

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงธุรกิจรถโดยสารขนาดเล็ก ประจำทางเชียงใหม่ – ฝาง โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

ในการประกอบการต่างๆ สามารถจำแนกต้นทุนที่เกิดขึ้นเป็น 2 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Capital Expenditures) และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Expenditures)

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน คือ เป็นค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายด้วยเงินจำนวนมากในแต่ละครั้งที่ตัดสินใจลงทุน โดยคาดหวังผลตอบแทนที่ได้รับจากการลงทุนได้มาเป็นระยะเวลานานเกินกว่า 1 ปี ในอนาคต (อรวรรณ กิจปราษฎ์, 2542: 173)

2) ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อให้ธุรกิจดำเนินงานติดต่อกันไป ค่าใช้จ่ายประเภทนี้จะเป็นค่าใช้จ่ายที่จ่ายด้วยเงินครั้งละไม่มากแต่จะจ่ายเป็นประจำ การตัดสินใจจ่ายเงินสำหรับค่าใช้จ่ายประเภทนี้ เพื่อหวังผลตอบแทนจากการดำเนินงานในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสามารถจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ ต้นทุนแปรผัน (Variable Cost) และต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, 2546: 28) เมื่อนำค่าใช้จ่ายในการดำเนินของผู้ประกอบการรถโดยสารขนาดเล็ก มาจำแนกตามลักษณะต้นทุนแล้วสรุปได้ ดังนี้

2.1) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปในอัตราเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม ได้แก่ ค่าน้ำมัน ค่าบำรุงรักษารถ

2.2) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่เปลี่ยนแปลงไปในอัตราเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงของกิจกรรม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณกิจกรรมไปในทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตาม ได้แก่ ค่าบำรุงรายปี ค่าภาษีรถยนต์ ค่าประกันภัยรถยนต์ เป็นต้น

### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการประเมินผลตอบแทน

การประเมินผลตอบแทนจากการลงทุน ใช้วิธีการประเมินอย่างง่ายโดยไม่มีกรคิดลด คือ คำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) และอัตราผลตอบแทนของการลงทุนนั้น (เขียนฉาย ก็ระนนท์. การวิเคราะห์โครงการ ใน ไกรยุทธ ธีรตยาคินนธ์. การคลังภาครัฐ (รวมบทความ))

1) **ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)** หมายถึง ระยะเวลาที่ผลตอบแทนสุทธิ (เงินสด) ที่กิจการได้รับคืนเป็นรายงวด (ปี) ภายในระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเมื่อนำเงินจำนวนดังกล่าวมารวมกันแล้ว มีมูลค่าเท่ากับเงินลงทุนที่กิจการใช้ไปทั้งหมดตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน ทั้งนี้ หากระยะเวลาคืนทุนสั้นมากเท่าใด ก็จะยิ่งทำให้โครงการดังกล่าวมีความน่าสนใจแก่การลงทุน โดยสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{เงินลงทุนแรกเริ่ม}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

2) **อัตราผลตอบแทนของการลงทุน** หมายถึง อัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทนที่ได้จากการลงทุนในโครงการ ซึ่งสามารถคำนวณออกมาในรูปของผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปีเทียบกับเงินลงทุนแรกเริ่มที่จ่ายไปในการดำเนินการของโครงการ โดยสามารถคำนวณได้จาก

$$\text{อัตราผลตอบแทนของการลงทุน} = \frac{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี} * 100}{\text{เงินลงทุนแรกเริ่ม}}$$

จากการคำนวณจะทำให้ทราบว่าโครงการนั้นน่าลงทุนหรือไม่

### 2.1.3 ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)

#### 1) ความหมายของอุปสงค์ (Demand)

อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อนั้นผู้บริโภคจะต้องมีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing Power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and Willingness) สินค้าหรือบริการนั้นๆ เช่น นาย ก ต้องการซื้อรถจักรยาน และนาย ก มีเงินเพียงพอที่จะซื้อรถจักรยานดังกล่าว ในกรณีนี้จะเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล (Effective Demand) แต่ถ้านาย ก ต้องการซื้อ แต่มีเงินไม่เพียงพอที่จะจ่ายค่ารถจักรยาน จะเป็นความต้องการซื้อที่ไม่มีอำนาจซื้อ ในกรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เป็นเพียงความต้องการโดยทั่วไป (Want) เท่านั้น

