

พฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

FACTORS AND BEHAVIOR AFFECT TO CHOOSE AIRPORT RAIL LINK
SERVICE OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN

ชลัช ตั้งเจริญ

สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้รับผิดชอบบทความ

CHALASH TANGCHAROEN

Faculty of Business Administration Program in Marketing Ramkhamhaeng University

Author Affiliation

Email Address:6114154026@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) เพื่อศึกษาศึกษาพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่าง คือผู้โดยสารรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล นำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยแยกตามแต่ละด้านทดสอบสมมติฐานด้วย t-test และสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบว่าค่า Sig < 0.05 ต้องทดสอบโดยใช้วิธี Post Hoc เพื่อหาว่าคู่ไหนทำให้เกิดความแตกต่าง

ผลทดสอบสมมติฐานพบว่าผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ไม่แตกต่างกัน ส่วนผสมทางการตลาดด้านบริการ ราคา สถานที่ให้บริการ ส่วนผสมทางการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้าน

กายภาพและกระบวนการให้บริการ มีผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

Abstract

This research “ Factors and behavior affect to choose Airport Rail Link service of consumers in Bangkok Metropolitan. “ with the purposes of (1) to study the demographic factors and its effectiveness toward the selection by using the airport rail link of the people who live in Bangkok and its metropolitan (2) to study the behaviors of the people who live in Bangkok and its metropolitan by using the Airport Rail Link and (3) to study the factors which affect directly to the people who live in Bangkok and its metropolitan to choosing by using the Airport Rail Link.

The samples groups were 400 samples from passenger Airport Rail Link in Bangkok Metropolitan. The questionnaire used for tool in this study. The analyze of descriptive statistics were frequency percentage mean and standard deviation. The analyze of inferential statistics was One-way ANOVA (F-Test) and Chi square.

The hypothesis test found that consumers in Bangkok Metropolitan with different genders, ages, education, occupation, and incomes. The choice of using the Airport Rail Link service is no different. Marketing mix of services, prices, marketing promotion personnel or staff, physical and service processes affecting the selection of the Airport Rail Link service of consumers in Bangkok Metropolitan

Keywords: Consumers; Airport Rail Link ; Bangkok Metropolitan

บทนำ

ปัจจุบันปัญหาการจราจรนับวันยิ่งทวีความหนาแน่นและคับคั่ง บนท้องถนนในกรุงเทพมหานครมีผู้คนสัญจรไปมาโดยใช้รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถบรรทุกทุกขนาดเล็ก หรือขนส่งสาธารณะการจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ สิ้นเปลืองพลังงาน และเสียเวลาในแต่ละวัน ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงได้ดำเนินการก่อสร้างขนส่งสาธารณะระบบรางขึ้น เพื่อให้บริการประชาชน ทำให้มีความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย โดยการขนส่งระบบรางนี้ สามารถขนผู้โดยสารจำนวนมาก และหลายเที่ยวต่อวัน ช่วยบรรเทาการจราจรบนท้องถนนได้ เช่นขนส่งมวลชนระบบราง รถไฟฟ้าบีทีเอส รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที และรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

แต่จากสภาพการณ์ปัจจุบันโดยเฉพาะชั่วโมงเร่งด่วนช่วงเช้าและเย็นของวันเวลาทำงาน ผู้โดยสารรถไฟฟ้าระบบราง จะมีผู้โดยสารแออัดเบียดเสียดจำนวนมาก ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกายและทรัพย์สินได้ อีกทั้งจำนวนขบวนรถไฟฟ้าให้บริการไม่เพียงพอหรือช่วงเวลาเดินทางใช้ระยะเวลาเวลานานเกินไป ทำให้ผู้โดยสารตกค้าง ไม่สามารถขึ้นผู้โดยสารไปได้ทั้งหมดในขบวนเดียว จะเห็นได้จากการที่มีผู้ให้บริการขนส่งในรูปแบบใหม่เกิดขึ้น เช่นการให้บริการของ GRAB car หรือ GRAB Taxi อาจจะไม่ใช่การแข่งขันทางตรงกับขนส่งมวลชนระบบรางแต่ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยทางเลือก ในการให้บริการซึ่งในบางครั้งผู้ใช้บริการอาจจะตัดสินใจเลือกใช้บริการดังกล่าว อีกทั้งปัญหาต่างๆของ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ที่ปรากฏเป็นข่าวตามสื่อต่างๆ เช่น สาวผวา! ถูกชายวันรุ่งสะกดรอยฉุดกระชากโชคติดันหลุดหนีรอด

