

การศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

A STUDY OF SERVICES SATISFACTION TOWARDS BTS SKYTRAIN IN BANGKOK

เมธาวี การินทร์

สาขาการเงินและการธนาคาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

Metawee Karin

Email : metawee.ka@gmail.com

Faculty of Business Administration Program in Finance and Banking, Ramkhamhaeng University ,

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษา ด้านความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการทัศนคติที่ดีของลูกค้า และความจงรักภักดีต่อการบริการ ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การศึกษาข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คือ กลุ่มคนผู้เป็นผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ห่อเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (1) ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ (เชิงกลุ่ม) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) (2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ; ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

และ ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test, สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มี เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยรวม แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังของ และปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม และ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม

Abstract

The objectives of this research were (1) to investigate the customers' satisfaction towards BTS Skytrain services in Bangkok Metropolitan Region and (2) to study the customers' expectation, service quality, attitudes and loyalty affecting satisfaction towards BTS Skytrain services in Bangkok Metropolitan Region. Non-probability Sampling and Convenience Sampling were used in collecting sample groups. The instrument used in this research was Online Questionnaire using closed-ended questions which the reliability was already measured for collecting data from 400 respondents. The sample population was comprised of the customers using BTS Skytrain services in Bangkok Metropolitan Region. The statistics for analyzing data were descriptive statistics (1) personal factors as a qualitative variable using percentage and frequency and (2) factors affecting satisfactions towards BTS Skytrain services and satisfactions towards the stated services as a quantitative variable using mean and standard deviation: S.D. Inferential Statistics consisted of t-test, One-way ANOVA and Multiple Regression Analysis.

The findings revealed that the customers' satisfaction towards BTS Skytrain services in Bangkok Metropolitan Region having different age, marital status, education, career, the period of time, frequency, duration of using the services and average expenses would have different satisfaction

towards BTS Skytrain services. The factor of customers' expectation and loyalty to the services totally affected towards services. The factor of service quality and customers' attitudes had no effect on satisfaction towards BTS Skytrain services.

Keywords: Factors Affecting Satisfaction: Satisfaction towards BTS Skytrain services in Bangkok Metropolitan Region

บทนำ

ไทยติดอันดับ 1 ประเทศรถติดที่สุดในโลก เหตุผู้ใช้นั่งเสียเวลากับรถติดมากกว่า 61 ชั่วโมงต่อปี ผลสำรวจชี้ด้วยว่าแทบไม่มีทางกำจัดปัญหาจราจรได้อย่างถาวร แต่ละรัฐบาลต้องหามาตรการอื่น ๆ เสริมด้วย

ปัญหาการจราจรในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นปัญหาที่ซับซ้อน และสะสมมานานหลายสิบปีบริษัทวิเคราะห์ข้อมูลการจราจร INRIX เปิดเผยรายงานการประเมินสภาพจราจรทั่วโลกประจำปี 2016 หรือ Global Scorecard Report วันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2560 พบว่า กรุงเทพมหานครติด อันดับเมืองที่รถติดเป็นอันดับที่ 12 ของโลก โดยผู้ใช้รถใช้ถนนในกรุงเทพมหานครเสียเวลาไปกับรถติดประมาณ 64.1 ชั่วโมงต่อปี (BBC, 2017) ซึ่งสาเหตุของการจราจรที่แออัดในกรุงเทพมหานครน่าจะมาจากหลายปัจจัย ทั้งการวางผังเมือง รวมถึงปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในกรุงเทพมหานครเฉลี่ย 3.6 แสนคัน/ปี ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่พื้นที่ผิวการจราจรในระดับดินไม่สามารถรองรับปริมาณรถยนต์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีได้ อีกทั้งระบบขนส่งสาธารณะในปัจจุบันยังไม่เพียงพอที่จะรองรับกับปริมาณประชากรที่ใช้บริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้การขยายตัวของระบบธุรกิจ เศรษฐกิจในกรุงเทพมหานครยังก่อให้เกิดกิจกรรมในเขตเมืองชั้นในของกรุงเทพมหานครที่มีปริมาณหนาแน่นส่งผลให้จำนวนประชากรเกิดการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่ตั้งกล่าวเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย จึงกลายเป็นที่มาของปัญหาวิกฤตจราจรในเมืองหลวงของประเทศไทยในปัจจุบัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559)

ในปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นที่ยอมรับอย่างมากเช่น รถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งเป็นระบบรถไฟฟ้ามาตรฐานที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในเมืองใหญ่ทั่วไปและเป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทยที่ดำเนินการโดยบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อ วันที่ 5 ธันวาคม 2542 ระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นระบบขนส่งมวลชนความจุสูงแบบมาตรฐาน ที่ใช้กันแพร่หลายในเมืองใหญ่ทั่วไป ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าในการขับเคลื่อน วิ่งบนรางคู่ยกระดับ แยกทิศทางไปและกลับ โดยมีรางป้อนกระแสไฟฟ้าอยู่ด้านข้าง (Third Rail System) สามารถให้บริการแก่ผู้โดยสารได้มากกว่า 1,000 คน ต่อขบวน ในขณะที่การเดินทางโดยรถยนต์ ต้องใช้รถยนต์จำนวนมากถึง 250 คัน เพื่อขนส่งผู้โดยสารในจำนวนที่เท่ากัน นับได้ว่าการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นการพลิกโฉมรูปแบบการเดินทาง และเป็นการปฏิวัติมาตรฐานการให้บริการของระบบขนส่งมวลชน

นอกจากการให้บริการที่ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ใจกลางกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์รวมของธุรกิจการค้า ย่านที่พักอาศัย และแหล่งช้อปปิ้งชั้นนำแล้ว เรายังมีโครงการส่วนต่อขยายเพื่อขยายพื้นที่สำหรับให้บริการ และเข้าถึงผู้โดยสารได้มากยิ่งขึ้น (บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน))

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาด้านความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการ ทัศนคติที่ดีของลูกค้า และความจงรักภักดีต่อการบริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตาม ปัจจัยส่วนบุคคล

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา “ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษา ดังนี้

1. **ขอบเขตของประชากร** การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดขนาดประชากรจากจำนวนผู้โดยสารเฉลี่ย 678,356 คนต่อวัน ในปี พ.ศ. 2562 (บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) , 2563)
2. **ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง** เนื่องจากจำนวนประชากร เกินกว่า 200,000 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งทางผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 400 ตัวอย่าง
3. **ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
4. **ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา** เพื่อศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กับความสัมพันธ์ ด้านความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการ ทัศนคติที่ดีของลูกค้า และความจงรักภักดีต่อการบริการ

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาในการใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า และปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้า คุณภาพของการบริการ ทัศนคติที่ดีของลูกค้า และความจงรักภักดีต่อการบริการ

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5. ขอบเขตระยะเวลา การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ถึง มิถุนายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางสู่การศึกษาครั้งต่อไป
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจระบบขนส่งมวลชนอื่นๆ ที่สามารถนำผลวิจัยไปปรับใช้ในด้านคุณภาพการให้บริการ ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ทบทวนวรรณกรรม

Kotler and Keller (2012) ได้อธิบายถึงรูปของแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (Model of Consumer Behavior) โดยอาศัย Stimulus-Response Model (S-R Model) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภค คือ เกิดจากการที่มีสิ่งกระตุ้น(Stimuli) ทางการตลาดและสิ่งแวดล้อม ผ่านเข้าไปในจิตสำนึกและกระบวนการทางจิตวิทยาของผู้บริโภค(Consumer Psychology) ร่วมกับลักษณะของผู้บริโภค (Consumer Characteristics) ที่จะส่งผลไปยังกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) และเกิดการซื้อขึ้นในที่สุด ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องทำความเข้าใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตสำนึกของผู้บริโภคที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งอยู่ตรงกลางระหว่างสิ่งกระตุ้นจากภายนอกและการตัดสินใจซื้อที่ดีที่สุด

(Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) ความคาดหวัง หมายถึง ทัศนคติหรือความเชื่อ เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้าที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในสินค้าหรือบริการที่จะได้รับ กล่าวคือลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและจะทำการประเมินผลภายหลังการซื้อโดยเปรียบเทียบสิ่งที่

คาดหวังว่าจะได้รับตรงตามความต้องการมากน้อยเพียงใด หากลูกค้าได้รับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ตรงกับที่คาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวังที่ ก็จะนำมาซึ่งความพึงพอใจหรือความประทับใจต่อสินค้าหรือบริการดังกล่าวมากขึ้นไปด้วย

Parasuraman, Ziethaml & Berry (1985) ชี้ให้เห็นว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการให้บริการที่มากกว่าหรือตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการประเมินหรือการ แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการบริการในภาพรวมของการรับรู้ ผลการวิจัยพบว่าการประเมินคุณภาพการให้บริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นจะเป็นการเปรียบเทียบทัศนคติระหว่างการบริการที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับมีความสอดคล้องกันเพียงใดและได้ข้อสรุปที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือ การให้บริการที่มีคุณภาพนั้นหมายถึง การให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการหรือผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้น ความพึงพอใจต่อการบริการ จึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการทำให้เป็นไปตามความคาดหวังหรือการไม่เป็นไปตามความคาดหวัง

โรเจอร์ (Roger , 1978 : 208 – 209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 122) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ที่เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้น คิดและรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดย ทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจาก ความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรม ในอนาคตได้ ทัศนคติ จึงเป็นเพียง ความพร้อม ที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็น มิติของ การประเมิน เพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจาก การรับสาร อันจะมีผลต่อ พฤติกรรม ต่อไป

การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า คอตเลอร์ (Kotler ,1994) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์ และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ส่วนผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์เกิดจากนักการตลาด และฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และการจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ คือ ราคาของสินค้า (Price)

(Prus and Brandt, 1995; Assael, 1995; Hawkins and Coney, 2001) ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) เกิดขึ้นจากหลายส่วนในเชิงคุณภาพและขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งความภักดีจะทำให้ลูกค้าเกิดเชื่อมั่นที่จะทำซื้อหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และพยายามรักษาความสัมพันธ์กับแบรนด์หรือบริษัทให้อยู่ตลอดไป นอกจากนี้ความภักดีของลูกค้ายังสะท้อนให้เห็นภาพรวมของทัศนคติเชิงบวก (Attitudes) ของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความ

ตั้งใจที่จะซื้ออีกครั้ง การซื้อสินค้าหรือบริการเพิ่มเติมจากบริษัทเดิม การตั้งใจที่จะแนะนำต่อให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นการสร้างต้นทุนในการเปลี่ยนให้กับบริษัทที่ลูกค้าจะไม่เปลี่ยนไปหาคู่แข่ง ฯลฯ อันจะส่งผลไปยังพฤติกรรม (Behaviors) เช่น การซื้อซ้ำ การซื้อแบรนด์นั้นอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ การซื้อสินค้าหรือบริการมากขึ้นจากแบรนด์เดิม หรือการแนะนำสินค้าหรือบริการให้กับผู้อื่น ฯลฯ ซึ่งจะช่วยสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรในอนาคต เนื่องจากลูกค้าได้เรียนรู้ว่าสินค้าหรือบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาของ เบญจมา แฉงเวชฉาย (2559) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10

การศึกษาของ ศิริรัตน์ สะหุณิล (2556) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ พนักงานธนาคาร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001- 30,000 บาท และมีสถานภาพโสด และพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ยกเว้น สถานภาพ ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารจากการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสแตกต่างกัน