## 2) ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (Determinants of Demand)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์มีดังนี้

2.1) ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลงปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2.2) ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อนอกจากจะขึ้นอยู่กับราคาสินค้าชนิดนั้นแล้ว ยังขึ้นกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด คือ

2.2.1) สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (Substitution Goods) เช่น เนื้อหมูกับเนื้อไก่ ชากับกาแฟ ปากกาถูกกับปากกาหมึกซึม เป็นต้น การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดมากน้อยเพียงใด จะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อไก่คงเดิม ผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูลดลงแล้วหันไปซื้อเนื้อไก่เพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่าเมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้แทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2.2) สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือว่าใช้ร่วมกัน (Complementary Goods) เช่น ปืนกับลูกปืน ถูกับแท่งรองเท้า ยาสีฟันกับแปรงสีฟัน กาแฟกับครีมเทียม รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น เมื่อราคารถยนต์แพงขึ้นนอกจากปริมาณซื้อรถยนต์จะลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงก็จะลดลงด้วย ทั้งๆที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เปลี่ยนแปลง ดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

2.3) รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิดคือ

2.3.1) สินค้าปกติ (Normal Goods) ปริมาณซื้อสินค้าปกติทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือถ้าผู้บริโภคมีรายได้มาก ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติจะลดลงด้วย

2.3.2) สินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้านี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภคมีรายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้านี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ได้แก่ เครื่องสำอาง ราคาลูก ข้าวสารคุณภาพต่ำ เป็นต้น

2.4) รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดอุปสงค์ รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกันตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น โดยปกติรสนิยมในสินค้าชนิดต่างๆ จะเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยและกาลเวลา รสนิยมของสินค้าบางชนิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เป็นต้น ดังนั้นถ้าสินค้าชนิดใดอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ในสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้าชนิดใดล้าสมัย อุปสงค์ในสินค้านั้นจะลดลง

2.5) จำนวนประชากร โดยทั่วไปเมื่อประชากรของสังคมหรือของประเทศมีจำนวนมากขึ้น ความต้องการในสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นด้วย แต่ประชากรที่เพิ่มขึ้นนี้จะต้องมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้นด้วย จึงจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในสินค้าเพิ่มขึ้น

2.6) การคาดคะเนราคาและปริมาณสินค้าในอนาคต เป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ในสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันในอนาคตจะสูงขึ้น ก็จะมีผลให้ผู้บริโภคจะรีบกักตุนน้ำมันไว้ อุปสงค์ของน้ำมันในปัจจุบันจึงเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริโภคคาดว่าราคาน้ำมันในอนาคตจะลดลง ผู้บริโภคจะชะลอการซื้อน้ำมันไว้ก่อนอุปสงค์ของน้ำมันในปัจจุบันจึงลดลง เป็นต้น

2.7) ฤดูกาล ความต้องการซื้อสินค้าต่างๆ ในแต่ละช่วงเวลาจะแตกต่างกันตามฤดูกาล เช่น ในฤดูร้อนอุปสงค์ของพัดลมจะเพิ่มสูงขึ้น ฤดูฝนปริมาณความต้องการร่มจะมีมากขึ้นและในฤดูหนาวอุปสงค์ของเสื้อกันหนาวจะมีมากขึ้น

2.8) สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ แม้ว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของแต่ละประเทศจะเท่ากัน แต่ถ้าโครงสร้างการกระจายรายได้ของประเทศแตกต่างกัน ปริมาณความต้องการในสินค้าก็จะแตกต่างกันด้วย ตัวอย่างเช่น ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอเมริกา มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงและใกล้เคียงกัน แต่สภาพการกระจายรายได้แตกต่างกันมาก กล่าวคือประชากรของซาอุดีอาระเบียส่วนใหญ่ยังยากจน มีคนกลุ่มน้อยเท่านั้นที่ร่ำรวยจากการเป็นเจ้าของบ่อน้ำมัน ขณะที่ประชากรของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่เป็นคนชนชั้นกลางรายได้ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของทั้ง 2 ประเทศ ย่อมแตกต่างกัน

