

การพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS Development of Service Quality Affecting Passenger Satisfaction for BTS Sky train

สุบุญเลี้ยง สายน้อย¹, ณัฐริกรานต์ แก้วนิล²

ณัฐวดี สิริวัต³ และ นวพร บุญประสม⁴

Suboonliang Sainoi, Nuttharikran Kaewnin,

Nattawadee Siriwat, and Nawaporn Boonprasom

Received July 16, 2022 & Revise January 21, 2023 & Accepted February 01, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณภาพ และความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ใช้การวิจัยเชิงสำรวจกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าจำนวน 200 คน แบบสะดวก จากผู้ให้บริการรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร เครื่องมือคือแบบสอบถามที่มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือตามเกณฑ์ วิเคราะห์และนำเสนอโดยใช้สถิติ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS มีความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด มีระดับความคิดเห็น เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานรถไฟฟ้า BTS ที่บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ มีความพึงพอใจต่อการที่รถไฟฟ้า BTS สามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก และมีความพึงพอใจต่อการขยายเส้นทางเดินรถของรถไฟฟ้า BTS เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS มากที่สุดข้อเสนอแนะควรทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ขนส่งมวลชนในรูปแบบอื่นๆ หรือการบริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) เพื่อทำการเปรียบเทียบคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลมาปรับปรุงการให้บริการอยู่สม่ำเสมอ เช่น ด้านการตลาด ความคุ้มค่าในการจ่าย เป็นต้นเพื่อประเมินคุณภาพและข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับการขนส่งในรูปแบบอื่นๆ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ, ความพึงพอใจ, การใช้บริการรถไฟฟ้า BTS

^{1,2,3,4} อาจารย์ประจำศูนย์รับสมัครและแนะแนวการศึกษา วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก กรุงเทพมหานคร

Lecturer at the Center for Admissions and Education Counseling South East Bangkok College Bangkok

E-mail : nnattthari.k@gmail.com



Aabstract

This research article aims to study the quality and satisfaction in choosing electric trains That affects passenger satisfaction in choosing to use the BTS SkyTrain. A survey research was used. The sample group was 200 people who conveniently commuted from BTS SkyTrain users in Bangkok. The tool was a quality-checked questionnaire. according to criteria Analyzed and presented using frequency and percentage statistics. The study found that The overall satisfaction of BTS users in using the BTS service was at the highest level. have opinion level In descending order, they were satisfied with the services of BTS employees who provided equal service. not discriminate They are satisfied that the BTS SkyTrain is easily connected to other mass transit systems. And satisfaction with the extension of the BTS SkyTrain route is the thing that users are most satisfied with in using the BTS SkyTrain service. Suggestions should be conducted to study the quality of service and customer satisfaction. Other forms of mass transport or services of the subway (MRT) to compare the quality and satisfaction of service users And bring information to improve the service regularly, such as marketing, value for money etc. to assess the quality and competitive advantages over other modes of transport.

Keywords: Service Quality, Passenger Satisfaction, BTS Sky train

บทนำ

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นศูนย์กลางความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ตลอดจนธุรกิจอุตสาหกรรม นอกจากนี้จากการเป็นศูนย์กลางความเจริญดังกล่าวข้างต้นทำให้มีประชากรแฝงจากจังหวัดปริมณฑลและต่างจังหวัดเข้ามาทำงานและพักอาศัยในกรุงเทพมหานครจำนวนมาก จึงเกิดปัญหาความหนาแน่นของประชาชนในด้านการคมนาคม ซึ่งทำให้เกิดการแออัดและติดขัดในเรื่องการจราจรโดยรัฐบาลเห็นถึงความสำคัญของระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อต้องการลดปัญหาความแออัดติดขัดในเรื่องการจราจร ดังนั้นการขนส่งมวลชน จึงมีความสำคัญต่อกรุงเทพมหานครฯ เป็นอย่างยิ่งโดยเส้นทางรถไฟฟ้าสายสุขุมวิทนับเป็นเส้นทางรถไฟฟ้าสายที่แรกของกรุงเทพมหานครที่เปิดให้บริการโดยเป็นเส้นทางเดินรถระหว่างเคหะถึงหมอชิตและต่อมาได้ขยายเส้นทางออกไปจนถึงคูคต เพื่อรองรับการขยายตัวของพื้นที่พักอาศัยของประชาชนฝั่งเหนือกรุงเทพมหานคร เพื่อเข้ามาทำงานในใจกลางกรุงเทพมหานครและบริเวณที่เชื่อมต่อกับกรุงเทพมหานครฯ และปริมณฑล เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มทางเลือกในการเดินทางให้กับประชาชน นอกจากนี้ยังช่วย



