

สังจากาจ จอมโนนเขวา : ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเพื่อ  
การทัศนจรสำหรับสถานศึกษา: การประยุกต์ใช้โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ  
(FACTORS AFFECTING CUSTOMER LOYALTY TOWARD SIGHTSEEING BUS  
SERVICES FOR SCHOOL: AN APPLICATION OF MULTILEVEL STRUCTURAL  
EQUATION MODELING) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. วัฒนวงศ์ รัตนวราห,  
210 หน้า

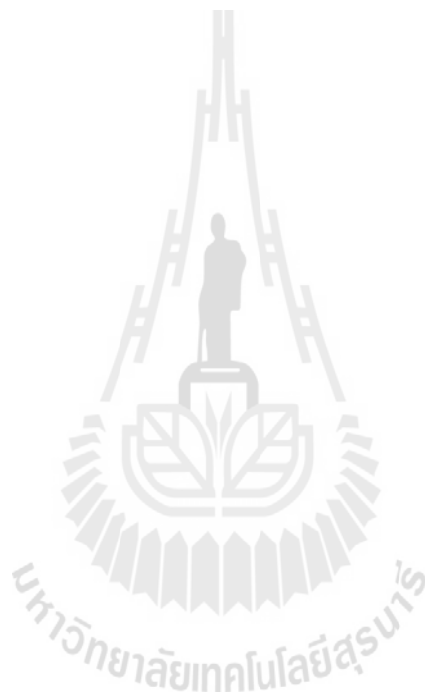
วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความภักดีของการใช้รถทัศนจรที่  
สอดคล้องตามความต้องการของผู้ใช้ เพื่อเป็นแนวทางในพัฒนาการให้บริการรถทัศนจรสำหรับ  
สถานประกอบการให้มีความเหมาะสมและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 5 ส่วน  
ผลจากการศึกษาส่วนแรกพบว่า จากการทบทวนวรรณกรรมจำนวน 53 ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่ถูกนำมา  
ศึกษาเกี่ยวกับความภักดีของผู้ใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ความพึงพอใจ (79.25%) การรับรู้  
คุณภาพการให้บริการ (67.92%) และการรับรู้คุณค่า (47.17%) ตามลำดับ

สำหรับการศึกษาส่วนที่ 2 ซึ่งเป็นการศึกษาองค์ประกอบด้านคุณภาพการให้บริการรถ  
ทัศนจรเพื่อให้สถานประกอบการใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ  
โดยการสอบถามระดับคะแนนการรับรู้คุณภาพการให้บริการของแต่ละตัวชี้วัดจากครูและบุคลากร  
ทางการศึกษาจำนวน 3,387 คน จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor  
Analysis) สามารถแบ่งตัวชี้วัด จำนวน 27 ตัว ได้ 3 กลุ่ม คือ ตัวยานพาหนะ พนักงานขับรถและการ  
บริหารจัดการ และจากวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สอง (Second-ordered Confirmatory  
Factor Analysis) สามารถยืนยันความเป็นองค์ประกอบของปัจจัยคุณภาพด้วย 3 กลุ่มตัวแปร  
ดังกล่าว

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาในส่วนที่ 3 จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างหลายกลุ่ม  
(Multi-group Structural Equation Modeling) ซึ่งตัวอย่างในการศึกษานี้คือครูจำนวน 2,254 คน โดย  
ในส่วนนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้รถทัศนจรสำหรับสถานศึกษาใน  
ประเทศไทยซึ่งประกอบด้วย ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจ ความ  
ไว้วางใจ การรับรู้คุณค่า ความผูกพัน ประสบการณ์ในอดีต ความสามารถของกลุ่ม เมื่อเปรียบเทียบ  
ระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบทพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้แตกต่างกัน  
ตามพื้นที่

ผลการศึกษาในส่วนที่ 4 โดยโครงสร้างของโมเดลจะเหมือนกับการศึกษาในส่วนที่ 3 จาก  
การศึกษาพบว่าเมื่อพิจารณาประเภทของสถานศึกษา ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความภักดีของผู้ใช้  
แตกต่างกันในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาและอาชีวศึกษา

สำหรับส่วนสุดท้ายนี้ การศึกษานี้ได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ โดยใช้ข้อมูลจากการสอบถามจากครูจำนวน 3,261 คน จาก 742 โรงเรียน เพื่อตอบคำถามว่า ความแตกต่างของแต่ละโรงเรียนมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพการให้บริการ ความพึงพอใจและความภักดี หรือไม่ ผลจากโมเดลพบว่าการรับรู้คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจและความพึงพอใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งระดับบุคคลและระดับโรงเรียน เมื่อพิจารณาปัจจัยระดับโรงเรียนพบว่า ทรัพยากรที่รัฐจัดสรรให้โรงเรียน นโยบายการมีส่วนร่วมและความใส่ใจเรื่องความปลอดภัยของโรงเรียนมีอิทธิพลทางตรงกับการรับรู้คุณภาพบริการให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



SAJJAKAJ JOMNONKWAO : FACTORS AFFECTING CUSTOMER  
LOYALTY TOWARD SIGHTSEEING BUS SERVICES FOR SCHOOL:  
AN APPLICATION OF MULTILEVEL STRUCTURAL EQUATION  
MODELING. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. VATANAVONGS  
RATANAVARAHA, Ph.D., 210 PP.

### SIGHTSEEING BUS / LOYALTY / STRUCTURAL EQUATION MODELING

The objective of this research is to study factors affecting loyalty to the use of sightseeing buses relevant to users' needs in order to be guidelines for entrepreneurs to develop tour bus service to be more suitable and safer by dividing into five sections. In the first section of related literature, the results of the study showed that the first three factors which are most taken to be studied about users' loyalty from 53 titles in review literature were satisfactions (79.25%), perceived quality (67.92%), and perceived value (47.17%) respectively.

The second study examined factors of tour bus provider quality in order to be criteria to evaluate and improve service quality for entrepreneurs by asking the score level of service provider's perceived quality of each indicator from 3,387 lecturers, and education staff. The results of analysis of exploratory factor analysis (EFA) were divided into 27 indices merged into three groups including vehicle bodies, drivers, and management administration. The second-ordered confirmatory factor analysis (CFA) confirmed being quality factors of three groups of variables as mentioned.

When considering the results of study in the third section from Multi-group Structural Equation Modeling (SEM) of which the samples in this study were 2,254

lecturers, this section focused the study of factors, which influenced loyalty to education tour bus for in Thailand, including expected service, perceived service, satisfaction, trust, perceived value, commitment, past experience, and attractiveness of competitors. When comparing between urban and rural areas, it was found that mentioned factors affecting users' loyalty are different due to geographic areas.

According to the results of the study in the fourth section, the structure of model was the same as the third section. From the study, it was found that mentioned factors which influenced the types of educational institutes were in different education levels including primary education level, secondary education level, and vocational education level.

For the last section, this study employed Multilevel SEM by using the data from questionnaires obtained from 3,261 teachers of 742 schools to answer the questions whether the differences of each school influence perceived quality, satisfaction, and loyalty or not. The results of model showed that perceived quality positively influenced satisfaction and satisfaction had positive satisfaction with the loyalty at statistical significance at both personal and school levels. When considering the school factors, it was found that the resources allocated by the government, the cooperation policy, and the schools' attention to safety directly influenced perceived quality at statistical significance.

School of Transportation Engineering

Academic Year 2014

Student's Signature \_\_\_\_\_

Advisor's Signature \_\_\_\_\_