและถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใดแต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณแต่คุณภาพของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3. ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน คือ การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการและความพอใจของผู้รับบริการ ที่เห็นได้ชัดคือการปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ครบถ้วนเพราะหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจแม้จะมีคำขอโทษขอภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4. เหมาะสมแก่สถานการณ์ คือ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้าหรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลาแล้วยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

5. ไม่ก่อผลเสียหายแก่บุคคลอื่น ๆ คือ การให้บริการในลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณาโดยรอบคอบ รอบด้าน จะมุ่งแต่ประโยชน์ที่จะเกิดแก่ลูกค้าและของเราเท่านั้นไม่เป็นการเพียงพอจะต้องคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายรวมทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อม จึงควรยึดหลักในการให้บริการว่าจะระมัดระวังไม่ทำให้เกิดผลกระทบทำความเสียหายให้แก่บุคคลอื่น ๆ ด้วย

Millet (1954:397) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการ คือ การปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและได้รับผลกำไรจากการปฏิบัติงาน (human satisfaction and benefit produced) ซึ่งความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในการให้บริการกับประชาชนโดยพิจารณาจาก

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่าเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการอย่างรวดเร็ว (timely service) หมายถึง การให้บริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพเลยถ้าไม่มีการตรงเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (the right quantity at the right geographical) Millet เห็นว่าความเสมอภาคหรือการตรงเวลาจะไม่มีคามหมายเลย

ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progression service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การเพิ่มประสิทธิภาพ ซึ่งหากนำตัวอักษรแต่ละตัวมาแยกเป็นคำใหม่จะพบคำที่มีความหมายดี ๆ ดังนี้ (วีระพงษ์ เณิมจิรัตน์ 2542: 7)

S = service concept คือ แนวคิดรวบยอดในการบริการและการสร้างความพึงพอใจ (satisfaction) ให้ลูกค้าผู้มาติดต่อหรือมาขอใช้บริการและรับบริการ

E = enthusiasm คือ ความกระตือรือร้น หมายความว่า พนักงานทุกคนจะต้องมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

R = readiness, rapidness คือ ความพร้อมและความรวดเร็ว หมายถึง มีความพร้อมอยู่ตลอดเวลาและความรวดเร็วฉับพลัน ทันใจ และทันเวลา

V = values คือ ความมีคุณค่า หมายถึง การทำทุกวิถีทางให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจตลอดทั้งได้คุณค่าจากการบริการ

I = interesting, impression คือ ความสนใจ และความประทับใจ หมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

C = cleanliness, correctives, courtesy คือ ความสะอาด ความถูกต้อง และความมีไมตรีจิต สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของการขาย สถานที่ต้อนรับลูกค้าควรมีความสะอาดและมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย การให้บริการมีความถูกต้องและมีไมตรีจิตต่อลูกค้าให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

E = endurance คือ ความอดทนและการรู้จักควบคุมอารมณ์

S = sincerity คือ ความจริงใจและการรู้จักยิ้มแย้มแจ่มใส

องค์ประกอบบริการ

Grinruse (1990: 43) กล่าวถึงระบบของกระบวนการให้บริการ มีองค์ประกอบที่สำคัญ

ดังนี้

1. ระบบการให้บริการ ประกอบด้วย
  - 1.1 ความสะดวกในเงื่อนไขของการขอรับบริการ
  - 1.2 ความทั่วถึงอย่างเพียงพอของการบริการ
  - 1.3 การมีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอยของการบริการที่ได้รับ
  - 1.4 ความคุ้มค่าและความยุติธรรมในราคาของการบริการ
  - 1.5 ความก้าวหน้าและการพัฒนาของระบบการบริการ

2. กระบวนการให้บริการ ประกอบด้วย
  - 2.1 ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ
  - 2.2 ความรวดเร็วในขั้นตอนการให้บริการ
  - 2.3 ความสม่ำเสมอและต่อเนื่องของการให้บริการ
  - 2.4 ความปลอดภัยในการให้บริการ
  - 2.5 ความสอดคล้องกับความต้องการของการให้บริการ
3. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ประกอบด้วย
  - 3.1 ความเอาใจใส่ในหน้าที่การบริการของเจ้าหน้าที่
  - 3.2 ความเสมอภาคของการให้บริการ
  - 3.3 การมีบุคลิกที่ดี ท่าทางและมารยาทในการให้บริการ
  - 3.4 ความซื่อสัตย์สุจริตของผู้ให้บริการ
  - 3.5 ความกระตือรือร้นในการให้บริการ

## 2.3 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับรถเช่าในจังหวัดอุดรธานี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจังหวัดใหญ่ ๆ อยู่หลายจังหวัด จังหวัดอุดรธานีเป็นหนึ่งในนั้น จังหวัดอุดรธานีเปรียบเสมือนเป็นศูนย์กลางการคมนาคมและการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ในปัจจุบันมีความสำคัญอย่างยิ่งในทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นที่ตั้งของแหล่งอารยธรรมบ้านเชียง ซึ่งเป็นร่องรอยของอารยธรรมมนุษย์ที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่เป็นที่รู้จักกันดีคือ คำชะโนด ตั้งอยู่ที่วัดศรีสุทโธ ตำบลวังทอง เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ชาวบ้านให้ความเคารพและเชื่อกันว่าเป็นปากเมื่อบาตาลที่มีตำนานเกี่ยวกับพญานาคตามความเชื่อของชาวอีสานและชาวลาว มีศาลเจ้าปู่ศรีสุทโธและบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์ วัดป่าภูก้อน อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าภูผาและป่าน้ำโสม บ้านนาคำใหญ่ ตำบลบ้านก้องรอยต่อ 3 จังหวัด คือ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดเลย และจังหวัดหนองคาย ภายในวัดมีพระบรมสารีริกธาตุบรรจุในพระเกตุพระร่วงโรจนศรีบุรพา หน้าองค์พระปฐมรัตนบูรพาจารย์มหาเจดีย์ และพระพุทธรูปไสยาสน์โลกนาถศาสดามหามุนี พระพุทธรูปปางปรินิพพาน ทำด้วยหินอ่อนขาวจากเมืองคาร์ราว่า ประเทศอิตาลี ความยาว 20 เมตร จังหวัดอุดรธานียังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายแห่ง เช่น ทะเลบัวแดงที่หนองหาน อำเภอกุมภวาปี ในช่วงเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ดอกบัวจะบานเต็มหนองหานสุดลูกหูลูกตา โครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูผาฝอยลม แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติป่าพันดอน-ปะโค บนเทือกเขาภูพานน้อย เขตตำบลทับกุง เป็นศูนย์ศึกษาธรรมชาติที่ดีที่สุดในภาคอีสาน บริเวณจุดชมวิวสามารถมองเห็นทิวทัศน์ตัวเมืองอุดร มีบ้านพักไว้บริการนักท่องเที่ยว และสามารถตั้งแคมป์พักผ่อน เดินป่า นอกจากนี้ยังมีงานหัตถกรรมที่น่าสนใจต่าง ๆ เช่น ผ้าซิด มีชุมชนพื้นบ้าน มีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีเสน่ห์ตามแบบฉบับชุมชน จังหวัดอุดรธานีมีที่พักมากมายจึงเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานีแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 20 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองอุดรธานี อำเภอหนองวัวซอ อำเภอหนองหาน อำเภอบ้านผือ อำเภอบ้านดุง อำเภอกุมภวาปี อำเภอโนนสะอาด อำเภอเพ็ญ



อำเภอน้ำโสม อำเภอกุดจับ อำเภอศรีธาตุ อำเภอวังสามหมอ อำเภอทุ่งฝน อำเภอสร้างคอม อำเภอไชยวาน อำเภอหนองแสง อำเภอนายูง อำเภอพิบูลย์รักษ์ อำเภอกู่แก้ว และอำเภอประจักษ์ศิลปาคม (<https://thai.tourismthailand.org>)

**การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง** บริษัท แอร์อุดร, บริษัท 407 พัฒนา, บริษัท บุษราคัมทัวร์ อีสานทัวร์ และ บขส.999 เป็นผู้ให้บริการรถโดยสารจากกรุงเทพมหานคร ไปจังหวัดอุดรธานี ระยะทางในการเดินทางจากกรุงเทพมหานครไปอุดรธานีอยู่ที่ประมาณ 572 กิโลเมตร ใช้เวลาประมาณ 9 ชั่วโมง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและการจราจร ค่าโดยสารจากกรุงเทพมหานคร ไปยังจังหวัดอุดรธานี อยู่ในช่วงราคา 423 บาท ถึง 680 บาท ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและประเภทรถโดยสาร ซึ่งการเดินทางมายังจังหวัดอุดรธานีมีความสะดวกมากเนื่องจากมีรถให้บริการตลอดทั้งวัน เริ่มที่ 06.15 น. และรอบสุดท้าย 20.30 น. รวม ทั้งหมดมากกว่า 45 เที่ยวต่อวัน

**ที่ตั้งของสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี** จังหวัดอุดรธานีมีสถานีขนส่งผู้โดยสารจำนวน 2 แห่ง คือ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้กับเซ็นทรัลพลาซาห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่และอีกแห่งหนึ่งคือ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 2 ที่มีพื้นที่ใช้งานมากขึ้น สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 2 อยู่ในเขตชานเมืองบนถนนจากจังหวัดเลยไปหนองคาย สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 เป็นศูนย์กลางการขนส่งหลักของเมืองสำหรับบริการรถตู้และรถประจำทางไปยังจุดหมายปลายทางในท้องถิ่นและระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ที่อยู่สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 ถนนสายอุทิศ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี 41000 และที่ตั้งของสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 2 ซึ่งเป็นสถานที่ขนส่งนอกเมืองตั้งอยู่ 5.4 กม. ไปทางทิศตะวันตก โดยมีรถประจำทางให้บริการทางไกลไปยังจังหวัดต่าง ๆ เช่นเดียวกับสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 ที่อยู่ของสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 2 คือ ถนนเลียงเมือง ตำบลเชียงพิณ อำเภอเมืองอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี 41000

**การเดินทางไปยังสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี** จังหวัดอุดรธานีมีบริการรถแท็กซี่ไม่มากนัก รูปแบบการคมนาคมในท้องถิ่นที่พบมากที่สุดคือรถตุ๊กตุ๊กและรถสองแถว สามารถหารถตุ๊กตุ๊กได้ในย่านการค้าส่วนใหญ่ตลาด ซึ่งต่อราคาก่อนขึ้นรถได้ ส่วนรถสองแถวจะมีราคาเดินทางประมาณ 8 – 10 บาท ต่อเที่ยว ถ้าลงรถโดยสารที่สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 2 แล้วอยากไปสถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 จะมีรถสองแถวให้บริการในราคา 10 บาท หรือนั่งรถตุ๊กตุ๊กเข้าเมืองได้ประมาณ 80 บาท

**สิ่งอำนวยความสะดวก** สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 เป็นสถานีขนส่งแบบเก่าซึ่งส่วนใหญ่อยู่ด้านนอกใต้หลักคาสังกะสีขนาดใหญ่ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดอุดรธานี 1 อยู่ใกล้กับร้านค้ามากมายและศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดของเมืองอย่างเซ็นทรัลพลาซา จึงทำให้มีร้านขายของมากมายอยู่ในละแวกนั้น ห้องน้ำที่ปลายสุดของพื้นที่ของสถานี ร้านขายเครื่องดื่มและขนมเล็ก ๆ ใกล้ ๆ กับห้องน้ำ สำหรับร้านอาหารจะตั้งอยู่อีกด้านของสถานีขนส่งผู้โดยสาร ([www.busonlineticket.co.th](http://www.busonlineticket.co.th))

การให้บริการรถเช่าที่จังหวัดอุดรธานีสำหรับลูกค้าที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอุดรธานีที่เป็นจังหวัดที่มีแหล่งโบราณคดีที่มีชื่อเสียง สามารถเช่ารถในราคาที่ประหยัดได้ โดยมีให้เลือกใช้

บริการมากมาย จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์กลางสำคัญของภูมิภาคที่เชื่อมต่อกับภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ศูนย์กลางของเมืองเป็นที่ตั้งของชาวต่างชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งบางคนตั้งรกรากอยู่ที่นี่หลักจากเกิดสงคราม ทำให้วัฒนธรรมมีความหลากหลายและมีทางเลือกที่ดีสำหรับการรับประทานอาหารมีค่าและสถานบันเทิงยามค่ำคืน เมื่อไปยังจังหวัดอุดรธานีแล้วสามารถสำรวจสถานที่ที่น่าสนใจรอบจังหวัดอุดรธานีได้ ซึ่งมีหลากหลายสถานที่ให้ได้เพลิดเพลิน ประกอบด้วย

- สวนหนองประจักษ์
- ศูนย์วัฒนธรรมไทย-จีน อุดรธานี
- สวนกล้วยไม้อุดรชนไหมน์
- ศาลเจ้าปู่ย่า
- อนุสาวรีย์กรมหลวงประจักษ์ศิลปาคม
- ศาลหลักเมือง
- พิพิธภัณฑ์เมืองอุดรธานี
- วัดโพธิสมภรณ์

สนามบินนานาชาติอุดรธานี ตั้งอยู่ห่างจากใจกลางเมืองไปทางเหนือ 12 กิโลเมตร สายการบินไทยและไทยแอร์เอเชียมีเที่ยวบินตรงจากกรุงเทพมหานครทุกวัน สายการบิน SilkAir ให้บริการบินทั้งไปและกลับจากประเทศสิงคโปร์ และยังมีทางเลือกในการเดินทางอีกมากมายจากสนามบินไปทุกแห่ง ในจังหวัดอุดรธานีแท็กซี่และการขนส่งสาธารณะไม่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาภายในตัวสนามบิน จำกัดให้เฉพาะผู้โดยสารขาเข้า ที่ตั้งของสนามบินบริการรถเช่าของ Drive Car Rental สาขาอุดรธานีเปิดให้บริการห่างจากสนามบิน 2 กิโลเมตร บริเวณใกล้เคียงสนามบินมีบริการรถเช่าหลายประเภท ประกอบด้วย รถรุ่น Eco Car และ City Car สำหรับคนที่มาเป็นคู่หรือกลุ่มเพื่อนเล็ก ๆ หรือ Sedan 5 ที่นั่ง สำหรับคนที่เดินทางเพื่อธุรกิจ และบริการเช่ารถ 7 ที่นั่ง สำหรับคนที่มาเป็นกลุ่ม 19 ใหญ่ หรือครอบครัว รถตู้พร้อมพนักงานขับรถ โดยที่ลูกค้าต้องติดต่อเจ้าหน้าที่ไว้ล่วงหน้าเพื่อจะได้เตรียมรถและคนขับเมื่อลูกค้ามาถึง ([www.drivecarrental.com](http://www.drivecarrental.com))

บริษัทให้เช่ารถในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่

1. ECOCAR rent-a-car สาขาอุดรธานี ให้บริการรถเช่าทั้งรถเช่าแบบขับเอง และบริการรถเช่าพร้อมคนขับ หรือ รถส่งสนามบิน กรณีที่ลูกค้าทำการจองรถเสร็จสิ้น ลูกค้าสามารถรับรถได้ที่สนามบิน

2. Udon Thani Rental Cars บริการรถเช่าสำหรับขับเอง ต้องการรถเช่าเพื่อติดต่อธุรกิจการงานภายในจังหวัดอุดรธานี หรือจังหวัดอื่นใกล้เคียงจังหวัดอุดรธานี เช่ารถใช้งานได้อย่างสบายใจ รถเช่าทุกคันสภาพใหม่ ได้รับการเอาใจใส่อยู่เป็นประจำ แอร์ที่เย็นฉ่ำ เครื่องเสียงติดรถยนต์ พรบ.และประกัน เช่ารถติดต่อกันหลายวันค่าเช่าต่อรองกันได้

3. Rentalcars.com เป็นบริษัทตัวแทนจัดหาเช่าดำเนินการจัดเตรียมรถเช่า และด้วยการจองจำนวนมากทำให้ได้รับข้อเสนอราคาที่ดีที่สุดจากบริษัทรถเช่า

4. รถเช่าอุดร โอคาร์เร้นท์ เปิดให้บริการให้รถเช่าในจังหวัดอุดรธานี ที่ราคาถูกที่สุด มี

รถหลากหลายรุ่น หลายขนาดให้เลือกมากมาย และราคาเบา ๆ เริ่มต้นเพียง 1,000 บาท/วัน มีให้บริการเช่ารถยนต์แบบระยะสั้น รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน และรายปี ประกันภัยชั้น 1 รวมในค่าบริการรับส่งฟรีภายในจังหวัดอุดรธานี

5. เอสพี รถเช่า อุดร รถเช่าที่สนามบินอุดรธานี ท่านที่ต้องการเช่ารถเพื่อติดต่อธุรกิจงานภายในจังหวัดอุดรธานี เช่ารถใช้งานได้อย่างสบายใจ รถเช่าทุกคันสภาพใหม่ได้รับการเอาใจใส่อยู่เป็นประจำ สะอาดปลอดภัย แอร์เย็นฉ่ำ ราคาต่อรองกันได้ (ecocar admin Created : 13-07-2022)

ธุรกิจรถเช่าในจังหวัดอุดรธานีมีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการเดินทางทั้งเพื่อการท่องเที่ยวและธุรกิจอย่างต่อเนื่อง อุดรธานีเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง เช่น ทะเลบัวแดง วัดป่าภูก้อ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่น ๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ยังเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้มีความต้องการใช้บริการรถเช่าทั้งจากนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางมาทำธุรกิจในพื้นที่ ธุรกิจรถเช่าในจังหวัดอุดรธานีสามารถแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทตามกลุ่มเป้าหมายและลักษณะการให้บริการ เช่น รถเช่าทั่วไป (General Car Rental) รถยนต์นั่งส่วนบุคคลทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ รถยนต์สำหรับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อที่เดินทางด้วยกัน รถเช่าพร้อมคนขับ (Chauffeur-Driven Car Rental) สำหรับผู้ที่ไม่สะดวกหรือไม่ต้องการขับรถเอง มีบริการคนขับที่รู้จัก 20 เส้นทางและสถานที่ต่าง ๆ เป็นอย่างดี รถเช่าเพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Car Rental) บริการจัดแพ็คเกจการท่องเที่ยวพร้อมรถเช่าและไกด์นำเที่ยวมักจะเป็นรถตู้หรือรถบัสขนาดเล็กสำหรับกลุ่มทัวร์ รถเช่าระยะยาว (Long-Term Car Rental) สำหรับผู้ที่ต้องการใช้รถยนต์ระยะยาว เช่น การทำงานในพื้นที่เป็นระยะเวลานาน การเริ่มต้นธุรกิจรถเช่าในอุดรธานี ต้องมีการศึกษาและวิเคราะห์ตลาด สำรวจความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ ศึกษาคู่แข่งและการให้บริการ การวางแผนธุรกิจ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย วางแผนการตลาดและการโฆษณา กำหนดราคาเช่าที่แข่งขันได้ การจัดหาและบริหารรถยนต์ เลือกซื้อหรือเช่ารถยนต์ที่เหมาะสมกับการให้บริการ การบำรุงรักษาและตรวจสอบสภาพรถยนต์อย่างสม่ำเสมอจัดทำสัญญาและเงื่อนไขการเช่า จัดทำสัญญาเช่ารถที่ครอบคลุมทุกประเด็น เช่น การประกันภัย ข้อกำหนดการใช้งาน และการคืนรถ การให้บริการลูกค้า ฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการที่เป็นมิตรและมีอาชีพ การรับฟังและตอบสนองต่อข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อปรับปรุงการบริการอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจรถเช่าในจังหวัดอุดรธานีมีศักยภาพสูงในการเติบโตหากมีการวางแผนและบริหารจัดการอย่างดี

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิรณา ดาเหลา,แสงแข บุญศิริ (2566) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจการจัดการคุณภาพบริการรถบัสนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การจัดการคุณภาพบริการรถบัสนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน 28 ตัวแปร องค์ประกอบด้านการจัดการมี 11 ตัวแปรด้านกายภาพมี 9 ตัวแปร และด้านบริการมี 8 ตัวแปร โดยแต่ละตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.54 ขึ้นไป ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการรถบัสนำเที่ยว นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา

ประสิทธิภาพการให้บริการได้ รวมถึงการจัดการด้านความปลอดภัย ความพร้อมในการให้บริการการพัฒนาพนักงานขับรถและพนักงานที่ให้บริการบนรถต่อไป