แก้ปัญหาการจราจรคับคั่งหรือรถติดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือได้ว่าเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้รัฐบาลต้องเร่งพัฒนาระบบขนส่งมวลชนสาธารณะให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจอันจะนำประเทศไปสู่การพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน (Arayarangsarit, P.& Soonthornvipat L.(2022)

รถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทย ดำเนินการบริหารงานโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ความจุสูงแบบมาตรฐานสากลสามารถให้บริการแก่ผู้โดยสารได้มากกว่า 1,000 คนต่อขบวน ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าในการขับเคลื่อน วิ่งบนรางคู่ยกระดับ แยกทิศทางไปและกลับ โดยมีรางป้อนกระแสไฟฟ้าอยู่ด้านข้าง ให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ใจกลางกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์รวม ของธุรกิจการค้า ย่านที่พักอาศัย และแหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ เปิดให้บริการครั้งแรก เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทาง เส้นทางที่ 1 สายสุขุมวิท ได้รับชื่อพระราชทานว่า “รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา สาย 1” มีระยะทาง 17 กิโลเมตร จากสถานีหมอชิตถึงสถานีอ่อนนุช และเส้นทางที่ 2 สายสีลม ได้รับชื่อพระราชทานว่า “รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา สาย 2” มีระยะทาง 6.5 กิโลเมตร จากสถานีสนามกีฬาแห่งชาติถึงสถานีสะพานตากสิน ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปี ที่ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสเปิดให้บริการแก่ประชาชน ระบบรถไฟฟ้าเป็นขนส่งมวลชนที่ดีที่สุดและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นผู้นำในการให้บริการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่ทันสมัย รวดเร็ว ปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และเชื่อถือได้ มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในการให้บริการ สร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร อีกทั้งยังมีโครงการพัฒนาส่วนต่อขยายเพื่อขยายพื้นที่สำหรับการให้บริการและการเข้าถึงผู้โดยสารได้มากขึ้น โดย ครอบคลุมการเดินทางถึง 3 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ และปทุมธานี (Tongduang W.& Apivatanagul P.(2021).

ปัจจุบันการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS อาจจะทำให้คุณภาพการให้บริการในบางด้านลดลง เนื่องจากความต้องการใช้บริการที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการเกิดเหตุขัดข้องในการให้บริการ ซึ่งในแต่ละครั้งจะส่งผลกระทบต่อเรื่องของเวลาทำให้เกิดความล่าช้า และผู้ใช้บริการเกิดการตกค้างในแต่ละสถานีจำนวนมาก เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้โดยสารและนำข้อมูลที่ได้รับมาเสนอแนะแนวทางการให้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่เปิดให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ โดยผู้วิจัยได้เลือกศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS เพื่อประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพ และความพึงพอใจในการเลือกใช้รถไฟฟ้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS



ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ศึกษาความพึงพอใจในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS รวมทั้งศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาจากผู้โดยสารทั้งชาวไทยที่เลือกใช้บริการของรถไฟฟ้า BTS อายุระหว่าง 18 – 70 ปี

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้จะดำเนินการจัดเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2565

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกัน
2. คุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