(ไทยรัฐออนไลน์ 26 มีนาคม 2561 20:51 <https://www.thairath.co.th/news/society /1239644>.)

หรือคอมมูนาคมตื่น แก้วกฤตแอร์พอร์ตลิงค์ (ไทยรัฐฉบับพิมพ์ 31 มีนาคม 2561 06:30น.

<https://www.thairath.co.th/news/business/1243582>) ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจจะทำการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อนำข้อมูลที่ได้มอบให้ บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (ฝ่ายธุรกิจองค์กร) ไปแก้ไข ปรับปรุง พัฒนาการให้บริการแก่ ประชาชนผู้มาใช้บริการให้ดียิ่งๆขึ้นไป

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาศึกษาพฤติกรรม การเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของประชากรในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ขอบเขตงานวิจัย

ในการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือผู้โดยสารรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้

ตารางของ YAMANE (1973) ที่ความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง ตามตารางจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง

2. การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7P) ได้แก่ สินค้าหรือบริการ, ราคา กับคุณค่าที่ได้รับ, สถานที่ให้บริการ การส่งเสริมการขาย, ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของพนักงาน, สิ่งที่น่าประทับใจต่อสายตาผู้โดยสาร, การจัดการด้านการให้บริการ
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์เพราะเหตุใด ความถี่การใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการแอร์พอร์ตเรลลิงค์ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำข้อมูลการวิจัยด้านประชากรศาสตร์ไปประยุกต์ใช้วางกลุ่มเป้าหมายของสินค้าชนิดอื่น ที่เป็นกลุ่มเดียวกันหรือใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์
2. เพื่อนำข้อมูลการวิจัยที่ได้ส่งมอบให้กับ บริษัท รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรลลิงค์ จำกัด ไปปรับปรุงแก้ไข พัฒนา ส่งเสริมการให้บริการด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาด้านการบริการและด้านความปลอดภัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรคุณ คณิสต์ยานนท์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 250 ราย และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 50,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการคาร์แคร์ประกอบด้วย สถานที่ในการใช้บริการ รูปแบบของการใช้ บริการ ความถี่ในการใช้บริการ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ วันที่ใช้บริการ เวลาที่ใช้บริการ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อตราสินค้าส่งผลต่อ

การตัดสินใจใช้บริการคาร์ แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ด้านการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ด้านการโฆษณา ด้านการตลาดทางตรง ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการขายโดยใช้พนักงาน ปัจจัยการรักษาสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

กฤษกร จิตเลิศรวงศ์ และนิตนา ฐานิตธนกร (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ผลการศึกษพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001- 20,000 บาทส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ 30 ด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกัน ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีลักษณะทางด้าน ประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานครนอกจากนี้ ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรด้านกลยุทธ์การโฆษณา และ ปัจจัยการรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านความรับผิดชอบต่อชุมชน และการส่งเสริมการศึกษาส่งผลต่อ การตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร ในขณะที่ปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรด้านกลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ด้านกลยุทธ์การขายโดยบุคคล ด้านกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ ด้านกลยุทธ์การตลาดทางตรง และปัจจัย การรับรู้ความรับผิดชอบต่อสังคมด้านการกำกับดูแลกิจการของข้อปฏิบัติด้านจริยธรรม ด้านความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพลังงาน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 3G จากผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์ True Move-H ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นการวิจัยในเชิงสำรวจ โดยเป็นการใช้แบบสอบถามในการสำรวจ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่ใช้บริการแอร์พอร์ตเรลลิงค์ โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ใช้การเปิดตารางของ Yamene (1973) ขนาดประชากรเป็น ∞ ที่ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95 ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่ เกินร้อยละ 5 จึงทำให้มีขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ โดยสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด โดยแบบสอบถามได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ โดยสอบถามเกี่ยวกับเหตุผลที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์, ความถี่การใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์, ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการแอร์พอร์ตเรลลิงค์ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด โดยแบบสอบถามได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการ ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ โดยสอบถามเกี่ยวกับ สินค้า, ราคา, สถานที่ให้บริการการส่งเสริมการขาย, ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของพนักงาน, สิ่งที่น่าประทับใจต่อสายตาสวยงามโดยสาย และการจัดการด้านการให้บริการ จำนวน 35 ข้อ ประกอบด้วยคำถามปลายปิด เป็นแบบประเมินระดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยแบบสอบถามได้กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 ข้อเท่านั้น