ชนิสรา รัตนกร (2565) ได้ทำการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์การตลาด การให้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร หลังวิกฤต Covid-19 ผลการวิจัย พบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 26 – 40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 15,000 – 30,000 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านราคา 3) ความตั้งใจในการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร ท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ส่งผลต่อการการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร ท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสินค้าและบริการ ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถตู้โดยสาร ท่าอากาศยานจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชนนิกา บริรักษ์ (2565) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรถเช่าของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับจำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ครั้ง (SD. = 1.067) กลุ่มที่ใช้บริการรถเช่ามากที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.09 ครั้ง (SD. = 0.944) กลุ่มที่ใช้บริการรถเช่าน้อยที่สุดคือกลุ่มประชากรเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการรถเช่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก (Mean = 8.98, S.D. = 0.641) 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำที่สุด กับจำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชนะใจ ต้นไทรทอง, วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์ (2565) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวรถอาร์วีในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า การท่องเที่ยวด้วยรถอาร์วีในประเทศไทยยังน้อย ด้วยข้อจำกัดด้านการขับขี่ จุดจอดรถค้างแรม และราคาเช่ารถอาร์วีที่มีราคาสูง สวนทางกับแรงจูงใจในความต้องการท่องเที่ยวด้วยรถอาร์วีของนักท่องเที่ยวชาวไทย เนื่องจากรถอาร์วีมีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีความเป็นส่วนตัวโดยไม่ต้องเดินทางร่วมกับบุคคลแปลกหน้า ตอบโจทย์รูปแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยรถอาร์วี เพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

กานดา ศิริจันทร์ประเวช, ชลธิชา อีระประชา, อรทัย อินทะนัย, ธนกร ทาสีดา, กายสิทธิ์ รักษ์ศิริ, สงกรานต์ จรรจลานิมิตร (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ระบบร้านเช่ารถยนต์ ผลการวิจัยพบว่า การใช้งานระบบ และแบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 คน พบว่าด้านประสิทธิภาพของระบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.60 และด้านคุณภาพของการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.53

อารีรัตน์ ศรีทับ (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-33 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสาร สถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อด้านความไว้วางใจและการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจความไว้วางใจ ภาพลักษณ์ และการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการ (3) ปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และ (4) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสาร สถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ณัฐวิทย์ ตาคา (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยต่อการใช้ บริการรถยนต์เช่าออนไลน์ในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า เมื่อจำแนกตาม ปัจจัยด้าน เพศ อายุ และรายได้ โดยใช้ค่า t-test และ f-test พบว่า ทุกด้าน มีปัจจัยย่อยหลายๆตัวมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

วรรณิภา พวงพันธ์,วรรณนิษา เฟื่องเนิน (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวิสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เชาร์ลด์วีไอพี เชาร์ลด์บีวีไอพี ผลการวิจัย พบว่า ลูกค้าบางท่านยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการรถเช่าของบริษัท ดังนั้นจึงได้จัดทำโครงการ “การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของบริษัท สวิสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เชาร์ลด์วีไอพี เชาร์ลด์บีวีไอพี” ซึ่งได้สร้างโฆษณาในการโปรโมทบริการ โดยโพสต์ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบริการรถเช่าทั้ง 3 ประเภท คือ รถตู้ VIP รถมินิบัส VIP และรถบัส 2 ชั้น VIP ผ่านเพจ เชาร์ลด์วีไอพี เชาร์ลด์บีวีไอพี โดยมีวัตถุประสงค์

1) เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขายและเพิ่มจำนวนลูกค้าให้รู้จักกับบริษัท สวิสดี ทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด 2) เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่บริษัท ผ่านเพจเชาร์ลด์วีไอพี เชาร์ลด์บีวีไอพี

ปริมฉัตร ศักดิ์พิทักษ์ (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า 1. อัตราค่าโดยสารเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางมากที่สุด ซึ่งช่วงระยะเวลาในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางอยู่ระหว่างเวลา 9.00 – 14.59 น. ความถี่ในการใช้บริการแต่รถโดยสารสาธารณะประจำทาง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และระยะเวลาโดยสารรถโดยสาร

สาธารณะประจำทางเป็นประจำคือ 5-10 นาที 2. ปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจเดินทางโดยรถตู้สาธารณะคือความเสถียรภาพทางด้านราคา อีกทั้งมีอัตราการว่างงาน และภาวะเศรษฐกิจ 3. พบว่าผู้ใช้บริการไปทำงานโดยรถตู้สาธารณะมีความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการ ความคล่องตัว และการตอบสนองอย่างมีคุณภาพ อีกทั้งความพึงพอใจด้านสถานที่บริการ เข้าถึงได้ง่ายพร้อมทั้งสะดวกและความพึงพอใจด้านการวางแผนนโยบายการบริการให้ลูกค้า

อัชฌาวิดี โฆษิตานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนภาพลักษณ์ตราสินค้าไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร

จามจุรี เกอเกลี้ยง (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แบบจำลองการตัดสินใจใช้บริการ : กรณีศึกษาธุรกิจรถเช่า ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ในขณะเดียวกันนวัตกรรมบริการ ด้านข้อมูลสารสนเทศและปัจจัยทางสังคม ในด้านอิทธิพลส่วนบุคคลและกลุ่มอ้างอิงก็มีผลเช่นกัน ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษามีหลายด้าน ในเชิงวิชาการภาคทฤษฎี ทำให้ได้แบบจำลองที่มีตัวแปรเพิ่มขึ้น ในเชิงประยุกต์ภาคปฏิบัติทำให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าสามารถวางแผนในการบริการได้ นอกจากการเพิ่มในส่วนของผู้ประกอบการตลาดควรเน้นในเรื่องของนวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศผสมผสานกับเทคโนโลยี

จุฑาทิพย์ ญาติเจริญ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การปรับปรุงคุณภาพบริการของธุรกิจรถรับส่งพนักงานกรณีศึกษาบริษัท ทรัพย์บุญทรานสปอร์ต แอนด์เซอร์วิส จำกัด ผลการวิจัย พบว่า ผู้รับบริการมีความคิดเห็นต่อด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ คือ ลักษณะกายภาพของรถรับส่งพนักงานสะอาดอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน มีความคิดเห็นต่อด้านความเชื่อถือไว้วางใจจากการได้รับบริการ คือ มีการปฏิบัติตามสัญญาจ้างในเรื่องของจำนวนรถที่ให้บริการสามารถปฏิบัติตามสัญญาจ้างได้ดี มีความคิดเห็นต่อด้านการตอบสนองต่อลูกค้าในการให้บริการ คือ มีความพร้อมของรถรับส่งและพนักงานที่ให้บริการที่ดี มีความคิดเห็นต่อด้านความเชื่อมั่นในการบริการ คือ มีการให้บริการด้วยความสุภาพและเอาใจใส่ในการให้บริการ มีความคิดเห็นต่อด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าในการให้บริการ คือ สามารถสื่อสารและประสานงานกับพนักงานและเจ้าหน้าที่โรงงานได้ดี มีความคิดเห็นต่อด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ คือมีความปลอดภัยในการขับรถและสภาพรถที่ให้บริการมีความปลอดภัยในระดับสูง และมีความคิดเห็น ต่อด้านการจัดการด้านเวลาที่ใช้ในการรับส่งพนักงานของบริษัท คือ มีความสามารถในการรับส่งพนักงานได้ตามเวลาที่กำหนด

ปรเมศ บุญเปี่ยม (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่างกรุงเทพมหานคร-อุดรธานี ผลการวิจัย พบว่า 1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี สถานภาพเป็นโสด และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือลูกจ้าง มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท โดยส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาค

ตะวันออกเฉียงเหนือ และใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร อุตรธานี บริษัท นครชัยแอร์ มีวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการบริการ เพื่อเดินทางกลับภูมิลำเนา และมีวิธีการซื้อตั๋วหรือจองตั๋ว โดยซื้อที่เคาน์เตอร์บริการลูกค้าประจำสถานี ส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงค่ำถึงดึก (19.00 – 23.59 น.) ใช้บริการ 3-4 เที่ยว/ปี และรอใช้บริการประมาณ 6-10 นาที 2. ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร อุตรธานี อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการใช้บริการในด้านพนักงานผู้ให้บริการบนรถมากที่สุด รองลงมาคือด้านอัตราค่าบริการ ด้านระยะเวลาการเดินทาง ด้านความปลอดภัยในการใช้บริการ และด้านความสะดวกสบายในการใช้บริการ ตามลำดับ 3. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้ที่ มาใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร อุตรธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 4. ปัจจัยเกี่ยวกับการเดินทาง ได้แก่ บริษัทที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้ในการบริการ และระยะเวลาที่รอใช้บริการ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยรวมของผู้ที่ มาใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร อุตรธานีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี” โดยเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการแบบสำรวจ (Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

##### 3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran, 1977 (อ้างถึงใน อีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) โดยการคำนวณหาขนาดตัวอย่างจากประชากรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรหรือไม่สามารถนับจำนวนได้ (Infinite Population) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยมีสูตรดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ไม่เกินร้อยละ 5

Z = ระดับความเชื่อมั่น ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดไว้ที่ร้อยละ 95 ค่า Z จึงมีค่าเท่ากับ 1.96



โดยการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรเท่ากับร้อยละ 50 ต้องการความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 แทนค่าได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จาก} \quad n &= \frac{P(1-P) Z^2}{e^2} \\ n &= \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ n &= \frac{(0.5)(0.5)(3.8416)}{0.0025} \\ n &= \frac{0.9604}{0.0025} \\ n &= 384.16 \approx 385 \end{aligned}$$

จากการแทนสูตร ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลปัจจุบัน ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบ สอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

2) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ การค้นคว้าข้อมูลที่สามารถอ้างอิงได้จากหนังสือวารสาร บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต เพื่อนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดและสร้างเครื่องมือวิจัยในการรวบรวมข้อมูล

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษารูปแบบและข้อมูลจากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.3.2 กำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม โดยให้มีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย

3.3.3 สร้างแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูล โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด (Close-end question)

