

**ความคาดหวังในคุณภาพและการรับรู้คุณค่าบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีการใช้บริการรถตู้โดยสาร**
Quality Expectation and Service Perception of Silpakorn University Students Phetchaburi
Information Technology Campus That has to use the passenger van service

ปิยาภรณ์ ชินวงศ์พรหม¹ นพดล โตวิชัยกุล²

Piyaporn Chinwongprom Nopadon and Towichaikun

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

fahpiyaporn25@gmail.com



บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ที่มีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพและคุณค่าของการบริการ 2) เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังของผู้โดยสาร คุณภาพของการบริการ และคุณค่าของการบริการที่ได้รับจากการให้บริการรถตู้โดยสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และความคาดหวังต่อการรับรู้คุณค่าการบริการที่ผู้โดยสารได้รับที่มีการใช้บริการรถตู้โดยสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 20-21 ปี ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 คณะวิทยาการจัดการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-8,000 บาท ความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน ส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีการใช้บริการรถตู้โดยสาร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.29 คือ ความคาดหวังว่ารถตู้โดยสารจะมีลักษณะสมบูรณ์ปลอดภัยก่อนที่จะขึ้นใช้บริการ คุณภาพบริการที่ผู้โดยสารได้รับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 คือ การตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวได้ดี และคุณค่าบริการที่ผู้โดยสารได้รับอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.80 คือ ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสาร มีความเหมาะสมและในส่วนวัตถุประสงค์ข้อที่ 3) ความสัมพันธ์ของความคาดหวังของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารนั้นมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการบริการมากที่สุด ($r = .525$) รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้คุณค่าการบริการ ($r = .511$) และคุณภาพการบริการและคุณค่าการบริการของรถตู้โดยสาร ($r = .853$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความคาดหวัง คุณภาพการบริการ คุณค่าการบริการ

Abstract

This research study is quantitative research. The objectives are 1) to study the personal characteristics that affect the expectation of quality and value of service. 2) To study the expectations of passengers Quality of service And the value of the service received from the passenger van service Silpakorn University Phetchaburi Campus and 3) To study the relationship between expectations of service quality And the expectation of the perceived value of the passenger service on the use of the passenger van service of Silpakorn University students Phetchaburi Information Technology Campus. Data were collected by questionnaires. From a sample of 400 students, the statistics used for analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation. And one-way analysis of variance. And Pearson's correlation.

The results of the research showed that From objective 1) Most of the sample are female, aged between 20-21 years, studying in Year 4, Faculty of Management Science. The average monthly income is 5,000-8,000 baht. The frequency of using the service is 1 time per month. As for objective number 2) the expectation of passengers towards the use of passenger vans is at a high level, averaging a total of 4.29, which is the expectation that the passenger van will look completely safe before boarding the service. The quality of service received by passengers is at a high level, averaging a total of 3.71 is a good response to personal needs. And the perceived value of services received by passengers at a high level, averaging a total of 3.80, which is the cost of using the van service is suitable. And in section 3 objectives), the relationship between the expectations of the passengers to the use of the van is the most correlated with the quality of service ($r = .525$), followed by the relationship between the expectations and Recognition of service value ($r = .511$) and service quality and service value of passenger vans ($r = .853$) respectively.

Keywords: expectation, perceived quality, perceived value

บทนำ

ในทุกการเดินทางในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามเราต่างมองหาช่องทางการขนส่งที่สามารถนำพาไปยังสถานที่ต่างๆ โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทาง การคมนาคมขนส่งทางบกเป็นช่องทางการขนส่งที่ได้รับความนิยมในการใช้มากที่สุด หนึ่งในช่องทางการขนส่งที่มีผู้เลือกใช้บริการ คือ การขนส่งรถตู้โดยสาร เนื่องด้วยเป็นบริการการขนส่งที่แตกต่างจากรูปแบบอื่นตั้งแต่ขนาดยานพาหนะที่มีขนาดเล็กกว่า รถ