#### 2.1.4 ทฤษฎีอุปสงค์การขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Transport Demand)

อุปสงค์การขนส่งผู้โดยสาร อาจเรียกได้อีกชื่อหนึ่งว่าอุปสงค์การเดินทาง (travel transport demand) หมายถึงปริมาณของบริการทางการขนส่งบุคคลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยผู้ใช้บริการเต็มใจและสามารถทำการซื้อได้ภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับอัตราค่าโดยสารต่างๆ กัน ซึ่งอุปสงค์การขนส่งผู้โดยสารจะมีลักษณะและกฎเกณฑ์เหมือนอุปสงค์ของสินค้าตามหลักเศรษฐศาสตร์ กล่าวคือ ปริมาณของบริการขนส่งผู้โดยสารที่ผู้ใช้บริการต้องการซื้อ ย่อมแปรผัน

เป็นปฏิภาคส่วนกลับอัตราค่าโดยสารเสมอ หมายความว่าถ้าอัตราค่าโดยสารของรถโดยสารประจำทางลดลง ปริมาณผู้โดยสารของรถโดยสารประจำทางก็จะเพิ่มขึ้น ฉะนั้นเส้นอุปสงค์ของการขนส่งผู้โดยสารจึงมีลักษณะทอดต่ำลงมาจากซ้ายไปขวา และมีค่าเป็นลบเหมือนเส้นอุปสงค์ของสินค้าทั่วไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อสมมติที่ว่าปัจจัยอื่นๆ คงที่ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2536)

อุปสงค์ของการขนส่งผู้โดยสารจะเป็นอุปสงค์สืบเนื่อง (derived demand) หมายความว่าจะต้องมีอุปสงค์ในสถานที่นั้นก่อน จึงจะมีอุปสงค์การขนส่งบุคคลไปยังสถานที่นั้นสืบเนื่องต่อกันไป ฉะนั้นอุปสงค์ของการขนส่งผู้โดยสารจึงขึ้นอยู่กับรรถประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ของแต่ละบุคคล (personal place utility) ซึ่งอรรถประโยชน์นี้หาความแน่นอนได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจากสถานที่แห่งเดียวกัน แต่ละบุคคลเห็นอรรถประโยชน์ของสถานที่นั้นไม่เท่ากัน เช่น คนที่เกิดและเติบโตในจังหวัดเชียงใหม่ ก็เห็นจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ที่แทบจะไม่มีอรรถประโยชน์ต่อเขาเพราะเขาคุ่นเคยกับทุกสิ่งทุกอย่างในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนบุคคลอีกคนหนึ่งเกิดมาอย่างไม่เคยไปจังหวัดเชียงใหม่ เขาก็มีความต้องการที่จะไปจังหวัดเชียงใหม่เพื่ออยากเห็นสิ่งแปลกๆ ที่จังหวัดเชียงใหม่ เขาก็เห็นจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ที่อรรถประโยชน์ต่อเขาอย่างมากมาย เป็นต้น อุปสงค์การขนส่งผู้โดยสารสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยหรือตัวกำหนด ซึ่งปัจจัยหรือตัวกำหนดแต่ละตัวจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการและกาลเวลา ปัจจัยหรือตัวกำหนดที่สำคัญ ได้แก่

1) ความเจริญทางเศรษฐกิจ อุปสงค์การเดินทางจะมีมากขึ้นอยู่กับความเจริญทางเศรษฐกิจ ถ้าระยะเศรษฐกิจรุ่งเรือง นักธุรกิจก็จะเดินทางเพื่อขยายธุรกิจของตน ทำให้มีการใช้บริการขนส่งผู้โดยสารมากขึ้น แต่ถ้าเศรษฐกิจตกต่ำ การค้าหยุดตัวนักธุรกิจจะระงับธุรกิจของตนให้อยู่รอดไม่มีการเดินทางเพื่อขยายธุรกิจ ทำให้มีการใช้บริการขนส่งผู้โดยสารลดลง

2) รายได้ เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ก็จะมีเงินใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น และสามารถเที่ยวได้ไกลขึ้น ทำให้อุปสงค์การเดินทางเพิ่มขึ้น