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยแบ่งช่วงการแปลผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยมีการแบ่งคะแนนออกเป็นระดับ 5 ระดับ ดังนี้

|              |             |                         |
|--------------|-------------|-------------------------|
| ระดับคะแนน 5 | หมายความว่า | มีความพึงพอใจมากที่สุด  |
| ระดับคะแนน 4 | หมายความว่า | มีความพึงพอใจมาก        |
| ระดับคะแนน 3 | หมายความว่า | มีความพึงพอใจปานกลาง    |
| ระดับคะแนน 2 | หมายความว่า | มีความพึงพอใจน้อย       |
| ระดับคะแนน 1 | หมายความว่า | มีความพึงพอใจน้อยที่สุด |

เกณฑ์การแปลผลระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จะใช้ค่าเฉลี่ยเป็นตัวสถิติวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี เกณฑ์การประเมินค่าวัดมีอยู่ 5 ระดับ วิธีการของ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2553) ดังนี้

| ค่าเฉลี่ย   | ระดับความพึงพอใจ      |
|-------------|-----------------------|
| 4.21 – 5.00 | ความพึงพอใจมากที่สุด  |
| 3.41 – 4.20 | ความพึงพอใจมาก        |
| 2.61 – 3.40 | ความพึงพอใจปานกลาง    |
| 1.81 – 2.60 | ความพึงพอใจน้อย       |
| 1.00 – 1.80 | ความพึงพอใจน้อยที่สุด |

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี เป็นคำถามปลายเปิด (Open Ended Question)

3.3.4 เสนอร่างเครื่องมือต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะ

3.3.5 นำแบบสอบถามที่ทำการปรับปรุงแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยใช้เกณฑ์การหาค่าความสอดคล้องของคำถาม IOC : Item Objective Congruence Index (Rovinelli & Hambleton, 1977) (สนุพงษ์ จิระชาลวิสุทธิ, จำสืบเอก, 2558:37-38) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

เมื่อ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence)

$\Sigma R$  = ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดย +1 หมายถึง เหมาะสม สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

ค่า IOC = 1.00 เลือกรับใช้

ค่า IOC = 0.5 – 0.99 พิจารณาปรับปรุงเนื้อหา

ค่า IOC = ต่ำกว่า 0.5 ให้ตัดทิ้ง

3.3.6 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เมื่อปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบพิจารณาอีกครั้ง

3.3.7 นำแบบสอบถามที่จัดทำสมบูรณ์แล้วไปทดลองใช้ (Try-Out) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอื่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย

3.3.8 นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดลองใช้แล้วมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยวิธีการหาค่าสัมพันธ แอลฟา ตามวิธี Conbach & Alpha coefficient ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.98

3.3.9 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเตรียมส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้ว นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปและใช้วิธีทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร 2 กลุ่ม ตามตัวแปรเพศ โดยใช้การทดสอบด้วย t-test

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One- way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดไว้ที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันชัดเจนในการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแปลผล ดังนี้

|           |                                                              |
|-----------|--------------------------------------------------------------|
| f         | แทน ความถี่                                                  |
| $\bar{x}$ | แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Average)                      |
| N         | แทน จำนวนประชากรทั้งหมด                                      |
| n         | แทน จำนวนประชากรในกลุ่มตัวอย่าง                              |
| S.D.      | แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation) |
| t         | แทน ค่าสถิติที่คำนวณจาก t-test                               |
| F         | แทน ค่าสถิติที่คำนวณจาก F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง   |

เดียว

(One-way ANOVA)

Sig หมายถึงค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

|          |                                                              |
|----------|--------------------------------------------------------------|
| LSD      | หมายถึงค่าสถิติสำหรับการทดสอบความแตกต่างด้วยการจับคู่พหุคูณ  |
| *        | แทนมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05                           |
| $\sigma$ | แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง (Standard Deviation) |
| SS       | แทน ผลรวมของค่าความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)      |
| df       | แทน ระดับความเป็นอิสระ (degrees of freedom)                  |
| MS       | แทน ค่าเฉลี่ยผลรวมของความเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Squares)  |

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งรวบรวมจากแบบสอบถาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

**ตารางที่ 4.1** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 141   | 36.62  |
| หญิง | 244   | 63.38  |
| รวม  | 385   | 100    |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 244 คน ร้อยละ 63.38 และเพศชาย จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------|-------|--------|
| ต่ำกว่า 25 ปี | 50    | 12.99  |
| 25 – 35 ปี    | 19    | 4.94   |
| 36 – 45 ปี    | 80    | 20.78  |
| 46 – 55 ปี    | 110   | 28.57  |
| 56 ปี ขึ้นไป  | 126   | 32.73  |
| รวม           | 385   | 100    |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือกลุ่มอายุ 56 ปี ขึ้นไป จำนวน 126 คน ร้อยละ 32.73 รองลงมาคือ กลุ่มอายุ 46 – 55 ปี จำนวน 110 คน ร้อยละ 28.57 กลุ่มอายุ 36 – 45 ปี จำนวน 80 คน ร้อยละ 20.78 ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 50 คน ร้อยละ 12.99 และกลุ่มอายุที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ 25 – 35 ปี จำนวน 19 คน ร้อยละ 4.94

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                                        | จำนวน      | ร้อยละ     |
|------------------------------------------------------|------------|------------|
| ระดับประถมศึกษา                                      | 38         | 9.87       |
| ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น-ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย | 68         | 17.66      |
| ระดับชั้น ปวช.-ปวส.                                  | 40         | 10.39      |
| ระดับชั้นปริญญาตรี                                   | 137        | 35.58      |
| สูงกว่าปริญญาตรี                                     | 102        | 26.49      |
| <b>รวม</b>                                           | <b>385</b> | <b>100</b> |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 137 คน ร้อยละ 35.58 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 102 คน ร้อยละ 26.49 ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น-ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 68 คน ร้อยละ 17.66 ระดับชั้น ปวช.-ปวส. จำนวน 40 คน ร้อยละ 10.39 น้อยที่สุดคือ กลุ่มระดับประถมศึกษา จำนวน 38 คน ร้อยละ 9.87

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

| อาชีพ                 | จำนวน      | ร้อยละ     |
|-----------------------|------------|------------|
| เกษตรกรรวม            | 33         | 8.57       |
| ค้าขาย                | 43         | 11.17      |
| ธุรกิจส่วนตัว         | 104        | 27.01      |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 100        | 25.97      |
| อื่น ๆ                | 105        | 27.27      |
| <b>รวม</b>            | <b>385</b> | <b>100</b> |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือกลุ่มอื่นๆ จำนวน 105 คน ร้อยละ 27.27 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 104 คน ร้อยละ 27.01 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 100 คน ร้อยละ 25.97 ค้าขาย จำนวน 43 คน ร้อยละ 11.17 น้อยที่สุดคือ เกษตรกรรวม จำนวน 33 คน ร้อยละ 8.57

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

| รายได้                        | จำนวน      | ร้อยละ       |
|-------------------------------|------------|--------------|
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | 33         | 19.22        |
| 5,001 – 20,000 บาท            | 43         | 13.25        |
| 20,001 – 35,000 บาท           | 104        | 16.36        |
| 35,001 – 45,000 บาท           | 100        | 29.35        |
| มากกว่า 45,000 บาท            | 105        | 21.82        |
| <b>รวม</b>                    | <b>385</b> | <b>100.0</b> |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือกลุ่ม 35, - 45,000 บาท จำนวน 100 คน ร้อยละ 29.35 รองลงมา มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 105 คน ร้อยละ 21.82 น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท ร้อยละ 19.22 20,001-35,000 บาท จำนวน 104 คน ร้อยละ 16.36 น้อยที่สุดคือกลุ่มน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 33 คน ร้อยละ 19.22

## ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัด<br>อุดรธานี | $\bar{x}$   | S.D.        | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|-----------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|----------------------|
| 1. ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่                                      | 4.68        | 0.47        | มากที่สุด            |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                      | 4.57        | 0.53        | มากที่สุด            |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                       | 4.38        | 0.60        | มากที่สุด            |
| 4. ความสามารถของลูกค้ายที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ                | 4.58        | 0.53        | มากที่สุด            |
| <b>โดยภาพรวม</b>                                                      | <b>4.55</b> | <b>0.53</b> | <b>มากที่สุด</b>     |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.6 พบว่าความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.55$ ) (S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ ( $\bar{x} = 4.68$ ) (S.D. = 0.47) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถของลูกค้ายที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ( $\bar{x} = 4.58$ )

(S.D. = 0.53) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ( $\bar{x} = 4.57$ ) (S.D. = 0.53) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ( $\bar{x} = 4.38$ ) (S.D. = 0.60) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.7** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่

| ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่                                     | $\bar{x}$   | S.D.        | ระดับความพึงพอใจ |
|-------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------|
| 1. พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ                       | 4.67        | 0.49        | มากที่สุด        |
| 2. ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและมีอัธยาศัยดี           | 4.69        | 0.47        | มากที่สุด        |
| 3. ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมให้บริการ | 4.69        | 0.47        | มากที่สุด        |
| 4. มีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการของลูกค้า                   | 4.66        | 0.50        | มากที่สุด        |
| <b>โดยภาพรวม</b>                                                  | <b>4.68</b> | <b>0.48</b> | <b>มากที่สุด</b> |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.7 ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.68$ ) (S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและมีอัธยาศัยดี และให้บริการด้วยความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.69$ ) (S.D. = 0.47) รองลงมา พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.67$ ) (S.D. = 0.49) และมีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.66$ ) (S.D. = 0.50) ตามลำดับ



ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก

| การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                                                              | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|------------------|
| 1. มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก และเว็บไซต์                                         | 4.63      | 0.51 | มากที่สุด        |
| 2. มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น แจกชื่อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อ สอบถามได้สะดวกรวดเร็ว | 4.56      | 0.57 | มากที่สุด        |
| 3. ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว                                                   | 4.55      | 0.56 | มากที่สุด        |
| 4. เปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล้องรับความคิดเห็น แบบสอบถามและเว็บไซต์                       | 4.53      | 0.58 | มากที่สุด        |
| โดยภาพรวม                                                                                                  | 4.57      | 0.56 | มากที่สุด        |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.8 ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.57$ ) (S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก และเว็บไซต์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.63$ ) (S.D. = 0.51) รองลงมา คือ มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น แจกชื่อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อ สอบถามได้สะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.56$ ) (S.D. = 0.57) ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.55$ ) (S.D. = 0.56) และเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล้องรับความคิดเห็น แบบสอบถามและเว็บไซต์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.53$ ) (S.D. = 0.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ

| ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวก<br>ของแหล่งบริการ                                                  | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------|----------------------|
| 1. สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดี เหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ | 4.38      | 0.60 | มากที่สุด            |
| 2. มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง บริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ                               | 4.38      | 0.61 | มากที่สุด            |
| 3. มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกจุดบริการมีความ ชัดเจนและ เข้าใจง่าย                                | 4.38      | 0.62 | มากที่สุด            |
| 4. สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ ตามต้องการ                                                    | 4.40      | 0.61 | มากที่สุด            |
| โดยภาพรวม                                                                                         | 4.39      | 0.61 | มากที่สุด            |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดอุดรธานี ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.39$ ) (S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ ตามต้องการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.40$ ) (S.D. = 0.61) รองลงมา คือ สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดี เหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) (S.D. = 0.60) มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง บริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) (S.D. = 0.61) และ มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกจุดบริการมีความ ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) (S.D. = 0.62) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

| ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่าย<br>สำหรับบริการ | $\bar{x}$ | S.D. | ระดับความ<br>พึงพอใจ |
|--------------------------------------------------------|-----------|------|----------------------|
| 1. ได้รับบริการที่คุ้มค่า คุ่มประโยชน์                 | 4.58      | 0.54 | มากที่สุด            |
| 2. ค่าบริการมีความเหมาะสม                              | 4.56      | 0.56 | มากที่สุด            |
| 3. มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน                    | 4.59      | 0.54 | มากที่สุด            |
| 4. ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการบริการ              | 4.58      | 0.54 | มากที่สุด            |
| โดยภาพรวม                                              | 4.58      | 0.55 | มากที่สุด            |

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานีความพึงพอใจต่อความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการพบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.58$ ) (S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ค่าบริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.59$ ) (S.D. = 0.54) รองลงมา คือ ได้รับบริการที่คุ้มค่า คุ่มประโยชน์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.58$ ) (S.D. = 0.54) ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการบริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.58$ ) (S.D. = 0.54) และค่าบริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.38$ ) (S.D. = 0.56) ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ผลการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาเปรียบเทียบ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้สถิติค่า t-test และค่า f-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ภายหลังด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่า<br>ท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี | เพศ       |      |           |      | t    | Sig  |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|------|-----------|------|------|------|
|                                                                       | ชาย       |      | หญิง      |      |      |      |
|                                                                       | $\bar{x}$ | S.D. | $\bar{x}$ | S.D. |      |      |
| 1. ความพอใจของบริการที่มีอยู่                                         | 4.66      | 0.48 | 4.69      | 0.46 | .582 | .142 |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                      | 4.56      | 0.51 | 4.57      | 0.54 | .240 | .529 |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                       | 4.39      | 0.60 | 4.38      | 0.60 | .157 | .740 |
| 4. ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ                 | 4.55      | 0.54 | 4.59      | 0.53 | .674 | .328 |
| ในภาพรวม                                                              | 4.54      | 0.53 | 4.56      | 0.53 | .413 | .435 |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | Sig    |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|--------|
| 1. ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่                                | ระหว่างกลุ่ม     | .660    | 4   | 0.165 | 0.759 | 0.552  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 82.605  | 380 | 0.217 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 83.265  | 384 |       |       |        |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                  | ระหว่างกลุ่ม     | 1.202   | 4   | 0.300 | 1.069 | 0.372  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 106.849 | 380 | 0.281 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.051 | 384 |       |       |        |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                   | ระหว่างกลุ่ม     | 3.989   | 4   | 0.997 | 2.834 | 0.024* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 133.747 | 380 | 0.352 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 137.736 | 384 |       |       |        |
| 4. ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ             | ระหว่างกลุ่ม     | 1.135   | 4   | 0.284 | 1.002 | 0.406  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 107.628 | 380 | 0.283 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.764 | 384 |       |       |        |
| ภาพรวม                                                            | ระหว่างกลุ่ม     | 1.010   | 4   | 0.252 | 1.091 | 0.361  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 87.951  | 380 | 0.231 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 88.961  | 384 |       |       |        |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ พบว่า มีอายุต่างกัน ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่างจึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ้ ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.13** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ

| อายุ          | $\bar{x}$ | ต่ำกว่า 25 ปี | 25-35 ปี | 36-45 ปี | 46-55 ปี | 56 ปีขึ้นไป |
|---------------|-----------|---------------|----------|----------|----------|-------------|
|               |           | 4.26          | 4.66     | 4.49     | 4.41     | 4.30        |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.26      | -             | 0.013*   | 0.034*   | -        | -           |
| 25 – 35 ปี    | 4.66      | -             | -        | -        | -        | 0.015*      |
| 36 – 45 ปี    | 4.49      | -             | -        | -        | -        | 0.029*      |
| 46 – 55 ปี    | 4.41      | -             | -        | -        | -        | -           |
| 56 ปีขึ้นไป   | 4.30      | -             | -        | -        | -        | -           |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-35, 36-45, และอายุ 56 ปีขึ้นไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | Sig    |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|--------|
| 1. ความพอใจของบริการที่มีอยู่                                     | ระหว่างกลุ่ม     | 2.449   | 4   | 0.612 | 2.878 | 0.023* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 80.817  | 380 | 0.213 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 83.265  | 384 |       |       |        |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                  | ระหว่างกลุ่ม     | 1.052   | 4   | 0.263 | 0.934 | 0.444  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 106.999 | 380 | 0.282 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.051 | 384 |       |       |        |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                   | ระหว่างกลุ่ม     | 3.900   | 4   | 0.975 | 2.768 | 0.027* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 133.836 | 380 | 0.352 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 137.736 | 384 |       |       |        |
| 4. ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ             | ระหว่างกลุ่ม     | 0.973   | 4   | 0.243 | 0.858 | 0.490  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 107.791 | 380 | 0.284 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.764 | 384 |       |       |        |
| ภาพรวม                                                            | ระหว่างกลุ่ม     | 1.515   | 4   | 0.379 | 1.646 | 0.162  |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 87.446  | 380 | 0.230 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 88.961  | 380 |       |       |        |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.14 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก และความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ความพอใจของบริการที่มีอยู่ และความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ่ ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.15** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่

| ระดับการศึกษา                                   | $\bar{x}$ | ระดับ<br>ประถม<br>ศึกษา | ระดับมัธยมศึกษา<br>ตอนต้น -<br>มัธยมศึกษาตอน<br>ปลาย | ระดับชั้น<br>ปวช.-<br>ปวส. | ระดับ<br>ปริญญาตรี | สูงกว่า<br>ปริญญาตรี |
|-------------------------------------------------|-----------|-------------------------|------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------|----------------------|
|                                                 |           | 4.84                    | 4.62                                                 | 4.81                       | 4.62               | 4.67                 |
| ระดับประถมศึกษา                                 | 4.84      | -                       | 0.019*                                               | -                          | 0.009*             | -                    |
| ระดับมัธยมศึกษา<br>ตอนต้น-มัธยมศึกษา<br>ตอนปลาย | 4.62      | -                       | -                                                    | 0.038*                     | -                  | -                    |
| ระดับชั้น ปวช.-ปวส.                             | 4.81      | -                       | -                                                    | -                          | 0.038*             | -                    |
| ระดับปริญญาตรี                                  | 4.62      | -                       | -                                                    | 0.020*                     | -                  | -                    |
| สูงกว่าปริญญาตรี                                | 4.67      | -                       | -                                                    | -                          | -                  | -                    |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.15 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ระดับ

การศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ระดับประถมศึกษา,ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย, ระดับชั้น ปวช.-ปวส., และระดับปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ตารางที่ 4.16** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ

| ระดับการศึกษา                                   | $\bar{x}$ | ระดับ<br>ประถมศึกษา | ระดับ<br>มัธยมศึกษา<br>ตอนต้น-<br>มัธยมศึกษา<br>ตอนปลาย | ระดับชั้น<br>ปวช.-ปวส. | ระดับ<br>ปริญญาตรี | สูงกว่า<br>ปริญญาตรี |
|-------------------------------------------------|-----------|---------------------|---------------------------------------------------------|------------------------|--------------------|----------------------|
|                                                 |           | 4.84                | 4.62                                                    | 4.81                   | 4.62               | 4.67                 |
| ระดับประถมศึกษา                                 | 4.84      | -                   | -                                                       | -                      | -                  | -                    |
| ระดับมัธยมศึกษา<br>ตอนต้น-มัธยมศึกษา<br>ตอนปลาย | 4.62      | -                   | -                                                       | 0.013*                 | -                  | -                    |
| ระดับชั้น ปวช.-ปวส.                             | 4.81      | -                   | -                                                       | 0.013*                 | 0.014*             | 0.003*               |
| ระดับปริญญาตรี                                  | 4.62      | -                   | -                                                       | 0.014*                 | -                  | -                    |
| สูงกว่าปริญญาตรี                                | 4.67      | -                   | -                                                       | 0.003*                 | -                  | -                    |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ระดับการศึกษาต่างก็มีความพึงพอใจแตกต่างกัน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย, ระดับชั้น ปวช.-ปวส., ระดับปริญญาตรี, และสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | Sig    |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|--------|
| 1. ความพอใจของบริการที่มีอยู่                                     | ระหว่างกลุ่ม     | 3.132   | 4   | 0.783 | 3.713 | 0.006* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 80.133  | 380 | 0.211 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 83.265  | 384 |       |       |        |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                  | ระหว่างกลุ่ม     | 4.631   | 4   | 1.158 | 4.254 | 0.002* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 103.420 | 380 | 0.272 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.051 | 384 |       |       |        |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                   | ระหว่างกลุ่ม     | 3.543   | 4   | 0.886 | 2.508 | 0.042* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 134.193 | 380 | 0.353 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 137.736 | 384 |       |       |        |
| 4. ความสามารถของลูกค้านักค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ       | ระหว่างกลุ่ม     | 5.122   | 4   | 1.281 | 4.695 | 0.001* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 103.642 | 380 | 0.273 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 108.764 | 384 |       |       |        |
| ภาพรวม                                                            | ระหว่างกลุ่ม     | 2.763   | 4   | 0.691 | 3.045 | 0.017* |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 86.198  | 380 | 0.227 |       |        |
|                                                                   | รวม              | 88.961  | 384 |       |       |        |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.17 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ่ ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.18** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่