โดยสารประจำทาง มีความคล่องตัวมากกว่า สามารถให้บริการในเส้นทางที่รถโดยสารประจำทางไม่สามารถเข้า ถึงได้ โดยรูปแบบของการให้บริการที่เน้นความสะดวกรวดเร็ว และการประหยัดเวลาเป็นหลัก รวมทั้งค่าใช้จ่าย ในการเดินทางที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งในการเลือกใช้บริการนั้นผู้โดยสารจะมีความคาดหวังในสิ่งที่ต้องการต่อการ ใช้บริการที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของคุณภาพในด้านภาพรวมการให้บริการ ความสามารถในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และความปลอดภัย รวมทั้งผลประโยชน์ที่ผู้โดยสารจะได้รับเมื่อ เทียบกับ ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย จึงส่งผลให้การขนส่งรถโดยสารเป็นการบริการขนส่งที่มีผู้เลือกใช้บริการเป็นลำดับต้น ๆ ของการคมนาคมขนส่งทางบก (อริสา วิชาสวัช, 2558)

โดยการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาตามแนวคิดและทฤษฎีคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) โดยคุณภาพการให้บริการนั้นเป็นตัวที่ชี้วัดถึงระดับขั้นของการบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้า และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความต้องการของลูกค้าได้ดีเพียงใด หรืออาจหมายถึง ความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองลูกค้า บนความคาดหวังของลูกค้าคาดหวังไว้ (Lewis & Bloom, 1983) แบ่งเกณฑ์การประเมินความคาดหวังต่อคุณภาพ ออกเป็น 5 ด้าน ดังนี้ ภาพรวมการให้บริการ ความสามารถในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ ความปลอดภัย ส่วนการศึกษาการรับรู้คุณค่าบริการ เป็นการรับรู้คุณค่าด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการ แลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งบริการ โดยเป็นการตกลงกันระหว่างลูกค้าผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ราคาเป็นปัจจัยหนึ่ง ของส่วนประสมการตลาดที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อลูกค้า หากประเมินว่าบริการนั้นมีมูลค่า (Value) และ ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ (Utility) มีความเหมาะสมกับราคาหรือค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป เพื่อให้ได้มาซึ่งการได้รับบริการ (ปิยภา แดงเดช, 2557)

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จัดตั้งวิทยาเขตแห่งใหม่ในพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย 3 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาการจัดการ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และคณะ สัตวศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มีนักศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 5,914 คน (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2562) จากจำนวนนักศึกษาที่มีจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการใช้บริการ เช่น การได้รับบริการอย่างไม่เท่าเทียมกัน จำนวนรถโดยสารที่ให้บริการมีไม่เพียงพอ รวมถึงความปลอดภัยในการใช้บริการ ดังนั้นรถโดยสารจึงมีความจำเป็นอย่าง ยิ่งสำหรับนักศึกษา เนื่องจากการขนส่งที่อำนวยความสะดวกสูงสุด แต่อย่างไรก็ตามเนื่องด้วยจำนวนปริมาณการ ให้บริการมีจำนวนที่เยอะเกินไป อาจส่งผลให้มีปัญหาในด้านความปลอดภัย และคุณภาพการให้บริการโดยรวม ทำให้ ยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ดีเท่าที่ควร

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในส่วนของความคาดหวังในคุณภาพและการรับรู้คุณค่าบริการของ นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีต่อการใช้บริการรถโดยสาร ผู้วิจัยมุ่งหวังว่า ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ทำให้ผู้ประกอบการรถโดยสาร ได้รับรู้ถึงความคาดหวังในด้านของคุณภาพและคุณค่า การบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการมากขึ้น ส่งผลให้นำไปสู่การปรับปรุงพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดีที่สุด และป้องกันแก้ไขข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในขณะการเดินทาง เพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบาย และมีความ พึงพอใจในการใช้บริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลที่มีผลต่อความคาดหวังในคุณภาพและคุณค่าของการบริการ
2. เพื่อศึกษาถึงความคาดหวังของผู้โดยสาร คุณภาพของการบริการ และคุณค่าของการบริการที่ได้รับจากการให้บริการรถตู้โดยสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และความคาดหวังต่อการรับรู้คุณค่าการบริการที่ผู้โดยสารได้รับที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1.ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชากรนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยแบ่งตามคณะ จำนวนทั้งสิ้น 5,914 คน (มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2562) ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane ,1973 อ้างถึงใน ศิริพงศ์ พฤทธิพันธ์, 2553: 204) ที่ใช้หาขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากร โดยคาดว่าสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากรเท่ากับ 0.5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

