



ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร

Factor of Service Quality and Passenger Behavior Effecting to Attitudes of Consumers in Bangkok Metropolitan.

ยุวดี วรสิทธิ์ Yuwadee Worasit ^{1*}, เอก ชุณหัชชราชัย Ake Choonhachatrachai ²

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด กรุงเทพมหานคร

² Ph.D., อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด กรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร ปัจจัยทางด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประมวลผลโดยใช้โปรแกรมทางสถิติสำเร็จรูป ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี/เทียบเท่า รายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท และมีสถานภาพโสด ส่วนใหญ่ใช้บริการคนเดียว มีความถี่ในการมาใช้บริการน้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน มีระยะทางในการเดินทางมากกว่า 5 สถานี ใช้บริการในวัน จันทร์-ศุกร์ เวลา 15.00-18.00 น. มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ ไปเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการมีทัศนคติเกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ใน

* E-mail address: uyuwadee@gmail.com

กรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจ และการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมการใช้บริการ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ, พฤติกรรมการใช้บริการ, รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

ABSTRACT

The purpose of this research are 1) to study demographic factor affect to passenger's attitude in Airport Rail Link service in Bangkok 2) to study service quality factor affect to passenger's attitude in Airport Rail Link service in Bangkok and 3) to study passenger's behavior factor affect to passenger's attitude in Airport Rail Link service in Bangkok. The representative samples in this research were selected from 400 passengers Airport Rail Link service in Bangkok; The research tool is questionnaires The statistical analysis used to descriptive statistics percentage, frequency, mean and standard deviation and Multiple Linear Regression to test the hypothesis. The results showed that the majority of customers Airport Rail Link service in Bangkok was female age in between 21-30 years old, They're employees working in private companies, bachelor degree graduated, average monthly income between Baht 10,001-20,000, Single status, mostly traveling alone, Frequency use the Rail Link service is below 5 times a month which more than 5 stations, from Monday-Friday time 3 pm. to 6 pm. aims of traveling is for sightseeing. The analysis of service quality factor found that most of the passenger opinion in service quality was at high level, the analysis of attitude of passengers found that most of the passenger opinion in attitude was at high level. From the hypothesis testing, the following results were revealed. 1) Attitude level of passengers who different in personal factors consist of age, education level, occupation, and income was significant. 2) The analysis of service quality factor consist of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy found that most of the passenger opinion in service quality was significantly different 3) The passenger's behavior factor in travels objective was significantly different.

Keywords: Service quality factor, Behavior factor, Airport Rail Link service in Bangkok

บทนำ

รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ หรือ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Airport Rail Link) เป็นระบบรถไฟฟ้าสายที่ 3 ของประเทศไทย และเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ อยู่ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทลูกของการรถไฟแห่งประเทศไทย ขึ้นตรงกับกระทรวงคมนาคม สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ให้บริการรับ-ส่งผู้โดยสารภายในเมืองที่จะเดินทางไปท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้สะดวก รวดเร็ว และคล่องตัวมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการคมนาคมที่ช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดที่มีอยู่ในปัจจุบัน ให้บริการในระบบรถไฟฟ้าความเร็วสูงสุด 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง วิ่งบนทางยกระดับเลียบทางรถไฟสายตะวันออก ระยะทางประมาณ 28 กิโลเมตร มีจำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ยตั้งแต่ 2554 - 2556 อยู่ที่ประมาณ 14.30 ล้านคน ปี 2554 อยู่ที่ 12.40 ล้านคน ปี 2555 อยู่ที่ 14.90 ล้านคน และปี 2556 อยู่ที่ 15.60 ล้านคน ซึ่งยังถือว่ายังมีจำนวนผู้ใช้บริการที่น้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ตามแผน คือ มีจำนวนผู้ใช้บริการอยู่เฉลี่ยอยู่ที่ 14.63 ล้านคน ปี 2554 อยู่ที่ 13.10 ล้านคน ปี 2555 อยู่ที่ 14.60 ล้านคน และปี 2556 อยู่ที่ 16.20 ล้านคน ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ผู้โดยสารขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้บริการ ทำให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ยังไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานได้เท่าที่ควร อีกทั้งยังมีปัญหาตามมาอีกหลายประการ เช่น ปัญหาความล่าช้าของขบวนรถ และปัญหาความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัย เป็นต้นด้วยเหตุนี้จึงเป็นโอกาสที่ดีในการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดีในการให้บริการ และนอกจากนี้ยังเป็นการรองรับผู้โดยสารที่จะมีเพิ่มขึ้นในอนาคตอีกด้วย (รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท., 2558)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพบริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ให้บรรลุเป้าหมายตามที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ได้กำหนดไว้
3. เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับหน่วยงานต่างๆ ที่มีลักษณะการให้บริการรูปแบบเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที เป็นต้น
4. เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และเป็นแนวทางในการศึกษา ค้นคว้าต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูล และความคาดหวังว่าจะได้รับการบริการ หากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล โดยความพึงพอใจเป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น (สมวงศ์, 2550) มีองค์ประกอบหลักอยู่ 5 ประการ คือ