การศึกษาของ กนกพร สุนทรวาทิ (2553) พบว่า ความพึงพอใจ ของลูกค้าโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขต กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ Kotler (1994) กล่าวว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจาก ความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล โดยการคาดหวังของบุคคล เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ถ้าผลประโยชน์นั้นมีน้อยกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลประโยชน์ตรงกับความคาดหวังแล้วนั้น ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีจำนวนประชากรเฉลี่ย 678,356 คนต่อวัน ในปี พ.ศ. 2562 (บริษัท ระบบขนส่งมวลชน กรุงเทพ จำกัด (มหาชน), 2563)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนของการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 จากประชากรทั้งหมด 678,356 คน

เนื่องจากจำนวนประชากรที่เกินกว่า 200,000 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงไม่สามารถคำนวณได้ด้วยสูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane) แต่สามารถทำได้โดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง Yamane (1973) โดยผลจากการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งผู้วิจัยทำการสำรวจข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ เพื่อจะนำเอาข้อมูลที่ได้หลังจากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์เพื่อการตอบปัญหาการวิจัยหรือเรื่องที่ต้องการศึกษา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาหาความรู้ ค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎี เอกสารทางวิชาการ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดของงานวิจัยที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องในครั้งนี และนำไปสู่ขั้นตอนของการให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการสร้างแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนด โดยการตั้งข้อความในแบบสอบถามต้องเป็นคำถามที่มีความครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะอีกด้วย ซึ่งงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended question) โดยผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ เพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรขององค์ประกอบทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา ตลอดจนเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาในการใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า มีจำนวนข้อ

คำถามทั้งหมด 9 ข้อ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) กำหนดให้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังของลูกค้า ด้านคุณภาพของการให้บริการ ด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า และด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินตามมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ เพื่อวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ โดยมีการให้คะแนนเพื่อตีความหมาย ดังนี้ ระดับความเห็นด้วยมากที่สุด = 5 คะแนน ,ระดับความเห็นด้วยมาก = 4 คะแนน, ระดับความเห็นด้วยปานกลาง = 3 คะแนน ,ระดับความเห็นด้วยน้อย = 2 คะแนน และ ระดับความเห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสจำนวนทั้งสิ้น 7 ข้อ ซึ่งเป็นแบบสอบถามประเมินตามมาตรวัดลิเคิร์ต 5 ระดับ และข้อเสนอแนะจำนวน 1 ข้อ ประกอบไปด้วยคำถามในลักษณะปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบคำถามแสดงความคิดเห็น โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ผู้วิจัยมีการให้คะแนนเพื่อตีความหมาย ดังนี้ ระดับความพึงพอใจมากที่สุด = 5 คะแนน ,ระดับความพึงพอใจมาก = 4 คะแนน, ระดับความพึงพอใจปานกลาง = 3 คะแนน ,ระดับความพึงพอใจน้อย = 2 คะแนน และระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 - 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า (ปี) ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า (ครั้ง/สัปดาห์) ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (บาท/เดือน)เป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงคุณภาพ (เชิงกลุ่ม) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)
 - 1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านความคาดหวังของลูกค้า ด้านคุณภาพของการบริการ ด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า และ ด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ เป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
 - 1.3 ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ สถิติการทดสอบแบบ t-test, สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามลักษณะตัวแปรใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
 - 2.1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศต่างกันทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสต่างกันวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ t – test
 - 2.2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล คือ ซึ่งประกอบไปด้วย อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการรถไฟฟ้า (ปี) ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า (ครั้ง/สัปดาห์) ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้า (บาท/เดือน) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)
 - 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ได้แก่ ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ,ความพึงพอใจต่อจำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสาร ,ความพึงพอใจต่อจำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการ ,ความพึงพอใจต่อการตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอ ,ความพึงพอใจต่อความเสมอภาคและไม่เลือกปฏิบัติของพนักงาน ,ความพึงพอใจต่อคุณภาพเมื่อเทียบกับราคา และ ความพึงพอใจต่อราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่า วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับความพึงพอใจได้แก่ ได้แก่ ความพึงพอใจต่อจำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการต่อวันของรถไฟฟ้าบีทีเอส ความพึงพอใจเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการบริการที่ได้เมื่อเทียบกับราคาที่ต้องจ่าย ความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการในแต่ละสถานี ความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่บริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ ความพึงพอใจต่อการให้บริการและการเดินทางของรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีความตรงต่อเวลาและให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ความพึงพอใจต่อจำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารของรถไฟฟ้าบีทีเอส และความพึงพอใจต่อค่าเดินทางที่ต้องจ่ายเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส
2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถสรุปการวิจัยได้ดังนี้

จำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการ การตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอ คุณภาพเมื่อเทียบกับราคา และราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าแตกต่างกัน และมีความพึงพอใจต่อความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติของพนักงานไม่แตกต่างกัน

2.7 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยรวม แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการ จำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสาร จำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการ การตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอ ความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติของพนักงาน คุณภาพเมื่อเทียบกับราคา และราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าแตกต่างกัน

2.8 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยรวม แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการ จำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสาร การตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอ ความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติของพนักงาน คุณภาพเมื่อเทียบกับราคา และราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าแตกต่างกัน และมีความพึงพอใจต่อจำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการไม่แตกต่างกัน

2.9 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยรวม แตกต่างกัน โดยผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจต่อจำนวนพนักงานที่ให้บริการ จำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสาร จำนวนเที่ยวที่เปิดให้บริการ การตรงต่อเวลาและความสม่ำเสมอ ความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติของพนักงาน คุณภาพเมื่อเทียบกับราคา และราคาเมื่อเทียบกับความคุ้มค่าแตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังของลูกค้า ด้านคุณภาพของการให้บริการ ด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า และด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ สามารถสรุปผลงานวิจัยได้ดังนี้

3.1 ปัจจัยด้านความคาดหวังของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม

3.2 ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม

อภิปรายผล

ผลการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านความคาดหวังของลูกค้า และปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม นอกจากนี้ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และนำไปสู่ความภักดีในที่สุด รวมถึงยังสามารถนำปัจจัยต่างๆ ไปพัฒนาตัวชี้วัดให้มีคุณภาพในการบริการมากขึ้น เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ดังนั้นระบบการให้บริการจึงควรให้ความสำคัญต่อความคาดหวังของลูกค้า เช่น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ มีบริการที่รวดเร็ว และต่อเนื่อง มีการรักษาความปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้บริการ รวมถึงมีการดูแลสภาพรถไฟฟ้าให้พร้อมทำงาน และมีการพัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงาน ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาในข้างต้นจะส่งผลทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ถึงการบริการต่อสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีประสิทธิภาพที่แท้จริง จะทำให้ผู้ใช้บริการสามารถรับรู้ได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป ผู้ใช้บริการได้รับความคุ้มค่า เนื่องจาก 2 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำเพราะเกิดความจงรักภักดีต่อการบริการในที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กนกพร สุนทรวาทิ (2553) ได้สรุปว่า ความพึงพอใจ ของลูกค้าโดยรวมมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำต่อรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขต กรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับ Kotler (1994) กล่าวว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล โดยการคาดหวังของบุคคล เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ถ้าผลประโยชน์นั้นมีน้อยกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่ถ้าผลประโยชน์ตรงกับความคาดหวังแล้วนั้น ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

จากการศึกษาวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส รวมถึงผู้ที่สนใจสามารถนำข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ไปใช้ปรับปรุงพัฒนาการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสคำนึงถึงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสรวมถึงพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บริการ โดยครอบคลุมปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ดังแนวทางต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการรถไฟฟ้าบีทีเอสควรให้ความสำคัญกับความคาดหวังของลูกค้า เพราะความคาดหวังของลูกค้าเป็นทัศนคติหรือความเชื่อ เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของลูกค้าที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการที่จะได้รับ จะพิจารณาจากคุณภาพโดยรวมของบริการที่ได้รับความน่าเชื่อถือของบริการที่ได้รับและการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลโดยลูกค้าจะพิจารณา ความคาดหวัง จากการรับบริการคุณภาพของบริการรถไฟฟ้าบีทีเอสจากความรวดเร็วในการให้บริการ จำนวนเที่ยวของรถไฟฟ้าบีทีเอสที่สอดคล้องกับจำนวนผู้ใช้บริการ และความสะดวกสบายในการใช้บริการ เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการรถไฟฟ้าบีทีเอสควรให้ความสำคัญกับความจงรักภักดีต่อการบริการ เพราะความจงรักภักดีต่อการบริการในสายตาลูกค้า จะพิจารณาจากความพึงพอใจต่อราคา ณ ระดับคุณภาพในปัจจุบัน และความพึงพอใจต่อคุณภาพ ณ ระดับราคาในปัจจุบัน โดยลูกค้าจะพิจารณาคุณค่าของการบริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสจากการเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการใช้บริการที่ต้องเสียไปกับความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกสบาย ว่ามีความคุ้มค่ามากน้อยเพียงใด โดยการคาดหวังของลูกค้า เกิดจากประสบการณ์และการใช้บริการในอดีต ถ้าผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกิดความพึงพอใจในการบริการ ผู้ใช้บริการจะมีการแนะนำและบอกต่อ ซึ่งเป็นผลดีของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ดังนั้นผู้ประกอบการหรือผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้บริการในด้านความคาดหวังของลูกค้า เพื่อให้มีคุณภาพของการบริการตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่เสียไปแล้ว จะได้รับคุณภาพของการบริการที่เหมาะสม และเกิดเป็นความพึงพอใจในการใช้บริการขึ้น จนนำไปสู่การใช้บริการซ้ำในที่สุด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์และสามารถขยายต่อไปในทัศนะที่กว้างขึ้น ผู้วิจัยควรศึกษาถึงปัจจัยของตัวแปรอิสระอื่น ๆ หลายตัวแปรที่มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากยิ่งขึ้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในกรุงเทพมหานคร (MRT) หรือ รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (แอร์พอร์ต เรล ลิงก์) เนื่องจากเป็นระบบขนส่งสาธารณะที่มีระบบการให้บริการที่คล้ายคลึงกัน และยังเป็นทางเลือกของการเดินทางที่สามารถทดแทนกันได้ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มาเปรียบเทียบ และนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร สุนทรวาที. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจการใช้บริการซ้ำและความภักดีของลูกค้าต่อรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ.
- ชีษณุกร พรภาณวิชัย. (20 มกราคม 2558). ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง . สืบค้นจาก http://www.stat.rmutt.ac.th/index.php?option=com_content&view=article&id=95:expectancy-theory&catid=37:researchchart&Itemid=86
- เชิดชาติ ตะโกจีน (2558) อิทธิพลของความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการแรงจูงใจในการใช้บริการ และภาพลักษณ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการรถไฟโดยสารชั้น 1 . มหาวิทยาลัยกรุงเทพ , คณะบริหารธุรกิจ.
- ดำริ สถิตเสมากุล.(2558). ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทย์ชนก บุญสมบัติ (2556) ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ .มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ,คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- เนติวุฒิชัย ชุมแพ็ชร. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ.
- บุญฤทธิ์ ชลิตตานนท์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี .
- เบญจภา แจ้งเวชฉาย (2559) คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ , คณะบริหารธุรกิจ.
- บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2560). รายงานประจำปี 2559/60. (ข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์) สืบค้นจาก <http://bts-th.listedcompany.com/ar.html>.
- ศิริรัตน์ สะหุณิล. (2556). ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.