



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Behaviors, Marketing Mix Factors and Customer Satisfaction of Riders among Airport Rail Link (ARL), Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTS) and Mass Transit Authority of Thailand (MRT)

Siripong Preutthipan¹

¹International College, Suan Sunandha Rajabhat University

ABSTRACT

This study is to compare behaviors, marketing mix factors and customer satisfaction of riders among Airport Rail Link (ARL), Bangkok Mass Transit System Public Company Limited (BTS) and Mass Transit Authority of Thailand (MRT). The convenience sampling is used with 1,200 questionnaires. Reliability and validity of data are tested by factor analysis and Cronbach's Alpha before both descriptive and inferential statistics are exploited to find the difference and relationship between independent variables (demographic and marketing mix factors) and dependent variables (riders' behaviors and customer satisfaction).

The result shows that most of 3 mass transit rail systems respondents are female, single, an age between 20 and 30 years old, a bachelor degree, pupils/students, and incomes below 5,000 Baht. Behaviors of respondents are 2 times/day in travel frequency, travel time between 8.01 and 10.00 A.M., journey purpose for studying, buying daily tickets, main purpose using the system to avoid traffic jams and to repeat the services. The customer satisfaction of riders is very satisfied (3.80-3.87).

Furthermore, in various aspects of customer satisfaction and marketing mix factors, there are mean differences of customer satisfaction and marketing mix factors among 3 mass transit rail systems at the statistically significant level of 0.05.

Keywords : Behaviors, Marketing Mix factors, Customer Satisfaction, Mass Transit Rail System



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

**พฤติกรรม ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของ
ผู้ใช้บริการระหว่าง บริษัท รถไฟฟ้า รฟท. จำกัด (รฟท.:ARL)
บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส: BTS)
และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.: MRT)**

ศิริพงศ์ พงธิพันธุ์¹

¹วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรม ส่วนประสมทางการตลาด และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ บริษัท รถไฟฟ้า รฟท. จำกัด (รฟท. : ARL) บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส: BTS) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม. : MRT)

โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดต่อแต่ละระบบ รวม 1,200ชุดแบบสอบถาม การวัดค่าความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้ Factor Analysis และ ค่า Cronbach's Alpha การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอ้างอิงในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ผลของการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการทั้ง 3 ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุอยู่ระหว่าง 20 ปีขึ้นไปถึง 30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท พฤติกรรมการใช้บริการ ส่วนใหญ่ ใช้บริการ 2 ครั้ง/วัน ช่วงเวลาในการเดินทางอยู่ระหว่าง 8.01 ถึง 10.00 น. จุดมุ่งหมายในการเดินทางเพื่อไปเรียนหนังสือ ประเภทของการซื้อตั๋วเป็นรายวัน สาเหตุหลักที่ใช้บริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจร จะกลับมาใช้บริการอีก ความพึงพอใจในการใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะส่วนใหญ่อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก (3.80-3.87)

นอกจากนั้น เมื่อเปรียบเทียบแต่ละระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางรางทั้ง 3 ระบบ ในแต่ละด้านของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางรางและส่วนประสมทางการตลาด ยังพบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางรางที่แตกต่างกัน ทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : พฤติกรรม, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ, ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

บทนำ

ประเทศไทย เป็นประเทศกำลังพัฒนาจากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรม การที่จะพัฒนาเศรษฐกิจให้เป็นประเทศอุตสาหกรรมนั้น จำเป็นต้องพัฒนาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พร้อมทั้งมีระบบการขนส่งที่ดีมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ปัญหาของประเทศในปัจจุบัน คือ มีการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลืองและขาดประสิทธิภาพ ในการขนส่งไม่ว่าจะเป็นด้านการขนส่งผู้โดยสาร หรือการขนส่งสินค้า หากประเทศไทยมีการจัดการด้านการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ ก็ช่วยพัฒนาเศรษฐกิจประเทศได้ดีขึ้น การวิจัยครั้งนี้ จึงขอเปรียบเทียบการขนส่งแบบระบบรางของ 3 หน่วยงานได้แก่ บริษัท รถไฟฟ้า รฟท. จำกัด (รฟท.: SRTET) บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (บีทีเอส: BTS) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม. : MRT) ซึ่งการขนส่งมวลชนแบบระบบรางนับเป็นส่วนหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการรองรับ ความเจริญเติบโตของประเทศ

