

รูปแบบที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจการเช่าซื้อ
รถบัสโดยสารไม่ประจำทาง: การเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง
ในกรุงเทพมหานคร*

THE PATTERN THE AFFECTS THE SUCCESS OF ENTREPRENEURS
IN THE BUS: AFFECTING THE ENTREPRENEURIAL SUCCESS
IN BANGKOK METROPOLITAN

สุรัชย์ สุทธีวรชัย

Surachai Suthivorachai

ฤเดช เกิดวิชัย

Luedech Girdwichai

สุรมน จันทรเจริญ

Suramon Chancharoen

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: surachai.mor@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของปัจจัย สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ 3) พัฒนาข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการ ที่ทำให้เกิดผลสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมวิธี เครื่องมือคือ แบบสอบถาม มีการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญและหาค่าดัชนีความสอดคล้องความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.979 และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง ผู้ใช้บริการและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 25 เท่าของตัวแปรประจักษ์ จำนวน 15 ตัวแปร ได้กลุ่มตัวอย่างคือ 375 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้อง คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 10 คน วิเคราะห์เนื้อหาเสนอแบบเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง

* Received 6 August 2020; Revised 13 September 2020; Accepted 14 September 2020



อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด 2) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง ได้แก่ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์การตลาด โดยกลยุทธ์การตลาดมีความสัมพันธ์และอิทธิพลทางตรงเท่านั้น ส่วนการบริหารจัดการ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์และอิทธิพลโดยตรง และโดยอ้อม 3) ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขึ้นกับลำดับความสำคัญที่มีอิทธิพล

คำสำคัญ: รูปแบบที่มีผลต่อความสำเร็จ, ผู้ประกอบการ, ธุรกิจการเข้าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง

Abstract

The objectives of this article were to: 1) Study the level of factors business competitiveness entrepreneurial, management, entrepreneurial characteristic, strategic marketing and entrepreneurial success, hire purchase of non-regular routes buses. 2) Study the factors the influence of business competitiveness entrepreneurial success. 3) To develop, introduce, manage for the success of entrepreneurs hire purchase non-regular routes buses. The research was mixed methods research. Tool is the questionnaire was checked by experts and the reliability index of the tool was obtained. Cronbach's Alpha = 0.979 and interview forms Structured. The population of this research is group of entrepreneurial, customer and official staff. Sample size determined on 25 times at 15 observation variables were 375, data were analyzed by descriptive statistics and path analysis from structural equation modeling (SEM). The qualitative study conducted via in-depth interviewing and document reviews; the key informants compose of 10 participants. The results of the research showed that 1) The level of business competitiveness, entrepreneurial management, entrepreneurial characteristic, strategic marketing and entrepreneurial success were at high level together. 2) The factor of entrepreneurial success can be ranking as follow, business competitiveness, entrepreneurial management, entrepreneurial characteristics and strategic marketing were influence to entrepreneurial success. The strategic marketing was relative and direct effect, the other factor were relative and direct-indirect effect to entrepreneurial success. 3) From the causal model were found that the success of entrepreneurs depended on the most influence factor



Keywords: The Pattern The Affects The Success, Entrepreneurs, Hire Purchase of Non-Regular Routes Buses