Mesut Akdere, Mehmet Top & Sabahattin Tekingündüz (2020) กล่าวว่า เป็นความสามารถขององค์กรในการตอบสนองและจัดการงานได้เกินความคาดหวังของลูกค้า องค์กรต้องกำหนดคุณภาพบริการเพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภค Van Dat TRAN (2020) เพื่อให้เกิดระดับการให้บริการที่ดีให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและสามารถปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้าได้ อำพล นววงศ์เสถียร (2563) ยังให้บริการคุณภาพสูงมากเท่าไรก็ยิ่งมีความแตกต่างจากคู่แข่งมากขึ้นเท่านั้น คุณภาพการให้บริการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญที่สุดที่ธุรกิจสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนา และการเติบโตในตลาด Khunwanich N.& Tarnittanakorn N.(2017). จึงทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจต่าง ๆ จะต้องเน้นและให้ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยมีการพัฒนาขั้นตอนการประเมิน



คุณภาพการบริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจทั้งหมด 5 ด้าน ดังนี้ (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991) , (Puttharaksa R.& Taweek P.(2017)

1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibles)

การที่ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพบริการจากสิ่งที่จับต้องได้ เป็นรูปลักษณะภายนอกที่มีให้บริการ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ บุคลากร และอุปกรณ์สื่อสารช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานมีความตั้งใจในการให้บริการ

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability)

ความสามารถในการให้บริการตามสัญญาอย่างน่าเชื่อถือและแม่นยำ ปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา เกี่ยวกับการส่งมอบ การจัดหาบริการ การแก้ปัญหา และการกำหนดราคา ต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในงานบริการจากลูกค้า

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsive) เป็นความเต็มใจที่จะช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการที่รวดเร็ว มิตินี้เน้นความเอาใจใส่และรวดเร็วในการจัดการกับคำขอ คำถาม ข้อร้องเรียน และปัญหาของลูกค้า รวมถึงความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับแต่งบริการตามความต้องการของลูกค้า

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานตระหนักถึงความสำคัญในการสร้างความไว้วางใจและความเชื่อมั่นจากลูกค้าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและความภักดีของลูกค้า

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

การให้ความใส่ใจเป็นรายบุคคลที่บริษัทมอบให้แก่ลูกค้า แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าได้พยายามอย่างดีที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นการเพิ่มความภักดี ในโลกที่มีการแข่งขันสูง

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจของลูกค้า สามารถเกิดจากความคาดหวังจากการได้รับข้อมูลต่างๆ หรือ ประสบการณ์ในอดีตหรือเกิดจากความต้องการเฉพาะบุคคลที่แตกต่างกัน (สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2563) ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อองค์กรสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าที่จะลดอัตราการสูญเสียลูกค้าได้ (Fida et al.,2020) เมื่อใดที่สามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ก็จะเกิดความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวังไม่บรรลุจุดมุ่งหมายก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบ เป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ (Charatpan.P. (2014).

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือพฤติกรรมที่บุคคลทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย สำหรับสินค้าและการบริการ ที่คาดว่าจะมาสามารถตอบสนองความต้องการ (Boonperm. A. (2021)



เช่นเดียวกับที่ Jittajumnong ,K. et al (2022) ทำการศึกษาได้ว่าเกี่ยวข้องกับการที่ผู้บริโภคทำการเลือกซื้อ ใช้หรือ ละทิ้ง สินค้าบริการแนวความคิดหรือประสบการณ์เพื่อตอบสนองต้องการ

รถไฟฟ้า BTS (BTS sky train)

รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) เปิดให้บริการมานานกว่า 17 ปี มันเป็นการเดินทางที่คนในเมืองคุ้นเคยเป็นอย่างดี เพราะมันทำให้เราสามารถไปถึงจุดหมายด้วยความสะดวกสบาย รวดเร็ว และปลอดภัย นอกจากนี้แล้วรถไฟฟ้าเที่ยวแรกเปิดให้บริการเวลา 05.15 น. เที่ยวสุดท้ายเวลาเที่ยงคืน การเดินทางจากต้นทางไปยังปลายทางอาจใช้เวลาประมาณ 50-60 นาที ถึงแม้ว่ามันจะมีข้อดีอยู่มาก แต่ข้อเสียของมันก็มีเช่นกันด้วยอายุการใช้งานที่เกือบ 20 ปี ก็เรียกได้ว่าขบวนรถไฟค่อนข้างเก่าทำให้บ่อยครั้งเราพบปัญหารถไฟฟ้าขัดข้องไปค้างอยู่กลางทางอย่างไรก็ตามก็มีการสั่งซื้อรถไฟฟ้ารุ่นใหม่ เพื่อนำมาใช้ทดแทนรุ่นเก่า (ACTS-NL, 2562, สื่อออนไลน์)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G*POWER กำหนดขนาดอิทธิพล .30 ค่าความคลาดเคลื่อน .05และอำนาจทดสอบ .80 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 191 ราย เพื่อป้องกันการเสียหายของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมจำนวน 200 กลุ่มตัวอย่าง (Srisathitnarakoon B. (2010)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) จากผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยแบ่งเครื่องมือออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ และข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียวและแบบเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ



ส่วนที่ 4 แบบการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS โดยข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมใช้บริการรถไฟฟ้า BTS พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS เพื่อเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาเพื่อไปห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 47.50 เพื่อไปสถานที่ทำงาน เพื่อเชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งอื่น เพื่อไปสถาบันการศึกษา เพื่อเดินทางไปทำธุระในเมือง และผู้ให้ข้อมูลส่วนน้อยที่เลือกวัตถุประสงค์ในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า BTS เพื่อเดินทางไปพบลูกค้าหรือสถานที่นัดหมายเพื่อเดินทางไปในสถานที่ที่หาที่จอดรถค่อนข้างยาก และเพื่อเดินทางไปประชุม คิดเป็นร้อยละ 41.00 28.00 24.50 1.00 และ 0.50 ตามลำดับ

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ของรถไฟฟ้า BTS ในด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ			
1.1 การแต่งกายของพนักงาน มียูนิฟอร์ม สะอาด เรียบร้อย	4.52	0.63	มากที่สุด
1.2 ความสะอาดของที่นั่งภายในรถไฟฟ้า BTS	4.42	0.65	มากที่สุด
1.3 มีการรักษาและควบคุมกลิ่นบริเวณภายในรถไฟฟ้า BTS	4.38	0.67	มากที่สุด
1.4 ภายในสถานีรถไฟฟ้า BTS มีป้ายบอก รายละเอียดเกี่ยวกับเส้นทางของรถไฟฟ้าที่ชัดเจน	4.34	0.77	มากที่สุด
1.5 อุณหภูมิภายในรถไฟฟ้า BTS มีความเหมาะสม	4.21	0.80	มากที่สุด
1.6 ขนขาลาที่ยืนรอเข้าขบวนรถไฟฟ้า BTS มีความกว้างขวางเพียงพอกับจำนวนผู้โดยสารของแต่ละสถานี	4.12	0.85	มาก

จากตาราง 1 ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 (S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การแต่งกายของพนักงาน มียูนิฟอร์ม สะอาด เรียบร้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 (S.D. = 0.63) ความสะอาดของที่นั่งภายในรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D. = 0.65) มีการรักษาและควบคุมกลิ่นบริเวณภายในรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D. = 0.67) ภายในสถานีรถไฟฟ้า BTS มี



ป้ายบอกรายละเอียดเกี่ยวกับเส้นทางของรถไฟฟ้าที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 (S.D. = 0.77) อุณหภูมิภายในรถไฟฟ้า BTS มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D. = 0.80) ขานชาลาที่ยืนรอเข้าขบวนรถไฟฟ้า BTS มีความกว้างขวางเพียงพอกับจำนวนผู้โดยสารของแต่ละสถานี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.85)

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ของรถไฟฟ้า BTS ในด้านการตอบสนองความต้องการ

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
2. ด้านการตอบสนองความต้องการ			
2.1 การมีลิฟท์ให้บริการแก่ผู้สูงอายุและผู้นั่ง Wheelchair	4.29	0.83	มากที่สุด
2.2 รถไฟฟ้า BTS มีการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกราง	4.29	0.76	มากที่สุด
2.3 พนักงานของรถไฟฟ้า BTS สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องขอ	4.28	0.76	มากที่สุด
2.4 การมีเส้นทางที่ต่อเชื่อมไปยังสถานีสำคัญในกรุงเทพฯ และปริมณฑล	4.16	0.89	มาก
2.5 เครื่องจำหน่ายโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS สามารถตอบสนองการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	4.12	0.90	มาก
2.6 เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี	4.09	0.91	มาก