3) รสนิยมของประชาชน รสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคมจะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเดินทางทั้งด้านเพิ่มปริมาณและการเลือกประเภทของการขนส่งผู้โดยสาร เช่น คนส่วนใหญ่ชอบการเดินทางท่องเที่ยว ก็จะทำให้อุปสงค์การเดินทางเพิ่มขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้รสนิยมของคนส่วนใหญ่ยังมีอิทธิพลในการเลือกประเภทของการขนส่งเป็นต้นว่า คนส่วนใหญ่ชอบการเดินทางโดยรถไฟ จะทำให้อุปสงค์ของการเดินทางทางรถไฟเพิ่มขึ้น

4) การกระจายตัวของประชากรทางภูมิศาสตร์การกระจายตัวของประชากรทางภูมิศาสตร์เป็นปัจจัยสำคัญตัวหนึ่งที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเดินทาง ยิ่งมีการกระจายของประชากรทางภูมิศาสตร์มาก ก็ยิ่งมีอุปสงค์การเดินทางมากเนื่องจากการเดินทางไปมาหาสู่กัน



5) เวลาว่าง เมื่อประชาชนมีเวลาว่างก็จะเดินทางท่องเที่ยว ยิ่งมีเวลาว่างมากก็ยิ่งคิดหาทางท่องเที่ยวให้ไกลขึ้นก็จะมีผลทำให้อุปสงค์การเดินทางเพิ่มขึ้นถ้าประชาชนไม่มีเวลาว่างคงไม่มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวหรือไปเยี่ยมญาติมิตรได้ อุปสงค์การเดินทางก็จะไม่เกิดขึ้น

6) ตารางกำหนดการเดินทาง การเดินทางของผู้โดยสารขึ้นอยู่กับเวลาที่ผู้โดยสารต้องการเดินทาง จึงควรกำหนดตารางการเดินทางที่ประชาชนส่วนใหญ่สามารถใช้บริการได้ หรือกำหนดตารางการเดินทางถึงที่หมายในเวลาที่เหมาะสมกับส่วนใหญ่ ก็จะเพิ่มอุปสงค์การเดินทาง

7) อุปกรณ์การขนส่งผู้โดยสาร อุปกรณ์การขนส่งมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้นในระยะเวลาที่กำหนดให้ และแบบของอุปกรณ์การขนส่งผู้โดยสารที่ใช้บริการก็เป็นสิ่งจูงใจให้มีการเพิ่มอุปสงค์การเดินทาง เพราะคนอยากทดลองใช้บริการด้วยอุปกรณ์การขนส่งแบบใหม่ๆ

### 2.1.5 แนวคิดความพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction)

#### ความหมายของความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความสุขความสบายที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นความสบายที่เกิดจากการเข้าร่วม ได้รู้และได้เห็นในกิจกรรมนั้น ๆ ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลในเชิงบวก สามารถลดความตึงเครียดของมนุษย์ให้น้อยลง ซึ่งความพอใจนี้เป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นทัศนคติที่เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อม (ป๋องศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง, 2544)

ความพึงพอใจสามารถวัดได้โดยการใช้เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งเห็นว่าเครื่องมือที่ใช้วัดนั้นเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2544) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่นักการตลาดจะต้องค้นหาและวัดผลความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นวิธีการที่จะติดตามวัดผลและค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยยึดปรัชญาแนวคิดทางการตลาดที่มุ่งความสำคัญที่ลูกค้า มีจุดมุ่งหมายที่การสร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยมีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงคือ วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือเพิ่มการบริการ หน่วยธุรกิจจะต้องสามารถสร้างกำไรด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง อาจลงทุนมากขึ้น หรือมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปัจจัยเหล่านี้มีผลทำให้กำไรของธุรกิจลดลงและมีผลกระทบทั้งรายได้และต้นทุน ดังนั้นผู้ประกอบการสามารถวัด ติดตาม และวัดความพึงพอใจของลูกค้าได้ด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังนี้

1) ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ โดยการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ

2) การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า วิธีนี้หน่วยธุรกิจต้องเตรียมแบบสอบถามเพื่อค้นหาความพึงพอใจของลูกค้า โดยการถามให้ลูกค้าระบุปัญหาการใช้ผลิตภัณฑ์ว่า ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการหรือไม่

3) การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพให้วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนในการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจและคู่แข่ง พร้อมทั้งมีการระบุปัญหาของสินค้าหรือบริการ

4) การวิเคราะห์ลูกค้าที่สูญเสียไป วิธีนี้จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนใช้ตราสินค้าอื่น จะทำให้ทราบถึงสาเหตุต่าง ๆ ที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ

## 2.2 สรุปสาระสำคัญจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนของอุปทาน ซึ่งก็คือ ผู้ประกอบการ และส่วนอุปสงค์ คือ ผู้ใช้บริการ มีรายละเอียดดังนี้

### 2.2.1. ผู้ประกอบการ (ด้านอุปทาน)

บุญส่ง สัตโยภาส, สุรัชย์ คำจิณะ และเกรียงไกร อรุโณทยานันท์ (2544) ศึกษาลักษณะและการจัดการระบบของรถโดยสารสาธารณะในเมืองเชียงใหม่ พบว่า รถของสหกรณ์นครลานนาเดินรถ จำกัด หรือรถสีส้มแดง ได้ให้บริการผู้โดยสารต่อวันทั้งหมด 70,541 คน รถของสหกรณ์นครเชียงใหม่เดินรถ จำกัด หรือรถเหลือง ได้ให้บริการผู้โดยสารต่อวันทั้งหมด 19,934 คน รถของสหกรณ์นครเดินรถสันกำแพง จำกัด หรือรถขาว ได้ให้บริการผู้โดยสารต่อวันทั้งหมด 8,434 คน และพบว่าเกิดปัญหาต่างๆ คือ ปัญหาการให้บริการทับเส้นทาง แม้ว่ารถของสหกรณ์ลานนาเดินรถจะจดทะเบียนเดินทางส่วนใหญ่ภายในเขตเทศบาล และรถโดยสารของสหกรณ์อื่นๆ จะจดทะเบียนเส้นทาง โดยมีจุดเริ่มต้นและจุดหมายปลายทางระหว่างอำเภอเมืองและอำเภอรอบนอก ซึ่งดูเหมือนว่าจะมีการแบ่งแยกเส้นทางกันอย่างชัดเจน แต่ปัญหาการเดินรถทับเส้นทางก็ยังคงเกิดขึ้นเสมอ บางครั้งรุนแรงจนเกิดการทะเลาะวิวาท ทางหน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ดูแลระบบการเดินรถก็พยายามเข้ามาแก้ปัญหา โดยเสนอมาตรการต่างๆ ซึ่งยังไม่ได้ผลเท่าที่ควร ทำให้ปัญหานี้อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีก ปัญหาต่อมาคือ ปัญหาที่จอดรถไม่เพียงพอ ผู้ใช้บริการจึงแก้ปัญหาโดยวิธีการรวมกลุ่มกันจอดตามที่ต่างๆ ทั้งข้างถนน พื้นที่ในวัด เทศบาล ซึ่งส่งผลเสียต่อระบบจราจร

นอกจากนี้การที่จำนวนรถโดยสารมีมากเกินไปก็เป็นปัญหาที่เด่นชัด เพราะจากการศึกษาพบว่ารถแดงที่ได้ถูกนำมาให้บริการมีเพียง 70 % เท่านั้น อีกทั้งยังพบว่ารถโดยสารส่วนใหญ่โดยเฉพาะรถของสหกรณ์นครลานนาเดินรถ มักจะทำผิดกฎจราจร โดยเฉพาะการจอดรับ-ส่ง ผู้โดยสารในที่คับขัน และจอดโดยไม่ให้สัญญาณในระยะกระชั้นชิด

**ศิริพจน์ สิริกุลพิบูลย์ (2544)** ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุน – ผลตอบแทน และจุดคุ้มทุน ของกิจการการให้บริการรถสาธารณะแบบไม่ประจำทาง ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ กรณีศึกษา: สี่ล้อแดง วัดอุประสงค์สามประการ คือ ประการแรก คือ เพื่อศึกษาถึงต้นทุนของการประกอบกิจการให้บริการรถสาธารณะแบบไม่ประจำเส้นทาง ประการที่สอง คือ ศึกษาถึงผลตอบแทนของการประกอบกิจการให้บริการรถสาธารณะแบบไม่ประจำเส้นทาง และประการสุดท้าย คือ ศึกษาถึงจุดคุ้มทุนของกิจการ โดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา ซึ่งการศึกษาดังกล่าวนี้อาจแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ ต้นทุนคงที่ กับต้นทุนแปรผัน ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนของกิจการนี้จะเริ่มคุ้มทุน ณ จุดที่กิจการนี้ได้ให้บริการไปแล้ว 4.6 ปี โดยคิดว่าโครงการนี้มีอายุ 15 ปี หลังจากปีที่ 5 แล้วผลตอบแทนจะมากขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปีที่ 15 ที่หมดอายุของโครงการ จาก การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน โดยใช้วิธีวิเคราะห์มิติทางการเงินผลที่ได้จากการศึกษามูลค่าปัจจุบันสุทธิของกิจการนี้เท่ากับ -451,433.32 บาท อัตราผลตอบแทนต่อต้นทุนของกิจการนี้เท่ากับ 0.0457 และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการของกิจการนี้เท่ากับ 0.185% สรุปผลที่ได้จากการศึกษาในส่วนของผลตอบแทนจากการประกอบกิจการก็เป็นกิจการที่ไม่น่าทำการลงทุน

