

อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิก
สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม*
THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON THE SATISFACTION OF
MEMBERS OF THE PHUTTHAMONTHON PASSENGER TRANSPORT
COOPERATIVE LIMITED, NAKHON PATHOM PROVINCE

วาสนา แร่งงาม¹ และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว²

Wasana Raengngam¹ and Pongsiri Kamkankaew²

¹⁻²มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่

¹⁻²North-Chiang Mai University, Thailand

Corresponding Author's Email: g672301015@northcm.ac.th

วันที่รับบทความ : 12 มีนาคม 2569; วันที่แก้ไขบทความ 18 มีนาคม 2569; วันที่ตอบรับบทความ : 20 มีนาคม 2569

Received 12 March 2026; Revised 18 March 2026; Accepted 20 March 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มอย่างคือสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม จำนวน 100 ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย และทดสอบสมมุติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.373 และ ความเอาใจใส่ลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด มีค่า

Citation:



* วาสนา แร่งงาม และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว. (2569). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม. วารสารสหศาสตร์การพัฒนาลังคม, 4(2), 813-833.

Wasana Raengngam and Pongsiri Kamkankaew. (2026). The Influence Of Service Quality On The Satisfaction Of Members Of The Phutthamonthon Passenger Transport Cooperative Limited, Nakhon Pathom Province.

Journal of Interdisciplinary Social Development, 4(2), 813-833.;

DOI: <https://doi.org/10.>

Website: <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JISDIADP/>

สัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.497 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.314 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรคุณภาพการบริการทั้ง 2 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ได้ร้อยละ 31.40 การวิจัยนี้ได้เสนอให้สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐมควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการอย่างต่อเนื่องและควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะของสมาชิกแต่ละราย โดยส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะในการสื่อสาร การรับฟังความคิดเห็น และการให้คำปรึกษาแก่สมาชิกอย่างเหมาะสมต่อไป

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจ, สหกรณ์รถยนต์

Abstract

His research aimed to examine the influence of service quality on the satisfaction of members of the Phutthamonthon Passenger Transport Cooperative Limited in Nakhon Pathom Province. The sample consisted of 100 members of the Phutthamonthon Passenger Transport Cooperative Limited in Nakhon Pathom Province. A questionnaire was used as the research instrument, and the research hypotheses were tested using multiple regression analysis.

The findings revealed that trust significantly influenced the satisfaction of cooperative members, with a standardized coefficient (β) of 0.373. In addition, customer care also had a significant influence on member satisfaction, with a standardized coefficient (β) of 0.497. The coefficient of determination (R^2) was 0.314, indicating that the two dimensions of service quality jointly explained 31.40 percent of the variance in member satisfaction. Based on these findings, the study suggests that the Phutthamonthon Passenger Transport Cooperative Limited in Nakhon Pathom Province should emphasize strengthening the reliability of its services on a continuous basis. Furthermore, the cooperative should develop service approaches that consider the specific needs of individual

members by promoting staff competencies in communication, active listening, and appropriate advisory support for members.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Transport Cooperative

บทนำ

ในช่วงปี พ.ศ. 2568–2569 ธุรกิจขนส่งผู้โดยสารทางถนนของประเทศไทยมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าตลาดคาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 2.5 และ 2.0 ตามลำดับ ซึ่งธุรกิจขนส่งระหว่างจังหวัดมีส่วนประมาณร้อยละ 90 ของมูลค่าตลาดรวม และคาดว่าจะขยายตัวในอัตราร้อยละ 2.4 และ 2.0 ตามลำดับ ปัจจัยสนับสนุนสำคัญมาจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจาก 198.7 ล้านคน-ครั้ง ในปี 2567 เป็น 204.8 และ 210.3 ล้านคน-ครั้ง ในปี 2568–2569 อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนส่งผู้โดยสารทางถนนยังคงเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันกับระบบขนส่งรูปแบบอื่น โดยเฉพาะสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการเพิ่มเที่ยวบินอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ราคาตัวเครื่องบินภายในประเทศมีแนวโน้มลดลง ขณะเดียวกันธุรกิจยังต้องเผชิญกับแรงกดดันด้านต้นทุนจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ยังอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนสถานการณ์โควิด-19 รวมถึงแนวโน้มการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างต้นทุนของผู้ประกอบการ ในขณะที่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับขึ้นค่าโดยสารได้เต็มที่เนื่องจากยังอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐ (ธนาคารกรุงไทย, 2568)

