

ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร: กรณีศึกษาสถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยา

Service Quality Factors Influencing Passenger Satisfaction and Repeat Usage Behavior: A Case Study of Phra Nakhon Si Ayutthaya Railway Station

ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ¹ อติชัย วรรณนะภูติ¹ พรเทพ แก้วเชื้อ¹ พงศกร เอี่ยมสอาด¹ ศิริรัตน์ สัยวุฒิ¹
ณัฐกฤตา รักใหม่¹ และศิริมาพร เจริญในวงศ์เผ่า^{1*}
Theerasak Supprasert¹ Adisai Watanaputi¹ Pornthep Kaewchur¹ Phongsakorn Amsa-ard¹
Sirirat Saiyawut¹ Natkitta Rakmai¹ and Sirimaporn Charoennaiwongpao^{1*}

Received: October 10, 2025; Revised: January 21, 2026; Accepted: January 22, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ 1) อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร 2) อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ และ 3) อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารสถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการรถไฟจำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Adjusted $R^2 = 0.582$, $p < .001$) โดยด้านความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.051$), ความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.039$), การให้ความมั่นใจ ($\beta = 0.056$) และการเอาใจใส่ ($\beta = 0.059$) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการตอบสนองไม่พบอิทธิพลที่ชัดเจน ($p = 0.188$) 2) ความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ ($\beta = 0.029$, Adjusted $R^2 = 0.594$, $p < .001$) และ 3) คุณภาพการให้บริการทั้ง 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรม ($\beta = 0.043$) ความน่าเชื่อถือ ($\beta = 0.033$) การตอบสนอง ($\beta = 0.033$) การให้ความมั่นใจ ($\beta = 0.047$) และการเอาใจใส่ ($\beta = 0.050$) มีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำอย่างมีนัยสำคัญ (Adjusted $R^2 = 0.663$, $p < .001$) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการสร้างความพึงพอใจเป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟ

คำสำคัญ : คุณภาพการให้บริการ; ความพึงพอใจ; พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ; ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้ใช้บริการรถไฟ; สถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยา

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* Corresponding Author, E - mail: sirimaporn.c@rmutsb.ac.th

Abstract

This research aims to analyze 1) the influence of service quality on passenger satisfaction, 2) the influence of satisfaction on repeat usage behavior, and 3) the influence of service quality on repeat usage behavior among passengers at Phra Nakhon Si Ayutthaya Railway Station. This quantitative study collected data from 400 railway service users through convenience sampling. The research instrument employed was a questionnaire. Data analysis utilized frequency, percentage, mean, and standard deviation, along with multiple regression analysis. The research findings revealed that 1) service quality has a positive influence on passenger satisfaction (Adjusted $R^2 = 0.582$, $p < .001$), with tangibility ($\beta = 0.051$), reliability ($\beta = 0.039$), assurance ($\beta = 0.056$), and empathy ($\beta = 0.059$) showing significant effects at the 0.01 level, while responsiveness showed no clear influence ($p = 0.188$); 2) passenger satisfaction positively influences repeat usage behavior ($\beta = 0.029$, Adjusted $R^2 = 0.594$, $p < .001$); and 3) all five dimensions of service quality—tangibility ($\beta = 0.043$), reliability ($\beta = 0.033$), responsiveness ($\beta = 0.033$), assurance ($\beta = 0.047$), and empathy ($\beta = 0.050$)—directly and significantly influence repeat usage behavior (Adjusted $R^2 = 0.663$, $p < .001$). These findings indicate that developing service quality and creating satisfaction are critical strategies for enhancing repeat usage behavior among railway passengers.

Keywords: Service Quality; Customer Satisfaction; Repeat Usage Behavior; Factors Influencing Railway Service Users; Phra Nakhon Si Ayutthaya Railway Station

บทนำ

การคมนาคมขนส่งระบบรางถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่แนวคิด “การเดินทางอย่างยั่งยืน” (Sustainable Mobility) ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากภาครัฐและประชาชน ระบบขนส่งทางรางจึงกลายเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ความต้องการด้านความปลอดภัย ความสะดวก ความตรงต่อเวลา และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีงานวิจัยพบว่า ความสะดวกในการเข้าถึงและคุณภาพการให้บริการของระบบรถไฟฟ้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ (Satirasetthavee et al., 2022)