**สุชาดา สุวรรณประพิศ (2547)** ได้ทำการศึกษาเรื่องธุรกิจนมม้าในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์สามประการ คือ ประการแรกเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของธุรกิจนมม้าสำหรับการท่องเที่ยวตลอดจนปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจนมม้าจังหวัดลำปาง ประการที่สอง เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้บริการนมม้าท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง และประการสุดท้าย เพื่อประมาณมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญได้ตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจนมม้า จำนวน 70 ราย และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการนมม้าจำนวน 100 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติแบบพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนทั้งหมดของการประกอบธุรกิจนมม้าประกอบด้วย ต้นทุนคงที่คือ ราคารถม้าและม้า ซึ่งมีมูลค่ารวมเฉลี่ยคันละ 73,472.22 บาท และต้นทุนแปรผันประกอบด้วย ค่าอาหารม้า ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับม้า เฉลี่ยเดือนละ 2,338.31 บาท ด้านรายได้พบว่า ผู้ประกอบการมี



รายได้เฉลี่ย อย่างน้อยประมาณเดือนละ 9,655 บาท ปัญหาและอุปสรรค ในการประกอบธุรกิจรถม้า คือ ปัญหาการถูกกล่าวหาว่าเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ ขาดแคลนที่จอดรถม้า สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว การมาเที่ยวจังหวัดลำปางส่วนใหญ่มักมีวัตถุประสงค์เพื่อประชุมหรือสัมมนา ส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อน ส่วนใหญ่เคยใช้บริการรถม้ามาแล้ว การประมาณมูลค่าความเต็มใจจ่าย เพื่อสนับสนุนกองทุนสำหรับอนุรักษ์รถม้าให้เป็นเอกลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยินดีจ่ายเงินสมทบกองทุนเป็นเงินประมาณ 32 บาทต่อคน

**อรุณี จามาตีกุล (2548)** ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผู้ประกอบการรถโดยสารขนาดเล็กประจำทางในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผู้ประกอบการรถโดยสารขนาดเล็กประจำทาง (สี่ล้อแดง) ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถามผู้ประกอบการรถโดยสารขนาดเล็กประจำทาง (สี่ล้อแดง) ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 360 ราย โดยแบ่งลักษณะผู้ประกอบการออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการรถโดยสารที่ซื้อรถยนต์เป็นเงินสด ผู้ประกอบการรถอยู่ระหว่างเช่าซื้อ และผู้ประกอบการที่เช่ารถมาดำเนินการ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) สำหรับข้อมูลต้นทุนจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าบำรุงและ ค่าธรรมเนียมสหกรณ์ ค่าภาษีรถยนต์ ค่าประกันภัยรถยนต์ ค่าแรงผู้ประกอบการ และค่าเสื่อมราคารถยนต์ ส่วนต้นทุนแปรผัน ได้แก่ ค่าน้ำมัน ค่าบำรุงรักษารถ จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้วิธีมูลค่าปัจจุบันสุทธิ วิธีระยะคืนทุน และวิเคราะห์จุดคุ้มทุน โดยเป็นการวิเคราะห์เฉลี่ยต่อรายผู้ประกอบการ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการรถโดยสารที่ซื้อรถยนต์เป็นเงินสดมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการทั้งสิ้น 1,367,882.56 บาท มีรายได้จากการประกอบการตั้งแต่ปีที่ลงทุนเริ่มแรกจนถึงปีที่ 5 จำนวน 1,313,697.25 บาท ผลตอบแทนในการลงทุนพบว่า ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 14 วัน สำหรับกรณีกลุ่มผู้ประกอบการอยู่ระหว่างเช่าซื้อมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการทั้งสิ้น 1,388,452.72 บาท มีรายได้จากการประกอบการตั้งแต่ปีที่ลงทุนเริ่มแรกจนถึงปีที่ 5 จำนวน 1,274,144.48 บาท ผลตอบแทนในการลงทุนพบว่า ระยะเวลาคืนทุน 6 ปี 11 เดือน 6 วัน และสำหรับผู้ประกอบการที่เช่ารถมาดำเนินการ มีต้นทุนประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการลงทุนและค่าใช้จ่ายดำเนินการทั้งสิ้น 1,341,833.02 บาท และมีรายได้จากการประกอบการตั้งแต่ปีที่ลงทุนเริ่มแรกจนถึงปีที่ 5 จำนวน 1,405,213.21 บาท ผลตอบแทนในการลงทุนพบว่า ระยะเวลาคืนทุน 2 ปี 2 เดือน 7 วัน