ภายใต้สภาพการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว คุณภาพการบริการจึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ (สุภัทสร หน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว, 2568) โดยคุณภาพการบริการสามารถสะท้อนถึงการรับรู้ของผู้ใช้บริการต่อมาตรฐานของการให้บริการที่เหนือกว่าหรือแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นซึ่งสามารถประเมินได้จากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับประสบการณ์ที่ได้รับจริงในระหว่างการใช้บริการ (Udayalakshmi, & Sridevi, 2023) หากบริการที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการนั้นย่อมสะท้อนถึงคุณภาพการบริการที่ไม่เพียงพอและนำไปสู่ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ (วิวัฒน์ อยู่พร้อม และ สุภา ทองคง, 2564) แต่ในทางตรงกันข้ามหากการบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะก่อให้เกิดการรับรู้ถึงคุณภาพการบริการที่ดีและนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งความพึงพอใจดังกล่าวยังส่งผลต่อความเชื่อมั่น

และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ อันเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษฐานลูกค้าและเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร (Fiati, Widowati & Nugraheni, 2023)

ในบริบทของประเทศไทย สหกรณ์บริการถือเป็นรูปแบบองค์กรทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอาชีพและยกระดับคุณภาพชีวิตของสมาชิก โดยมีการจัดตั้งสหกรณ์บริการแห่งแรกในปี พ.ศ. 2484 และมีการพัฒนารูปแบบสหกรณ์บริการในหลากหลายสาขา เช่น สหกรณ์เคหสถาน สหกรณ์แท็กซี่ และสหกรณ์บริการสาธารณสุขปโค โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อส่งเสริมการช่วยเหลือตนเองและการร่วมมือกันของสมาชิกในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (วิฑูรย์ วิทโยภาส, 2564) สำหรับสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด ซึ่งจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2511 เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2522 เป็นองค์กรสหกรณ์ที่ดำเนินกิจการด้านการให้บริการขนส่งมวลชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐมและบริเวณพุทธมณฑล โดยมีสมาชิกจำนวน 100 คน และได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งใน 5 เส้นทาง สหกรณ์ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการจัดระบบการให้บริการรถยนต์โดยสารสาธารณะให้มีมาตรฐานและถูกต้องตามกฎหมาย รวมทั้งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวในพื้นที่ (สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด, 2568) จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ การปรับปรุงระบบการให้บริการ และยกระดับมาตรฐานการให้บริการขนส่งสาธารณะให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม

สมมติฐานการวิจัย

H1 คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด

H2 คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด

H3 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนชนล จำกัด

H4 คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนชนล จำกัด

H5 คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนชนล จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจในมิติของอารมณ์ ความรู้สึก และการตอบสนองต่อความต้องการของบุคคล โดย Irawan, Lusianti & Faidah, (2023) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของมนุษย์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีความรู้สึกด้านบวกมากกว่าด้านลบ และสามารถบรรลุเป้าหมายหรือความต้องการที่ตั้งไว้ ในขณะที่ Lepistö, Saunila & Ukko (2024) อธิบายว่าความพึงพอใจเป็นสภาวะทางจิตใจและอารมณ์ที่เกิดจากการรับรู้ว่าบางสิ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลได้ อีกทั้งยังสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามค่านิยมและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ Minhaj & Khan (2025) ยังมองว่าความพึงพอใจเป็นผลจากแรงจูงใจภายในที่เชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังกับการตอบสนองความต้องการ ซึ่งเมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองแล้วจะก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก เช่น ความสุข ความกระตือรือร้น และแรงจูงใจในการดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับ Mir et.al. (2025) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่ดีของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์ของสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามหรือสูงกว่าความคาดหวัง โดยสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติทั้งด้านบวกและด้านลบของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการประเมินประสบการณ์ การตอบสนองความต้องการ และความคาดหวังของบุคคล ทั้งนี้ระดับของความพึงพอใจอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อม ค่านิยม และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

คุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงระดับประสิทธิภาพในการให้บริการขององค์กรและมีบทบาทโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดย Prabhakaran et.al. (2023) อธิบายว่าคุณภาพการบริการเป็นผลจากการรับรู้และการประเมินของลูกค้าหลังจากได้รับบริการ ซึ่งหากบริการที่ได้รับสอดคล้องหรือสูงกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และการกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับ Fiati, Widowati & Nugraheni (2023) ที่ระบุว่าคุณภาพการบริการหมายถึงระดับของการให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการผ่านองค์ประกอบสำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว ความเป็นรูปธรรม และความเอาใจใส่ในการให้บริการ ในขณะที่ Wider et.al. (2024) อธิบายว่าคุณภาพการบริการเกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้บริโภคกับการรับรู้ต่อบริการที่ได้รับ ซึ่งหากการรับรู้มีค่าเท่ากับหรือสูงกว่าความคาดหวังจะสะท้อนว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ นอกจากนี้ยังมีแนวคิดที่สอดคล้องกันว่า การส่งมอบบริการที่มีคุณภาพเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กร (Ahmad et.al., 2025) และเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างคุณค่า ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ให้บริการ (Walke & Winkler, 2025) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการหมายถึงความสามารถขององค์กรในการส่งมอบบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ ผ่านการให้บริการที่มีความน่าเชื่อถือ ความรวดเร็ว ความเอาใจใส่ และความเป็นรูปธรรม ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น และนำไปสู่การใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยการวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความไว้วางใจ การตอบสนอง ความเชื่อมั่นผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ และความเป็นรูปธรรมของการบริการ ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด

ประชากรในการวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยอ้างอิงข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 (สำนักงานสหกรณ์ นครปฐม, 2567) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมดโดยไม่ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างและไม่มีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีขนาดเล็กและสามารถระบุจำนวนประชากรได้อย่างชัดเจน จึงใช้วิธีการศึกษาจากประชากรทั้งหมดจำนวน 100 คนในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ความไว้วางใจ การตอบสนอง ความเชื่อมั่นผู้รับบริการ ความเอาใจใส่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ และความพึงพอใจ ทั้งนี้ข้อคำถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) ตั้งแต่ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง นอกจากนี้แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) กับกลุ่มประชากร ผลการทดสอบพบว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.843–0.899 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเชื่อถือได้ในระดับสูง (Christmann & Van Aelst, 2006) และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยได้อย่างเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จำนวน 100 ราย ในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิซึ่งได้จากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าและสนับสนุนการวิเคราะห์ผลการวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ

สมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และระดับอิทธิพลของตัวแปรคุณภาพการบริการต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ รวมทั้งใช้ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวในการทดสอบและยืนยันสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาประกอบไปด้วย ผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร และผลการทดสอบสมมติฐาน มีดังนี้

ผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล

ตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปร

ตัวแปร	μ	σ	SK	KU
ความพึงพอใจ (Y_SAF)	4.712	0.356	-0.817	-0.860
ความไว้วางใจ (REA)	4.822	0.328	-1.667	1.310
การตอบสนอง (RES)	4.852	0.316	-1.976	2.448
การให้ความมั่นใจ (AUS)	4.880	0.289	-2.356	4.160
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT)	4.884	0.284	-2.434	4.592
ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (TAG)	4.884	0.298	-2.505	4.682

จากตารางที่ 1 แสดงผลการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูลของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง โดยตัวแปรความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ (Y_SAF) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.712 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.356 ขณะที่ตัวแปรด้านคุณภาพการบริการ ได้แก่ ความไว้วางใจ (REA) การตอบสนอง (RES) การให้ความมั่นใจ (AUS) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT) และความเป็นรูปธรรมในการบริการ (TAG) มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.822–4.884 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.284–0.328 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันในระดับสูง นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness: SK) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง -2.505 ถึง -0.817 และค่าความ

โด่ง (Kurtosis: KU) อยู่ระหว่าง -0.860 ถึง 4.682 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้สำหรับการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Kamkankaew, Thongyoy & Phonrachanon, 2024) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีการแจกแจงใกล้เคียงการแจกแจงแบบปกติ และเหมาะสมสำหรับการนำไปการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณต่อไป

ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปร

ตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร

ตัวแปร	Y_SAF	REA	RES	AUS	EMT	TAG	Tolerance	VIF
Y_SAF	1.000							
REA	0.477**	1.000					0.495	2.022
RES	0.403**	0.688**	1.000				0.360	2.780
AUS	0.464**	0.579**	0.713**	1.000			0.128	7.833
EMT	0.477**	0.481**	0.652**	0.917**	1.000		0.130	7.677
TAG	0.339**	0.438**	0.600**	0.678**	0.735**	1.000	0.431	2.318

หมายเหตุ ** หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.01

จากตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปร พบว่า ตัวแปรคุณภาพการบริการทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนพล จำกัด (Y_SAF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรความไว้วางใจ (REA) และการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.477 รองลงมาคือ การให้ความมั่นใจ (AUS) มีค่าเท่ากับ 0.464 การตอบสนอง (RES) มีค่าเท่ากับ 0.403 และความเป็นรูปธรรมในการบริการ (TAG) มีค่าเท่ากับ 0.339 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพการบริการในแต่ละด้านมีแนวโน้มสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับระดับความพึงพอใจของสมาชิก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกัน พบว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.438–0.917 อย่างไรก็ตาม ผลการตรวจสอบปัญหาความสัมพันธ์พหุคูณ (Multicollinearity) พบว่าค่าความทนทาน (Tolerance) อยู่ระหว่าง 0.128–0.495 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 และค่าปัจจัยการขยายความแปรปรวน (VIF) อยู่ระหว่าง 2.022–7.833 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้

เห็นว่า ตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง (Kamkankaew, Thongyoy & Phonracharnon, 2024) และสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณต่อไป

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม ความพึงพอใจ (Y_SAF)				
	b	SE	β	t	p-value
a(constant)	1.156	0.587		1.970	0.048
ความไว้วางใจ (REA)	0.404	0.132	0.373	3.069	0.003*
การตอบสนอง (RES)	-0.047	0.161	-0.041	-0.291	0.772
การให้ความมั่นใจ (AUS)	-0.150	0.294	-0.122	-0.510	0.611
การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT)	0.623	0.297	0.497	2.099	0.038*
ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (TAG)	-0.098	0.156	-0.082	-0.630	0.530
$R = 0.560$ $R^2 = 0.314$ $R^2_{\text{change}} = 0.277$ $F = 8.596$ Sig ของ $F = 0.000$ Durbin-Watson = 1.929					

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเพื่อตรวจสอบอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด พบว่า แบบจำลองการถดถอยมีความเหมาะสมในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.560 และมีค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (R^2) เท่ากับ 0.314 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ได้ร้อยละ 31.40 และเมื่อพิจารณาค่า R^2_{change} เท่ากับ 0.277 สะท้อนให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีส่วนช่วยเพิ่มความสามารถในการอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ผลการทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองด้วยค่า F พบว่ามีค่าเท่ากับ 8.596 และมีค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ

(Sig) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการถดถอยมีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งค่าดัชนี Durbin-Watson เท่ากับ 1.929 ซึ่งอยู่ในช่วงใกล้เคียง 2 แสดงว่าข้อมูลไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันของค่าความคลาดเคลื่อน (Autocorrelation)

เมื่อพิจารณาผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) ที่ระบุว่าคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด พบว่า ตัวแปรความไว้วางใจ (REA) มีค่า b เท่ากับ 0.404 ค่า SE เท่ากับ 0.132 และมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.373 โดยมีค่า t เท่ากับ 3.069 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงสามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัย H1

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) ที่ระบุว่าคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด พบว่า ตัวแปรการตอบสนอง (RES) มีค่า b เท่ากับ -0.047 ค่า SE เท่ากับ 0.161 และมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.041 โดยมีค่า t เท่ากับ -0.291 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.772 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H2

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 (H3) ที่ระบุว่าคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด พบว่า ตัวแปรการให้ความมั่นใจ (AUS) มีค่า b เท่ากับ -0.150 ค่า SE เท่ากับ 0.294 และมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.122 โดยมีค่า t เท่ากับ -0.510 และมีค่า p -value เท่ากับ 0.611 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H3

ในส่วนของการทดสอบสมมติฐานที่ 4 (H4) ซึ่งระบุว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่หรือการเข้าใจและรู้จักลูกค้าส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด พบว่า ตัวแปรการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT) มีค่า b เท่ากับ 0.623 ค่า SE เท่ากับ 0.297 และมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.497 โดยมีค่า t เท่ากับ

2.099 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงสามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัย H4

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 (H5) ซึ่งระบุว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุتمณฑล จำกัด พบว่า ตัวแปรความเป็นรูปธรรมในการบริการ (TAG) มีค่า b เท่ากับ -0.098 ค่า SE เท่ากับ 0.156 และมีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) เท่ากับ -0.082 โดยมีค่า t เท่ากับ -0.630 และมีค่า p-value เท่ากับ 0.530 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมในการบริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นจึงไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย H5

เมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ พบว่า ตัวแปรการเข้าใจและรู้จักลูกค้า (EMT) มีค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (β) สูงที่สุดเท่ากับ 0.497 รองลงมาคือ ตัวแปรความไว้วางใจ (REA) ซึ่งมีค่า β เท่ากับ 0.373 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความเอาใจใส่ต่อสมาชิกและการสร้างความไว้วางใจในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุتمณฑล จำกัด

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$YSAF = 1.156 + 0.404 (REA) - 0.047 (RES) - 0.150 (AUS) + 0.623 (EMT) - 0.098 (TAG)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$ZYSAF = 0.373 (ZREA) - 0.041 (ZRES) - 0.122 (ZAUS) + 0.497 (ZEMT) - 0.082 (ZTAG)$$

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยอิทธิพลของอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุتمณฑล

สมมติฐานการวิจัย	ผลการวิจัย
H1 คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุتمณฑล จำกัด	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

H2 คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุสมมติฐานจำกัด	ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
H3 คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อมั่นผู้รับบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุสมมติฐานจำกัด	ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
H4 คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุสมมติฐานจำกัด	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
H5 คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุสมมติฐานจำกัด	ไม่ยอมรับสมมติฐานการวิจัย

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุสมมติฐานจำกัด สามารถอธิบายได้จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 (H1) ซึ่งพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อผู้ใช้บริการรับรู้ถึงความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความสม่ำเสมอในการให้บริการขององค์กร ย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการและนำไปสู่ระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น ทั้งนี้ ความไว้วางใจถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดทัศนคติเชิงบวกต่อองค์กรและประเมินประสบการณ์การให้บริการในระดับที่น่าพึงพอใจ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภักธรปภา เชวงทรัพย์ ปฎิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2564) ภพนพิฐู สีดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) สุภัตสร หน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำชันแก้ว (2568) ที่ชี้ให้เห็นว่าคุณภาพการบริการโดยเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือสามารถส่งเสริมความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Singh et.al. (2023) Venkatakrishnan, Alagiriswamy & Parayitam (2023) Kim & Yum (2024) ที่พบว่ามิติของความน่าเชื่อถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถอธิบายระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 (H2) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนชนล จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัยได้ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้การตอบสนองจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งของคุณภาพการบริการ แต่ในบริบทของบริการในรูปแบบสหกรณ์ สมาชิกอาจมิได้ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วหรือความฉับไวในการให้บริการเป็นปัจจัยหลักในการประเมินความพึงพอใจ หากแต่ให้น้ำหนักกับปัจจัยอื่นที่สะท้อนความมั่นคงและความเชื่อถือของการให้บริการมากกว่า เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับระบบการให้บริการของสหกรณ์และมีความสัมพันธ์กับองค์กรอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้ความแตกต่างในด้านการตอบสนองไม่ได้ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจอย่างเด่นชัด อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้มีความแตกต่างจากการศึกษาของ ภัทธภา เสงษ์ทรัพย์ ภูมิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2564) อับบาส พาลีเขตต์ (2565) ภพนพิฐ สีสดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) สุภัสสร นน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว (2568) ที่พบว่าการตอบสนองเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าอิทธิพลของมิติการตอบสนองอาจแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจ ประเภทของบริการ และความคาดหวังของผู้ใช้บริการในแต่ละบริบท

ในส่วนของผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 (H3) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพหุชนชนล จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัยได้ ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า แม้มิติของการให้ความมั่นใจจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพการบริการในเชิงทฤษฎี แต่ในบริบทของสหกรณ์รถยนต์โดยสาร สมาชิกอาจมองว่าการให้ความมั่นใจเป็นมาตรฐานพื้นฐานของการให้บริการที่ควรมีอยู่แล้ว จึงมิได้ใช้มิตินี้เป็นเกณฑ์สำคัญในการประเมินความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องระหว่างสมาชิกกับองค์กรอาจทำให้เกิดความเชื่อมั่นในระดับหนึ่งอยู่ก่อนแล้ว ส่งผลให้ความแปรผันของตัวแปรด้านการให้ความมั่นใจไม่มากพอที่จะอธิบายความแตกต่างของความพึงพอใจได้อย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้แตกต่างจากงานวิจัยของ ภัทธภา เสงษ์ทรัพย์ ภูมิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2564) ภพนพิฐ สีสดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) ขวัญเรือน ชัยนันท์ เจตต์ชัยญา บุญเฉลียว พรสุข หุ่นนิรันดร์ และ ธาวารี ชันสำโรง (2568) สุภัสสร นน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำขันแก้ว (2568) ที่พบว่าการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ยังสามารถอธิบายให้สอดคล้องกับแนวคิดของ