1. ลักษณะทางกายภาพ (Tangibles) คือ การแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพที่สัมผัสได้ อันจะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกสบาย
2. ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการตามที่ได้สัญญาไว้กับผู้ใช้บริการอย่างถูกต้อง สร้างความไว้วางใจ และมีความสม่ำเสมอ
3. การตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ (Responsiveness) คือ ความปรารถนาในการช่วยเหลือผู้ใช้บริการด้วยความเต็มใจ ทันทีทันใด และรวดเร็วฉับไว
4. ความไว้วางใจ (Assurance) คือ การมีความรู้ ความสามารถ ความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ และการให้บริการด้วยความซื่อสัตย์ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างให้ผู้ใช้บริการเกิดความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้
5. การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ (Empathy) คือ การให้ความเป็นห่วง และสนใจผู้มารับบริการแต่ละบุคคล และมีความตั้งใจที่จะจัดหาสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการมาตอบสนอง (Parasuraman et al., 1988 อ้างถึงใน ชยพัทธ์, 2553)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม คือ กระบวนการตัดสินใจ และการกระทำของบุคคลในการค้นคว้า การซื้อ การใช้ ประเมินผลสินค้าหรือบริการ ที่คาดว่าจะสนองความต้องการของเขาได้ โดยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคตามหลัก 6WH1 (สุภรณ์ อินทร์แก้ว และสลิตตา สาริบุตร, 2555) คือ

1. Who.= ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่ากลุ่มเป้าหมาย (Occupants) คือใคร
2. What.= ผู้บริโภคซื้ออะไร ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่าสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object) คืออะไร
3. Why.= ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่าวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ของผู้บริโภคมีอะไรบ้าง
4. Whom.= ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่าใครบ้างมีอิทธิพลในการตัดสินใจ (Organization) ของผู้บริโภค
5. When.= ผู้บริโภคซื้อเมื่อไหร่ ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่าโอกาสในการซื้อ (Occasion) ของผู้บริโภคอยู่ในช่วงโอกาสใด
6. Where.= ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่า แหล่งที่ผู้บริโภคทำการซื้อ (Outlets) นั้นอยู่ที่ใด
7. How.= ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ซึ่งจะต้องหาคำตอบว่า ขั้นตอนในการซื้อ (Operation) ของผู้บริโภคเป็นอย่างไร

แนวคิดที่เกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภค

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และคณะ (2543) อ้างถึงใน มณฑกานัญญ์ วิจิตรสกลร์ (2552) ได้ทำการศึกษาการแสดงออกทางทัศนคติของผู้บริโภคที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) คือ ทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรือมีอารมณ์โต้ตอบในทางดี ต่อบุคคล เรื่องราว หน่วยงาน องค์กร สถาบัน รวมไปถึงการดำเนินงานขององค์กร
2. ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือความไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อ บุคคล เรื่องราว หน่วยงาน องค์กร สถาบัน รวมถึงการดำเนินงานขององค์กร
3. การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉยๆ (Negative attitude) คือ ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดๆ บุคคล หน่วยงาน องค์กร สถาบัน และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