### 2.2.2. ผู้ใช้บริการ (ด้านอุปสงค์)

เสาวนีย์ ศรีไม้ (2540) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการใช้รถสองแถว โดยใช้ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ความต้องการ และความพึงพอใจโดยจะศึกษาในส่วนที่ว่บริการขนส่งมวลชนโดยรถสองแถวในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ในลักษณะใดที่ประชาชนมีความต้องการและพึงพอใจ ส่วนกรณีศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนนั้น เพราะทัศนคติเป็นส่วนหนึ่งของรสนิยมซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การใช้บริการรถสองแถว ทฤษฎีมูลเหตุในการโยกย้ายทรัพย์สินเองและทรัพย์สิน ลำดับต่อเนื่องของการตัดสินใจเกี่ยวกับเมือง การขนส่งภายในเขตเมืองและมูลค่าที่ดินกล่าวคือ การขนส่งเป็นเครื่องมือที่บุคคลใช้ในการเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปแหล่งอื่นตามความต้องการ โดยบุคคลจะต้องแลกเปลี่ยนการสูญเสียเงินและเวลา สำหรับค่าเช่าที่ตั้ง คือราคาที่กำหนดไว้สำหรับที่ตั้งซึ่งจะเข้าไปถึงได้ต้องเสียค่าขนส่งในการเดินทางน้อยกว่าค่าขนส่งในการเดินทางไปยังที่อื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่ารายได้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกประเภทยานพาหนะในการเดินทาง พบว่า แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการรถสองแถวมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ งานที่ทำส่วนใหญ่เป็นงานรับจ้างทั่วไป จึงเดินทางโดยบริการรถสาธารณะ ขณะที่เหตุผลในการใช้รถสองแถวคือ ร้อยละ 54.84 ไม่มีรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่ร้อยละ 24.19 คิดว่าประหยัดค่าใช้จ่าย และอีกร้อยละ 16.13 ให้เหตุผลว่า สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา

เสวิตา โอจรัสพร (2544) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและประชาชนผู้ใช้นนร่วมกันต่อการให้บริการของรถโดยสารไม่ประจำทาง ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ กรณีศึกษา : รถสี่ล้อแดง มีวัตถุประสงค์ ในการศึกษา 3 ประการ ประการแรก เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถสองแถว (สี่ล้อแดง) ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สอง เพื่อศึกษาความพึงพอใจและทัศนคติของประชาชนทั่วไป ผู้ใช้นนร่วมกับรถสองแถว ประการที่สาม สํารวจถึงปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการและประชาชนทั่วไป โดยวิธีการศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยข้อมูลปฐมภูมิทำการสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการรถสี่ล้อแดง จำนวน 100 ราย และกลุ่มผู้ขับรถสี่ล้อแดงจำนวน 50 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าไควสแควร์ และใช้มาตราส่วนประมาณค่าของไลเคิร์ต (Likert Scales) ผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่เลือกใช้บริการรถสี่ล้อแดง เกิดจากการไม่มีรถยนต์ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นด้วยในเรื่องที่รถสี่ล้อแดงจอดรับทุกครั้งและผู้โดยสารให้สัญญาณจะขึ้นรถ มีการประกาศอัตราค่าโดยสาร ให้ผู้โดยสารทราบอย่างชัดเจน และรถสี่ล้อแดงที่มีอยู่ในปัจจุบันมีจำนวนเพียงพอแล้ว และไม่เห็นด้วยกับเรื่องต่อไปนี คือ พนักงานมีมารยาทในการขับรถมีระเบียบวินัยและเคารพกฎจราจร การใช้บริการรถสี่ล้อแดงมีความปลอดภัยเพียงพอ มีความรวดเร็วทันเวลา ในส่วนของผู้ใช้นนร่วมกับรถสี่ล้อแดง