Udayalakshmi & Sridevi (2023) ที่เสนอว่าคุณภาพการบริการโดยรวมเป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจ แต่ระดับอิทธิพลของแต่ละมิติอาจแตกต่างกันไปตามบริบทขององค์กรและลักษณะของบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 (H4) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเอาใจใส่หรือการเข้าใจและรู้จักลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัยได้ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะของสมาชิก การรับฟังความคิดเห็น และการแสดงออกถึงความใส่ใจต่อผู้ใช้บริการแต่ละราย เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับความพึงพอใจของสมาชิกได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของบริการในรูปแบบสหกรณ์มีความใกล้ชิดระหว่างองค์กรกับสมาชิกค่อนข้างสูง สมาชิกจึงให้ความสำคัญกับความรู้สึกของการได้รับการดูแลและเข้าใจจากองค์กร ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรปภา เสงวทรัพย์ ภูมิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2564) ภพนพิฐ สีดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) สุภัสสร หน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำชันแก้ว (2568) Singh et.al. (2023) Venkatakrishnan, Alagiriswamy & Parayitam (2023) Kim & Yum (2024) ที่พบว่าด้านความเอาใจใส่หรือการเข้าใจผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการในธุรกิจบริการ

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 (H5) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงไม่สามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัยได้ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า แม้องค์ประกอบด้านความเป็นรูปธรรม เช่น สภาพแวดล้อมทางกายภาพ อุปกรณ์ เครื่องมือ หรือภาพลักษณ์ภายนอกของการให้บริการ จะช่วยสร้างการรับรู้เบื้องต้นแก่ผู้ใช้บริการ แต่ในบริบทของสหกรณ์รถยนต์โดยสาร สมาชิกอาจให้ความสำคัญกับคุณค่าที่ได้รับจากการใช้บริการจริงมากกว่าการประเมินองค์ประกอบทางกายภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมาชิกมีความคุ้นเคยกับบริบทขององค์กรและมองว่าความเป็นรูปธรรมเป็นเพียงมาตรฐานพื้นฐานของการให้บริการ มิใช่ปัจจัยที่สร้างความแตกต่างของระดับความพึงพอใจอย่างชัดเจน ผลการศึกษานี้จึงแตกต่างจากงานวิจัยของ ภัทรปภา เสงวทรัพย์ ภูมิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก (2564) เยาวธิดา สุริจกหงส์ และ รัชดา ภักดียิ่ง (2565) ภพนพิฐ สีดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงสิริ (2566) สุภัสสร หน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำชันแก้ว (2568) ที่พบว่าความ

เป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ยังสามารถอธิบายได้ว่าในธุรกิจบริการบางประเภท โดยเฉพาะองค์กรที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวกับผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมักเกิดจากประสบการณ์การใช้บริการจริง ความน่าเชื่อถือของระบบบริการ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสมาชิกมากกว่าการรับรู้ต่อองค์ประกอบทางกายภาพของบริการเพียงอย่างเดียว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของบริบทการให้บริการในระบบสหกรณ์ที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์และความไว้วางใจเป็นสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของคุณภาพการบริการในบริบทขององค์กรรูปแบบสหกรณ์ โดยพบว่าองค์ประกอบของคุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกอย่างมีนัยสำคัญคือด้านความไว้วางใจและด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ให้บริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง ความสม่ำเสมอของการให้บริการ รวมถึงการเข้าใจความต้องการและการดูแลสมาชิกอย่างใกล้ชิด เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจในระบบบริการของสหกรณ์ ในขณะที่องค์ประกอบด้านการตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเป็นรูปธรรมของการบริการกลับไม่พบอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาดังกล่าวจึงก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ชี้ให้เห็นว่าในบริบทขององค์กรบริการที่มีความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างองค์กรกับผู้ให้บริการ เช่น สหกรณ์ ความพึงพอใจของสมาชิกมิได้เกิดจากมิติของคุณภาพการบริการทุกด้านตามแนวคิด SERVQUAL อย่างเท่าเทียมกัน แต่เกิดจากมิติที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงความไว้วางใจและการดูแลสมาชิกเป็นหลักซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกกับองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อการประเมินคุณภาพการบริการและระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระบบสหกรณ์

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการบางด้านมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านความไว้วางใจและด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ในขณะที่คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง ด้านการให้ความ