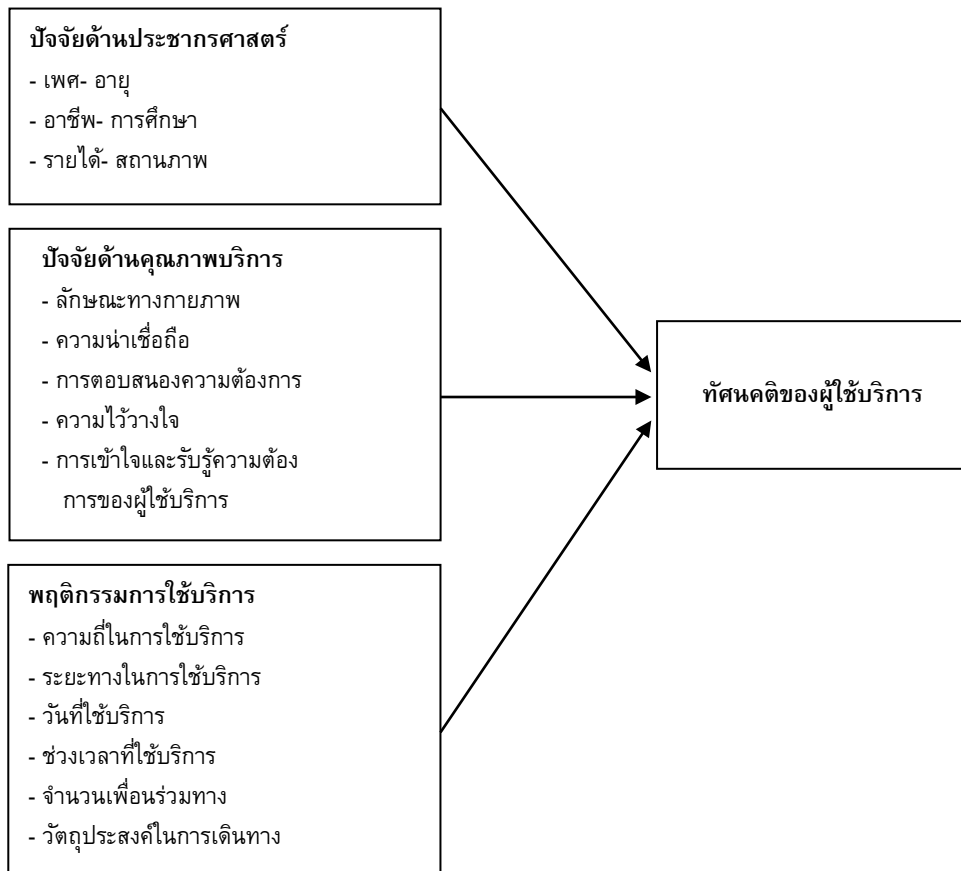
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุษบง (2555) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยผู้ให้บริการมีความพึงพอใจใน

กระบวนการทำงานมากที่สุด รองลงมา คือ มีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมทางการตลาด การภาพ และการให้บริการของพนักงาน อยู่ในระดับมากเท่าๆ กัน

อัจฉราภรณ์ (2556) ได้ทำการศึกษาการให้บริการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย ในมุมมองของผู้ใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี สถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่เหตุผลหลักในการใช้บริการคือ มีความสะดวก รวดเร็ว และตรงเวลา ใช้บริการในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) ระหว่างเวลา 06.00-12.00 น. สถานีที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สถานีพญาไท นิยมซื้อตั๋วผ่านเจ้าหน้าที่ขายตั๋ว และใช้บริการเฉลี่ย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1: กรอบแนวคิด

สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร
3. พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากรที่ใช้ในการเก็บแบบสอบถามคือ ผู้ที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane จำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีกำหนดโควตา (Quota sampling) ของทุกสถานี่ ได้แก่ สถานีพญาไท สถานีราชปรารภ สถานีมักกะสัน สถานีรามคำแหง สถานีหัวหมาก สถานีทับช้าง สถานีลาดกระบัง และสถานีสุวรรณภูมิ ตั้งแต่วันที่ 15 พฤษภาคม - 15 ธันวาคม 2558 ช่วงเวลา 07.00 - 22.00 น. ซึ่งแบบสอบถามมี 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ ระยะเวลาในการใช้บริการ วันที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ จำนวนเพื่อนร่วมทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจ และการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย ความชื่นชอบ และความประทับใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

การพิจารณาระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการ ของแต่ละคำถามแบ่งค่าเฉลี่ยของคะแนน เป็น 5 ระดับ (กัลยา, 2549) โดย กำหนดความกว้างของแต่ละอันตรภาคชั้น = 0.80 ดังนี้ $4.21 - 5.00 =$ มากที่สุด, $3.41 - 4.20 =$ มาก, $2.61 - 3.40 =$ ปานกลาง, $1.81 - 2.60 =$ น้อย และ $1.00 - 1.80 =$ น้อยที่สุด

การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยสามารถทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามได้โดยการนำแบบสอบถามไปเสนอให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้นนำผลที่ได้มาหาค่าดัชนีสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัยหรือไม่

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัย

การคำนวณหาดัชนีสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัย ผลที่ได้จะต้องมี

ค่า IOC ≥ 0.5 ถึงจะยอมรับได้ (ธานินทร์, 2557)

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีค่าดัชนีสอดคล้องเท่ากับ 0.97

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการมีค่าดัชนีสอดคล้องเท่ากับ 1

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีค่าดัชนีสอดคล้องเท่ากับ 0.93

ส่วนที่ 4 ทศนติของผู้ใช้บริการ มีค่าดัชนีสอดคล้องเท่ากับ 1

การทดสอบเครื่องมือหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดสอบแบบสอบถาม 30 ชุด พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ 0.950

มีการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อบรรยายข้อมูลทั่วไป และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การทดสอบสมมุติฐาน สถิติที่ใช้ คือการทดสอบค่า t (Independent samples t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร และการทดสอบสัมประสิทธิ์เชิงพหุ (Multiple Regression) ใช้วิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	- ชาย	168	42.0
	- หญิง	232	58.0
2. อายุ	- ต่ำกว่า 20 ปี	66	16.5
	- 21-30 ปี	248	62.0
	- 31-40 ปี	61	15.3
	- 41 ปีขึ้นไป	25	6.3

ตารางที่ 1: (ต่อ)

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
3. อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	135	33.8
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	40	10.0
- ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	188	47.0
- เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว	18	4.5
- อื่นๆ	19	4.8
4. การศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	74	18.5
- ปริญญาตรี/เทียบเท่า	278	69.5
- สูงกว่าปริญญาตรี	48	12.0
5. รายได้		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	105	26.3
- 10,001-20,000 บาท	171	42.8
- 20,001-30,000 บาท	75	18.8
- 30,001-40,000 บาท	23	5.8
- 40,001-50,000 บาท	8	2.0
- 50,001 บาทขึ้นไป	18	4.5
6. สถานภาพ		
- โสด	342	85.5
- สมรส	45	11.3
- หย่าร้าง / แยกกันอยู่ / หม้าย	13	3.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์จำนวน 400 คน เป็นเพศหญิง 232 คน (ร้อยละ 58) และ เพศชาย 168 คน (ร้อยละ 42) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 248 คน (ร้อยละ 62) ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 66 คน (ร้อยละ 16.5) 31-40 ปี จำนวน 61 คน (ร้อยละ 15.3) และ 40 ปีขึ้นไป จำนวน 25 คน (ร้อยละ 6.3) อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 188 คน (ร้อยละ 47) นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.8) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10) เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.5) และอื่นๆจำนวน 19 คน (ร้อยละ 4.8) ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า จำนวน 278 คน (ร้อยละ 69.5) ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน (ร้อยละ 18.5) และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 48 คน (ร้อยละ 12) รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 171 คน (ร้อยละ 42.8) ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.3) 20,001-30,000 บาท จำนวน 75 คน (ร้อยละ 18.8) 30,001-40,000 บาท จำนวน 23 คน (ร้อยละ 5.8) 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.5) และ 40,001-50,000 บาท จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2) และมีสถานภาพโสด จำนวน 342 คน (ร้อยละ 85.5) สมรส จำนวน 45 คน (ร้อยละ 11.3) และหย่าร้าง/ แยกกันอยู่/ หม้าย จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.3)

2. พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

ตารางที่ 2: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

พฤติกรรมการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
1. ความถี่ในการใช้บริการ		
- น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน	226	56.5
- 5-10 ครั้งต่อเดือน	94	23.5
- 11-15 ครั้ง/เดือน	30	7.5
- มากกว่า 15 ครั้งต่อเดือน	50	12.5
2. ระยะทางในการใช้บริการ		
- น้อยกว่า 3 สถานี	105	26.3
- 3-5 สถานี	127	31.8
- มากกว่า 5 สถานี	168	42.0
3. วันที่ใช้บริการ		
- วันจันทร์-ศุกร์	189	47.3
- วันเสาร์-อาทิตย์	170	42.5
- วันหยุดนักขัตฤกษ์	33	8.3
- อื่นๆ	8	2.0
4. ช่วงเวลาที่ใช้บริการ		
- 6.00-9.00 น.	65	16.25
- 9.00-12.00 น.	86	21.5
- 12.00-15.00 น.	43	10.75
- 15.00-18.00 น.	100	25
- 18.00-21.00น.	66	16.5
- 21.00-24.00 น.	40	10
5. จำนวนเพื่อนร่วมทาง		
- คนเดียว	231	57.8
- 2-5 คน	157	39.3
- 5คนขึ้นไป	7	1.8
- อื่นๆ	5	1.3
6. วัตถุประสงค์ในการเดินทาง		
- ไปเรียน	73	18.3
- ไปทำงาน	64	16.0
- ไปทำธุระ	110	27.5
- ไปเที่ยว	135	33.8
- อื่นๆ	18	4.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ มีความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน จำนวน 226 คน (ร้อยละ 56.5) 5-10 ครั้ง/เดือน จำนวน 94 คน (ร้อยละ 23.5) มากกว่า 15 ครั้ง/เดือน จำนวน 50 คน (ร้อยละ 12.5) และ 11-15 ครั้ง/เดือน จำนวน 30 คน (ร้อยละ 7.5) ระยะทางในการใช้บริการมากกว่า 5 สถานี จำนวน 168 คน (ร้อยละ 42) 3-5 สถานี จำนวน 127 คน (ร้อยละ 31.8) และน้อยกว่า 3 สถานี จำนวน 105 คน (ร้อยละ 26.3) ใช้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ จำนวน 189 คน (ร้อยละ 47.3) วันเสาร์-อาทิตย์ จำนวน 170 คน (ร้อยละ 42.5) วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 33 คน (ร้อยละ 8.3) และ อื่นๆ จำนวน 8 คน (ร้อยละ 2) ช่วงเวลาในการใช้บริการอยู่ระหว่าง 15.00-18.00 น. จำนวน 100 คน (ร้อยละ 25) 9.00-12.00 น. จำนวน 88 คน (ร้อยละ 21.5)

18.00-21.00 น. จำนวน 66 คน (ร้อยละ 16.5) 6.00-9.00 น. จำนวน 65 คน (ร้อยละ 16.25) 12.00-15.00 น. จำนวน 43 คน (ร้อยละ 10.75) และ 21.00-24.00 น. จำนวน 40 คน (ร้อยละ 10) เดินทางคนเดียว จำนวน 231 คน (ร้อยละ 57.8) 2-5 คน จำนวน 157 คน (ร้อยละ 39.3) 5 ขึ้นไป จำนวน 7 คน (ร้อยละ 1.8) และ อื่นๆ จำนวน 5 คน (ร้อยละ 1.3) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เที่ยว จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.8) ไปทำธุระ จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.5) ไปเรียน จำนวน 73 คน (ร้อยละ 18.3) ไปทำงาน จำนวน 64 คน (ร้อยละ 16) และ อื่นๆ จำนวน 18 คน (ร้อยละ 4.5)

3. คุณภาพบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

ตารางที่ 3: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.59	0.81	มาก
2. ด้านความน่าเชื่อถือ	3.62	1.36	มาก
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	3.52	0.83	มาก
4. ด้านความไว้วางใจ	3.63	0.73	มาก
5. ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ	3.66	0.70	มาก
รวม	3.60	0.89	มาก

จากตารางที่ 3 กลุ่มตัวอย่างผู้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริการมีการให้ความสำคัญกับ การเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้บริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.66) รองลงมาคือ ความไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.63) ความน่าเชื่อถือ (ค่าเฉลี่ย 3.62) ลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.59) และการตอบสนองความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

4. ทัศนคติของผู้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

ตารางที่ 4: แสดงผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์

ทัศนคติของผู้บริการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
1. ความชื่นชอบในคุณภาพบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์	3.74	0.686	มาก
2. ความชื่นชอบในภาพรวมรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์	3.73	0.749	มาก
3. ความประทับใจในรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์	3.65	0.686	มาก
4. ความชื่นชอบในการมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์	3.76	0.788	มาก
รวม	3.72	0.727	มาก

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างผู้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์มีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริการมีความชื่นชอบในการมาใช้บริการมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมาคือ มีความชื่นชอบในคุณภาพบริการ

(ค่าเฉลี่ย 3.74) ความชื่นชอบในภาพรวมรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีความประทับใจในการใช้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ (ค่าเฉลี่ย 3.65) ตามลำดับ

5. การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent Sample t-test พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน ($t = -1.858$, $\text{sig.} = 0.073$) และสถานภาพที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน ($t = 0.242$, $\text{Sig.} = 0.809$)

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA พบว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 11.503$, $\text{Sig.} = 0.00$) เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีทัศนคติต่างกับกลุ่มที่มีอายุ 21-30 ปี ($\text{MD} = 0.471$) 31-40 ปี ($\text{MD} = 0.419$) และ 41 ปีขึ้นไป ($\text{MD} = 0.321$) แสดงผลดังตารางที่ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุรายคู่

อายุ	ค่าเฉลี่ย	21-30 ปี	31-40 ปี	41 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 20 ปี	4.091	0.471*	0.419*	0.321*
21-30 ปี	3.620			
31-40 ปี	3.6721			
41 ปีขึ้นไป	3.6721			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 6.258$, $\text{Sig.} = 0.00$) เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีทัศนคติต่างกับกลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ($\text{MD} = 0.238$) 2) ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน ($\text{MD} = 0.281$) และ อื่นๆ ($\text{MD} = 0.252$) แสดงผลดังตารางที่ 6 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพรายคู่

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ/ พนักงาน	ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	อื่น ๆ
นักเรียน/นักศึกษา	3.894	0.238*	0.281*	0.252*
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	3.656			
ลูกจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.613			
อื่น ๆ	3.642			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 9.313$, $Sig. = 0.00$) เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีทัศนคติต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีการศึกษา ปริญญาตรี/เทียบเท่า ($MD = 0.334$) และ สูงกว่าปริญญาตรี ($MD = 0.301$) แสดงผลดังตารางที่ 7 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 7: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษารายคู่

การศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ปริญญาตรี/เทียบเท่า	สูงกว่าปริญญาตรี
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.983	0.334*	0.301*
ปริญญาตรี/เทียบเท่า	3.649		
สูงกว่าปริญญาตรี	3.682		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 3.337$, $Sig. = 0.011$) เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีทัศนคติต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ($MD = 0.251$) และ 20,001-30,000 บาท ($MD = 0.206$) แสดงผลดังตารางที่ 8 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 8: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือนรายคู่

รายได้ต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001-40,000 บาท	40,001 บาทขึ้นไป
ต่ำกว่า 10,000 บาท	3.869	0.251*	0.206*		
10,001-20,000 บาท	3.618				
20,001-30,000 บาท	3.663				
30,001-40,000 บาท	3.859				
40,001 บาทขึ้นไป	3.750				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านคุณภาพบริการมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุพบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ สามารถพยากรณ์ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 46.8 ด้านความน่าเชื่อถือ สามารถพยากรณ์ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 34.2 ด้านการตอบสนองความต้องการ สามารถพยากรณ์ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 55 ด้านความไว้วางใจ สามารถพยากรณ์ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 42.9 และด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการสามารถพยากรณ์ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครได้ร้อยละ 45.8

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Independent Sample t-test พบว่า จำนวนเพื่อนร่วมทางแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ($t = 1.671$, Sig. = 0.096)