| อาชีพ                     | $\bar{x}$ | เกษตรกร | ค้าขาย | ธุรกิจส่วนตัว | รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | อื่นๆ/<br>นักเรียน,<br>บำนาญ |
|---------------------------|-----------|---------|--------|---------------|---------------------------|------------------------------|
|                           |           | 4.73    | 4.78   | 4.66          | 4.54                      | 4.76                         |
| เกษตรกร                   | 4.73      | -       | -      | -             | 0.046*                    | -                            |
| ค้าขาย                    | 4.78      | -       | -      | -             | 0.005*                    | -                            |
| ธุรกิจส่วนตัว             | 4.66      | -       | -      | -             | -                         | -                            |
| รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 4.54      | 0.046*  | -      | -             | -                         | -                            |
| อื่นๆ/นักเรียน,<br>บำนาญ  | 4.76      | -       | -      | -             | 0.001*                    | -                            |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.18 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพเกษตรกร,ค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.19** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก

| อาชีพ                     | $\bar{x}$ | เกษตรกร | ค้าขาย | ธุรกิจส่วนตัว | รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | อื่นๆ/<br>นักเรียน,<br>บำนาญ |
|---------------------------|-----------|---------|--------|---------------|---------------------------|------------------------------|
|                           |           | 4.45    | 4.69   | 4.56          | 4.43                      | 4.69                         |
| เกษตรกร                   | 4.45      | -       | -      | -             |                           | 0.021*                       |
| ค้าขาย                    | 4.69      | -       | -      | -             | 0.007*                    | -                            |
| ธุรกิจส่วนตัว             | 4.56      | -       | -      | -             |                           | -                            |
| รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 4.43      | -       | 0.007* | -             | -                         | -                            |
| อื่นๆ/นักเรียน,<br>บำนาญ  | 4.69      | 0.021*  | -      | -             | 0.000*                    | -                            |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.19 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพเกษตรกร,ค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.20** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ

| อาชีพ                     | $\bar{x}$ | เกษตรกร | ค้าขาย | ธุรกิจส่วนตัว | รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | อื่นๆ/<br>นักเรียน,<br>บำนาญ |
|---------------------------|-----------|---------|--------|---------------|---------------------------|------------------------------|
|                           |           | 4.45    | 4.58   | 4.44          | 4.31                      | 4.29                         |
| เกษตรกร                   | 4.45      | -       | -      | -             | -                         | -                            |
| ค้าขาย                    | 4.58      | -       | -      | -             | 0.014*                    | 0.008*                       |
| ธุรกิจส่วนตัว             | 4.44      | -       | -      | -             | -                         | -                            |
| รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 4.31      | -       | 0.014* | -             | -                         | -                            |
| อื่นๆ/นักเรียน,<br>บำนาญ  | 4.29      | -       | 0.008* | -             | -                         | -                            |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.20 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 4.21** ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ

| อาชีพ                     | $\bar{x}$ | เกษตรกร | ค้าขาย | ธุรกิจส่วนตัว | รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | อื่นๆ/<br>นักเรียน,<br>บำนาญ |
|---------------------------|-----------|---------|--------|---------------|---------------------------|------------------------------|
|                           |           | 4.55    | 4.68   | 4.56          | 4.42                      | 4.72                         |
| เกษตรกร                   | 4.55      | -       | -      | -             | -                         | -                            |
| ค้าขาย                    | 4.68      | -       | -      | -             | 0.006*                    | -                            |
| ธุรกิจส่วนตัว             | 4.56      | -       | -      | -             | -                         | 0.028*                       |
| รับราชการ/<br>รัฐวิสาหกิจ | 4.42      | -       | 0.006* | -             | -                         | 0.000*                       |
| อื่นๆ/นักเรียน,<br>บำนาญ  | 4.72      | -       | -      | 0.028*        | 0.000*                    | -                            |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพค้าขาย,ธุรกิจส่วนตัว,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้

| ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี | แหล่งความแปรปรวน | SS      | df  | MS    | F     | Sig   |
|-------------------------------------------------------------------|------------------|---------|-----|-------|-------|-------|
| 1. ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่                                | ระหว่างกลุ่ม     | 0848    | 4   | 0212  | 0.977 | 0.420 |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 82.418  | 380 | 0.217 |       |       |
|                                                                   | รวม              | 83.265  | 384 |       |       |       |
| 2. การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก                                  | ระหว่างกลุ่ม     | 1.608   | 4   | 0.402 | 1.435 | 0.222 |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 106.443 | 380 | 0.280 |       |       |
|                                                                   | รวม              | 108.051 | 384 |       |       |       |
| 3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ                   | ระหว่างกลุ่ม     | 3.101   | 4   | 0.775 | 2.188 | 0.070 |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 134.635 | 380 | 0.354 |       |       |
|                                                                   | รวม              | 137.736 | 384 |       |       |       |
| 4. ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ             | ระหว่างกลุ่ม     | 4.05    | 4   | 1.01  | 2.92* | 0.381 |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 94.96   | 274 | 0.34  |       |       |
|                                                                   | รวม              | 99.02   | 278 |       |       |       |
| ภาพรวม                                                            | ระหว่างกลุ่ม     | 2.83    | 4   | 0.70  | 2.64* | 0.441 |
|                                                                   | ภายในกลุ่ม       | 73.55   | 274 | 0.26  |       |       |
|                                                                   | รวม              | 76.38   | 278 |       |       |       |

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้ พบว่า มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี และเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของผู้ให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ประชากรกลุ่มตัวอย่างความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran, 1977 (อ้างถึงใน จีรุณี เอกะกุล, 2543) ได้จำนวน 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test , F-test หรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

การให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด และความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับสามารถสรุปเป็นรายด้าน ดังนี้

ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและมีอัธยาศัยดี ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และมีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น แจกชื่อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อ สอบถามได้สะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว อยู่ในระดับ



ความพึงพอใจมากที่สุด และเปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็นแบบสอบถามและเว็บบอร์ด อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ตามต้องการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดีเหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง บริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และมีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกจุดบริการมีความ ชัดเจนและเข้าใจง่าย อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ค่าบริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ได้รับบริการที่คุ้มค่า คุ้มค่าประโยชน์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการบริการ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด และค่าบริการมีความเหมาะสม อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล พบว่า

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ ที่มีเพศต่างกัน พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ ที่มีอายุต่างกัน พบว่า ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อายุต่างกัันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-35, 36-45, และอายุ 56 ปีขึ้นไป แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน พบว่า การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก และความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ และความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเชฟเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ที่มีอาชีพต่างกัน พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเป็นรายค่าตามวิธีการของเชฟเฟ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพเกษตรกร, ค้าขาย, รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ, และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพ ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อาชีพค้าขาย,ธุรกิจส่วนตัว,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้ ที่มีเพศรายได้ต่างกัน พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะขอผู้ใช้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี พนักงานขับรถไม่ความ  
สุบบริ พนักงานขับรถไม่ควรดื่มสุรา

## 5.2 อภิปรายผล

ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงลำดับจากมากไปน้อย ให้ความสำคัญกับความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ รองลงมา คือ ความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก และความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ สามารถอภิปรายรายได้ ดังนี้

ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อพนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและมีอัธยาศัยดี มีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของอัสชาวดี โฆษิตานนท์ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด บริการ และคุณภาพให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของจามจุรี เกอเกลี้ยง (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แบบจำลองการตัดสินใจใช้บริการกรณีศึกษาธุรกิจรถเช่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ในขณะที่ส่วนนวัตกรรมบริการด้านข้อมูลข่าวสารสนเทศและปัจจัยทางสังคม ในด้านอิทธิพลส่วนบุคคลและกลุ่มอ้างอิงก็มีผลเช่นกัน ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษามีหลายด้าน ในเชิงวิชาการภาคทฤษฎีทำให้ได้แบบจำลองที่มีตัวแปรเพิ่มขึ้น ในเชิงประยุกต์ภาคปฏิบัติทำให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าสามารถวางแผนในการบริการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิดา ทิศนเศรษฐ (2563) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อบริการของโรงพยาบาลสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ป่วยในมีความพึงพอใจต่อการบริการของโรงพยาบาลสุรินทร์อยู่ในระดับสูง ดังที่ อรรถพร (2546 : 29) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติหรือระดับความพึงพอใจของบุคคลต่อกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของกิจกรรมนั้น ๆ โดยเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ค่านิยมและประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ ระดับของ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อกิจกรรมนั้น ๆ สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้

การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อ มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ โน้ตบุ๊ก และเว็บไซต์ มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางติดต่อ เช่น แง้ชื้อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อสอบถามได้สะดวกรวดเร็ว ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว เปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล้องรับความคิดเห็น แบบสอบถามและเว็บไซต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของจามจุรี เกอเกลี้ยง (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แบบจำลองการตัดสินใจใช้บริการกรณีศึกษาธุรกิจรถเช่า ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด ในขณะที่ส่วนนวัตกรรมบริการ ด้านข้อมูลข่าวสารสนเทศและปัจจัยทางสังคม ในด้านอิทธิพลส่วนบุคคลและกลุ่มอ้างอิงก็มีผลเช่นกัน ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษามีหลายด้าน ในเชิงวิชาการภาคทฤษฎี

ทำให้ได้แบบจำลองที่มีตัวแปรเพิ่มขึ้น ในเชิงประยุกต์ภาคปฏิบัติทำให้ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการธุรกิจรถเช่าสามารถวางแผนในการบริการได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปริมฉัตร ศักดิ์พิทักษ์ (2562) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า 1. อัตราค่าโดยสารเป็นเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางมากที่สุด ซึ่งช่วงระยะเวลาในการใช้บริการรถโดยสารสาธารณะประจำทางอยู่ระหว่างเวลา 9.00 – 14.59 น. ความถี่ในการใช้บริการแต่รถโดยสารสาธารณะประจำทาง 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ และระยะเวลาโดยสารรถโดยสารสาธารณะประจำทางเป็นประจำคือ 5-10 นาที 2. ปัจจัยที่ส่งผลในการตัดสินใจเดินทางโดยรถตู้สาธารณะคือความเสถียรภาพทางด้านการราคา อีกทั้งมีอัตราค่าจ้างงาน และภาวะเศรษฐกิจ 3. พบว่าผู้ใช้บริการไปทำงานโดยรถตู้สาธารณะมีความพึงพอใจด้านกระบวนการบริการ ความคล่องตัว และการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งความพึงพอใจด้านสถานที่บริการ เข้าถึงได้ง่ายพร้อมทั้งสะดวก และความพึงพอใจด้านการวางแผนนโยบายการบริการให้ลูกค้า

ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อ สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดี เหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง บริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ ตามต้องการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทยศ เพชรวงษ์ (2565) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ที่มีต่อการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบก่อนและหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 (COVID-19) ที่มีต่อการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ผลกระทบทางการท่องเที่ยว และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ นั้นต้องมีการปรับตัวในเรื่องของธุรกิจบริการต่าง ๆ ก็จะทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นขาดรายได้ ซึ่งมีผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจการบิน เพราะธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างรายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กานดา ศิริจันทร์ประเวช, ชลธิชา อีระประชา, อรทัย อินทะนัย, ธนกร ทาสีดา, กายสิทธิ์ รักษศิริ, สงกรานต์ จรรจกลานิมิต (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ระบบร้านเช่ารถยนต์ ผลการวิจัยพบว่า การใช้งานระบบและแบบสอบถามความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหมด 400 คน พบว่าด้านประสิทธิภาพของระบบมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.60 และด้านคุณภาพของการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.53 และสอดคล้องกับงานวิจัยของอารีรัตน์ ศรีทับ (2564) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26-33 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท ประกอบอาชีพเป็น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสาร สถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครภาพรวมอยู่ในระดับมากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า (1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ มีอิทธิพลต่อด้านความ

ไว้วางใจและการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการ (2) ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจความไว้วางใจ ภาพลักษณ์ และการตัดสินใจ ในการเลือกใช้บริการ (3) ปัจจัยด้านความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ และ (4) ปัจจัยด้านความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อ ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสาร สถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด โดยให้ความสำคัญต่อ ได้รับบริการที่คุ้มค่า ค่าบริการมีความเหมาะสม มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี สอดคล้องกับงานวิจัยของอัชฌาวิดี โฆสิตานนท์ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งเอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ และคุณภาพให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการขนส่งเอกชนเคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้อง กับงานวิจัยของ ชนินิศา บริรักษ์ (2565) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรถเช่าของประชากรในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับจำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ครั้ง (SD. = 1.067) กลุ่มที่ใช้บริการรถเช่ามากที่สุดคือกลุ่มที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.09 ครั้ง (SD. = 0.944) กลุ่มที่ใช้บริการรถเช่าน้อยสุดคือกลุ่มประชากรเพศหญิง อายุต่ำกว่า 20 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน จำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 2) ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการรถเช่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก (Mean = 8.98, S.D. = 0.641) 3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกอยู่ในระดับต่ำที่สุด กับจำนวนครั้งในการใช้บริการรถเช่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกันมีความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา คำพุฒ (2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริการของสหกรณ์ประมงพาน จำกัด ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอายุ พบว่า มีอายุต่างกัน ความพอเพียงของบริการที่มีอยู่ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเซฟเฟ่ ความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี อายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อายุต่ำกว่า 25 ปี, 25-35, 36-45, และอายุ 56 ปีขึ้นไปแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา คำพุฒ

(2561) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริการของสหกรณ์ประมง พาน จำกัด ที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างน้อย 1 คู่

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก และความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ ไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่ และความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเซฟเฟ ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่ ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ระดับประถมศึกษา,ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย, ระดับชั้น ปวช.-ปวส., และระดับปริญญาตรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-มัธยมศึกษาตอนปลาย, ระดับชั้น ปวช.-ปวส., ระดับปริญญาตรี, และสูงกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของชนิสรา รัตนกร (2565) กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถตู้โดยสารสนามบินชุมพรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามอาชีพที่แตกต่าง พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกัน เมื่อพบความแตกต่าง จึงเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีการของเซฟเฟ ความพอใจเพียงของบริการที่มีอยู่ อาชีพเกษตรกร,ค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ การเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก อาชีพเกษตรกร,ค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ อาชีพค้าขาย,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ ความสามารถของลูกค้ำที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ อาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว,รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ,และอื่นๆ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของอรทัย ปานคำ (2561) กล่าวว่า อาชีพแตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการเลือกบริโภคร้านก๋วยเตี๋ยวแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของชนิสรา รัตนกร (2565) กล่าวว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ รถตู้โดยสารสนามบินชุมพรอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี จำแนกตามรายได้ พบว่า มีรายได้ต่างกันความพึงพอใจในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพิพัฒน์ มีเถื่อน (2562) กล่าวว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันความพึงพอใจในการปฏิบัติงานบริษัท ฮันนี่ เวลล์ อีเล็คทรอนิค แมจิเรียลส์ (ประเทศไทย) จำกัด โดยภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

จากการศึกษา ในครั้งนี้ มีประเด็นที่น่าสนใจ ในการเสนอแนะปรับปรุงเพิ่มเติม ในการให้บริการรถเช่าท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ในด้านการบริการ ความต้องการของลูกค้า รวมไปถึง ข้อเสนอแนะ ในการศึกษาครั้งต่อไป

### 5.4 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ความต้องการของลูกค้า เพื่อให้สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มากที่สุด และให้ลูกค้าเลือกใช้บริการของเราต่อในครั้งต่อไป
2. ควรศึกษาถึงตัวแปรในด้านอื่นๆ เช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถเช่า พฤติกรรมการใช้รถเพื่อการท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถเช่าเพื่อท่องเที่ยว

## บรรณานุกรม

- กาญจนา คำพุฒ. (2561). ความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ต่อการบริการของสหกรณ์ประมงพาน , สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). การท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567 จาก <https://tatreviewmagazine.com/article/dom-q2-2023>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). การคมนาคมและการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567 จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/Provinces>
- กานดา ศิริจันทร์ประเวช และคณะ. (2564). ระบบร้านเช่ารถยนต์.คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- กันตพงษ์ ยอดเมืองชัย. (2561). ความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านกาแฟมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในจังหวัดพะเยา, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- กรรณิการ์ รุจิรัฐโชติ. (2563). ความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ ณ ศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
- กวิทธิ์ ศรีสมฤทธิ์,นุจรี บุรีรัตน์. (2557). ความพึงพอใจของผู้ใช้งานเว็บไซต์การจัดการองค์ความรู้ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- จรวยพร แสนดี. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- จามจุรี เกอเกลี้ยง. (2561) แบบจำลองการตัดสินใจใช้บริการ : กรณีศึกษาธุรกิจรถเช่า,สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย,มหาวิทยาลัยสยาม
- จุฑาทิพย์ ญาติเจริญ. (2561). การปรับปรุงคุณภาพบริการของธุรกิจรถรับส่งพนักงานกรณีศึกษา บริษัททรัพยากรบุญทรานสปอร์ต แอนด์เซอร์วิส จำกัด, มหาวิทยาลัยบูรพา
- ชนนิศา บริรักษ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรถเช่าของประชากรในกรุงเทพมหานคร, สาขาการเงินและการธนาคาร, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ชนิสรา รัตนากร. (2565). กลยุทธ์การตลาด การให้บริการรถตู้โดยสารสาธารณะท่าอากาศยาน จังหวัดชุมพร หลังวิกฤต Covid-19, วิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล
- ชนะใจ ตันไทรทอง,วงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์. (2565). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวรถอาร์วีในประเทศไทย, สยามวิชาการ ปีที่ 23 เล่มที่ 2 ฉบับที่ 41 สิงหาคม 2565 – ธันวาคม 2565
- ณธีวัชร ตาคา. (2562). การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยต่อการใช้บริการรถยนต์เช่าออนไลน์ในประเทศไทย, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ไทยรัฐ ออนไลน์. (2567). การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2567, จาก [https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand\\_econ/2764434](https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2764434)
- ธัญพร เลิศวรรณพงษ์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการบ้านเพลินิจิตร อพาร์ทเมนต์, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



### บรรณานุกรม (ต่อ)

- นิตา ทศนเศรษฐ. (2563). ความพึงพอใจของผู้ป่วยในต่อบริการของโรงพยาบาลสุรินทร์, โรงพยาบาลสุรินทร์
- ปรเมศ บุญเปี่ยม. (2561). การให้บริการรถโดยสารปรับอากาศระหว่าง กรุงเทพมหานคร-อุดรธานี. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2567 เข้าถึงได้จาก [http://gnru2018.lpru.ac.th/pdf/proceeding/Humanities\\_Group/Page\\_657-817.pdf](http://gnru2018.lpru.ac.th/pdf/proceeding/Humanities_Group/Page_657-817.pdf)
- ปวีณา ดาเหลา,แสงแข บุญศิริ. (2566). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจการจัดการคุณภาพบริการรถบัสนำเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย, วารสารมหาวิทยาลัยศรีสเทวิน ปีที่ 29 ฉบับที่ 1 มกราคม - มีนาคม 2566
- ปริมฉัตร ศักดิ์พิทักษ์. (2562). ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้สาธารณะของกลุ่มคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร, สาขาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- พัฒย์ศ เพชรวงษ์. (2565). ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในมุมมองของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- พิพัฒน์ มีเลื่อน. (2562). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ฮันนี่ เวิลด์ อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกริก
- มานะ เตชะพิตุ. (2565). ความพึงพอใจของครูและบุคลากรทางการศึกษาที่มีต่อผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดเชียงราย, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- มณฑล ยะตา. (2565). ความพึงพอใจของนักศึกษาในระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคนิคพะเยา, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- วัชรศ คำปัน. (2565). ความพึงพอใจของญาติผู้ต้องขังของการฝึกอบรมวิชาชีพของผู้ต้องขัง, สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- วรรณิภา พวงพันธ์,วรรณิษา เฟื่องเนิน. (2562). การประชาสัมพันธ์บริการรถเช่าของ บริษัทสวัสดีทราเวล กรุ๊ป แอนด์ ทรานสปอร์ต จำกัด ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เช่ารถตู้ไอพี เช่ารถบัสไอพี, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ, มหาวิทยาลัยสยาม
- ศิลา อยู่เป็นสุข. (2562). ความพึงพอใจในการจัดสวัสดิการผู้สูงอายุ ในเขตเทศบาลตำบลวังเหนือ อำเภอด่านช้าง จังหวัดลำปาง, รัฐศาสตรมหาบัณฑิต,สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก
- ศิริพร สอนไชยา. (2557). ปัจจัยด้านพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานของบริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน), วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