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด หรือแอร์พอร์ตเรลลิงก์ (ARL) เดิมชื่อ บริษัทเดินรถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด โดยจัดตั้งขึ้นเริ่มแรกในนามบริษัท ลูกของการรถไฟแห่งประเทศไทย ชื่อโครงการอย่างเป็นทางการว่า โครงการระบบขนส่งมวลชนทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ และสถานีรับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการระบบขนส่งมวลชนแบบพิเศษที่เป็นส่วนหนึ่งในโครง การก่อสร้างเส้นทางรถไฟฟ้าในระบบรถไฟฟ้าชานเมืองเปิดดำเนินการเชิงพาณิชย์ เริ่มก่อสร้างโครงการเมื่อ พ.ศ. 2549 ได้ทำการเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ.2553 โดยมีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ที่ดำรง

ตำแหน่งนายกรัฐมนตรี อยู่ในขณะนั้นเป็นประธานในพิธีเปิดรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด เป็นระบบรถไฟฟ้าที่มีทั้งโครงสร้างใต้ดินและยกระดับ มีแนวเส้นทางที่รองรับการเดินทางจากชานเมืองด้านตะวันออก และทิศเหนือ และผู้โดยสารจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เข้าสู่เขตใจกลางเมืองได้เริ่มต้นจากภายในเขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จังหวัดสมุทรปราการ จากนั้นวิ่งเลียบริมทางหลวงพิเศษหมายเลข 7 ตามแนว ทางรถไฟสายตะวันออก แล้วเริ่มเข้าสู่เขตเมืองที่ย่าน, รัชดาภิเษก, ศูนย์คมนาคมมักกะสัน, พญาไท มีทั้งหมด 8 สถานี ได้แก่ สถานีสุวรรณภูมิ ลาดกระบัง บ้านทับช้าง หัวหมาก รามคำแหง มักกะสัน ราชปรารภ และพญาไท รวมระยะทางทั้งโครงการในปัจจุบัน 28.8 กิโลเมตร

สำหรับยอดผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ได้มีรูปแบบวันแรกเมื่อวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2553 มีผู้โดยสารใช้บริการในระบบบีทีเอส 26, 149 คน จากเป้าที่ตั้งไว้ 15,000 คน ส่วนรถด่วนมีผู้ใช้บริการ 633 คน ปัจจุบันมีผู้ใช้บริการประมาณ 57,000 คนต่อวัน (รายงานประจำปี 2556, บริษัท รถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรลลิงก์)

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (รถไฟฟ้าบีทีเอส: BTS) เปิดให้บริการเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทย โดยเปิดให้บริการแก่ประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย สายสีลมและสายสุขุมวิท ทั้งนี้เพื่อเป็นการร่วมเฉลิมฉลองในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ ของพระบาท สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการเมื่อวันจันทร์ที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543 โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณา



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

โปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จพระราชดำเนินแทนพระองค์ ทรงเปิดการเดินรถโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร

รถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นระบบขนส่งมวลชนที่กระทรวงมหาดไทย โดยกรุงเทพมหานคร ให้สัมปทาน 30 ปี แก่ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (Bangkok Mass Transit System Public Company Limited) เพื่อสร้างและจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนวิ่งบนทางยกระดับ 2 สาย ในกรุงเทพมหานคร คือ สายสุขุมวิท (สถานีหมอชิต ไปสถานีอ่อนนุช ระยะทาง 16.8 กิโลเมตร) และสายสีลม (สนามกีฬาแห่งชาติ ไปสถานีสะพานตากสิน ระยะทาง 6.3 กิโลเมตร) ซึ่งเป็นถนนสายธุรกิจใจกลางเมืองที่มีการจราจรแออัดคับคั่งมากที่สุดสายหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพมหานคร และเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ สะดวกรวดเร็ว และปลอดภัยที่สุดให้กับประชาชน

รถไฟฟ้าบีทีเอส เปิดให้บริการ เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2542 โดยเปิดให้บริการตั้งแต่เวลา 06.00 - 24.00 น. มีรถไฟฟ้าให้บริการทุก 3 - 5 นาที และมีปริมาณผู้โดยสารที่มาใช้บริการเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากสามารถช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง อีกทั้งมีการส่งเสริมการขายในรูปแบบของตั๋วหลากหลายชนิด ทำให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว ทันสมัย และปลอดภัย ซึ่งถือเป็นมิติใหม่ของการคมนาคมในประเทศไทย ที่พัฒนาเข้าสู่ระบบสากล (รายงานประจำปี 2556/2557, บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด (มหาชน))

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นรัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคม ตามการปฏิรูประบบราชการใหม่ ตั้งแต่วันที่ 9 ตุลาคม พ.ศ. 2545 เป็นต้นมา เดิมมีชื่อว่า องค์การรถไฟฟ้ามหานคร เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การรถไฟฟ้ามหานคร พ.ศ. 2535 แต่มีข้อจำกัดหลายประการ จึงได้มีการปรับปรุงอำนาจหน้าที่ขององค์การรถไฟฟ้ามหานครใหม่ให้สามารถดำเนินกิจการรถไฟฟ้าให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยได้ตราพระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 ขึ้น ซึ่งมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2543 เป็นผลให้องค์การรถไฟฟ้ามหานครเปลี่ยนชื่อเป็น “การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย” ชื่อย่อว่า รฟม. และมีชื่อภาษาอังกฤษว่า “MASS RAPID TRANSIT AUTHORITY OF THAILAND” (MRT) มีวัตถุประสงค์ คือ ดำเนินกิจการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งจังหวัดอื่นตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกาหรือระหว่างจังหวัดดังกล่าว ศึกษาวิเคราะห์และจัดทำโครงการและแผนงานเกี่ยวกับกิจการรถไฟฟ้า เพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้ทันสมัย และดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับกิจการรถไฟฟ้าและธุรกิจอื่นเพื่อประโยชน์แก่ รฟม. และประชาชนในการใช้บริการกิจการรถไฟฟ้า

ปัจจุบัน รัฐบาลได้มอบหมายให้การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย รับผิดชอบดำเนินโครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนตามแผนแม่บท รวมทั้งสิ้น 4 โครงการ คือ โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล ระยะทาง 20 กิโลเมตร โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง-บางแค ระยะทาง 13.8 กิโลเมตร โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ระยะทาง 11.6 กิโลเมตร และโครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม ช่วงบางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ ระยะทาง 34.6 กิโลเมตร

โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (เดิมเรียกว่า โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง - ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ - บางซื่อ (สายสีน้ำเงิน) เป็นรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินสายแรกของประเทศไทย แต่เดิมโครงการนี้ได้ออกแบบให้มีสายทางในลักษณะยกระดับ โดยให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนโครงการทั้งหมด และได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโครงสร้างประมาณครึ่งหนึ่งของสายทางให้เป็นระบบใต้ดิน ท้ายสุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2538 ให้ก่อสร้างโครงการฯ เป็นระบบใต้ดินตลอดสาย โดยให้ รฟม. ลงทุนก่อสร้างงานโยธาและเอกชนลงทุนงานระบบรถไฟฟ้า (รายงานประจำปี 2556, การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย)

ความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบัน ธุรกิจการบริการขนส่งผู้โดยสารมีหลายชนิดเพื่อให้ผู้โดยสารเลือกที่จะเดินทางตามความพึงพอใจกับบริการ เช่น การเดินทางโดยรถไฟฟ้าของ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRT), บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTS), บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL) หรือการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง หรือการเดินทางโดยเครื่องบิน เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ได้ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั้งสิ้น ด้วยเหตุที่ว่ามีการขนส่งผู้โดยสารหลายทางทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

จากการที่มีการแข่งขันของแต่ละธุรกิจเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการธุรกิจของตน จึงมีการปรับปรุงคุณภาพต่าง ๆ เช่น การให้บริการความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา ความสะดวก

ตลอดจนการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ เป็นปัจจัยที่ผู้บริโภค หรือลูกค้าต้องการทั้งสิ้น

ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อสรุปอย่างมีเหตุมีผล จึงการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ และปัจจัยใดบ้างมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะของปัจจัยด้านประชากร ส่วนประสมทางการตลาด ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ ระหว่างกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน
4. เพื่อศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ
5. เพื่อเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3 ระบบ

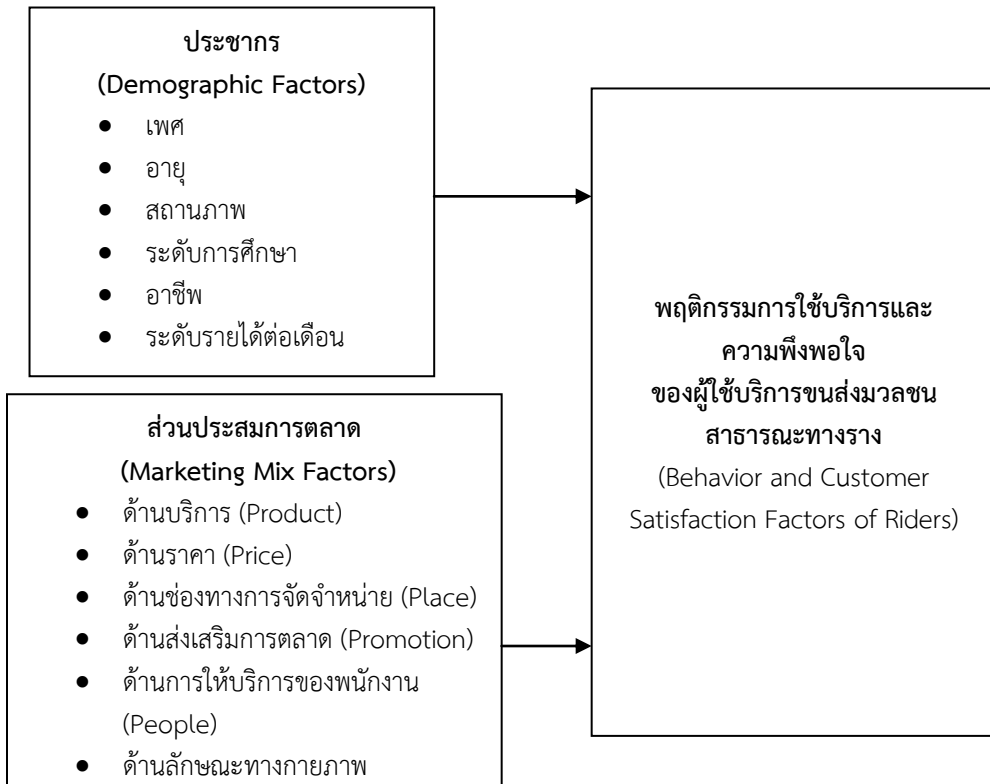
ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตประชากรที่ใช้ในศึกษาค้างนี้ คือ ผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางรางของบริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL) บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTS) และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRT)



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ขอบเขตของการศึกษา

ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง 3
ระบบ ในเขตปริมณฑลและกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้โดยสารที่มารับ
บริการของระบบขนส่งมวลชนทั้ง 3 ระบบ โดยใช้
การสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) ที่มี
ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการศึกษาครั้งนี้
จึงขอกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุดของ
แต่ละระบบ รวมทั้ง 3 ระบบเป็นจำนวน 1,200
ชุดของแบบสอบถาม

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และ
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 ที่เป็นแนวทางใน
การสร้างตัวแบบของการวิจัยและพิสูจน์
สมมติฐาน พบว่า ปัจจัยสำคัญต่าง ๆ สามารถ
นำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้
ดังนี้

ตัวแปรต้น (Independent Variables) คือ
ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมและการพึงพอใจ
ของผู้ใช้บริการระบบขนส่งมวลชน แบบรวม
แบ่งออกได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านประชากร ประกอบด้วย
เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้
2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ปัจจัยด้านบริการ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบการขนส่งมวลชนแบบราง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้สถิติทั้งเชิงพรรณนาและเชิงอ้างอิง

ผลการวิจัย

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามและทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลตามลำดับ จากนั้น ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ทั้งจากการค้นคว้าเอกสารและการแจกแบบสอบถามและประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้โดยสารในกลุ่มต่าง ๆ ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยสถิติเชิงพรรณนา ใช้สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ส่วนการวัดค่าความน่าเชื่อถือวัดจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach's Alpha) ซึ่งมากกว่า 0.70 ในทุกกลุ่มของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและความเที่ยงตรงของข้อมูล โดยดูจากค่า Sig. ของ Bartlett's Test of Sphericity ต้องน้อยกว่า 0.05 และค่า Kaiser Mayer Olkine (KMO) ต้องเข้าใกล้ 1 และใช้สถิติเชิงอ้างอิง Multiple

Regression Analysis และ ANOVA เป็นหลักในการทดสอบสมมติฐานต่าง ๆ

ข้อมูลประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแบบสอบถามระบบละจำนวน 400 ชุด บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL)

ข้อมูลประชากร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 57.5 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 42.5 อายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไป-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.3 และ 30 ปีขึ้นไป-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 สถานภาพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 26.5 หย่าและหม้าย คิดเป็นร้อยละ 3.8 การศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 15.0 อาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมา คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 16 และพนักงานบริษัท/ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 13.3 รายได้ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 24 รองลงมา คือ 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.5

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTS)

ข้อมูลประชากร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50 อายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไป-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 28 และ 30 ปีขึ้นไป - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 20



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

สถานภาพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 29.8 หย่าและหม้าย คิดเป็นร้อยละ 7.1 การศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.5 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13 และ อนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.3 อาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา คือ พนักงานบริษัท/ธนาคาร คิดเป็นร้อยละ 17.3 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 15.8 รายได้ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมา คือ 25,00 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.5 และ รายได้ 20,001- 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.3

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRT)

ข้อมูลประชากร พบว่า ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.8 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 33.3 อายุ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ปีขึ้นไป - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 27 และ 30 ปีขึ้นไป - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.8 สถานภาพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมา คือ สมรส คิดเป็นร้อยละ 21 หย่าและหม้าย คิดเป็นร้อยละ 3 การศึกษา ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 13 และ อนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.3 อาชีพ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา คือ พนักงานบริษัท/ธนาคารคิดเป็นร้อยละ 18.3 และค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 7.8 รายได้ผู้ให้บริการ

ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ 5,001 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27 และ รายได้ 15,001- 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL)

พฤติกรรมการใช้บริการ ของระบบขนส่งมวลชน (แบบราง) บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL) พบว่า 3 สถานีหลักที่เลือกใช้บริการ ได้แก่ สถานีพญาไท คิดเป็นร้อยละ 32.3 สถานี สุวรมณภูมิ คิดเป็นร้อยละ 15 และสถานีรามคำแหง คิดเป็นร้อยละ 11.8 ความถี่ในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 2 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา คือ 1 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ 3 ครั้ง/วัน คิดเป็น ร้อยละ 8 ช่วงเวลาในการเดินทาง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เดินทางช่วงเวลา 06.00-08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมา คือ 08.01-10.00 น.คิดเป็นร้อยละ 22.5 และ 14.01-16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14 จุดมุ่งหมายหลักในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการเดินทางไปทำธุระ คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา คือ ไปทำงาน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และไปเรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 25.5 ประเภทของการซื้อตั๋ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อตั๋วเฉพาะเวลาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ ซื้อตั๋วเป็นรายวัน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และซื้อตั๋วเป็นรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.3 สาเหตุหลักที่ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา คือ สถานีบริการอยู่ใกล้บ้าน ที่ทำงาน หรือจุดหมายปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 23.3 และมีความปลอดภัย มีโอกาสเกิดอุบัติเหตุเล็กน้อยคิดเป็นร้อยละ 15.8 การกลับมาใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

กลับมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 98.5 ไม่กลับมา
ใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 1.5

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด
(มหาชน) (BTS)

พฤติกรรมการใช้บริการ ของระบบขนส่ง
มวลชน (แบบราง) ของระบบขนส่งมวลชน
กรุงเทพ จำกัด (มหาชน) พบว่า 3 สถานีหลักที่
เลือกใช้บริการ ได้แก่ สถานีสยาม คิดเป็นร้อยละ
23 สถานีหมอชิต คิดเป็นร้อยละ 11 และสถานี
อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ คิดเป็นร้อยละ 10.8 ความถี่
ในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ
2 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 61.8 รองลงมา คือ
1 ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และ 3 ครั้ง/วัน
คิดเป็นร้อยละ 4.3 ช่วงเวลาในการเดินทาง
ผู้โดยสารส่วนใหญ่เดินทางช่วงเวลา 08.01-
10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.5 รองลงมา คือ
06.01 - 08.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.5 และ
14.01 - 16.00 น. คิดเป็น ร้อยละ 10 จุดมุ่งหมายหลัก
ในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมาย
ในการเดินทางไปเรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 32
รองลงมา คือ เพื่อไปทำงาน คิดเป็นร้อยละ 25.8
และเพื่อไปทำธุระ คิดเป็นร้อยละ 18.8 ประเภท
ของการซื้อตั๋ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อตั๋วเป็นราย
เดือน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมา คือ ซื้อตั๋ว
เฉพาะเวลาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 36.3 และ
ซื้อตั๋วเป็นรายวัน คิดเป็นร้อยละ 23 สาเหตุหลักที่
ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เพื่อหลีกเลี่ยง
การจราจรติดขัด คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา
คือ สถานีบริการอยู่ใกล้บ้าน ที่ทำงาน หรือ
จุดหมายปลายทาง คิดเป็นร้อยละ 24.5 และเวลา
การเดินทางเหมาะสมกับประสพของการ
เดินทาง คิดเป็นร้อยละ 15 การกลับมาใช้บริการ

ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการ คิดเป็น
ร้อยละ 99.50 ไม่กลับมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 0.50

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย
(MRT)

พฤติกรรมการใช้บริการ ของระบบขนส่ง
มวลชน (แบบราง) ของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน
แห่งประเทศไทย พบว่า สถานีสวนจตุจักร คิดเป็น
ร้อยละ 15 สถานีลาดพร้าว คิดเป็นร้อยละ 9.8
และสถานีหัวลำโพง คิดเป็นร้อยละ 7.8 ความถี่ใน
การใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการ 2
ครั้ง/วัน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา คือ 1 ครั้ง/
วัน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และ 3 ครั้ง/วัน คิดเป็น
ร้อยละ 3.3 ช่วงเวลาในการเดินทาง ผู้ใช้บริการ
ส่วนใหญ่เดินทางช่วงเวลา 08.01-10.00 น. คิดเป็น
ร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ 06.01-08.00 น.
คิดเป็นร้อยละ 24 และ 10.01-12.00 น. คิดเป็น
ร้อยละ 14.5 จุดมุ่งหมายหลักในการใช้บริการ
ผู้โดยสารส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายในการเดินทาง
ไปเรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 28.3 รองลงมา
คือ เพื่อไปทำธุระ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเพื่อ
ไปทำงาน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ประเภทของ
การซื้อตั๋ว ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ซื้อตั๋วเป็นรายวัน
คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมา คือ ซื้อตั๋วเฉพาะ
เวลาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 35.5 และซื้อตั๋ว
เป็นรายเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.3 สาเหตุหลักที่
ใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เพื่อหลีกเลี่ยง
การจราจรติดขัด คิดเป็นร้อยละ 51.8 รองลงมา
คือ มีความปลอดภัยมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุต่ำ คิด
เป็นร้อยละ 21.3 และสถานีบริการอยู่ใกล้บ้าน ที่
ทำงาน หรือจุดหมายปลายทาง คิดเป็นร้อยละ
16 การกลับมาใช้บริการ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จะ
กลับมาใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 99 ไม่กลับมาใช้
บริการคิดเป็นร้อยละ 1



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

$\hat{Y}$ (ARL) = 1.417 + 0.190 People + 0.159 Place + 0.143 Product + 0.107 Process

Multiple R = 0.624 R Square = 0.40 Adjusted R square = 0.38, Sig. = 0.00, Durbin-Watson = 1.724

$\hat{Y}$ (BTS) = 1.101 + 0.244 Product + 0.162 People + 0.140 Place + 0.066 Promotion + 0.029 Process

Multiple R = 0.613 R Square = 0.38 Adjusted R square = 0.37, Sig. = 0.00, Durbin-Watson = 1.756

$\hat{Y}$ (MRT) = 1.660 + 0.097 Promotion + 0.085 Process + 0.041 Physical Evidence

Multiple R = 0.565 R Square = 0.32 Adjusted R square = 0.31, Sig. = 0.00 Durbin-Watson = 1.629

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ SRT, MRTA และ BTS

ปัจจัยด้าน	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
ความพึงพอใจด้านบริการ	3.73	3.64	3.79	2 < 3 *
ความพึงพอใจด้านราคา	3.67	3.57	3.49	1>3 *
ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.70	3.53	3.55	1 > 2, 3 *
ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	3.65	3.51	2 > 3 *
ความพึงพอใจด้านการให้บริการของพนักงาน	3.68	3.71	3.72	-
ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ	3.70	3.73	3.74	-
ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ	3.71	3.82	3.78	1<2 *
ความพึงพอใจในภาพรวมของการให้บริการรถไฟ	3.80	3.87	3.85	-

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความพึงพอใจระหว่างการใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางรางที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อแยกพิจารณาปัจจัยในแต่ละด้านของผู้ใช้บริการ ปรากฏผลดังนี้



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 2 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านบริการของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านบริการ (Product)	ARL (1)	BTS (2)	MRT(3)	LSD
การซื้อตั๋วมีความสะดวกรวดเร็ว	3.5	3.15	3.3	1>2, 3 ***
มีจำนวนขายขาลาเพียงพอต่อการใช้งานในเขต กทม.	3.4	3.49	3.33	1>3 *
การเดินทางมีความสะดวกรวดเร็ว (ต้นทาง-ปลายทาง)	3.59	3.58	3.5	-
ระยะเวลาการรอรถแต่ละขบวนอยู่ในช่วงที่ เหมาะสม	3.50	3.59	3.46	2>3 *
ความทันสมัยของตู้โดยสารที่ท่านใช้บริการ	3.58	3.63	3.5	-
ความสะอาดของขบวนรถที่ท่านโดยสาร	3.64	3.67	3.59	-
ความสะอาดของสถานที่ที่ท่านใช้บริการ	3.57	3.60	3.55	-
สิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อความ ต้องการ	3.57	3.55	3.37	1,2 >3 *

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านบริการของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 3 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านราคาของผู้ใช้บริการ

ปัจจัยด้านราคา (Price)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ บริการ	3.45	3.30	3.20	1> 2, 3*
อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทาง	3.44	3.36	3.18	1> 2, 3*
อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับสภาพ เศรษฐกิจ	3.48	3.18	3.05	1> 2, 3*, 2>3*

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านราคาของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 4 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
สถานที่ตั้งมีความเหมาะสม	3.49	3.42	3.36	1>3 *
จำนวนช่องทางเดิน เข้า-ออกไปยังชนชาลามีเพียงพอ	3.47	3.44	3.31	1, 2 > 3 *
จำนวนช่องจำหน่ายตัวมีเพียงพอกับผู้ใช้โดยสาร	3.40	3.29	3.15	1, 2 > 3 *
ความเพียงพอของเครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติ	3.40	3.18	3.10	1> 2, 3 *

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ใช้บริการระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 5 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
ความชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร	3.22	3.28	3.07	1, 2 > 3 *
ความหลากหลายของรูปแบบการลดราคา	3.26	3.32	3.09	1, 2 > 3 *
การจัดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย	3.22	3.47	3.08	1<2 *, 2> 3 *
ความหลากหลายของสื่อโฆษณา	3.22	3.37	3.16	1<2 *, 2> 3 *
การชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต	3.13	3.37	3.0	1<2 *, 2> 3 *
มีการจัดกิจกรรมเพื่อเข้าถึงลูกค้า	3.15	3.44	3.05	1<2 *, 2> 3 *

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ

ตารางที่ 6 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการให้บริการของพนักงาน

ปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงาน (People)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
พนักงานที่ให้บริการมีความสุภาพเรียบร้อยในการพูดจา	3.42	3.38	3.01	-
พนักงานให้บริการรวดเร็วในการซื้อตั๋ว	3.50	3.61	3.39	1<2 *, 2> 3 *
พนักงานมีบุคลิกภาพโดยรวมและแต่งกายสุภาพเหมาะสม	3.52	3.68	3.60	1<2 *

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

จากตารางที่ 6 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านการให้บริการของพนักงานของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ให้บริการในกลุ่ม ARL มีความเห็นด้านพนักงานให้บริการรวดเร็วในการซื้อตั๋ว และพนักงานมี

บุคลิกภาพโดยรวมและแต่งกายสุภาพเหมาะสมน้อยกว่าผู้ให้บริการในกลุ่ม BTS และ ผู้ให้บริการในกลุ่ม BTS มีความเห็นด้านพนักงานให้บริการรวดเร็วในการซื้อตั๋วมากกว่าผู้ให้บริการในกลุ่ม MRT

ตารางที่ 7 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
สถานีรถไฟมีเครื่องเอทีเอ็มเพียงพอ	3.27	3.28	3.14	1, 2 > 3 *
สถานีรถไฟมีโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ	3.19	3.33	3.08	1<2 *, 2>3 *
สถานีรถไฟมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.19	3.35	3.13	2>3 *
สถานีรถไฟมีเคาน์เตอร์ให้บริการประชาสัมพันธ์เพียงพอ	3.27	3.30	3.13	1, 2 > 3 *
มีความเพียงพอของสถานที่จอดรถบริเวณสถานีรถไฟ	3.27	3.34	3.03	1, 2 > 3 *

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านลักษณะทางกายภาพของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ให้บริการในกลุ่ม ARL และ BTS มีความเห็นด้านสถานีรถไฟมีเครื่องเอทีเอ็มเพียงพอ สถานีรถไฟมีเคาน์เตอร์ให้บริการประชาสัมพันธ์เพียงพอ และมีความเพียงพอของสถานที่จอดรถ

บริเวณสถานีรถไฟ มากกว่าผู้ให้บริการในกลุ่ม BTS และ MRT นอกจากนี้ ผู้ให้บริการในกลุ่ม BTS มีความเห็นด้านสถานีรถไฟมีโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอ และสถานีรถไฟมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ มากกว่าผู้ให้บริการในกลุ่ม MRT และ ผู้ให้บริการในกลุ่ม ARL มีความเห็นด้านสถานีรถไฟมีโทรศัพท์สาธารณะเพียงพอน้อยกว่าผู้ให้บริการในกลุ่ม BTS



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพการวิจัยการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ตารางที่ 8 แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	ARL(1)	BTS(2)	MRT(3)	LSD
ความตรงต่อเวลาของขบวนรถ	3.48	3.49	3.36	1, 2 > 3 *
ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้บริการ	3.52	3.67	3.46	1<2 *, 2> 3 *
ความเหมาะสมในการปรับเพิ่มเที่ยวรถในช่วงเทศกาล	3.45	3.51	3.33	1, 2 > 3 *
การจัดการให้มีความเพียงพอของขบวนรถในการให้บริการ	3.44	3.61	3.29	1<2 *, 2 > 3 *
ประสิทธิภาพในการจัดการความปลอดภัยในการให้บริการ	3.49	3.60	3.49	-

* ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.05 ** ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.01 *** ระดับนัยสำคัญ น้อยกว่า 0.001

จากตารางที่ 8 พบว่า มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในด้านกระบวนการให้บริการของผู้ใช้บริการ ระหว่างระบบขนส่งมวลชนสาธารณะที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ใช้บริการในกลุ่ม ARL และ BTS มีความเห็นด้านความตรงต่อเวลาของขบวนรถ และความเหมาะสมในการปรับเพิ่มเที่ยวรถในช่วงเทศกาลมากกว่าผู้ใช้บริการในกลุ่ม MRT นอกจากนี้ผู้ใช้บริการในกลุ่ม ARL มีความเห็นด้านความรวดเร็วของกระบวนการในการให้บริการ และการจัดการให้มีความเพียงพอของขบวนรถในการให้บริการน้อยกว่าผู้ใช้บริการในกลุ่ม BTS และผู้ใช้บริการในกลุ่ม BTS มีความเห็นด้าน ความรวดเร็วของกระบวนการในการให้บริการ และการจัดการให้มีความเพียงพอของขบวนรถในการให้บริการมากกว่าผู้ใช้บริการในกลุ่ม MRT

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง

ทั้ง 3 ระบบ พบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท.จำกัด (ARL) ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลักในการใช้บริการ คือ ไปทำธุระ ซึ่งมีสาเหตุหลักที่ใช้บริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด อีกทั้งมีความพึงพอใจด้านบริการในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.73) และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.57) แสดงให้เห็นว่า ARL ควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการให้บริการที่ดีขึ้น

ผู้ใช้บริการของ บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTS) ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลักในการใช้บริการ คือ การเดินทางเพื่อไปเรียนหนังสือ และมีสาเหตุหลักที่ใช้บริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด อีกทั้งมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.82) และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.53) แสดงให้เห็นว่า BTS ควรจัดให้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

ผู้ใช้บริการ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) (MRT) ส่วนใหญ่มีจุดมุ่งหมายหลัก



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

ในการใช้บริการ คือ การเดินทางเพื่อไปเรียนหนังสือ และมีสาเหตุหลักที่ใช้บริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการจราจรติดขัด อีกทั้ง มีความพึงพอใจด้านการให้บริการในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด (3.79) และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด (3.51) แสดงให้เห็นว่า MRTA ควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับ ARL

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างแต่ละระบบใน 3 ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง ในแต่ละด้านของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ยังพบว่ามีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยในความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งมวลชนสาธารณะทางราง และส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันทางสถิติอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

การแข่งขันในธุรกิจด้านการบริการของประเทศไทยในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ได้แก่ อัตราค่าบริการ และการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา ได้แก่ การสร้างความแตกต่างทางการส่งเสริมการขาย โดยเพิ่มรูปแบบและความแตกต่างให้มากขึ้น เช่น การโฆษณา การจัดจำหน่าย และประสิทธิภาพในการบริการ ทั้งนี้ การใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา ได้แก่ การลดราคาลงให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน หากลดราคาลงจะมีการใช้บริการมากขึ้น ผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยก็สามารถใช้บริการได้ จึงเป็นผลทำให้ผู้ให้บริการระบบขนส่งมวลชน ต้องคิดกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ไม่ใช่ราคา กล่าวคือ

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ARL) ควรกำหนดกลยุทธ์ในการเพิ่มจำนวนผู้โดยสาร โดยเน้นที่ด้านการบริการ เช่น ปรับเวลาการเข้าออก

แต่ละขบวนให้เหมาะสม ในด้านการให้บริการของพนักงาน เช่น ให้บริการรวดเร็วในการซื้อตั๋วในด้านกระบวนการให้บริการ เช่น ความเพียงพอของขบวนรถในการให้บริการ และความตรงต่อเวลาของขบวนรถ เพื่อเข้าถึงความต้องการของลูกค้าเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการที่ดีขึ้นเพื่อจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BTS) ควรให้ความสำคัญ เน้นในด้านบริการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการซื้อตั๋วในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น ความเพียงพอของเครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติ และในด้านราคา เช่น พิจารณาอัตราค่าบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพ ระยะทาง และสภาพเศรษฐกิจ

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRT) ควรให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น จัดให้มีการชัดเจนในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารความหลากหลายของรูปแบบการลดราคา และการจัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย เช่น มีความหลากหลายของสื่อโฆษณา มีการชำระค่าบริการด้วยบัตรเครดิต และในด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น ความเพียงพอในการมีเคาน์เตอร์ให้บริการประชาสัมพันธ์และ สถานที่จอดรถบริเวณสถานีรถไฟ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าเพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการใช้บริการที่ดีขึ้นเพื่อจูงใจลูกค้าให้มาใช้บริการมากขึ้น

References

- Annual Report. (2013). Airport Rail Link.
Annual Report. (2013). Mass Rapid Transit.



วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ได้รับการประเมินคุณภาพวารสารวิชาการอยู่ในฐานข้อมูล TCI กลุ่ม 1

Annual Report. (2013/2014). **BTS Holdings.** Authority of Thailand Public Company Limited. Wolman, Thomas E. (1973). **Education and Organizational Leadership in Elementary Schools.** Englewood Cliff, NJ: Prentice- Hall.