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ One-Way ANOVA พบว่า ความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ($F = 1.444$, Sig. = 0.230) ระยะทางในการใช้บริการแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ($F = 0.974$, Sig. = 0.379) วันที่ใช้บริการแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ($F = 1.544$, Sig. = 0.215) ช่วงเวลาในการใช้บริการแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครไม่ต่างกัน ($F = 0.561$, Sig. = 0.691) วัตถุประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันมีทัศนคติในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 7.340$, Sig. = 0.000) เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเรียนมีทัศนคติแตกต่างไปทำงาน (MD = 0.436) 2) ไป

เที่ยว (MD = 0.337) อื่นๆ (MD = 0.253) และ กลุ่มที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปทำงานมีทัศนคติแตกต่างกับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอื่นๆ (MD = 0.184) แสดงผลดังตารางที่ 9 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 9: แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางรายคู่

วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	ค่าเฉลี่ย	ไปทำงาน	ไปเที่ยว	อื่นๆ
ไปเรียน	3.9795	0.436*	0.337*	0.253*
ไปทำงาน	3.5430			
ไปเที่ยว	3.6426			
อื่นๆ	3.7266	0.184*		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาการศึกษาเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการศึกษาปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี มีอาชีพเป็นลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการศึกษาอยู่ที่ ปริญญาตรี/เทียบเท่า และมีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุษบง (2555) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ และงานวิจัยของ อัจฉราภรณ์ (2556) ที่ได้ทำการศึกษา การให้บริการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของผู้ใช้บริการ

เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครพบว่า อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา และคณะ (2556) ที่ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ น้อยกว่า 5 ครั้ง/เดือน มีระยะทางในการใช้บริการอยู่ต่ำกว่า 5 สถานี ใช้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ บริการในช่วง 15.00-18.00น. ใช้บริการคนเดียว และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ ไปเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร (2553) ที่ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เมื่อทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการที่มีผลต่อการเลือกทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ มริษา (2552) ที่ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าโดยสารปรับอากาศประจำเส้นทาง กรณีศึกษา : สายกรุงเทพ-เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพบริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรรณิการ์ (2551) ที่ได้ทำการศึกษา การส่งมอบคุณภาพของความแตกต่างระหว่างการรับรู้ และความคาดหวังคุณภาพบริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) กับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทยเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณภาพบริการด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความไว้วางใจ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการตอบสนองความต้องการ ตามลำดับ

เมื่อทำการวิเคราะห์การวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพบริการที่มีผลต่อการทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองความต้องการ ความไว้วางใจ และการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐานุตรา (2554) ที่ได้ทำการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้ ที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ใน กรุงเทพมหานครต่างกัน ดังนั้นทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ควรทำการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละรูปแบบให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง และเป็นการทำให้ผู้ใช้บริการให้เข้าใจกระบวนการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ได้ดียิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ควรมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในสถานีและขบวนรถ ให้สะอาด สวยงาม และทันสมัย มีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ลิฟท์ บันได

เลื่อน ช่องจำหน่ายบัตรโดยสาร สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการ ให้มีสภาพพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

ด้านความน่าเชื่อถือ

ทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ควรมีการปรับปรุงคุณภาพบริการเพื่อให้มีความเหมาะสมกับคำโฆษณา มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์อย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทาง และการปฏิบัติตนในการใช้บริการ

ด้านการตอบสนองความต้องการ

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการสูงสุด ทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ควรมีการเตรียมความพร้อมในการบริการอยู่ตลอดเวลา อาทิเช่น คอยสำรวจว่าพนักงานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีจำนวนเพียงพอและมีความพร้อมในการบริการหรือไม่ กระบวนการบริการแต่ละขั้นตอนมีความสะดวกรวดเร็วเพียงใด และดูโดยสารแต่ละขบวนรถมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนผู้โดยสารในแต่ละรอบหรือไม่ เป็นต้น

ด้านความไว้วางใจ

ทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ควรมีตรวจสอบขบวนรถก่อนให้บริการทุกครั้งเพื่อความปลอดภัยในการให้บริการ มีการอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดได้ และมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำตามจุดต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น บริเวณทางเข้าสถานี บริเวณชานชาลา และบริเวณหน้าจุดจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ เป็นต้น

ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ

ทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ควรมีการศึกษาความต้องการในเรื่องของเวลาเปิดปิดสถานีเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการขยายระยะเวลาเปิดต่อไป มีการควบคุมคุณภาพบริการของพนักงานให้มีให้เต็มสม่ำเสมอ ไม่เลือกปฏิบัติ รวมถึงความเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

3. พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานครต่างกัน ดังนั้นทางผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ควรให้ความสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางแต่ละรูปแบบ อาทิเช่น กรณีผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเรียน หรือ ไปทำงาน ที่ต้องมีการใช้บริการอยู่บ่อยครั้ง ควรจัดทำราคาแบบเหมาจ่าย หรือ มีสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้ดูน่าสนใจมากขึ้น กรณีผู้ใช้บริการที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางไปเที่ยว อาจมีการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เส้นทางเดินรถ หรือจุดบริการรถโดยสารสาธารณะของแต่ละสถานี เพื่อความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นเพื่อเป็น การรองรับส่วนต่อขยายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ควรมีการขยายพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ไปยัง ชลบุรี และ ระยอง เพื่อสำรวจความต้องการของผู้ใช้บริการในแต่ละพื้นที่ที่จะมีสถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ใน อนาคต
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการ เฉพาะ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ ซึ่งงานวิจัยครั้งต่อไปควรมาการศึกษาารถไฟฟ้ารูปแบบอื่น เช่น รถไฟฟ้าบีที เอส รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที หรือรถไฟฟ้าในต่างประเทศ เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเปรียบเทียบ และนำผลที่ได้ ไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพให้ทัดเทียมกับรถไฟฟ้าอื่นๆ
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เช่น การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกต การสนทนากลุ่ม เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลแบบเจาะลึกที่ละเอียด ชัดเจน และหลากหลายมากขึ้น

รายการอ้างอิง/References

- กรรณิการ์ โสมา. 2551. การส่งมอบคุณภาพของความแตกต่างระหว่างการรับรู้ และความ คาดหวังคุณภาพบริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) กับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549. หลักสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสารจำกัด.
- ชยพัทธ์ ชัยยะ. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของลูกค้าซูเปอร์เซ็นเตอร์ในเขต จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฐานุตรา จันทระเกตุ. 2554. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพของการใช้บริการรถยนต์โดยสารประจำทางของบริษัท ขนส่ง จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดสระบุรี. การ ค้นคว้าอิสระ ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- นริศรา เหลืองสฤษฎี, มนัส ไพฑูรย์เจริญลาภ และณัฐภูมิ โรจน์นริตติกุล. 2556. ความพึงพอใจของ ผู้บริโภคในการใช้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วารสารเศรษฐศาสตร์ อุตสาหกรรม สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง.
- บุษบง พาณิชนผล. 2555. พึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เพชร จิตต์แจ้ง. 2553. การศึกษาการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร. สัมมนาปัญหาทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

- มณฑกาญจน์ วิจิตรสกลธ. 2552. ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และแนวโน้มพฤติกรรม
การบริโภคนมเปรี้ยวของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ ปรินญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- มริษา ไกลง. 2552. ความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศประจำ
เส้นทาง กรณีศึกษา : สายกรุงเทพ-เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทางเดินรถ 73). การค้นคว้า
อิสระ ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รถไฟฟ้า.ฟ.ท. 2558. รายงานประจำปี 2556. สืบค้นวันที่ 20 กรกฎาคม 2558 จาก
<http://www.srtet.co.th/doc/report56.pdf>
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2550. เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ยูบีซี
แอลบู้คส์
- สุภรณ์ อินทร์แก้ว และสลิตตา สาริบุตร. 2555. หลักการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร:
ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.
- อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร อุดลพัฒน์กิจ. 2550. จิตวิทยานบริการ. กรุงเทพมหานคร: อุดลพัฒน์
กิจ.
- อัจฉราภรณ์ จิระชาติพงศ์. 2556. การให้บริการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณ
ภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของ
ผู้ให้บริการ. วิทยานิพนธ์ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.