### บรรณานุกรม (ต่อ)

- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2563). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**
- สิริวงษ์ เอียสกุล. (2557). **ความพึงพอใจในการใช้บริการรถตู้และรถโดยสาร กรณีศึกษาจุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย - ลาว จังหวัดหนองคาย, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาเขตหนองคาย**
- อารีรัตน์ ศรีทับ. (2564). **ปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำทาง ของผู้โดยสารสถานีขนส่งผู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**
- อรัญ ปานคำ. (2561). **ความพึงพอใจในการเลือกบริโภคกล้วยเดี่ยว ในเขตพื้นที่ตำบลท่าวังทอง อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, สถาบันการจัดการแห่งแปซิฟิก**
- อัมมาวดี โฆษิตานนท์. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่ง เอกชน เคอรี่ เอ็กซ์เพรส ในกรุงเทพมหานคร.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education*. New York : McGraw-Hill
- Kotler, Philip. (1994). *Marketing Management*. 8 th ed. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Millet, John D. 1954. *Management in the Public Service*. New York : McGraw Hill Book Company.
- Penchansky, R., & Thomas, J.W. (1981). **The concept of access definition and relationship to consumer satisfaction. *Medical*, 19(2), 127-140.**
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2007). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Shelly, M.W. (1975). *Responding to Social Change*. Strondsburg : Powden, Hutohison & Rose.
- Vroom , Victor H. (1964). *Work and Motivation*. New York : John Wiley & Sons.
- Weber , Max . ( 1996 ). *The Theory of Social and Economic Organization*. Trans. By A.M.. Henderson and Talcott Person, 4th edds. New York.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

#### เรื่อง ความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี

**คำชี้แจง :** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความพึงพอใจในการให้บริการเช่ารถเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชาค้นคว้าอิสระ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก โดยข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งและเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จึงใคร่ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ตรงกับความคิดเห็นและความรู้สึกของท่านให้มากที่สุดตามความเป็นจริง และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25 - 35 ปี  
☐ 36 - 45 ปี ☐ 46 - 55 ปี ☐ 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

☐ ระดับประถมศึกษา ☐ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น - มัธยมศึกษาตอนปลาย  
☐ ระดับชั้น ปวช. - ปวส. ☐ ระดับปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

☐ เกษตรกรรม ☐ ค้าขาย ☐ ธุรกิจส่วนตัว ☐ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
☐ อื่น ๆ.....

5. รายได้

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 ☐ 5,001 - 20,000 บาท ☐ 20,001 - 35,000 บาท  
☐ 35,001 - 45,000 บาท ☐ มากกว่า 45,000 บาท

**ส่วนที่ 2 แบบวัดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี**

**คำชี้แจง :** โปรดอ่านข้อความในแต่ละข้อ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อเท็จจริงของท่าน

| ความพึงพอใจในการใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยว<br>ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี                                       | ระดับความพึงพอใจ |          |              |           |                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
|                                                                                                             | มากที่สุด<br>5   | มาก<br>4 | ปานกลาง<br>3 | น้อย<br>2 | น้อยที่สุด<br>1 |
| <b><u>1.ความพึงพอใจต่อความพอเพียงของบริการที่มีอยู่</u></b>                                                 |                  |          |              |           |                 |
| 1.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ                                                                |                  |          |              |           |                 |
| 1.2 ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพและมีอัธยาศัยดี                                                    |                  |          |              |           |                 |
| 1.3 ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมให้บริการ                                          |                  |          |              |           |                 |
| 1.4 มีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการของลูกค้า                                                            |                  |          |              |           |                 |
| <b><u>2.ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก</u></b>                                                    |                  |          |              |           |                 |
| 2.1 มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ ไลน์ เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์                                     |                  |          |              |           |                 |
| 2.2 มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น แจ้งชื่อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อสอบถามได้สะดวกรวดเร็ว |                  |          |              |           |                 |
| 2.3 ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว                                                   |                  |          |              |           |                 |
| 2.4 เปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถามและเว็บไซต์                       |                  |          |              |           |                 |
| <b><u>3. ความพึงพอใจต่อความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ</u></b>                                 |                  |          |              |           |                 |
| 3.1 สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดี เหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ           |                  |          |              |           |                 |

| ความพึงพอใจในการใช้บริการเช่ารถท่องเที่ยว<br>ในพื้นที่จังหวัดอุดรธานี          | ระดับความพึงพอใจ |          |              |           |                 |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------|----------|--------------|-----------|-----------------|
|                                                                                | มากที่สุด<br>5   | มาก<br>4 | ปานกลาง<br>3 | น้อย<br>2 | น้อยที่สุด<br>1 |
| 3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ ที่นั่ง<br>บริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ        |                  |          |              |           |                 |
| 3.3 มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกจุดบริการมี<br>ความ<br>ชัดเจนและเข้าใจง่าย      |                  |          |              |           |                 |
| 3.4 สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ ตาม<br>ต้องการ                            |                  |          |              |           |                 |
| <b>4.ความพึงพอใจต่อความสามารถของลูกค้าที่<br/>จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ</b> |                  |          |              |           |                 |
| 4.1 ได้รับบริการที่คุ้มค่า คุ้มประโยชน์                                        |                  |          |              |           |                 |
| 4.2 ค่าบริการมีความเหมาะสม                                                     |                  |          |              |           |                 |
| 4.3 ค่าบริการมีความเหมาะสม                                                     |                  |          |              |           |                 |
| 4.5 ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการ<br>บริการ                                 |                  |          |              |           |                 |

### ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข  
ผลการตรวจพิจารณาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



## แบบคำนวณหาค่า IOC

| ข้อ                                                                                                         | ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ |         |         | รวม | ค่า IOC | การแปลผล |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------|---------|-----|---------|----------|
|                                                                                                             | คนที่ 1                    | คนที่ 2 | คนที่ 3 |     |         |          |
| <b>1.ความพึงพอใจต่อความพอเพียงของบริการที่มีอยู่</b>                                                        |                            |         |         |     |         |          |
| 1.1 พนักงานมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ                                                                | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| 1.2 ให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส สุภาพ และ                                                               | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| มีอัธยาศัยดี                                                                                                | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| 1.3 ให้บริการด้วยความเอาใจใส่ กระตือรือร้น และมีความพร้อมให้บริการ                                          | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| 1.4 มีจำนวนรถและประเภทรถ ตามความต้องการ ของลูกค้า                                                           |                            |         |         |     |         |          |
| <b>2.ความพึงพอใจการเข้าถึงแหล่งบริการได้สะดวก</b>                                                           |                            |         |         |     |         |          |
| 2.1 มีช่องทางเลือกใช้ในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์                                                              | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| ไลน์ เฟสบุ๊ก และเว็บไซต์                                                                                    | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| 2.2 มีการเผยแพร่ข้อมูลช่องทางการติดต่อ เช่น แจ้งชื่อ และเบอร์โทร เพื่อสะดวกในการติดต่อสอบถามได้สะดวกรวดเร็ว | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| 2.3 ในการขอรับบริการตามช่องทางต่าง ๆ มีความสะดวก คล่องตัว                                                   | +1                         | 0       | +1      | 2   | 0.67    | ใช้ได้   |
| 2.4 เปิดรับฟังข้อคิดเห็นต่อการให้บริการ เช่น กล่องรับความคิดเห็น แบบสอบถามและเว็บไซต์                       |                            |         |         |     |         |          |

| ข้อ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ |         |         | รวม | ค่า IOC | การแปลผล |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------|---------|-----|---------|----------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | คนที่ 1                    | คนที่ 2 | คนที่ 3 |     |         |          |
| <b>3. ความพึงพอใจต่อความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ</b><br>3.1 สถานที่ตั้งของบริษัท มีบรรยากาศที่ดีเหมาะสม โปร่ง โล่ง สะอาด และสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ<br>3.2 มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถที่นั่งบริการน้ำดื่ม ห้องน้ำ<br>3.3 มีป้ายประชาสัมพันธ์/ป้ายบอกจุดบริการมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย<br>3.4 สามารถติดต่อขอใช้บริการได้ทุกที่ตามต้องการ | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
| <b>4.ความพึงพอใจต่อความสามารถของลูกค้าที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ</b><br>4.1 ได้รับบริการที่คุ้มค่า คุ้มค่าประโยชน์<br>4.2 ค่าบริการมีความเหมาะสม<br>4.3 มีการแจ้งอัตราค่าบริการที่ชัดเจน<br>4.4 ความพึงพอใจโดยรวมที่ได้รับจากการบริการ                                                                                                                           | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | +1      | +1      | 3   | 1       | ใช้ได้   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | +1                         | 0       | +1      | 2   | 0.67    | ใช้ได้   |

โดย +1 หมายถึง เหมาะสม สอดคล้องตรงกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง ไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์

ค่า IOC = 1.00 เลือกใช้

ค่า IOC = 0.5 – 0.99 พิจารณาปรับปรุงเนื้อหา

ค่า IOC = ต่ำกว่า 0.5 ให้ตัดทิ้ง

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

## รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผกาภรณ์ บุสบง

รองอธิการบดี

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ดร.สุณีย์ ยังสว่าง

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

ดร.ภาควรรณ อินทรา

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก

อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา

## ประวัติผู้วิจัย

|                        |                                                                            |
|------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อ – ชื่อสกุล        | นางปรียาดา แก้วชิน                                                         |
| วัน เดือน ปี เกิด      | 2 พฤษภาคม 2525                                                             |
| ที่อยู่ปัจจุบัน        | 20 หมู่ 11 บ้านดงไร่ ตำบลนาข่า อำเภอเมืองอุดรธานี<br>จังหวัดอุดรธานี 41000 |
| ประวัติการศึกษา        | พ.ศ. 2552 บริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี             |
| ที่ทำงานปัจจุบัน       | องค์การบริหารส่วนตำบลหมู่น อำเภอเมืองอุดรธานี<br>จังหวัดอุดรธานี 41000     |
| ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน | นักวิชาการตรวจสอบภายในปฏิบัติการ                                           |