1.1 สูตรของ ทาโร ยามาเน่

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

โดยกำหนดให้ n = ของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดของประชากร

e = ความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

จากข้อมูล จำนวนนักศึกษารวมของมหาวิทยาลัยศิลปากร ประจำปีการศึกษา (2562) จากประชากรนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีทั้งหมด 5,914 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน $5,914 / 1 + (5,914 \times 0.05^2) = 374.659487$ คน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 375 คน แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลและการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างที่อาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างให้มีจำนวน 400 คน

2.ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาความคาดหวังในคุณภาพและการรับรู้คุณค่าบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสาร

2.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ได้แก่ เพศ อายุ คณะ ระดับชั้นปีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความถี่ในการใช้บริการ

2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ (1) ความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถตู้โดยสาร (2) คุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ ประกอบด้วย คุณภาพในด้านภาพรวมการให้บริการ ความสามารถในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเชื่อถือไว้วางใจ และความปลอดภัย (3) คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ ประกอบด้วย ความสะดวกสบาย ความพึงพอใจในการให้บริการ และความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย

3.ขอบเขตพื้นที่

มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ได้แก่ เพศ อายุ คณะ ระดับชั้นปีการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และความถี่ในการใช้บริการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการรถตู้โดยสาร ได้แก่ ใช้บริการของวินรถตู้โดยสารที่ใดบ่อยที่สุด วัตถุประสงค์ในการใช้ วันที่ใช้บริการ ระยะเวลาในการรอคอย ค่าใช้จ่ายต่อเดือน และระยะเวลาในการเดินทาง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านความคาดหวังของผู้โดยสาร คุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ และการรับรู้คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ

แบบสอบถามดังกล่าวพัฒนาขึ้นจากวิจัยที่เกี่ยวข้องและทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่ใช้บริการรถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 30 คน จากนั้นได้ทำการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient; α) ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีค่าเท่ากับ 0.945 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความน่าเชื่อถือได้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544)

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ(Primary Data) คือ เป็นแหล่งข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามให้แก่ ผู้ที่เคยใช้บริการรถตู้โดยสาร ในเขตพื้นที่มหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามในวันที่ 11 พฤศจิกายน – 10 ธันวาคม 2562 เพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

2.2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ(Secundary Data) คือ เป็นแหล่งข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการศึกษาหนังสือ งานวิจัย ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษา

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามไปคำนวณหาค่าด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติพรรณนาผู้วิจัยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการใช้บริการรถตู้โดยสาร ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์แบบสอบถามด้านความคาดหวังของผู้โดยสาร คุณภาพของบริการ คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความแตกต่าง

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ค่า Independent t- test , One way ANOVA และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับคุณภาพของบริการและความคาดหวังกับการรับรู้คุณค่าของบริการที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากรวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี โดยมีการกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ Best (1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 1.49	น้อยที่สุด
1.50 - 2.49	น้อย
2.50 - 3.49	ปานกลาง
3.50 - 4.49	มาก
4.50 - 5.00	มากที่สุด

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.8) มีช่วงอายุ 20-21 ปี (ร้อยละ 41.8) ศึกษาอยู่ในคณะวิทยาการจัดการ (ร้อยละ 81.0) ศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 4 (ร้อยละ 44.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000-8,000 บาท (ร้อยละ 44.8) มีความถี่ในการใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 39.0)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสาร

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี ส่วนใหญ่ใช้บริการของวินซางกุญบุรี (ร้อยละ 38.5) มีวัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถโดยสารเพื่อเดินทางกลับบ้าน (ร้อยละ 81.5) ใช้บริการในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ (ร้อยละ 52.5) ใช้เวลาในการรอรถตู้ 11-20 นาที (ร้อยละ 28.5) มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ 150-300 บาท (ร้อยละ 63.5) ใช้เวลาในการเดินทาง 2 ชั่วโมงครึ่ง- 3 ชั่วโมง (ร้อยละ 34.3)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพรรณนา ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคาดหวังของผู้โดยสารจากการใช้บริการรถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ความคาดหวังของผู้โดยสาร (Passenger Expectation)	Mean	SD.	ระดับ
1. ท่านคาดหวังคุณภาพโดยรวมของการใช้บริการรถตู้โดยสารเพียงใด	4.36	.725	มาก
2. ท่านคาดหวังว่าการใช้บริการรถตู้โดยสาร จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวของท่านได้ดีเพียงใด	4.18	.854	มาก
3. ท่านคาดหวังว่าบุคลิกลักษณะของคนขับรถตู้โดยสาร จะมีความน่าเชื่อถือ ก่อนที่ท่านจะใช้บริการเพียงใด	4.27	.838	มาก
4. ท่านคาดหวังว่าการใช้บริการรถตู้โดยสาร ตรงตามวัตถุประสงค์การเดินทางของท่าน เพียงใด	4.36	.779	มาก
5. ท่านคาดหวังว่าจะพบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่าง ๆ จากการใช้บริการรถตู้โดยสาร น้อยครั้ง	4.15	1.015	มาก
6. ท่านคาดหวังว่ารถตู้โดยสารจะมีลักษณะสมบูรณ์ปลอดภัย ก่อนที่ท่านจะใช้บริการ	4.44	.827	มาก
รวม	4.29	.642	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีความคาดหวัง ที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสาร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.29 โดยความคาดหวังที่จัดอยู่ในอันดับที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ความคาดหวังว่ารถตู้โดยสารจะมีลักษณะสมบูรณ์ปลอดภัยก่อนที่จะขึ้นใช้บริการ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับการให้บริการ รถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

คุณภาพบริการที่ผู้โดยสารได้รับ (Passenger Perceived Quality)	Mean	SD	ระดับ
1. การให้บริการรถตู้โดยสาร สามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวของท่านได้ดี	3.95	.905	มาก
2. ท่านพบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่าง ๆ จากการใช้บริการรถตู้โดยสารน้อยครั้ง	3.73	.969	มาก
3. ท่านได้รับการให้บริการโดยรวมของบริการรถตู้โดยสารที่ดีมีคุณภาพ	3.83	1.003	มาก
4. สภาพของรถตู้โดยสารที่ท่านใช้บริการ อยู่ในสภาพที่ดี	3.67	1.065	มาก
5. การให้บริการรถตู้โดยสารมีความตรงต่อเวลา	3.49	1.191	ปานกลาง
6. จำนวนเที่ยวรถตู้โดยสารที่ให้บริการมีความเพียงพอกับความต้องการของท่าน	3.57	1.126	มาก
รวม	3.71	.877	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีความคาดหวังต่อคุณภาพบริการของรถตู้โดยสาร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.71 โดยคุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับการใช้บริการรถตู้โดยสารมากที่สุด คือ การให้บริการรถตู้โดยสารสามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวได้ดี

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับการใช้บริการรถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

คุณค่าบริการที่ผู้โดยสารได้รับ (Passenger Perceived Value)	Mean	SD.	ระดับ
1. การบริการที่ได้รับทำให้ท่านได้รับความสะดวกสบาย	3.76	1.080	มาก
2. การบริการที่ได้รับทำให้ท่านพึงพอใจที่ได้ใช้บริการ	3.73	1.052	มาก
3. ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสาร มีความเหมาะสม	3.87	1.025	มาก
4. ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสารเป็นไปตามสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.86	1.022	มาก
5. เมื่อทำการเปรียบเทียบกับคุณภาพการบริการที่ท่านได้รับ ท่านคิดว่า ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสาร มีความเหมาะสม	3.82	1.034	มาก
6. เมื่อทำการเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่าย ท่านคิดว่าคุณภาพการบริการ จากการให้บริการรถตู้โดยสารที่ท่านได้รับ มีความเหมาะสม	3.77	1.044	มาก
รวม	3.80	.934	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีความคาดหวังที่มีต่อคุณค่าบริการของรถตู้โดยสาร อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.80 โดยคุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับการใช้บริการรถตู้โดยสารมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสาร มีความเหมาะสม

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความคาดหวังของคุณภาพและความคาดหวังของคุณค่าการบริการของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่มีต่อการให้บริการรถตู้โดยสาร

ตารางที่ 4 ความคาดหวังของนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีที่มีต่อการให้บริการรถตู้โดยสาร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test และ One Way ANOVA *อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คุณลักษณะส่วนบุคคล	t / F	Sig.	ผลการวิเคราะห์
เพศ	4.099	.044	แตกต่างกัน
อายุ	1.243	.292	ไม่แตกต่างกัน
คณะ	5.106	.006	แตกต่างกัน
ระดับชั้นปีการศึกษา	4.016	.003	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5.738	.001	แตกต่างกัน
ความถี่ในการใช้บริการ	.741	.564	ไม่แตกต่างกัน

จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความคาดหวังในทุกด้าน ยกเว้นในส่วน ของอายุ และความถี่ในการใช้บริการ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5 คุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการให้บริการรถตู้โดยสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	t / F	Sig.	ผลการวิเคราะห์
เพศ	2.272	.132	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	1.070	.371	ไม่แตกต่างกัน
คณะ	5.258	.006	แตกต่างกัน
ระดับชั้นปีการศึกษา	4.799	.001	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	7.262	.000	แตกต่างกัน
ความถี่ในการใช้บริการ	2.619	.035	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อคุณภาพของบริการในทุกด้าน ยกเว้นใน ส่วนของเพศ และอายุ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 6 คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการให้บริการรถตู้โดยสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

คุณลักษณะส่วนบุคคล	t / F	Sig.	ผลการวิเคราะห์
เพศ	.052	.820	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	1.031	.391	ไม่แตกต่างกัน
คณะ	3.594	.028	แตกต่างกัน
ระดับชั้นปีการศึกษา	3.045	.017	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	5.042	.002	แตกต่างกัน
ความถี่ในการใช้บริการ	2.677	.032	แตกต่างกัน

จากตารางที่ 6 ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อคุณค่าของบริการในทุกด้าน ยกเว้นใน ส่วนของเพศ และอายุ ที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และความคาดหวังต่อการรับรู้คุณค่าการบริการที่ผู้โดยสารได้รับ ที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสาร

ปัจจัยด้าน	คุณภาพของบริการที่ได้รับ	คุณค่าของบริการที่ได้รับ
ความคาดหวัง	.525**	.511**
คุณภาพของบริการที่ได้รับ	1	.853**
คุณค่าของบริการที่ได้รับ		1

* มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.05)

r ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติ (p-value < 0.01)

ผลการวิจัยพบว่า จากตารางโดยหาค่าสหสัมพันธ์ Pearson พบว่า ค่า Significant level มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ความคาดหวังของผู้โดยสารกับคุณภาพของบริการที่ได้รับมีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.525 ซึ่งแสดงว่าความคาดหวังของผู้โดยสารและคุณภาพของบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

และความคาดหวังของผู้โดยสารกับคุณค่าของบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.511 ซึ่งแสดงว่าความคาดหวังของผู้โดยสารและคุณค่าของบริการที่ได้รับ มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ส่วนคุณภาพบริการที่ผู้โดยสารได้รับกับคุณค่าบริการที่ผู้โดยสารได้รับ มีความสัมพันธ์กัน โดยเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แล้วพบว่า มีค่า 0.853 ซึ่งแสดงว่าคุณภาพบริการที่ผู้โดยสารได้รับและคุณค่าบริการที่ผู้โดยสารได้รับ มีความสัมพันธ์กัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีระดับความคาดหวังอยู่ในระดับมาก โดยความคาดหวังที่จัดอยู่ในอันดับ ที่มีความคาดหวังมากที่สุด คือ ความคาดหวังว่ารถตู้โดยสารจะมีลักษณะสมบูรณ์ปลอดภัยสร้างความมั่นใจในขณะเดินทางให้กับผู้โดยสารก่อนที่จะขึ้นใช้บริการได้ แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังที่เป็นจุดสำคัญของผู้โดยสาร นั่นคือความปลอดภัยในการใช้บริการรถตู้โดยสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันท์ นิลพวง (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีสาน่งสายใต้ผลการศึกษาพบว่าระดับความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสารสถานีสาน่งสายใต้ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.65) โดยความคาดหวังที่ได้รับการประเมินอยู่ในสามลำดับแรก ได้แก่ การสร้างความมั่นใจในการเดินทางกับรถโดยสารประจำทาง (Mean = 3.82) การปรับอัตราค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้เหมาะสมกับค่า

ครองชีพ (Mean = 3.78) และความเหมาะสมในระหว่างราคาและคุณภาพในการบริการ (Mean = 3.67) ตามลำดับ

ในขณะที่คุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ จากผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการรถตู้โดยสาร อยู่ในระดับมาก โดยคุณภาพของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการรถตู้โดยสารมากที่สุด คือ การให้บริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวของผู้โดยสาร ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจได้ โดยพบว่า การให้บริการโดยรวมของรถตู้โดยสารมีคุณภาพที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรพันธ์ สงวนวงศ์ และคณะ (2561) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คคอนสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีการรับรู้คุณภาพการบริการของเคาน์เตอร์เช็คคอนสายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต ในระดับมาก แยกเป็นรายด้าน พบว่าด้านความเอาใจใส่ มีระดับการรับรู้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการประกันความมั่นใจและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ ตามลำดับ

นอกจากนี้ คุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับ จากผลการวิจัยพบว่าคุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการรถตู้โดยสารนั้นอยู่ในระดับมาก โดยคุณค่าของบริการที่ผู้โดยสารได้รับจากการใช้บริการรถตู้โดยสารมากที่สุด คือ ค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการรถตู้โดยสารมีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธิพร คำประสิทธิ์ (2559) ที่ศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์ นครชัยแอร์ ผลการศึกษาพบว่า เมื่อเรียงตามลำดับของปัจจัยที่มีอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกายภาพและความรวดเร็วในการให้บริการ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจำหน่ายตั๋วโดยสาร โดยที่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และราคาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด เพราะในปัจจุบันมีการแข่งขันในธุรกิจการให้บริการขนส่งผู้โดยสารสูงมาก ซึ่งไม่ใช่เฉพาะการแข่งขันกันในตลาดรถโดยสารประจำทางเท่านั้น แต่รวมไปถึงการเดินทางอื่นๆ ที่ปัจจุบันมีค่าโดยสารใกล้เคียงกัน เช่น รถไฟ หรือ สายการบิน บินราคาต่ำ ในการตัดสินใจใช้บริการแต่ละครั้ง ผู้ใช้บริการจะเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอของผู้ให้บริการแต่ละรายประกอบกับราคาค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง เพื่อดูความคุ้มค่าที่สุดที่ผู้ให้บริการได้รับ โดยนครชัยแอร์ มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการทุกกลุ่ม รวมถึงมีมาตรฐานในการให้บริการและคุ้มค่าใช้จ่าย จึงทำให้ผู้ให้บริการเกิดความพึงพอใจในการให้บริการนครชัยแอร์สูง

ส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการ และความคาดหวังต่อการรับรู้คุณค่าการบริการที่ผู้โดยสารได้รับ จากผลการวิจัยพบว่าผลการวิจัยพบว่าความคาดหวังของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถตู้โดยสารมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารมากที่สุด รองลงมาคือความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับคุณค่าการให้บริการรถตู้โดยสาร และคุณภาพการให้บริการรถตู้โดยสารกับคุณค่าการให้บริการรถตู้โดยสารตามลำดับ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) มีค่าเท่ากับ 1 แสดงความสัมพันธ์ทางบวกหรือทางเดียวกัน ดังนั้นข้อมูลความสัมพันธ์ที่ได้จากผลการวิจัย ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าความคาดหวังของผู้โดยสารสัมพันธ์ต่อคุณภาพการบริการ และความคาดหวังของผู้โดยสารสัมพันธ์ต่อคุณค่าการบริการ จากการให้บริการรถตู้โดยสารมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังของผู้โดยสาร การรับรู้คุณภาพและการรับรู้คุณค่าการบริการที่ผู้โดยสารได้รับส่วนใหญ่อยู่ในระดับที่มาก ดังนั้นทางด้านผู้ประกอบการรถตู้โดยสารจึงควรให้ความสำคัญในการให้บริการในด้านความปลอดภัยในการเดินทาง การตอบสนองต่อความต้องการส่วนตัวของผู้โดยสาร และปรับค่าใช้จ่ายจากการใช้บริการให้มีความเหมาะสมตามสถานะของเศรษฐกิจ ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้โดยสารอยู่เป็นประจำ เพื่อหาวิธีการให้บริการที่ตรงกับความต้องการผู้โดยสาร และควรส่งเสริมมาตรการด้านความปลอดภัยอย่างเข้มงวดเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความมั่นใจว่าจะไม่พบกับความเสี่ยงในขณะใช้บริการ

2. จากผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันในด้านของเพศ อายุ และความถี่ในการใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าในความแตกต่างของคุณลักษณะส่วนบุคคลจะทำให้เกิดความแตกต่างในระดับของความคาดหวังรวมถึงการรับรู้คุณภาพและคุณค่าของการบริการด้วย ดังนั้น ทางด้านผู้ประกอบการรถตู้โดยสารต้องมีการเพิ่มกลยุทธ์ในการให้บริการกับผู้โดยสารที่มีความแตกต่างกันให้เหมาะสม โดยอาจทำการสำรวจถึงเหตุผลและความต้องการของกลุ่มเฉพาะบุคคล ซึ่งผลที่ได้จะนำมาซึ่งการให้บริการที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรขยายขอบเขตพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม หรือทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ต่างๆ เช่น การศึกษาความคาดหวังของกลุ่มนักศึกษาที่ใช้บริการรถตู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานคร เปรียบเทียบกับภาคอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกัน อาจมีความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกัน ส่งผลทำให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมและทำให้ผู้ให้บริการขนส่งตอบสนองต่อ ความต้องการได้ตรงจุด

2. ควรเพิ่มเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเช่น การสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อให้ผลการศึกษา มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น สามารถนำมาแก้ไขและพัฒนารูปแบบการให้บริการ แก่ผู้ให้บริการด้านการขนส่งรถตู้โดยสารต่าง ๆ เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้โดยสาร

Reference

- ธีรพันธ์ สงวนวงศ์ และคณะ. (2561). “การรับรู้คุณภาพการบริการของผู้โดยสารภายในประเทศที่มีต่อเคาน์เตอร์เช็คอิน สายการบินนกแอร์ ประจำสถานีภูเก็ต”. ภูเก็ต : มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ปิยภา แดงเดช. (2557). (12 ธันวาคม 2563).การสรุปการบรรยายของนักศึกษา D.B.A.06. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://aya55ake.wordpress.com/2014/11/19/37/>.
- มหาวิทยาลัยศิลปากร. (2562). (10 พฤศจิกายน).ประวัติสถิตินักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : http://reg4.su.ac.th/registrar/stat_studententry.asp?acadyear=2559&levelid=1.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). **ทฤษฎีการประเมิน**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพงศ์ พงษ์พิพันธุ์. (2553). **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับธุรกิจ**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ฮาซันพริ้นติ้ง.

ลิตธา คำประสิทธิ์. (2559). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถทัวร์นครชัยแอร์”.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนันท์ นิลพวง. (2556). “ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการรถโดยสาร
สถานีขนส่งสายใต้”. กาญจนบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.

อลิสรา วิภาสวัช. (2558). “การศึกษาคุณภาพการบริการของรถตู้โดยสารสายกรุงเทพฯ-พัทยา เพื่อพัฒนา
คุณภาพการให้บริการของรถตู้โดยสาร”. ชลบุรี : ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

Best, J. W. (1981). **Research in education (4thed.)**. New Jersey: Prentice Hall.

Lewis, R.C. and Blooms, B.H. (1983). **The marketing aspects of service quality**. In Berry, L.,

Shostack, G. and Upah, G. (Eds). **Emerging Perspectives on Services Marketing**, American Marketing
Association. Chicago, IL.