บทนำ

การขนส่งเป็นการเคลื่อนย้ายมนุษย์ สัตว์ และสินค้า จากสถานที่หนึ่งไปสู่จุดหมายปลายทาง การขนส่งมีความสำคัญทางการค้า การพัฒนาอารยธรรม เศรษฐกิจ และโลกาภิวัตน์ หน้าที่หลักของการขนส่งคือ การถ่ายโอนข่าวสาร และข้อมูลด้วยความรวดเร็ว ทั้งยังมีความจำเป็นในการเคลื่อนย้ายกองทหารในกรณีฉุกเฉิน และการเคลื่อนย้ายผู้คนและสินค้าจากการพัฒนาเครื่องยนต์ สันดาปและรถยนต์ ประมาณปี ค.ศ. 1907 การขนส่งทางถนนได้ขยายตัวพร้อมกับการกำเนิดการขนส่งเอกชน (Coyle J. J. et al., 2006) การขนส่งได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยแบ่งออกเป็นประเภทคือ ทางอากาศ ทางบก ทางน้ำ ทางสายเคเบิล ทางท่อลำเลียง และทางอวกาศ (ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิमितภูวดล, 2557) ในประเทศไทย การขนส่งโดยรถโดยสารสาธารณะได้ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.1930 (พ.ศ.2493) และได้รับความนิยมสูงสุดทั้งในกรุงเทพมหานครและการเดินทางไกลระหว่างจังหวัด (Just Landed, 2018) เพราะมีเครือข่ายถนนและได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วตามขนาดของประชาชนที่เพิ่มขึ้น (Kakizaki I., 2014) มีคำศัพท์ที่นิยมใช้กับการจัดการการขนส่งผู้โดยสารสินค้า และทรัพยากรอย่างอื่นจากจุดต้นทางไปยังจุดบริโภคตามความต้องการของลูกค้า คือ โลจิสติกส์ (Logistics) (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2560) โลจิสติกส์การท่องเที่ยวโดยใช้รถบัสมีความสำคัญยิ่งในการขนส่งนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวโดยสะดวก แต่การจัดการในด้านโลจิสติกส์โดยใช้รถบัสเพื่อการท่องเที่ยวแตกต่างจาก โลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมอื่น เพราะเป็นกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกและต้องการได้รับการบริการที่มีประสิทธิภาพในทุก ๆ ขั้นตอนการเคลื่อนย้ายทั้งด้านเวลา ต้นทุน และความพึงพอใจสูงสุด (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2550)

สถานภาพของประเด็นความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารโดยรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง ทั้งผู้ประกอบการ สัญชาติไทยและผู้ประกอบการที่มีต่างชาติเป็นหุ้นส่วน มีความแตกต่างกันในด้านบุคลากร ด้านการตลาดและด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะด้านการเงิน สถานประกอบการสัญชาติไทยไม่มีความสามารถในการแข่งขันกับสถานประกอบการที่มีต่างชาติเป็นหุ้นส่วนได้ (ณภัทร เลขาวัฒนะและศิริตล ศิริธร, 2556)

อุปสรรคของสถานประกอบการสัญชาติไทย คือการบริหารจัดการ การวางนโยบายของภาครัฐ ไม่ได้เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินงาน ทำให้นโยบายบางอย่างไม่สามารถนำมาใช้ในทางปฏิบัติได้ เช่น ข้อกำหนด กฎ ระเบียบของรัฐที่กำหนดให้มีการตรวจสอบสภาพรถทุก 6 เดือน ซึ่งมีความยุ่งยาก และหน่วยงานของรัฐเองก็ไม่มีศักยภาพที่จะรองรับการตรวจได้เพียงพอ ทำให้ต้องเสียเวลา ส่วนการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปยัง



ประเทศเพื่อนบ้านมีอุปสรรคมาก มีการห้ามหรือมีข้อกำหนดที่เคร่งครัดในการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปยังประเทศเพื่อนบ้าน โดยกฎหมายของประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซีย ลาว ฯลฯ รถที่จะข้ามเข้าไปต้องเตรียมการขออนุญาตล่วงหน้าไว้เป็นระยะเวลานานพอสมควร ทำให้ไม่สะดวกและยืดหยุ่น ในขณะที่ประเทศเหล่านั้นสามารถเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างเสรี และการเรียกเก็บภาษีเงินได้และภาษีนำเข้ารถสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ที่เกิดขึ้น (ธิดาภรณ์ ไชยวงศ์, 2560)