ผลการศึกษาพบว่า ควรจะมีการกำหนด คิวรถ หรือจุดรับ – ส่งผู้โดยสารให้แน่นอน เพื่อความเป็นระเบียบ ขณะเดียวกันเห็นว่ารถสี่ล้อแดงส่วนใหญ่ขับรถกีดขวางทางจราจร และบ่อยครั้งที่ผู้ขับรถสี่ล้อแดงไม่ให้สัญญาณไฟเลี้ยวแก่รถคันอื่นๆ ผู้ใช้ถนนร่วมกับสี่ล้อแดงเกือบทั้งหมดแสดงความคิดเห็นว่า ระบบการให้บริการของสี่ล้อแดงในปัจจุบัน ไม่สามารถเป็นตัวแทนของระบบขนส่งมวลชนในเมืองเชียงใหม่ และคิดว่าการสี่ล้อแดงควรได้รับการปรับปรุง

**ชวัลนุช วรรณชิน (2545)** ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการสถานีขนส่งของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาสถานีขนส่งจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการสถานีขนส่งของนักท่องเที่ยวท้องถิ่น และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการสถานีขนส่งของนักท่องเที่ยวท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการมาเยือนจังหวัดเชียงรายของนักท่องเที่ยวท้องถิ่นมาเยือนจังหวัดเชียงรายมากกว่า 24 ชั่วโมง โดยการรับรู้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานีขนส่งมาจากเพื่อน จากนั้นหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเองจากสื่อต่างๆ นักท่องเที่ยวท้องถิ่นส่วนใหญ่ใช้บริการสถานีขนส่งเพราะความจำเป็น เนื่องจากการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางเป็นเพียงทางเลือกเดียวในการขนส่งทางบกที่เข้าสู่จังหวัดเชียงรายโดยใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการใช้บริการสถานีขนส่ง แต่ละครั้งนาน 1-2 ชั่วโมง โดยบริการส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวท้องถิ่นเลือกใช้ คือ การใช้พื้นที่ของสถานีเพื่อรอคอยรถโดยสาร แล้วปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการในสถานีขนส่งจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ปัจจัยด้านอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ทำเลที่ตั้งของตัวสถานี ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านยานพาหนะ ปัจจัยด้านการมีเครือข่ายการขนส่งไปยังจังหวัดต่างๆ

**พวงพิศ วิเศษสุวรรณภูมิ (2548)** ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการเดินทางระหว่างรถโดยสารประจำทางและรถไฟในการเดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ประการแรกเพื่อทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการเดินทางระหว่างรถโดยสารประจำทางและรถไฟในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยเลือกใช้พาหนะ 2 ประเภทในการเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ประการสุดท้าย เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการใช้ยานพาหนะทั้ง 2 ประเภทดังกล่าวข้างต้น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา จากผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อน ใช้ระยะเวลาในการพำนัก 1-3 วัน ส่วนใหญ่เดินทางมาคนเดียว นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถโดยสารประจำทางส่วนใหญ่

เลือกใช้บริการของบริษัทขนส่ง จำกัด ประเภทรถปรับอากาศชั้น 1 ส่วนที่ใช้รถไฟส่วนใหญ่  
เลือกใช้บริการรถด่วนพิเศษ (สปรินเตอร์) และปัญหาที่เกิดขึ้นในการเดินทางโดยรถโดยสารประจำ  
ทางคือ รถโดยสารประจำทางมีสภาพเก่า ออกเดินทางไม่ตรงเวลา ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นในการ  
เดินทางโดยรถไฟ คือ ห้องน้ำบนรถไฟไม่สะอาด รถไฟที่นั่งเก่า และรถไฟไปถึงปลายทางไม่ตรง  
เวลา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved