



ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้*

ศิริวรรณ จุลแก้ว**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้ (2) เปรียบเทียบความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการกับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายใต้ชั้น 2 กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มแบบเจาะจงจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติค่าที เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ค่าทีไม่อิสระ ผลการวิจัยพบว่า (1) ระดับคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของผู้โดยสาร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยมีระดับความคาดหวังสูงสุดที่สุด คือ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ส่วนระดับคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้โดยสารโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับการรับรู้สูงสุดที่สุด คือ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (2) เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร ด้านความมั่นใจต่อการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสารและด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ : ความคาดหวัง การรับรู้ คุณภาพการให้บริการ ผู้โดยสาร รถไฟฟ้าสายใต้

* ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

** นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช



The Southern Train Passengers' Expectation and Perception toward the Quality Service of the State Railway of Thailand.*

Siriwan Junkaew**

Abstract

The objective of this research related to the service quality of the Southern Line of the State Railway of Thailand are to: (1) study the level of passengers' expectation and perception (2) compare the passengers' expectation and the perception.

The population of this research was the 400 southern line passengers who traveled by the second class cabin. The researcher compiled and analyzed the data in terms of frequency, percentage, mean, and t-tested. The result showed that all aspects as well as specifics of the passengers' expectation and perception were at the high level and medium level, respectively. The highest level of passengers' expectation and perception were responsiveness and reliability, respectively. Comparison between passengers' expectations and perceptions in terms of tangibles, empathy, assurance, responsiveness and reliability were statistically significant differences.

Key words : Expectation; Perception; Service Quality; Passengers; Southern State Railway

บทนำ

การเดินทางระหว่างประเทศ ระหว่างจังหวัดภายในประเทศ นอกจากจะเป็นการติดต่อธุรกิจแล้ว ยังรวมไปถึงการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และการเดินทางเพื่อทำธุระส่วนตัวด้วย ส่งผลให้ปัจจุบันธุรกิจการให้บริการขนส่งผู้โดยสารมีการแข่งขันสูง ธุรกิจส่วนใหญ่เริ่มให้

ความสำคัญกับคุณภาพการให้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้โดยสารใช้บริการในรัฐของตน ทำให้เกิดการปรับปรุงคุณภาพต่างๆ เช่น ความปลอดภัย ความตรงต่อเวลา ความสะดวกและรวดเร็ว ตลอดจนการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร หรือให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งนี้มาตรฐานของ

* Past of Thesis for the Master degree of Business Administration, Graduate School, Southern College of Technology.

** Graduate Students, School of Business Administration, Southern College of Technology, Nakhon Si Thammarat.



การให้บริการที่ดีถูกกำหนดโดย คำว่า “คุณภาพ” ซึ่งในอดีตคุณภาพจะถูกกำหนดโดยผู้ให้บริการ โดยพยายามทำให้การบริการเป็นไปตามที่บริษัทหรือองค์กรต้องการ แต่ในปัจจุบัน การตัดสินใจระดับคุณภาพได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นผู้โดยสารเป็นผู้กำหนดและผู้รับบริการต้องการ ซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้รับบริการได้ใช้บริการนั้น (Parasuraman, et al., 1985) จากมุมมองที่เปลี่ยนไปของการให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” ทำให้ผู้โดยสารกลายเป็นศูนย์กลางของ ธุรกิจเป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กรและบริษัทต่างๆ ไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชน ตื่นตัวกับการรับรู้คุณภาพของการให้บริการขององค์กรในมุมมองของผู้โดยสาร ส่งผลให้ผู้ให้บริการพยายามหาวิธีการแนวทางต่างๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของตน แต่การควบคุมคุณภาพการให้บริการนั้น ทำได้ยาก เนื่องจากบริการไม่มีตัวตน (Intangibility) มีความหลากหลาย (Variability) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) และไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish Ability) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) อีกทั้งยังมีความแปรปรวนขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีก เช่น สภาพแวดล้อม สถานการณ์ บุคลากรที่ให้บริการ หรือแม้แต่เวลาที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้รับบริการจึงรับทราบคุณภาพการให้บริการจากการประชาสัมพันธ์ จากคำบอกเล่าจากประสบการณ์ในอดีตที่เคยมารับบริการ และจากความต้องการพื้นฐานของตนเอง แล้วจึงสร้างมโนภาพของคุณภาพบริการขึ้นเป็นคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวัง เมื่อมาใช้บริการก็จะเปรียบเทียบบริการที่ตนได้รับจริงกับบริการที่

คาดหวังไว้ ถ้าพบว่าบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะไม่พึงพอใจ แต่ถ้าบริการที่ได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่คาดหวังไว้ ผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจ ประทับใจ และถือว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ ซึ่งการค้นหาความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการ แล้วนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานเพื่อใช้ควบคุมคุณภาพการให้บริการเชิงการรับรู้ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก (Parasuraman, et al., 1990)

ดังนั้นเพื่อให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ ตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือคนสำคัญ” จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องรู้ถึงความต้องการ ความคาดหวัง สิ่งที่อยู่ในใจรวมไปถึงความรู้สึกของผู้โดยสาร และเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านั้น องค์กรต่างๆ จึงจำเป็นต้องศึกษาหรือประเมินจากผู้โดยสารที่ใช้บริการโดยตรง เพราะข้อมูลที่ได้มาจะตอบคำถาม ได้ตรงจุดและสามารถนำมาใช้ปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการได้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของผู้โดยสารมากที่สุด

การรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานหนึ่งที่ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสาร มีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งเพื่อบำเนินธุรกิจด้านการขนส่งทางรถไฟเพื่อประโยชน์แก่ประชาชน รัฐและองค์กร ภายใต้รูปแบบรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปการ ตามพระราชบัญญัติการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 ซึ่งแตกต่างจากธุรกิจการให้บริการขนส่งผู้โดยสารประเภทอื่นๆ ถึงแม้ว่ามีความสำคัญควบคู่กับวิถีชีวิตของคนไทยมาตั้งแต่ใน



สมัยรัชกาลที่ 5 ก็ไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะทำให้ผู้โดยสารเลือกเดินทางโดยรถไฟมากกว่าการเดินทางในรูปแบบอื่นๆ เพราะปัจจุบันธุรกิจด้านการขนส่งผู้โดยสารมีความหลากหลาย ผู้โดยสารสามารถเลือกใช้บริการการเดินทางได้หลายรูปแบบทั้งการเดินทางโดยเครื่องบิน รถยนต์ ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นทางเลือกในการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร เพราะเหตุผลที่ผู้โดยสารเลือกที่จะเดินทางมักขึ้นอยู่กับความพึงพอใจกับคุณภาพการให้บริการ(การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2552)

ข้อมูลในปีงบประมาณ 2551 ของสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร กระทรวงคมนาคม พบว่า ขบวนรถไฟที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสารทั่วประเทศ จำนวน 256 ขบวนต่อวัน มีจำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการเดินทางโดยรถไฟ

จำนวน 41.2 ล้านคน ประกอบด้วย เส้นทางสายเหนือ จำนวน 9.50 ล้านคน เส้นทางสายอีสาน จำนวน 11.65 ล้านคน เส้นทางสายใต้ จำนวน 12.04 ล้านคน เส้นทางสายตะวันออก จำนวน 5.21 ล้านคน และเส้นทางสายแม่กลอง จำนวน 5.21 ล้านคน (กระทรวงคมนาคม, 2552) จากข้อมูลเบื้องต้นจะเห็นได้ว่ารถไฟสายใต้มีผู้ใช้บริการมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟสายใต้ โดยเฉพาะที่วิ่งผ่านสถานีชุมทางทุ่งสง เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังและการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการให้บริการในมุมมองของผู้โดยสาร และนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังของ

ผู้โดยสาร เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจในการให้บริการส่งผลถึงภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีของการรถไฟแห่งประเทศไทยต่อไป

นิยามศัพท์

ความคาดหวัง หมายถึง การบริการด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และความปลอดภัย ที่ผู้โดยสารคาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการรถไฟสายใต้

การรับรู้ หมายถึง การบริการด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และความปลอดภัย ที่ผู้โดยสารได้รับเมื่อใช้บริการรถไฟสายใต้

คุณภาพการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่ผู้โดยสารใช้ตัดสินคุณภาพโดยเปรียบเทียบจากบริการที่ผู้โดยสารได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับการให้บริการรถไฟสายใต้ ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 2) การตอบสนองต่อผู้โดยสาร 3) ความมั่นใจ ต่อบริการ 4) การเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร 5) ลักษณะทางกายภาพ