จะเห็นได้ว่า ธุรกิจการเช่าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางที่มีผู้ประกอบการสัญชาติไทย ดำเนินการอยู่ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการท่องเที่ยว สร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ รวมทั้งยังเป็นการวางรากฐาน และสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจ เริ่มจากยุทธศาสตร์การพัฒนา เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของชาวไทย ปัจจัยต่าง ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องในธุรกิจนี้ สมควรได้รับการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม จึงมีความจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์ใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการรถโดยสารไม่ประจำทาง ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการที่เป็นผู้โดยสาร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้ประโยชน์และนำไปสู่การปฏิบัติได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของปัจจัย สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเช่าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการ ที่ทำให้เกิดผลสำเร็จของผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ นำการวิจัยเชิงคุณภาพ และศึกษาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การสร้างแบบสอบถามโดยครอบคลุมกรอบแนวความคิดในการวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่



ปรึกษาทั้ง 2 ท่านและผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญอีก 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ได้นำแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 81 คำถาม (สถานภาพทั่วไป 6 คำถามเพื่อการวิจัย 75 คำถาม) และนำแบบสอบถามไปทดสอบโดยการทำ Pre - Test จำนวน 35 ชุด ไปหาค่าดัชนีความสอดคล้อง เพื่อวิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ได้ค่า Cronbach's Alpha = 0.979 สำหรับการวิจัยคุณภาพ เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้างเพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึก (In Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์จำนวน 10 คน โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สำหรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการ และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ 424 ตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์ 20 -25 เท่าของตัวแปรประจักษ์ จำนวน 15 ตัวแปร วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

คัดเลือกแบบเจาะจงตามวัตถุประสงค์จำนวน 10 คน ประกอบไปด้วย อดีตผู้บริหารระดับสูงของกรมการขนส่งทางบก ประธานกรรมการธนาคารอาคารสงเคราะห์ CEO ของบริษัทที่เกี่ยวข้อง ประธานกรรมการบริษัทในระบบขนส่ง 5.กรมการฝ่ายจัดการบริษัททางการเงิน ผู้จัดการทั่วไปของบริษัท นายช่างตรวจสอบรถชำนาญงาน 9.เจ้าของรถบัสเช่า และผู้ให้บริการ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา

วิเคราะห์และนำเสนอผล

การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณนำเสนอสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายสภาพทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการการเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทางสถิติอ้างอิง โดยใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อหาอิทธิพลของ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด การบริหารจัดการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการการเช่าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทางและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ด้วยการวิเคราะห์ค่าทางสถิติและค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ตามลำดับขั้นตอนของการวิเคราะห์ตามโปรแกรม LISREL ตามกรอบแนวคิดการวิจัย

เชิงคุณภาพกำหนดการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยการกำหนดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้โดยวิธีการ และนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าด้วยการพรรณนาเพื่อนำไปใช้ในการสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณ



ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อทรัพย์สินโดยสารไม่ประจำทางว่าอยู่ในระดับใด จากการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อทรัพย์สินโดยสารไม่ประจำทาง มีตัวแปรแฝงรวม 5 ตัว ในแต่ละตัวมีตัวแปรประจักษ์เป็นตัวบ่งชี้ได้ผลลำดับที่และระดับความสำคัญมากและมากที่สุดทั้งหมด ดังนี้ ตามเกณฑ์ของ Gleim คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 3.20 อยู่ในระดับความสำคัญมากและค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ผลการคำนวณพบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการ (ENSUC) ขึ้นกับกลยุทธ์การตลาด (STMAR) จะมีอิทธิพลรวม (ทางตรงและทางอ้อม) สูงสุดลำดับ 1 รองลำดับที่สองได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) รองลำดับที่สาม ได้แก่ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ (BUSCOM) และรองลำดับสี่ ได้แก่ การบริหารจัดการ (ENMAN) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 การบริหารจัดการ (ENMAN)

การบริหารจัดการ (ENMAN)	จำนวน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับ ที่	ระดับ ความสำคัญ
การเงิน (FINAN)	424	1.80	5.00	4.51	0.44	3	มากที่สุด
การพัฒนาบุคลากร (HRM)	424	2.80	5.00	4.53	0.43	2	มากที่สุด
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (PRODUC)	424	2.40	5.00	4.57	0.46	1	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย				4.54			มากที่สุด