มั่นใจ และด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ความเข้าใจในความต้องการของสมาชิก และการให้บริการที่สร้างความไว้วางใจแก่สมาชิก เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับความพึงพอใจของสมาชิกสหกรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะการวิจัยสำหรับ **สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด** ได้แก่ 1. สหกรณ์ฯ ควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง รักษามาตรฐานของการให้บริการที่มีความถูกต้อง โปร่งใส และสม่ำเสมอ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การดำเนินงาน และการสื่อสารข้อมูลแก่สมาชิกอย่างชัดเจนและตรวจสอบ 2. สหกรณ์ฯ ยังคงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการตอบสนองต่อสมาชิกในระดับที่เหมาะสม ทั้งในด้านการให้ข้อมูล การแก้ไขปัญหา และการประสานงานต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นให้การบริการมีความชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้น 3. สหกรณ์ฯ ควรพิจารณาพัฒนารูปแบบการสื่อสารกับสมาชิกให้มีความชัดเจนและเข้าถึงได้มากยิ่งขึ้น โดยเน้นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการให้บริการ กฎระเบียบ หรือสิทธิประโยชน์ของสมาชิกอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจต่อระบบการดำเนินงานของสหกรณ์ 4. สหกรณ์ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนารูปแบบการให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะของสมาชิกแต่ละราย โดยส่งเสริมให้บุคลากรมีทักษะในการสื่อสาร การรับฟังความคิดเห็น และการให้คำปรึกษาแก่สมาชิกอย่างเหมาะสม 5. สหกรณ์ฯ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม สะอาด และเอื้อต่อการใช้บริการของสมาชิก เนื่องจากองค์ประกอบทางกายภาพของการบริการแม้จะไม่ใช่อุปสรรคหลักในการกำหนดความพึงพอใจ แต่ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรและช่วยสนับสนุนประสบการณ์การใช้บริการโดยรวมของสมาชิก สำหรับ **ข้อเสนอแนะการวิจัยสำหรับองค์กรธุรกิจบริการ** ได้แก่ 1. องค์กรธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพการให้บริการด้านความไว้วางใจอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าความไว้วางใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ควรดำเนินการพัฒนาระบบการให้บริการให้มีความถูกต้อง โปร่งใส และมีมาตรฐานที่สม่ำเสมอซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความยั่งยืนของธุรกิจบริการในระยะยาว 2. ธุรกิจบริการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาการให้บริการที่สะท้อนถึงความเอาใจใส่และความเข้าใจต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ องค์กรควรส่งเสริมให้บุคลากรมี

ทักษะด้านการสื่อสาร การรับฟัง และการให้บริการที่คำนึงถึงความต้องการเฉพาะของผู้ใช้บริการแต่ละราย รวมทั้งควรพัฒนาระบบการติดตามความต้องการและปัญหาของผู้ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง สำหรับข้อเสนอแนะการวิจัยสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ 1. ควรขยายกรอบแนวคิดให้ครอบคลุมตัวแปรอื่นที่อาจมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของสมาชิกเพิ่มเติมจากมิติคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะด้านการตอบสนอง การให้ความมั่นใจ และความเป็นรูปธรรมของการบริการซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจของสมาชิกสภรณอาจเกิดจากปัจจัยเชิงบริบทหรือปัจจัยแวดล้อมอื่นร่วม 2. ควรขยายขอบเขตด้านประชากรและวิธีการวิจัยให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยอาจศึกษาเปรียบเทียบกับสภรณประเภทอื่น องค์การบริการในบริบทที่แตกต่างกัน หรือจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของสมาชิกเพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยด้านคุณภาพการบริการแต่ละมิติมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจแตกต่างกันหรือไม่ซึ่งจะช่วยให้การตีความผลการวิจัยมีความลุ่มลึกมากขึ้น และสามารถนำไปใช้พัฒนาแนวทางการบริหารคุณภาพการบริการให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของผู้ใช้บริการในแต่ละบริบทได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

- เยาวธิดา สุริจักหงส์ และ รัชดา ภักดียิ่ง. (2565). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่นฝาง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(11), 1–16.
- ขวัญเรือน ชัยนันท์, เจตต์ชญญา บุญเฉลียว, พรสุข หุ่นรินทร์ และ สุวารี ชันสำโรง. (2568). การเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้บริการ Telemedicine ระหว่างโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19: กรณีศึกษาโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม*, 3(2), 125–146.
- ธนาคารกรุงไทย. (2568, 24 พฤศจิกายน). แนวโน้มธุรกิจขนส่งผู้โดยสารทางถนน (Industry Analysis & ESG Reports). Krungthai COMPASS.
- ภวนิพัทธ์ สีดี และ บุญเลิศ วงศ์เจริญแสงศิริ. (2566). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพบริการของคิออสจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 9(3), 370–383.

- ภัทรปภา เสงขทรัพย์, ปฏิมา รุ่งเรือง และ ภูษิตย์ วงษ์เล็ก. (2564). คุณภาพการให้บริการที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลจุฬารัตน์ 3 อินเตอร์เนชั่นแนล. *Southeast Bangkok Journal*, 7(2), 64–81.
- วิฑูรย์ วิทยภาส. (2564). หลักการสหกรณ์ต่อวิถีประชาธิปไตย. *วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ*, 2(1), 122–131.
- วิวัฒน์ อยู่พร้อม และ สุภา ทองคง. (2564). คุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้ไฟฟ้าประเภทอยู่อาศัยในพื้นที่บริการของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคอำเภอเมืองปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 8(1), 18–30.
- สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด. (2568). รายงานประจำปีสหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด. นครปฐม: สหกรณ์รถยนต์โดยสารพุทธมณฑล จำกัด.
- สุภัทสร หน่อแก้ว และ พงศ์ศิริ คำชื่นแก้ว. (2568). อิทธิพลของคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้มารับบริการ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สาขาลี้ จังหวัดลำพูน. *วารสารสหศาสตร์การพัฒนาสังคม*, 3(6), 593–609.
- อัปباس พาลีเขตต์. (2565). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้มาใช้บริการที่פקในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 24(2), 125–136.
- Ahmad, P., Ram, N., Shekhar Bellamkonda, R., & Kumar, A. (2025). Consumer satisfaction and reuse intention of food delivery apps: integration of service quality model and expectation confirmation theory. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 1-29.
- Albarq, A. N. (2023). The impact of CKM and customer satisfaction on customer loyalty in Saudi banking sector: The mediating role of customer trust. *Administrative Sciences*, 13(3), 90.
- Christmann, A., & Van Aelst, S. (2006). Robust estimation of Cronbach's alpha. *Journal of multivariate analysis*, 97(7), 1660-1674.

- Fiati, R., Widowati, W., & Nugraheni, D. M. K. (2023). Service quality model analysis on the acceptance of information system users' behavior. *Indones. J. Electr. Eng. Comput. Sci*, 30(1), 444.
- Irawan, A., Lusianti, D., & Faidah, F. (2023). Customer satisfaction in the era of competition 5.0. *Journal of Applied Business and Technology*, 4(2), 144-154.
- Kamkankaew, P., Thongyoy, P., & Phonracharnon, Y. (2024). From Clicks to Satisfaction: A Study on How Customer-Based Brand Equity Shapes Customer Satisfaction in Online Food Delivery Realm for Generation Z in Lampang Province, Thailand. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 4(2), 109-124.
- Kim, J., & Yum, K. (2024). Enhancing continuous usage intention in e-commerce marketplace platforms: The effects of service quality, customer satisfaction, and trust. *Applied Sciences*, 14(17), 7617.
- Lepistö, K., Saunila, M., & Ukko, J. (2024). Enhancing customer satisfaction, personnel satisfaction and company reputation with total quality management: combining traditional and new views. *Benchmarking: An International Journal*, 31(1), 75-97.
- Minhaj, S. M., & Khan, M. A. (2025). Dimensions of E-Banking and the mediating role of customer satisfaction: A structural equation model approach. *International Journal of Business Innovation and Research*, 36(1), 42-57.
- Mir, A. A., Bhat, A. A., Al-Adwan, A. S., Farooq, S., Jamali, D., & Malik, I. A. (2025). Green banking practices and customer satisfaction-way to green sustainability. *Innovation and Green Development*, 4(2), 100221.
- Prabhakaran, P., Anandakumar, S., Priyanka, E. B., & Thangavel, S. (2023). Development of service quality model computing ridership of metro rail system using fuzzy system. *Results in Engineering*, 17, 100946.

- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457-3464.
- Udayalakshmi, C., & Sridevi, J. (2023). Service quality models: A review with respect to fast food restaurants. *BOHR International Journal of Social Science and Humanities Research*, 2(1), 92-96.
- Venkatakrishnan, J., Alagiriswamy, R., & Parayitam, S. (2023). Web design and trust as moderators in the relationship between e-service quality, customer satisfaction and customer loyalty. *The TQM Journal*, 35(8), 2455-2484.
- Walke, F., & Winkler, T. J. (2025). Assessing omnichannel service quality in the public sector. *Public Administration*, 103(2), 581-599.
- Wider, W., Tan, F. P., Tan, Y. P., Lin, J., Fauzi, M. A., Wong, L. S. & Hossain, S. F. A. (2024). Service quality (SERVQUAL) model in private higher education institutions: A bibliometric analysis of past, present, and future prospects. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100805.