จากตาราง 2 ด้านการตอบสนองความต้องการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การมีลิฟท์ให้บริการแก่ผู้สูงอายุและผู้นั่ง Wheelchair ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.83) รถไฟฟ้า BTS มีการจัดการความปลอดภัยด้านการป้องกันการตกราง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.76) พนักงานของรถไฟฟ้า BTS สามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ท่านร้องขอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 (S.D. = 0.76) การมีเส้นทางที่ต่อเชื่อมไปยังสถานีสำคัญในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.89) เครื่องจำหน่ายโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS สามารถตอบสนองการใช้บริการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 (S.D. = 0.90) เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละสถานี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.91)



ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ของรถไฟฟ้า BTS ในด้านการดูแลเอาใจใส่

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
3. ด้านการดูแลเอาใจใส่			
3.1 พนักงานที่ให้บริการแต่ละสถานีรถไฟฟ้า BTS มีความสุภาพต่อผู้โดยสาร	4.29	0.67	มากที่สุด
3.2 พนักงานประจำเครื่องเติมเงินบัตรรถไฟฟ้า BTS มีความรอบคอบและเชื่อถือได้	4.25	0.66	มากที่สุด
3.3 พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร	4.21	0.72	มากที่สุด
3.4 พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า	4.21	0.71	มากที่สุด
3.5 พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีการเอาใจใส่ลูกค้าและความเต็มใจ	4.17	0.73	มาก
3.6 พนักงานของรถไฟฟ้า BTS สามารถสื่อสารได้หลายภาษา	4.13	0.79	มาก

จากตาราง 3 ด้านการดูแลเอาใจใส่ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 (S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการแต่ละสถานีรถไฟฟ้า BTS มีความสุภาพต่อผู้โดยสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.67) พนักงานประจำเครื่องเติมเงินบัตรรถไฟฟ้า BTS มีความรอบคอบและเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.66) พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียดการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D. = 0.72) พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีอัธยาศัยที่ดีต่อลูกค้า ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D. = 0.71) พนักงานของรถไฟฟ้า BTS มีการเอาใจใส่ลูกค้าและความเต็มใจ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 (S.D. = 0.73) พนักงานของรถไฟฟ้า BTS สามารถสื่อสารได้หลายภาษา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D. = 0.79)



ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ของรถไฟฟ้า BTS ในด้านการให้ความมั่นใจ

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
4. ด้านการให้ความมั่นใจ			
4.1 มีการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้พิการทางสายตา เป็นต้น	4.22	0.81	มากที่สุด
4.2 การมีช่วงเวลาเดินรถไฟฟ้าในช่วงเร่งด่วนได้เหมาะสม	4.19	0.79	มาก
4.3 ทางขึ้น – ลงสถานีรถไฟฟ้า BTS มีความสะดวกสบายในการใช้งาน	4.14	0.83	มาก
4.4 ภายในรถไฟฟ้า BTS มีความสะอาดและมาตรการป้องกันโรคระบาด	4.14	0.78	มาก
4.5 การมีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น Call Center หรือ Website	4.10	0.78	มาก
4.6 การมีช่องทางในการให้คำแนะนำการบริการหลากหลายช่องทาง	4.09	0.78	มาก

จากตาราง 4 ด้านการให้ความมั่นใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ มีการให้ความช่วยเหลือเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เช่น ผู้พิการทางสายตา เป็นต้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 (S.D. = 0.81) การมีช่วงเวลาเดินรถไฟฟ้าในช่วงเร่งด่วนได้เหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D. = 0.79) ทางขึ้น – ลงสถานีรถไฟฟ้า BTS มีความสะดวกสบายในการใช้งาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.83) ภายในรถไฟฟ้า BTS มีความสะอาดและมาตรการป้องกันโรคระบาด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D. = 0.78) การมีช่องทางในการรับข้อร้องเรียนได้หลายช่องทาง เช่น กล้องรับความคิดเห็น Call Center หรือ Website ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D. = 0.78) การมีช่องทางในการให้คำแนะนำการบริการหลากหลายช่องทาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 (S.D. = 0.78)



ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของคุณภาพการให้บริการ ของรถไฟฟ้า BTS ใน ด้านความน่าเชื่อถือ

คุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
5. ด้านความน่าเชื่อถือ			
5.1 พนักงานให้ข้อมูลเส้นทางของรถไฟฟ้าได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ	3.99	1.20	มาก
5.2 เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS สามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง	3.96	1.25	มาก
5.3 ข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานรถไฟฟ้า BTS เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกเชื่อถือได้	3.96	1.18	มาก
5.4 เครื่องสอยบัตรหรือสแกนเข้า – ออกรถไฟฟ้า BTS มีความน่าเชื่อถือ	3.96	1.06	มาก
5.5 การให้บริการและการเดินรถของรถไฟฟ้า BTS มีความตรงต่อเวลา	3.88	1.13	มาก

จากตาราง 5 ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 (S.D. = 1.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ พนักงานให้ข้อมูลเส้นทางของรถไฟฟ้าได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (S.D. = 1.20) เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติของรถไฟฟ้า BTS สามารถออกบัตรได้อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 1.25) ข้อมูลที่ได้รับจากพนักงานรถไฟฟ้า BTS เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 1.18) เครื่องสอยบัตรหรือสแกนเข้า - ออกรถไฟฟ้า BTS มีความน่าเชื่อถือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D. = 1.06) การให้บริการและการเดินรถของรถไฟฟ้า BTS มีความตรงต่อเวลา ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (S.D. = 1.13)



ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS

ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรถไฟฟ้า BTS มากน้อยเพียงใด	4.31	0.74	มากที่สุด
2. ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานรถไฟฟ้า BTS ที่บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ	4.31	0.64	มากที่สุด
3. ท่านมีความพึงพอใจต่อการที่รถไฟฟ้า BTS สามารถทำให้ท่านเชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก	4.29	0.82	มากที่สุด
4. ท่านมีความพึงพอใจต่อการขยายเส้นทางเดินรถของรถไฟฟ้า BTS	4.29	0.77	มากที่สุด
5. ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานรถไฟฟ้า BTS ตามลำดับก่อน - หลัง อย่างถูกต้อง	4.25	0.76	มากที่สุด
6. ท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการและการเดินทางของรถไฟฟ้า BTS ที่มีความตรงต่อเวลาและสม่ำเสมอ	4.25	0.71	มากที่สุด
7. ท่านมีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานีรถไฟฟ้า BTS	4.25	0.70	มากที่สุด
8. ท่านมีความพึงพอใจต่อจำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการต่อวันของรถไฟฟ้า BTS	4.23	0.78	มากที่สุด
9. ท่านมีความพึงพอใจต่อป้ายบอกรายละเอียดแผนที่ และป้ายบอกทางออกหรือจุดขึ้น - ลงของแต่ละสถานี	4.16	0.77	มาก
10. ท่านมีความพึงพอใจต่อจำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของรถไฟฟ้า BTS			

จากตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความสำคัญของความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS พบว่าในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 (S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ โดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อการให้บริการรถไฟฟ้า BTS มากน้อยเพียงใด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.74) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานรถไฟฟ้า BTS ที่บริการด้วยความเสมอภาค ไม่เลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 (S.D. = 0.64) มีความพึงพอใจต่อการที่รถไฟฟ้า BTS สามารถทำให้เชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ ได้อย่างสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.82) มีความพึงพอใจต่อ



การขยายเส้นทางการเดินรถของรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.77) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานรถไฟฟ้า BTS ตามลำดับก่อน - หลัง อย่างถูกต้อง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 (S.D. = 0.69) มีความพึงพอใจต่อการให้บริการและการเดินทางของรถไฟฟ้า BTS ที่มีความตรงต่อเวลาและสม่ำเสมอ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.76) มีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานีรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.71) มีความพึงพอใจต่อจำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการต่อวันของรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D. = 0.70) มีความพึงพอใจต่อป้ายบอกรายละเอียดแผนที่ และป้ายบอกทางออกหรือจุดขึ้น - ลงของแต่ละสถานี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D. = 0.78) มีความพึงพอใจต่อจำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของรถไฟฟ้า BTS ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 (S.D. = 0.77)

ตาราง 7 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจ			t-test/ F-test	P- Value
	N	$\bar{X}$	S.D		
เพศ				1.514	0.134
ชาย	48	4.29	0.60		
หญิง	152	4.14	0.51		

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ โดยใช้สถิติ t-test สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกัน

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความพึงพอใจจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความพึงพอใจ			P- Value
	N	$\bar{X}$	S.D	
อายุ	200	2.59	1.15	0.00
สถานภาพ	200	1.22	0.47	0.00
การศึกษา	200	4.17	1.00	0.00
อาชีพ	200	2.46	1.11	0.00
รายได้	200	2.73	1.70	0.00
ลักษณะที่อยู่อาศัย	200	2.75	1.22	0.00

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ และลักษณะที่อยู่อาศัย ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจที่แตกต่างกัน



ตาราง 9 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

คุณภาพการให้บริการ	b	S.E	β	t	(Sig.)
Constant	1.401	0.171		8.17	0.00

จากตารางที่ 9 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) ในรูปแบบของการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Enter คุณภาพการให้บริการผู้โดยสารที่ต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกัน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ ที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted R square) มีค่าเท่ากับ 0.573 หมายถึง คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ร้อยละ 57.3

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ Prasaleebud W.(2518). ที่ศึกษาระบบรถไฟฟ้าบีทีเอสที่สามารถรองรับผู้โดยสารได้เพียงพอในช่วงเวลาเร่งด่วนกำหนดเวลาการเดินทางที่ชัดเจน มีการจัดตั้งระบบความปลอดภัยที่ดี การศึกษาคุณภาพการให้บริการของนักท่องเที่ยวที่ต่างกัน มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารในการเลือกใช้รถไฟฟ้า BTS แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานของ Jangvechachai. B. (2016). ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ขนส่งมวลชนในรูปแบบอื่นๆ หรือการบริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) เพื่อทำการเปรียบเทียบคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และนำข้อมูลมาปรับปรุงการให้บริการอยู่สม่ำเสมอ
2. ควรทำการศึกษาในด้านอื่นๆ ของรถไฟฟ้า BTS เช่น ด้านการตลาด ความคุ้มค่าในการจ่าย เป็นต้น เพื่อประเมินคุณภาพและข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับการขนส่งในรูปแบบอื่นๆ



เอกสารอ้างอิง

- กาญจนาพร จิตตจํานงค์, และคณะ. (2565). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเข้าของคนไทย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 8(5), 407-414.
- ณรงค์คื่น วาณิช, และ นิตนา ฐานิตธนกร. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการการได้รับคุณค่าเชิงประสบการณ์จากพนักงานขายและการลดความเสี่ยงโดยพนักงานขายที่มีต่อความภักดีของลูกค้าร้านขายยาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 6(2), 108-123.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัย: แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย. (2559). *คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เพ็ญภา จรัสพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการลูกค้า จีเนทโมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ภวิวัฒน์ อารยะรังสฤษฎ์, และคณะ. (2565). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS : กรณีศึกษารถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสายสีเขียว (ฝั่งเหนือ) ณ สถานีหมอชิต. *วารสารบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 4(2), 1-14.
- รัตนะ พุทธรักษา, และ ไพรภว ทวีสุข. (2560). คุณภาพการบริการด้านการนำจ่ายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ลูกค้า บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด กรณีศึกษา ที่ทำการ ไปรษณีย์ รามอินทรา. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 6(2), 124-134.
- รุ่งโรจน์ สงสระบุญ. (2563). คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดิน จากสถานีท่าพระถึงสถานีวัดมังกรในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม*, 4(2), 135-146.
- วิริยา ประสาธิตบุตร. (2561). ปัจจัยคุณภาพการจัดการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า บีทีเอส สายสุขุมวิทและสายสีลม. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 1(2), 125-134.
- วรางคณา ทองด้วง, และคณะ. (2564). การเปรียบเทียบปัจจัยด้านการขนส่งสาธารณะระหว่างกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มคนทำงานกรณีศึกษาเส้นทางการเดินทางของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 4(2), 83-98.
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2563). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการบริหารประสบการณ์ของลูกค้าความพึงพอใจของลูกค้าความจงรักภักดีและการบอกต่อในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 10(1), 198-213.