การรถไฟแห่งประเทศไทยถือเป็นหน่วยงานหลักด้านการคมนาคมระบบราง ได้ดำเนินโครงการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารจัดการสถานี และการยกระดับมาตรฐานบริการของพนักงาน เพื่อให้ระบบรถไฟฟ้ามีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับประเทศพัฒนาแล้ว สถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยาเป็นสถานีหลักในภาคกลางตอนบนและเป็นหนึ่งในสถานีสำคัญของเส้นทางรถไฟสายเหนือ-อีสาน นอกจากจะเป็นจุดเปลี่ยนถ่ายการเดินทางของประชาชนทั่วไปแล้ว ยังเป็น “ประตูสู่เมืองมรดกโลก” ที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเยี่ยมชมโบราณสถานและวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก โดยข้อมูลจากหน่วยงานสถิติการรถไฟแห่งประเทศไทยระบุว่า ในปี พ.ศ. 2567 มีผู้โดยสารผ่านสถานีนี้เฉลี่ยประมาณ 10,500 คนต่อวัน ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญของสถานีต่อระบบการขนส่งและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ (กรมการขนส่งทางราง, 2567) และงานวิจัยในช่วงหลังพบว่า สถานีรถไฟถือเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว และการขนส่งที่สำคัญ โดยเฉพาะในมิติที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้โดยสาร (Lieophairat and Rojniruttikul, 2023)

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้การรถไฟแห่งประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการปรับปรุงบริการ แต่ยังคงพบปัญหาที่สะท้อนถึงความไม่สม่ำเสมอของคุณภาพบริการ ในหลายด้านไม่ว่าจะเป็น ด้านความสะอาดของสถานีและขบวนรถ

ความสะดวกในการซื้อตั๋วและรับข้อมูลการเดินทาง การให้ความช่วยเหลือของพนักงาน การรักษาความปลอดภัย และความตรงต่อเวลาในการเดินทาง (Wonglakorn et al., 2023) ปัญหาเหล่านี้ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้คุณภาพบริการ และความพึงพอใจของผู้โดยสาร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ งานวิจัยหลายเรื่องชี้ว่า คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และต่อเนื่องไปยังพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ (Revisit Behavior) ซึ่งถือเป็นพฤติกรรมเชิงภักดีของผู้บริโภคในระยะยาว (Chongsanguan et al., 2016) โดยเฉพาะในธุรกิจบริการ ธุรกิจโรงแรม สายการบิน หรือระบบขนส่งมวลชนที่มีการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าถือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของการจัดการและประสิทธิภาพองค์กร ทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดึงดูดลูกค้าใหม่ (Satirasetthavee et al., 2022) อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ายังมีงานวิจัยเพียงไม่กี่เรื่องที่ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟฟ้าไทยในระดับสถานีโดยตรง โดยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการศึกษาในระบบรถไฟฟ้าในเมืองหลวง ระบบขนส่งมวลชนทางรางในกรุงเทพมหานคร (Bangkok Mass Transit System: BTS) หรือระบบรถไฟฟ้ามหานคร (Metropolitan Rapid Transit: MRT) ซึ่งมีบริบทด้านเทคโนโลยีและกลุ่มผู้ใช้บริการที่แตกต่างจากสถานีรถไฟภูมิภาค (Wisutwattanasak et al., 2023) ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยเรื่องอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารสถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยา จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการบริการในภาครัฐ โดยเฉพาะในภาคการคมนาคมขนส่งระบบราง ผลการศึกษาที่ได้จะช่วยสะท้อนภาพรวมของคุณภาพการให้บริการในมิติที่ผู้โดยสารรับรู้ ตลอดจนช่วยเสนอแนวทางในการยกระดับมาตรฐานบริการของสถานีรถไฟพระนครศรีอยุธยาให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้โดยสาร และเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับระบบขนส่งสาธารณะของประเทศในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ

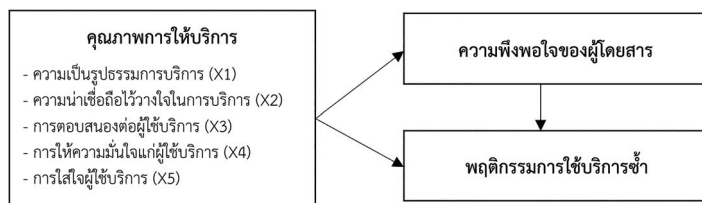
การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องคุณภาพการให้บริการ (Service Quality) คุณภาพการให้บริการเป็นแนวคิดหลักในสาขาการตลาดบริการ (Service Marketing) ซึ่งหมายถึงการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของผู้ใช้บริการกับการรับรู้ที่ได้รับจริง (Parasuraman et al., 1988) โดยถูกพัฒนาเป็นโมเดล SERVQUAL ที่ประกอบด้วย 5 มิติ ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles) คือ สภาพแวดล้อม สถานที่ อุปกรณ์ และลักษณะบุคลากรที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน 2) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการที่ถูกต้องและสม่ำเสมอตามที่สัญญาไว้ 3) การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความเต็มใจของพนักงานในการช่วยเหลือลูกค้าอย่างรวดเร็ว 4) การให้ความมั่นใจ (Assurance) คือ ความรู้ ความสุภาพ และความสามารถของบุคลากรที่สร้างความไว้วางใจ และ 5) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ การเข้าใจและให้ความสำคัญต่อความต้องการของลูกค้า แนวคิดนี้ถูกใช้ในการประเมินคุณภาพบริการในระบบขนส่ง โรงพยาบาล ธนาคาร และสถาบันการศึกษา (Satirasetthavee et al., 2022; Wonglakorn et al., 2023) โดยในภาคการขนส่งทางราง งานของ Lieophairet and Rojniruttikul (2023) พบว่าคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าของผู้โดยสารผ่านกลไกความพึงพอใจที่เป็นตัวกลางสำคัญ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Customer Satisfaction) ความพึงพอใจเป็นผลลัพธ์เชิงจิตวิทยาที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างประสบการณ์การใช้บริการจริงกับความคาดหวังที่มีมาก่อนหน้า หากประสบการณ์ตรงดีกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ (Kotler and Keller, 2016) ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีและพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ (Chongsanguan et al., 2016) ในภาคขนส่งสาธารณะ (Satirasetthavee et al., 2022) ชี้ว่าความพึงพอใจของผู้โดยสารมีผลต่อความถี่ในการกลับมาใช้บริการระบบรางหลังสถานการณ์โควิด-19 สิ้นสุดลง ซึ่งยืนยันบทบาทของความพึงพอใจในฐานะตัวแปรสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ

3. พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ (Revisit Behavior) พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำหมายถึงความตั้งใจของลูกค้าที่จะกลับมาใช้บริการเดิมอีกครั้ง (Oliver, 1999) โดยถือเป็นรูปแบบหนึ่งของความภักดี (Loyalty Behavior) งานวิจัยในภาคขนส่ง (Wisutwattanasak et al., 2023) พบว่าผู้โดยสารที่รับรู้คุณภาพบริการสูงและได้รับความพึงพอใจจะมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำสูงขึ้น ในบริบทของระบบรางในประเทศไทย การศึกษาของ Lieophairot and Rojniruttikul (2023) พบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ มีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟ โดยเฉพาะในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและภาพลักษณ์พนักงาน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงบทบาทเชิงกลยุทธ์ของการพัฒนามาตรฐานบริการ ความพึงพอใจที่เป็นตัวกลางสำคัญ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร
2. ความพึงพอใจของผู้โดยสารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ
3. คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนที่ใช้บริการรถไฟ สถานีรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และการวิจัยนี้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารที่ใช้บริการจริง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาข้อมูลเอกสารหนังสือ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับประเด็นเนื้อหาและขอบเขตการวิจัยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 10 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการตอบสนองต่อผู้ให้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการ การใส่ใจผู้ให้บริการ จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ จำนวน 5 ข้อ เป็นคำถามปลายปิด มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยในแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดย 1) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้คำนวณความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหา (IOC: Index of Item Objective Congruence) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์

2) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จากการตรวจสอบอยู่ระหว่าง 0.779 - 0.816 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสามารถใช้เก็บข้อมูลได้ (ชุดินันท์ วิลามาส และคณะ, 2567)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 207 คน (51.75 %) ต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 156 คน (39 %) รายได้น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 182 คน (45.50 %) ระดับการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 186 คน (46.50 %) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 168 คน (42 %) สถานภาพโสดจำนวน 267 คน (66.75 %) เดินทางโดยรถไฟ 4 - 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 115 คน (28.80 %) วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยรถไฟเพื่อเรียนหนังสือจำนวน 118 คน (29.50 %) ช่วงเวลาในการใช้บริการรถไฟ เวลา 06.00 - 11.59 น. จำนวน 184 คน (46 %) เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีอัตราค่าโดยสารที่ถูกจำนวน 137 คน (34.25 %) ผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ในการทดสอบสมมติฐานผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณสมบัติของตัวแปร ว่ามีความเหมาะสมกับเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่สูงเกินไปจนอาจเกิดปัญหาภาวะที่ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงจนทำให้ผลการวิเคราะห์ถดถอยคลาดเคลื่อนและตีความได้ยาก (Multicollinearity) (บุญใจ ศรีสถิตยรรณกร, 2553) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร 1) คุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และการใส่ใจ 2) ความพึงพอใจในการให้บริการ 3) พฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.033 - 0.669 ซึ่งไม่เกิน 0.80 ประกอบกับการพิจารณาจากค่าที่ใช้ตรวจสอบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไปหรือไม่ในแบบจำลองถดถอย (Variance Inflation Factor: VIF) พบว่า อยู่ระหว่าง 1.181 - 2.368 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้น จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร

ตัวแปรพยากรณ์	B	β	t	p
(ค่าคงที่)	-0.541	0.221	-2.446	0.015
1. ความเป็นรูปธรรมการบริการ (X1)	0.448	0.051	8.794	0.000**
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (X2)	0.144	0.039	3.645	0.000**
3. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (X3)	-0.051	0.039	-1.319	0.188
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (X4)	0.295	0.056	5.292	0.000**
5. การใส่ใจผู้ใช้บริการ (X5)	0.296	0.059	4.990	0.000**
Adjusted R Square 0.582				

หมายเหตุ: p<0.01**, p<0.05*

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และการใส่ใจผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ ปัจจัยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.188$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.051, 0.039, 0.056 และ 0.059 ตามลำดับ และมีค่า Adjusted R Square = 0.582 แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านที่นำมาวิเคราะห์สามารถอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของผู้โดยสารได้ ร้อยละ 58.20 ส่วนที่เหลือร้อยละ 41.80 เป็นอิทธิพลของปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในสมการ เมื่อเขียนในรูปสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{y} = -0.541 + 0.448(X1) + 0.144(X2) - 0.051(X3) + 0.295(X4) + 0.296(X5)$$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของอิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ

ตัวแปรพยากรณ์	B	β	t	p
(ค่าคงที่)	0.063	0.187	0.337	0.737
1. ความเป็นรูปธรรมการบริการ (X1)	0.146	0.043	3.385	0.001**
2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ (X2)	0.336	0.033	10.082	0.000**
3. การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (X3)	0.181	0.033	5.493	0.000**
4. การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ (X4)	0.301	0.047	6.373	0.000**
5. การใส่ใจผู้ใช้บริการ (X5)	0.634	0.050	12.607	0.000**
Adjusted R Square	0.663			

หมายเหตุ: $p < 0.01^{**}$, $p < 0.05^{*}$

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจแก่ผู้ใช้บริการ และการใส่ใจผู้ใช้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) เท่ากับ 0.043, 0.033, 0.033, 0.047 และ 0.050 ตามลำดับ และมีค่า Adjusted R Square = 0.663 แสดงว่าปัจจัยคุณภาพการให้บริการทั้ง 5 ด้านที่นำมาวิเคราะห์สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำได้ร้อยละ 66.30 ส่วนที่เหลือร้อยละ 33.70 เป็นอิทธิพลของปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในสมการ เมื่อเขียนในรูปสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.063 + 0.146(X1) + 0.336(X2) + 0.181(X3) + 0.301(X4) + 0.634(X5)$$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ

ตัวแปรพยากรณ์	B	β	t	p
(ค่าคงที่)	0.899	0.118	7.535	0.000**
ความพึงพอใจในการให้บริการ (X1)	0.722	0.029	24.148	0.000**
Adjusted R Square	0.594			

หมายเหตุ: $p < 0.01^{**}$, $p < 0.05^{*}$

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ความพึงพอใจในการให้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.594 แสดงว่าความพึงพอใจในการให้บริการสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำได้ร้อยละ 59.40 ส่วนที่เหลือร้อยละ 40.60 เป็นอิทธิพลของปัจจัยอื่นที่ไม่ได้รวมอยู่ในสมการ เมื่อเขียนในรูปสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.899 + 0.722(X1)$$

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารสถานีรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของคุณภาพบริการในแต่ละด้านมีบทบาทต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการแตกต่างกันดังนี้

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากการบริการที่มีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความเป็นระเบียบ และภาพลักษณ์ของบุคลากรที่ให้บริการ เป็นองค์ประกอบที่ผู้โดยสารสามารถมองเห็นและสัมผัสได้โดยตรง ซึ่งสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการ การบริการที่มีความเป็นรูปธรรมชัดเจนยังช่วยให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความใส่ใจของหน่วยงานต่อความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้บริการ ทำให้เกิดความไว้วางใจและรู้สึกว่าการบริการมีมาตรฐาน แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพัตรดา จามดำ (2566) ในเรื่องคุณภาพการให้บริการ กลุ่มงานส่งเสริมการวิจัยโรงพยาบาลกลาง กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าความเป็นรูปธรรมของบริการ เช่น ความสะอาดและความพร้อมของสถานที่เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความประทับใจและเพิ่มความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยด้านระบบขนส่งทางรางที่เน้นว่าความตรงต่อเวลา ความถูกต้องของข้อมูล และความสม่ำเสมอของการให้บริการเป็นหัวใจของคุณภาพบริการ (Satirasetthavee et al., 2022) ผลลัพธ์ดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัยการบริหารระบบรางของประเทศญี่ปุ่น ด้านความน่าเชื่อถือ ที่เป็นปัจจัยหลักที่นำไปสู่การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ และทำให้ผู้โดยสารใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว (Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT), 2022) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้บริบทของไทยและญี่ปุ่นจะแตกต่างกัน แต่กลไกของความน่าเชื่อถือในฐานะปัจจัยการกำหนดความพึงพอใจของผู้โดยสารมีลักษณะร่วมกันในระดับสากล

ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟเนื่องจากการให้บริการของหน่วยงานรัฐที่ยังคงมีข้อจำกัดด้านจำนวนบุคลากรและระบบการสื่อสาร ทำให้การให้บริการอาจยังไม่ทั่วถึงเมื่อเทียบกับหน่วยงานเอกชน ที่มีการตอบสนองอย่างรวดเร็วและตรงจุด จึงส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของผู้โดยสารอย่างชัดเจน (Ardiani et al., 2025) ความแตกต่างดังกล่าวสะท้อนช่องว่างเชิงโครงสร้างของระบบรถไฟไทย และชี้ให้เห็นทิศทางการพัฒนาในอนาคตหากต้องการยกระดับบริการสู่มาตรฐานสากล

ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ เพราะความมั่นใจของผู้โดยสารเกิดจากการที่รู้สึกปลอดภัยจนเกิดความไว้วางใจในการใช้บริการ โดยเฉพาะความรู้และความเชื่อมั่นของพนักงาน สามารถช่วยลดความเสี่ยงและความไม่แน่นอนในระหว่างการใช้บริการได้ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกมั่นใจว่าตนได้รับบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของเกษมณี เอี่ยมหน่อ และพัชรภา สิม์ธนสาร (2567) ซึ่งศึกษาคุณภาพการให้บริการในหน่วยงานราชการ พบว่าการมีบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในงานบริการ และการสื่อสารที่ชัดเจน ช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการและส่งผลต่อความพึงพอใจในภาพรวมเช่นเดียวกันกับงานวิจัยด้านระบบรถไฟของประเทศญี่ปุ่น ที่กล่าวว่า การฝึกอบรมบุคลากรอย่างเป็นระบบ เป็นกลไกสำคัญในการรักษามาตรฐานคุณภาพบริการในระยะยาว (Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT), 2022)

ด้านการใส่ใจผู้ให้บริการ พบว่ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร เพราะการใส่ใจเป็นองค์ประกอบที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสารที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกว่าได้ได้รับความเอาใจใส่ ปฏิบัติอย่างเป็นมิตร และเข้าใจในความต้องการเฉพาะของตน จะเกิดความประทับใจและมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ เป็นการสะท้อนถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เน้น ผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนระหว่างองค์กรกับผู้โดยสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของจันทรา นามทอง และสิทธิชัย ฝรั่งทอง (2566) เรื่อง การรับรู้คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งชี้ว่าการให้บริการด้วยความเอาใจใส่และความเข้าใจในผู้ให้บริการเป็นปัจจัยหลักที่ส่งเสริมความพึงพอใจในระยะยาว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Utsunomiya et al. (2023) ที่ศึกษาการดำเนินธุรกิจของบริษัทรถไฟเอกชนในประเทศญี่ปุ่น และชี้ให้เห็นว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนทางธุรกิจของกิจการรถไฟ โดยเฉพาะในบริบทที่บริษัทรถไฟต้องแข่งขันและปรับตัวในฐานองค์กรเชิงพาณิชย์มากขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความพึงพอใจที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารสถานีรถไฟจังหวัดพระนครศรีอยุธยาซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์การใช้บริการกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในระยะยาว

ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ความทันสมัยของสถานี และภาพลักษณ์ของพนักงานที่ดี ช่วยสร้างความประทับใจและการรับรู้ถึงคุณภาพบริการที่จับต้องได้ บริการที่เป็นระเบียบ มีมาตรฐาน และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ส่งผลให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความใส่ใจขององค์กร และเกิดความเชื่อมั่นที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในอนาคต สอดคล้องกับงานวิจัยของสุขุม อ้นทอง และคณะ (2565) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของสถานีรถไฟชุมทางหาดใหญ่พบว่า “ความเป็นรูปธรรมของบริการ” เช่น ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานี เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ

ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการให้บริการที่ตรงต่อเวลา ความถูกต้องของข้อมูล และความสม่ำเสมอของการให้บริการ ช่วยสร้างความไว้วางใจในองค์กร และเกิดความเชื่อมั่นทำให้มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง สอดคล้องกับงานของอันธิกา ประศาสตร์ศิลป์ และสมพล พงษ์หัว (2567) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของระบบรถไฟฟ้า BTS พบว่า ความน่าเชื่อถือและความสม่ำเสมอในการให้บริการ เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารอย่างชัดเจนเช่นเดียวกับระบบรถไฟฟ้าญี่ปุ่น ถูกยอมรับในฐานะมาตรฐานโลกด้านความตรงต่อเวลา ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความภักดีของผู้โดยสารและความยั่งยืนเชิงพาณิชย์ของระบบราง (Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT), 2022) การเปรียบเทียบดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การยกระดับความน่าเชื่อถือของสถานีรถไฟภูมิภาคในไทยสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำได้ในระดับโครงสร้าง ไม่ใช่เพียงระดับความพึงพอใจเฉพาะครั้ง

ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสารในบริบทการเดินทางด้วยระบบรถไฟ มีผลโดยตรงต่อความประทับใจในการบริการ โดยเฉพาะเมื่อผู้ให้บริการสามารถจัดการกับปัญหาเฉพาะหน้า การให้ข้อมูลที่รวดเร็วและการสื่อสารที่ชัดเจนสามารถลดความตึงเครียดของผู้โดยสารและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wang et al. (2020) ที่ศึกษาระบบรถไฟในเมืองเทียนจิน ประเทศจีน พบว่า Responsiveness และ Reliability มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้โดยสาร และความตั้งใจที่จะใช้บริการซ้ำ โดยการตอบสนองที่ดีช่วยลดความเครียดและเพิ่มความไว้วางใจต่อระบบรางในเมืองใหญ่

ด้านการสร้างความมั่นใจแก่ผู้โดยสารมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากบุคลากรที่มีความรู้และมีมารยาท มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มความไว้วางใจต่อองค์กรขนส่งสาธารณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบที่มีความซับซ้อนสูง เช่น รถไฟฟ้า รถไฟทางไกล หรือระบบขนส่งรางในเขตเมือง สอดคล้องกับการศึกษาของ Ibrahim et al. (2020) ที่สำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบขนส่งรางในยุโรป ตะวันออก พบว่า Assurance เป็นหนึ่งในตัวแปรที่ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางในระบบขนส่งหลายรูปแบบ

ด้านการใส่ใจผู้ให้บริการมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร เนื่องจากการให้บริการที่มีความเห็นอกเห็นใจต่อผู้โดยสาร เช่น การจัดลำดับความสำคัญให้ผู้สูงอายุ การช่วยเหลือผู้พิการ หรือการให้คำแนะนำเชิงรุก มีผลโดยตรงต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aristiani and Yenita (2023) และ Ricardianto et al. (2024) ที่วิเคราะห์ความภักดีของผู้โดยสารรถไฟในอินโดนีเซีย พบว่าการให้บริการที่แสดงถึงความเข้าใจความต้องการของลูกค้า เช่น การดูแลผู้โดยสารกลุ่มเปราะบางและการสร้างประสบการณ์เชิงบวก มีผลกระทบโดยตรงต่อความจงรักภักดีและความตั้งใจใช้บริการซ้ำ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารพบว่า ความพึงพอใจมิได้เป็นเพียงผลลัพธ์ของคุณภาพการบริการเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวขับเคลื่อนเชิงพฤติกรรม ที่เชื่อมโยงประสบการณ์การให้บริการกับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต

ความพึงพอใจในการให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเมื่อผู้โดยสารมีระดับความพึงพอใจในการบริการสูงขึ้น จะส่งผลให้มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ความพึงพอใจเกิดจากการรับรู้ของผู้โดยสารต่อคุณภาพการบริการที่ได้รับ เช่น ความสะอาดสบาย ความสะอาดของสถานี การให้บริการอย่างสุภาพ และการดูแลเอาใจใส่ของพนักงาน ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวกและความรู้สึกไว้วางใจในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lieophairot and Rojniruttikul (2023) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟของการรถไฟแห่งประเทศไทย (State Railway of Thailand: SRT) โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) จากกลุ่มตัวอย่างผู้โดยสาร 1,250 คนทั่วประเทศ ผลการวิเคราะห์พบว่า “ความพึงพอใจในการให้บริการ (Service Satisfaction)” เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงเป็นลำดับที่สองต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้โดยสาร ($TE = 0.67$) รองจากคุณภาพของบริการ โดยเฉพาะในประเด็นสิ่งอำนวยความสะดวกและภาพลักษณ์ของพนักงานและในบริบทนานาชาติ งานวิจัยด้านระบบรางของประเทศญี่ปุ่นสะท้อนภาพที่สอดคล้องกันอย่างชัดเจน โดย Utsunomiya et al. (2023) ระบุว่าความพึงพอใจจากความตรงต่อเวลา ความสะอาด และความเป็นมืออาชีพของพนักงาน เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้โดยสารญี่ปุ่นใช้บริการรถไฟอย่างต่อเนื่องในระยะยาว แม้จะมีทางเลือกการเดินทางอื่นที่สะดวกมากขึ้นก็ตาม ประเด็นนี้ช่วยอธิบายเชิงเปรียบเทียบว่า ความพึงพอใจมิได้ขึ้นกับเทคโนโลยีขั้นสูงเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก “ประสบการณ์การบริการที่สม่ำเสมอและเชื่อถือได้” ซึ่งเป็นบทเรียนสำคัญต่อการพัฒนาระบบรางไทย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ การรถไฟฯ ควรปรับปรุงและพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานี เช่น ที่นั่งพัก ห้องน้ำ ระบบเสียงประกาศ และป้ายบอกทางให้มีความสะอาด ทันสมัย และชัดเจนมากขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความพึงพอใจของผู้โดยสาร