จากตารางที่ 1 การบริหารจัดการ (ENMAN) มีค่าเฉลี่ย (Mean) = 4.54 ระดับความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูงสุดคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (PRODUC) ได้ค่า 4.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46หมายความว่า ลำดับที่สองคือ การพัฒนาบุคลากร (HRM) ได้ค่าเฉลี่ย 4.53 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 และลำดับที่สามคือ การเงิน (FINAN) ได้ค่าเฉลี่ย 4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44

ตารางที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA)

คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ (ENCHA)	จำนวน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับ ที่	ระดับ ความสำคัญ
การมีองค์ความรู้ (ENKNOW)	424	2.20	5.00	4.51	0.43	1	มากที่สุด
การมีทักษะ (ENSKILL)	424	2.40	5.00	4.50	0.42	2	มากที่สุด
การมีเครือข่ายธุรกิจ (BUSNET)	424	2.20	5.00	4.50	0.45	3	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย				4.50			มากที่สุด



จากตารางที่ 2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) มีค่าเฉลี่ย = 4.50 ระดับความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ การมีองค์ความรู้ (ENKNOW) ได้ค่า 4.51 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.43 ลำดับที่สอง คือ การมีทักษะ (ENSKILL) ได้ค่าเฉลี่ย 4.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 และลำดับที่สาม ได้แก่ การมีเครือข่ายธุรกิจ (BUSNET) ได้ค่าเฉลี่ย 4.50 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45

ตารางที่ 3 กลยุทธ์การตลาด (STMAR)

กลยุทธ์การตลาด (STMAR)	จำนวน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับ ที่	ระดับ ความสำคัญ
ส่วนแบ่งการตลาด	424	2.60	5.00	4.52	0.42	2	มากที่สุด
(SEGMENT)	424	2.20	5.00	4.52	0.46	3	มากที่สุด
การลดต้นทุน (ECOSCA)	424	2.60	5.00	4.54	0.44	1	มากที่สุด
ตำแหน่งทางการตลาด (POSIT)							
ค่าเฉลี่ย				4.53			มากที่สุด

จากตารางที่ 3 กลยุทธ์การตลาด (STMAR) มีค่าเฉลี่ย = 4.53 ระดับความสำคัญมากที่สุด ในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ตำแหน่งทางการตลาด (POSIT) ได้ค่า 4.54 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 ลำดับที่สอง ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาด (SEGMENT) ได้ค่า 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 และลำดับที่สาม ได้แก่ การลดต้นทุน (ECOSCA) ได้ค่า 4.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46

ตารางที่ 4 ความสำเร็จของผู้ประกอบการการเข้าซื้อทรัพย์สิน (ENSUC)

ความสำเร็จของ ผู้ประกอบการ การเข้าซื้อทรัพย์สิน (ENSUC)	จำนวน	ค่า ต่ำสุด	ค่า สูงสุด	ค่า เฉลี่ย	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน	ลำดับ ที่	ระดับ ความสำคัญ
กำไรที่เพิ่มขึ้น (INSPRO)	424	2.00	5.00	4.57	0.47	1	มากที่สุด
การเติบโตของธุรกิจ	424	2.40	5.00	4.49	0.42	2	มากที่สุด
(BUSGRO)	424	2.00	5.00	4.46	0.41	3	มากที่สุด
ความรับผิดชอบต่อสังคม (SOCRES)							
ค่าเฉลี่ย				4.50			มากที่สุด

จากตารางที่ 4 พบว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการ (ENSUC) มีค่าเฉลี่ย (Mean) = 4.50 ระดับความสำคัญมากที่สุด ในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกำไรที่เพิ่มขึ้น (INSPRO) ได้ค่า 4.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47 ลำดับสอง ได้แก่ การเติบโตของ