- อาชิรญา บุญเพิ่ม. (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชาในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ACTS-NL. ประโยชน์ของระบบขนส่งรถไฟฟ้า BTS ระบบการขนส่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2565, จาก acts-nl.com.
- Akdere, M., Top, M., & Tekingündüz, S. (2020). Examining patient perceptions of service quality in Turkish hospitals: The SERVPERF model. *Total quality management & business excellence*, 31(3-4), 342-352.
- Navavongsathian, A., Vongchavalitkul, B., & Limsarun, T. (2020). Causal Factors Affecting Mobile Banking Services. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(11), 421-428.
- Fida, B. A., Ahmed, U., Al-Balushi, Y., & Singh, D. (2020). Impact of service quality on customer loyalty and customer satisfaction in islamic banks in the Sultanate of Oman. *Sage Open*, 10(2), 2158244020919517.
- Millet, J.D. (2012). *Management in the public service: The quest for effective Performance*. New York: McGraw-Hill Book Compan.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Perceived service quality as a customer-based performance measure: An empirical examination of organizational barriers using an extended service quality model. *Human resource management*, 30(3), 335-364.
- Tran, V. D. (2020). Assessing the effects of service quality, experience value, relationship quality on behavioral intentions. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 167-175.

Translated Thai Reference

- Arayangsarit, P.& Soonthornvipat L.(2022) People's Satisfaction in Using the BTS Green Line Service (Northern Side) at Mo chit Station, *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation* 4(2),1-14
- Boonperm. A. (2021). *Consumer Behavior and Marketing Strategies of Tea Products in Thailand*. (Master's thesis College of Management). Bangkok: Mahidol University.



- Tongduang W.& Apivatanagul P.(2554). Comparison of public transport factors between the elderly and working people: Case study of travel routes of BTS Sky Train users, *SSRU Journal of Public Administration*.4(2) 83-98
- Charatpan.P. (2014). *Customer Satisfaction on Service Quality of Customer Service Center Genate Mobile Service Center Chanthaburi*. College of Public Administration. Burapha University
- Puttharaksa R.& Taweasuk P.(2017) The Quality of Delivery Service Impact on Thailand Post Customer Satisfaction: The Study Case of Ramonita Station, *Journal of Business Administration Association of Private Higher Education Institutions of Thailand* 6(2),124-134
- Khunwanich N.& Tarnittanakorn N.(2017). THE INFLUENCES OF SERVICE QUALITY, EXPERIENTIAL VALUE ADDED,AND RISK REDUCED BY SALE PERSONS ON CUSTOMER LOYALTY TOWARD DRUGSTORES IN BANGKOK AND ITS VICINITY, *Journal of Business Administration Association of Private Higher Education Institutions of Thailand* 6(2),124-134
- Jittajumnong,K. et al(2022). Consumer Behavior Analysis for Breakfast Consuming, *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation* 8(5), 407-414.
- Srisathitnarakoon B. (2010). *Research Methodology: Guidelines for Success*. (2nd edition). Bangkok: U&I Inter Media
- Prasaleebud W.(2518).QUALITY MANAGEMENT FACTORS INFLUENCING SATISFACTION OF BTS SKY TRAIN SERVICE USERS ON SUKHUMWIT AND SILOM LINES, *Journal of Business Administration and Social Sciences Ramkhamhaeng University*,1(1)125-134
- Jangvechachai. B. (2016). *Quality of Service Affecting Satisfaction of BTS SkyTrain Passengers in Bangkok*. (Master of Business Administration Thesis). Bangkok: Bangkok University.