ผู้โดยสาร หมายถึง ผู้โดยสารที่เลือกเดินทางโดยการใช้บริการรถไฟสายใต้ ที่นั่งชั้น 2

รถไฟสายใต้ หมายถึง รถเร็ว ขบวน 173 กรุงเทพ-นครศรีฯ, ขบวน 174 นครศรีฯ-กรุงเทพ, ขบวน 167 กรุงเทพ-กันตัง, ขบวน 168 กันตัง-กรุงเทพ, รถด่วน ขบวน 85 กรุงเทพ-นครศรีฯ, ขบวน 86 นครศรีฯ-กรุงเทพ, รถด่วนพิเศษ ขบวน 42 ยะลา-กรุงเทพ และขบวน 41 กรุงเทพ-ยะลา



ความเชื่อถือไว้วางใจได้ หมายถึง ความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจด้านการขนส่ง การรักษาคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับผู้โดยสาร การให้ข้อมูลบนเว็บไซต์และข้อมูลทางโทรศัพท์ นโยบายด้านราคา ค่าโดยสารเป็นธรรมและเหมาะสม

การตอบสนองต่อผู้โดยสาร หมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการ ความพร้อมในการให้บริการความสะดวกในการซื้อตั๋ว จำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการในแต่ละจุด

ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในภายนอกห้องโดยสาร ได้แก่ ความกว้างของที่นั่งผู้โดยสาร พัดลมหรือเครื่องปรับอากาศภายในรถเย็นสบาย ห้องน้ำของผู้โดยสาร สะอาดและป้ายแสดง ชูขบวนที่ชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังและระดับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขบวนรถไฟฟ้าสายใต้ จำนวน 8 ขบวน คือ ขบวน 173, ขบวน 174, ขบวน 167, ขบวน 168, ขบวน 85, ขบวน 86, ขบวน 42 และขบวน 41
2. ประชากร คือ ผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายใต้ชั้น 2 จำนวน 8 ขบวน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. สร้างเครื่องมือสำหรับวิจัย คือ แบบสอบถามชนิดให้ผู้ตอบเป็นผู้เลือกตอบ โดยประยุกต์จากงานวิจัยของ ศรกมล กุญชรกวอด (2548) ประกอบด้วย 5 ด้านคือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร (Responsiveness) ด้านความมั่นใจต่อบริการ (Assurance) ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร (Empathy) และด้านลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 ราย เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จากค่าสัมประสิทธิ์

แอลฟา ของ ครอนบาค (Cronbach, 1951) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.94

หาค่าปริมาณของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างที่ใช้หลักเหตุผลและวิจารณ์ญาณของผู้วิจัยตัดสินใจเลือกกลุ่มตัวอย่างที่น่าจะเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรมาใช้ คือเลือกเฉพาะผู้โดยสารที่ใช้บริการขบวนรถไฟฟ้าที่ผ่านสถานีชุมทางทุ่งสง จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรคำนวณ (กัลยา วานิชปัญญา, 2546) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = .05$)

3. วิธีการเก็บแบบสอบถาม เก็บบนขบวนรถไฟฟ้าทั้ง 8 ขบวน



4. การประมวลผลการประเมินและการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าสถิติ T-Test

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา สามารถสรุปผล “ความคาดหวังและการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้” ได้ดังนี้

1. ระดับคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังของผู้โดยสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยมีระดับความคาดหวังสูงที่สุดคือด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ($\bar{X}=4.05$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X}=4.01$) ด้านความมั่นใจต่อบริการ ($\bar{X}=4.00$) ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.94$) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=3.76$) ตามลำดับ

2. ระดับคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้โดยสารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.17$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยมีระดับการรับรู้สูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ($\bar{X}=3.38$) รองลงมาคือด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.33$) ด้านความมั่นใจต่อบริการ ($\bar{X}=3.26$) ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร ($\bar{X}=3.18$) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X}=2.68$) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการตามความคาดหวังกับการรับรู้ของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายใต้โดยรวมมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร ด้านความมั่นใจต่อบริการ ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสารและด้านลักษณะทางกายภาพ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกด้านที่ระดับ 0.001

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังต่อการให้บริการในระดับมากทุกด้าน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการได้รับจริงทุกด้าน ทั้งนี้เนื่องจาก

1. การให้บริการด้านการขนส่งทางด้านการรถไฟฟ้าเป็นการให้บริการที่มีการผูกขาด รูปแบบการให้บริการของการรถไฟฟ้ายังถูกกำหนดโดยรัฐบาล การพัฒนาเพื่อการแข่งขันไม่มี

2. ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ซึ่งสูงกว่าการรับรู้ที่อยู่ในระดับปานกลาง ด้วยเหตุผลที่ดำเนินการมานานจึงทำให้ผู้โดยสารมองว่าน่าจะมี ความเชี่ยวชาญในการให้บริการเพื่อสอดคล้องกับระยะเวลาที่ดำเนินการมาเป็นเวลานานเช่นกัน

3. ด้านความมั่นใจต่อบริการที่พบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้ อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นระดับการรับรู้ต่ำที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับข้ออื่นๆ โดยเฉพาะในด้านการมีระบบป้องกันความปลอดภัยขยชนะโดยสารบนรถ เนื่องจากกระแสข่าวหรือประสบการณ์ที่ผู้โดยสารได้รับ ไม่ว่าจะเป็นจากคำบอกเล่าปากต่อปาก หรือสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ที่นำเสนอข่าว ก็อาจจะเป็นเหตุผลสำคัญประการหนึ่งที่ผู้โดยสารไม่มีความมั่นใจต่อบริการที่จะได้รับ การจะ



ปรับเปลี่ยนให้ผู้โดยสารเชื่อมั่นในด้านของบริการ อาจจะต้องใช้ระยะเวลา ที่จะปรับปรุงในด้านการให้ข้อมูลอย่างถูกต้อง แม่นยำ สื่อสารเข้าใจชัดเจน เพื่อเพิ่มความมั่นใจต่อบริการของผู้โดยสารให้กลับคืนมา

4. ด้านการเข้าใจและเห็นใจผู้โดยสาร พบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ส่วนระดับการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่รถไฟมีการบริหารงานในรูปแบบของภาครัฐ และเป็นองค์กรที่ไม่ได้มุ่งเน้นผลตอบแทนการลงทุนจากกำไร เป็นเพียงแค่ การให้บริการอำนวยความสะดวกตามหน้าที่หรือนโยบายของรัฐ และที่สำคัญเป็นการให้บริการประเภทการขนส่งผู้โดยสารทางรางแต่เพียงอย่างเดียวในประเทศไทย ส่งผลเสียต่อการให้บริการ เนื่องจากการไม่มีคู่แข่งทางด้านการขนส่งในรูปแบบนี้ การจัดรูปแบบการให้บริการจึงคำนึงถึงเพียงแค่ศักยภาพ ความพร้อมในการให้บริการที่องค์กรสามารถตอบสนองตอบได้เพียงเท่านั้น โดยไม่ได้มองถึงผู้โดยสารเป็นหลักอย่างเช่นธุรกิจอื่นๆ

5. ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่า ผู้โดยสารมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ส่วนการรับรู้อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเทียบกับรายด้านอื่นๆ ด้านลักษณะทางกายภาพจะมีค่าเฉลี่ยทั้งความคาดหวังและการรับรู้ต่ำที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของห้องน้ำบนรถไฟ เนื่องจากการเดินทางโดยรถไฟ ผู้โดยสารจะต้องอยู่บนรถตลอดเวลาไม่แวะจอดบริการห้องน้ำตามสถานีต่างๆ ห้องน้ำจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่เห็นว่าควรจะได้รับการพัฒนามาให้ดีกว่าที่เป็นอยู่

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงคมนาคม. (2552). จำนวนผู้โดยสาร. ค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2552, จาก <http://www.mot.go.th>
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2552). เกี่ยวกับรถไฟแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2552, จาก <http://www.railway.co.th>
- กัลยา วานิชบัญชา. (2546). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรกมล ภูโคกกรวด. (2548). ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้โดยสารชาวไทยต่อคุณภาพการให้บริการของบริษัทไทยแอร์เอเชียจำกัด. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, งามอาจ ปทะวานิช, ปณิศา มีจินดา, จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และอรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 46. กรุงเทพฯ : ชรรมสาร.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient Alpha and the Internal Structure of Psychometrical. (n.p.)
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L. (1985). A Conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-59



_____. (1990). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York : Free Press.