ธุรกิจ (BUSGRO) ได้ค่า 4.49 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 และลำดับที่สาม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม (SOCRES) ได้ค่า 4.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อทรัพย์สินโดยสารไม่ประจำทาง

จากผลของโปรแกรม Lisrel ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อทรัพย์สินโดยสารไม่ประจำทาง (ENSUC) ได้แก่ การบริหารจัดการ (ENMAN) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) กลยุทธ์การตลาด (STMAR) และสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ (BUCOM) โดยมีตัวแปรแฝงภายนอกตัวเดียว คือ สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ (BUCOM) ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง - ทางอ้อม ผ่านการบริหารจัดการ (ENMAN) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) และกลยุทธ์การตลาด (STMAR) ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (ENSUC) ระดับความสำคัญมากที่สุด ในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือกำไรที่เพิ่มขึ้น (INSPRO) หมายความว่า ผลตอบแทนหรือรางวัลทางการเงินที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังว่าจะได้รับจากความเสี่ยงในการลงทุนประกอบธุรกิจ กำไรสามารถวัดได้หลายทาง เช่น ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น ราคาสินค้า/บริการที่เพิ่มขึ้น การบริหาร/ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ลำดับสอง ได้แก่ การเติบโตของธุรกิจ (BUSGRO) หมายความว่า ธุรกิจได้ดำเนินมาจนถึงจุดที่ต้องการ หรือสามารถขยายตัวทางธุรกิจ เพื่อโอกาสในการสร้างผลกำไรเพิ่มขึ้นจากการดำเนินการ ที่ทำให้มีปริมาณการขายเพิ่มขึ้น และมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้น ลำดับที่สาม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อสังคม (SOCRES) หมายความว่า ผลสำเร็จของการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมด้วย ไม่ใช่การวัดในรูปของการเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคมยังเป็นการเพิ่มความภักดีของลูกค้า ทั้งสามตัวชี้วัดมีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด

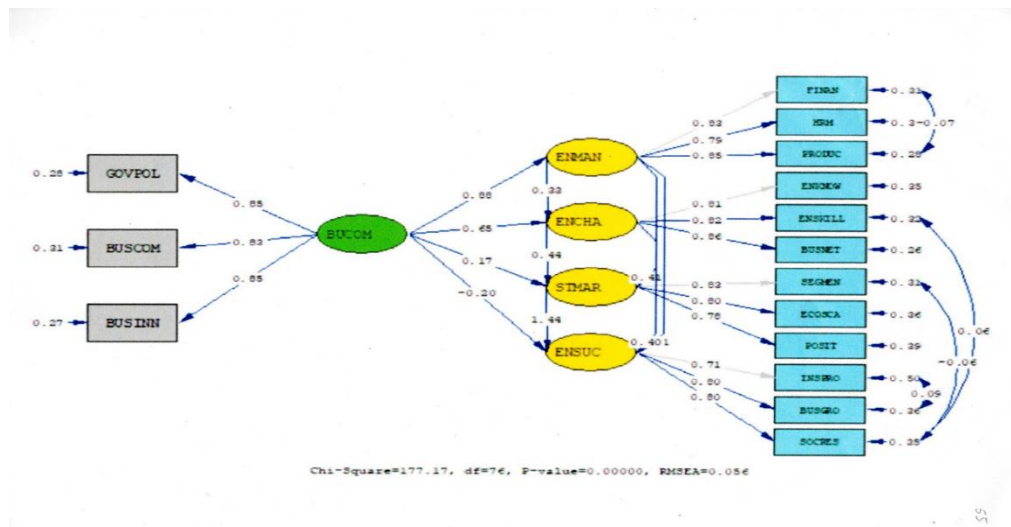


ตารางที่ 5 ค่าสถิติจากพรีนธ์เอาร์ท ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถบัส

ตัวแปรเหตุ	การแข่งขันทางธุรกิจ (BUCOM)	การบริหารจัดการ (ENMAN)	คุณลักษณะ ผู้ประกอบการ (ENCHA)	กลยุทธ์ การตลาด (STMAR)
ตัวแปรผล	TE IE DE	TE IE DE	TE IE DE	TE IE DE
การบริหารจัดการ (ENMAN)	0.90** - 0.90** (0.05) (0.05)	---	---	---
คุณลักษณะ ผู้ประกอบการ (ENCHA)	0.94* 0.29* 0.65** (0.05) (0.07) -	0.32** - 0.32** (0.08) (0.08)	---	---
กลยุทธ์การตลาด (STMAR)	0.94** 0.77* 0.17* * (0.05) (0.14) -	0.54 ** 0.14* .40** (0.09) (0.06)	0.44* - 0.44* (0.17)	---
ความสำเร็จ (ENSUC)	0.87 ** 1.06 ** - 0.20** (0.06) (0.28) -	0.20 * 0.87 * - 0.71* (0.10)(0.44)	0.99*0.60*0.39 (0.25)(0.45)	1.38 - 1.38 (0.94)
การจัดลำดับตาม ค่าอิทธิพลรวม (TE)	3	4	2	1

หมายเหตุ * $p < 0.05$ ** $P < 0.01$

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 รูปแบบเชิงสาเหตุของปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ (BUCOM) กลยุทธ์การตลาด (STMAR) และการบริหารจัดการ (ENMAN) ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ (ENSUC) เมื่อนำค่า Factor Loading คำนวณหาอิทธิพลจากภาพ 1 และตาราง 6 พบว่า รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ (ENSUC) ขึ้นกับอิทธิพลของตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายในที่มีอิทธิพลรวม (ทางตรงและทางอ้อม) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดลำดับที่ 1 ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด (STMAR) มีอิทธิพลรวม 1.44 ลำดับที่สอง ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (ENCHA) มีอิทธิพลรวม 1.03 ลำดับที่ 3 ได้แก่ สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ (BUCOM) มีอิทธิพลรวม 0.88 และลำดับที่ 4 ได้แก่ การบริหารจัดการ (ENMAN) มีอิทธิพลรวม 0.22



ภาพที่ 1 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์หลังจากปรับโมเดลด้วยค่าสถิติต่าง ๆ

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เจาะลึกได้ผลลัพธ์คือความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางขึ้นกับ กลยุทธ์การตลาด คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สภาพการแข่งขันทางธุรกิจ และการบริหารจัดการ ซึ่งสมาคมผู้ประกอบการขนส่งทั่วไทย (สพข.) (Thai Transportation) ความสำเร็จของผู้ประกอบการทางสมาคมมีแนวทางดังนี้ 1) สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการรถโดยสาร 2) สนับสนุนและช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขอุปสรรคข้อขัดข้องต่าง ๆ รวมทั้งเจรจาทำความตกลงกับบุคคลภายนอก เพื่อประโยชน์ร่วมกันในการประกอบธุรกิจของหมู่สมาคม 3) ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา การวิจัย การจัดอบรม เผยแพร่วิชาการ เทคโนโลยีและข่าวสาร ต่าง ๆ เกี่ยวกับรถยนต์ให้แก่สมาชิก หรือจัดเป็นบริการแก่สาธารณะ 4) ส่งเสริมและสนับสนุนให้คนไทยใช้รถขนส่งท่องเที่ยวในประเทศและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน 5) ดำเนินกิจกรรมโดยมุ่งเน้นที่การส่งเสริมการตลาด การพัฒนารถยนต์โดยสารทั่วไป และยกระดับมาตรฐานของการบริการ 6) ให้ความร่วมมือกับหน่วยงาน องค์กรท่องเที่ยวทั้งรัฐและเอกชนอย่างสร้างสรรค์ 7) ดำเนินกิจกรรมอื่นใดที่จะปกป้องให้ได้ประโยชน์และนำมาซึ่งความเป็นปึกแผ่นในการประกอบอาชีพของสมาชิก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยรูปแบบธุรกิจการเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร มีประเด็นน่าสนใจที่นำมาอภิปรายผล ตามวัตถุประสงค์ดังนี้



วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อธบัสโดยสาร ไม่ประจำทาง สามารถอธิบายได้ดังนี้ สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ระดับความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คู่แข่งขัน ลำดับที่สอง คือ การมีนวัตกรรมการบริหาร และลำดับสามคือ นโยบายรัฐบาล ทั้งสามตัวชี้วัดมีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด การบริหารจัดการระดับความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุดคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่วนลำดับที่สองคือ การพัฒนาบุคลากร ส่วนลำดับที่สามคือ การเงิน ทั้ง สามตัวชี้วัดมีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด คุณลักษณะของผู้ประกอบการระดับ ความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ การมีองค์ความรู้ส่วนลำดับ ที่สอง คือ การมีทักษะ ส่วนลำดับที่สาม ได้แก่ การมีเครือข่ายธุรกิจ ทั้งสามตัวชี้วัดมีระดับ ความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด กลยุทธ์การตลาดระดับความสำคัญมากที่สุดในตัวชี้วัด 3 ตัว ตัวชี้วัดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ตำแหน่งทางการตลาด ส่วนลำดับที่สอง ได้แก่ การลดต้นทุน ส่วน ลำดับที่สาม ได้แก่ ส่วนแบ่งการตลาด ทั้งสามตัวชี้วัดมีระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด จาก ผลการศึกษาแตกต่างกับ Frese M ที่ระบุว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบ ความสำเร็จ ดังนี้ 1) ความเป็นตัวของ 2) ความมีนวัตกรรม 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความก้าวร้าว ในการแข่งขัน 5) ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการและ 6) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Frese M., 2000)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้า ซื้อธบัสโดยสารไม่ประจำทาง ได้แก่ การบริหารจัดการคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีตัวแปรแฝงภายนอกตัวเดียว คือ สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง - ทางอ้อม ผ่านการบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์การตลาด ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ระดับ ความสำคัญมากที่สุด โอกาสการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจมีเท่าเทียมกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้อง เป็นผู้ที่มีความใส่ใจในความสำเร็จสูง และมีความกล้าเสี่ยงในระดับที่ยอมรับได้ จึงจำเป็นต้อง เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ และพัฒนาให้ดีขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมพ์วิภา เกตุเทียน ได้ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจ ขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลาง มีจำนวน 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมีนวัตกรรม ปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการปัจจัยความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ปัจจัยความใส่ใจใน ความสำเร็จ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง (วิมพ์วิภา เกตุเทียน, 2556)



วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดผลความสำเร็จของผู้ประกอบการ รูปแบบธุรกิจ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร สถานะการแข่งขันทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เมื่อนำค่า คำนวณหาอิทธิพล พบว่า รูปแบบความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขึ้นกับอิทธิพลของตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายในที่มีอิทธิพลรวม (ทางตรงและทางอ้อม)

องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบธุรกิจการเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง ที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง สถานะการแข่งขันทางธุรกิจ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง อยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุดทั้งหมด ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์และอิทธิพลโดยตรง และโดยอ้อม ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขึ้นกับลำดับความสำคัญที่มีอิทธิพล ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด คุณลักษณะของผู้ประกอบการ สถานะการแข่งขันทางธุรกิจ และการบริหารจัดการ เกี่ยวข้องกับส่วนราชการ เช่น กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรมการท่องเที่ยว) กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) สามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนา ธุรกิจการเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยสร้างความสมดุลของระบบเศรษฐกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยรูปแบบธุรกิจการเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในกรุงเทพมหานคร พบว่า 1) ระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทางในทุกแปรมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก ทุกตัวแปร 2) ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ การเข้าซื้อรถโดยสารไม่ประจำทาง ได้แก่ การบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การตลาด และสถานะการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีตัวแปรแฝงภายนอกตัวเดียว คือ สถานะการแข่งขันทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลทั้งทางตรง - ทางอ้อม ผ่านการบริหารจัดการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์