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจในการบริการ ควรกำหนดมาตรฐานการเดินรถให้ตรงต่อเวลาและมีระบบการแจ้งข้อมูลที่โปร่งใส เช่น การแจ้งเตือนเหตุขัดข้อง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและลดความไม่พอใจของผู้โดยสาร

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้ให้บริการควรเพิ่มจำนวนพนักงานในจุดบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะช่วงเวลาเร่งด่วน และจัดอบรมด้านการสื่อสารกับผู้โดยสาร เพื่อให้สามารถตอบคำถามและให้ความช่วยเหลือได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร ควรจัดอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ และความสุขภาพในการให้บริการ เพื่อสร้างความรู้สึกมั่นใจ ปลอดภัย และไว้วางใจของผู้โดยสาร

1.5 ด้านการเอาใจใส่ผู้โดยสาร ควรส่งเสริมให้พนักงานมีจิตบริการ (Service Mind) ให้ความสำคัญกับผู้โดยสารทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้สูงอายุ เด็ก และคนพิการ รวมถึงจัดระบบรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำไปพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง

1.6 ด้านความพึงพอใจในการให้บริการโดยรวม ควรสร้างระบบติดตามประเมินผลความพึงพอใจของผู้โดยสารเป็นประจำทุกปี เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนานโยบายบริการ และรักษามาตรฐานลูกค้าเดิมให้เกิดการให้บริการซ้ำ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ขยายพื้นที่ศึกษาไปยังสถานีรถไฟในภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำในแต่ละภูมิภาค อาจพบความแตกต่างจากปัจจัยทางวัฒนธรรมและระบบบริหารจัดการในพื้นที่

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรด้านภาพลักษณ์องค์กร หรือ คุณค่าการรับรู้ เพื่อศึกษาบทบาทของตัวแปรเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งอาจช่วยอธิบายความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างคุณภาพบริการและความภักดีของผู้โดยสารได้ดียิ่งขึ้น

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้โดยสารหรือผู้บริหารสถานี เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนมุมมองของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม

References

- เกษมณี เอี่ยมหน่อ และพัชราภา สิงห์ธนสาร. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการของสำนักงานอัยการคุ้มครองสิทธิและช่วยเหลือทางกฎหมายและการบังคับคดีจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารนิติศาสตร์สหวิทยาการ*, 2(2), 18-32. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jiis/article/view/921>
- กรมการขนส่งทางราง. (2567). ปริมาณผู้โดยสารระบบราง เดือนพฤศจิกายน 2567. เข้าถึงเมื่อ (30 ธันวาคม 2567). <https://www.drt.go.th/media/infographic/ปริมาณผู้โดยสาร-ระบบขนส่งทางราง-ประจำเดือน-4>
- จันทร์ นามทอง และสิทธิชัย ฝรั่งทอง. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความภักดีของผู้ใช้บริการบริษัทสยามกลการอุตสาหกรรม จำกัด จังหวัดระยอง. *วารสารตะวันออกเฉียงใต้กรุงเทพ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 9(1), 108-116. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/263782
- ชุตินันท์ วิลามาต, ธีระศักดิ์ ทรัพย์ประเสริฐ, ปราชญ์ พวงเงิน, กนกกาญจน์ กล่อมเกลา และสุตภาภัทร จันทร์ประเสริฐ. (2567). รูปแบบความภักดีต่อการใช้บริการห้างสรรพสินค้าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 8(7), 79-91. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/274876>
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากูร. (2553). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). ยูแอนด์ไอ อินเตอร์มีเดีย.
- สุขุม อันทอง, วัลลภา พัฒนา และพิเชษฐ์ พรหมใหม่. (2565). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำสถานีรถไฟชุมทางหาดใหญ่. *Maejo Business Review*, 4(2), 25-46. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MJBA/article/view/260176>
- สุพัตรตา งามดำ. (2566). คุณภาพการให้บริการ กลุ่มงานส่งเสริมการวิจัย โรงพยาบาลกลาง กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 9(3), 69-80. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/ajcph/article/view/260942>
- อันธิกา ประศาสตร์ศิลป์ และสมพล พุ่มหว่า. (2567). คุณภาพการบริการและความพึงพอใจในการใช้บริการที่ส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) รถไฟฟ้า BTS. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 29(2), 30-35. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/270715>
- Ardiani, K.S., Roji, F.F. and Farisya, G. (2025). Analyzing Railway Passenger Satisfaction Using SERVQUAL and Importance- Performance Analysis (IPA) for Tourism Purposes. *LITERACY: International Scientific Journal of Social, Education, Humanities*, 4(2), 55-64. <https://doi.org/10.56910/literacy.v4i2.2196>
- Aristiani, P. and Yenita, Y. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Penumpang Dan Dampak Terhadap Loyalitas Penumpang Pengguna Jasa Transportasi Kereta Api Pelabuhan Merak - Rangkasbitung. *Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal)*, 7(1), 32-38. <https://doi.org/10.37367/jpi.v7i1.275>

- Chongsanguan, P., Trimetsoontorn, J. and Fongsuwan, W. (2016). Hierarchical Model of Service Quality and its Effect on Consumers' Perceived Image, Satisfaction, and Behavioural Intentions: A Study of Bangkok's Mass Rapid Transit Systems, Thailand. *Journal for Global Business Advancement*, 9(4), 331-356. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2016.079881>
- Ibrahim, A.N.H., Borhan, M.N., Md. Yusoff, N.I. and Ismail, A. (2020). Rail-based Public Transport Service Quality and User Satisfaction - A Literature Review. *Promet - Traffic & Transportation*, 32(3), 423-435. <https://doi.org/10.7307/ptt.v32i3.3270>
- Kotler, P. and Keller, K.L. (2016). *Marketing Management* (15thed). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Lieophairot, C. and Rojniruttikul, N. (2023). Factors Affecting State Railway of Thailand (SRT) Passenger Train Service Use Decision: A Structural Equation Model. *Heliyon*, 9(4), Article e15660. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e15660>
- Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism (MLIT). (2022). *White Paper on Land, Infrastructure, Transport and Tourism in Japan*. Access (5 August 2025). <https://www.mlit.go.jp/en/statistics/white-paper>
- Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-34. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Ricardianto, P., Risdiana, A.O., Abdurachman, E., Saputro, S.E. and Purba, O. (2024). Passenger Loyalty and Satisfaction: Empirical Evidence at the South Sumatra LRT Station in Indonesia. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*. 14(1), 82-10. https://doi.org/10.22441/jurnal_mix.2024.v14i1.005
- Satirasetthavee, D., Malabanar, I., Kitthamkasorn, S. and Panpaksorn, J. (2022). Customer Satisfaction with Service Quality of the Bangkok Mass Rapid Transit System. *Srinakharinwirot University Engineering Journal*, 18(1), 83-102. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/sej/article/view/247111>
- Utsunomiya, K., Sanko, N. and Keumi, C. (2023). Expectations and Satisfaction Towards Railway Companies by Residents in Japan. *Research in Transportation Economics*, 100, Article 101303. <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2023.101303>
- Wang, Y., Zhang, Z., Zhu, M. and Wang, H. (2020). The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Reuse Intention in Urban Rail Transit in Tianjin, China. *SAGE Open*, 10(1), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2158244019898803>
- Wisutwattanasak, P., Champahom, T., Jomnonkwao, S., Seefong, M., Theerathitichaipa, K., Kasemsri, R. and Ratanavaraha, V. (2023). Modeling Extended Service Quality for Public Transportation in the Post-pandemic Period: Differentiating Between Urban and Rural Areas: A Case Study of Intercity Railway, Thailand. *Logistics*, 7(4), Article 93. <https://doi.org/10.3390/logistics7040093>
- Wonglakorn, N., Chantaratang, A., Suksiripattanapong, C., Na Sritha, K., Aunphoklang, W., Ninjinda, N. and Keerakittisakul, W. (2023). The Development of Service Metrics Indicators of a Public Transportation Service: Intercity Trains in Nakhon Ratchasima Province, Thailand. *Sustainability*, 15(11), Article 11739. <https://doi.org/10.3390/su15111739>