การตลาด ความสำเร็จของผู้ประกอบการ 3) ข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการที่ทำให้เกิดผล ความสำเร็จของผู้ประกอบการ รูปแบบธุรกิจ การเข้าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทางใน กรุงเทพมหานคร สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ กลยุทธ์การตลาด และการบริหารจัดการ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เมื่อนำค่า คำนวณหาอิทธิพล พบว่า รูปแบบ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขึ้นกับอิทธิพลของตัวแปรแฝงภายนอก และตัวแปรแฝงภายใน ที่มีอิทธิพลรวม (ทางตรงและทางอ้อม) **ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย** 1) งานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับ ส่วนราชการ เช่น กรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กรมการท่องเที่ยว) และกระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) และหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งในส่วนราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ต่างก็มีกฎหมายหรือพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้อง กัน โดยที่ข้อกำหนด กฎ ระเบียบของรัฐที่กำหนดเหล่านี้อาจจะมีมานานหลายสิบปีแล้ว จึงต้อง มีการปรับปรุงหรือปรับเปลี่ยนให้ทันต่อสถานการณ์สมัยปัจจุบัน และครอบคลุมในอนาคตที่ เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว 2) ส่วนราชการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 และ พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 (และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2558) พระราชบัญญัติ จราจรทางบก พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติทางหลวง พ.ศ. 2535 ฯลฯ กฎหมายธุรกิจ การร่วมลงทุนของชาวต่างชาติ ความเข้าใจเกี่ยวกับประกันอุบัติเหตุ ประกันชีวิต ฯลฯ เพื่อผลประโยชน์และความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ ให้แก่ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องเป็น รุน ๆ ไป อย่างต่อเนื่อง **ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป** ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษา ตัวแปรอื่น ๆ ที่จะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ เช่น ผลของเทคโนโลยี ผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในวงจรธุรกิจ การเข้าซื้อรถบัสโดยสารไม่ประจำทาง เพื่อจะได้ นำมาปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่บกพร่อง และเนื่องจาก กลยุทธ์การตลาด มีอิทธิพลสูงที่สุดในการ ศึกษาวิจัยครั้งนี้ ควรวิจัยที่ลงลึกในรายละเอียดตามลำดับของตัวแปรประจักษ์แต่ละตัว เช่น ตำแหน่งทางการตลาด การลดต้นทุน และส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มเติม

เอกสารอ้างอิง

- วิมพิวิภา เกตุเทียน. (2556). คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการ ดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออก เฉียงเหนือ ตอนล่าง . ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลอีสาน.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2560). การจัดการขนส่ง. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชชิง จำกัด .
- ฐาปนา บุญหล้า และนางลักษณ์ นิमितภูวดล. (2557). การจัดการโลจิสติกส์: มิติซัพพลายเชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.



- ณภัทร เลขะวัฒนะ และศิริดิล ศิริธร. (2556). การพัฒนาแบบจำลองการเลือกรูปแบบการเดินทางสำหรับนักเรียนระหว่างรถยนต์ส่วนบุคคลและรถรับส่งนักเรียน. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- จิตาภรณ์ ไชยวงศ์. (2560). ระบบจัดการรถเช่า. มหาวิทยาลัยรามคำแหง: กรุงเทพมหานคร.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2550). โครงการพัฒนาเชิงบูรณาการของการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ปี 2549: การเปรียบเทียบเชิงระบบโลจิสติกส์. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Coyle, J. J. et al. (2006). Transportation. Ohio: Thomson/South-Western.
- Frese, M. (2000). Success and Failure of Micro business Owners in Africa. United States of America: Praeger.
- Just Landed. (2018). Public transportation in Thailand. From 29 November 2018 จาก www.justlanded.com/english/Thailand
- Kakizaki I. (2014). Tram, Buses, and Rails: The History of Urban Transport in Bangkok 1886 - 2010. Chiang Mai: Silkworm Books.