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับข้อเสนอแนะที่ผู้ใช้บริการอยากให้มีการปรับปรุง จำนวน 1 ข้อ เป็นคำถามปลายเปิด

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติตามลำดับโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยนำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยแยกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้วิจัยนำมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ โดยแยกตามแต่ละด้าน คือ เหตุผลที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์, ความถี่การใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์, ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการแอร์พอร์ตเรลลิงค์ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ ผู้วิจัยตรวจสอบและให้คะแนนเป็นรายข้อ ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ โดยมีลักษณะคำถามเชิงบวก แบ่งเป็น 7 ด้าน คือ สินค้าหรือบริการ , ราคา กับคุณค่าที่ได้รับ , สถานที่ให้บริการการส่งเสริมการขาย , ความรู้ความสามารถ และความน่าเชื่อถือของพนักงาน , สิ่งที่น่าประทับใจต่อสายตาผู้โดยสาร และการจัดการด้านการให้บริการ มาให้คะแนนคำตอบแต่ละข้อ ตามเกณฑ์การให้คะแนนจำนวน 35 ข้อ

4 เปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ จะใช้สถิติ t-test ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5 เปรียบเทียบพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD

6 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการที่มีผลต่อพฤติกรรมทางเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ Chi-square โดยแยกตามแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านสินค้า, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, ด้านการส่งเสริมการตลาด, ด้านการให้บริการของพนักงาน, ด้านกายภาพ และการให้บริการ

ผลการศึกษา

1. **ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป** ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีลักษณะ ดังนี้ เพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพ เอกชน/ลูกจ้าง และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท
2. **ผลการวิเคราะห์พฤติกรรม** การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ สรุปได้ดังนี้
 - 1) **เหตุผลที่ใช้บริการ** เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ความสะดวกรวดเร็ว, หลีกเลียงปัญหาจราจร, ประหยัดเวลา, อื่นๆ, ความปลอดภัย และความทันสมัย ตามลำดับ
 - 2) **ด้านช่วงเวลา** เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ เวลา 05.30 – 09.00 น., 18.01 – 21.00 น., 09.01 – 12.00 น., 12.01 – 15.00 น., 15.01 – 18.00 น. และ 21.01 – 24.00 น. ตามลำดับ
 - 3) **ด้านความถี่** เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ มากกว่า 10 ครั้ง, 2-5 ครั้ง, น้อยกว่า 2 ครั้ง และ 6-10 ครั้ง ตามลำดับ
 - 4) **ด้านค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้ง** เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ 40 บาท, 30 บาท, 25 บาท, 45 บาท, 35 บาท, 20 บาท และ 15 บาท ตามลำดับ
3. **ผลวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์** สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) *ด้านสินค้า* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 - 1.1) มีเส้นทางการให้บริการตรงความต้องการ มีระดับความสำคัญ มาก
 - 1.2) จำนวนรถที่ให้บริการเพียงพอ มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
 - 1.3) ความตรงต่อเวลาการเข้า-ออกสถานี มีระดับความสำคัญ มาก
 - 1.4) การเดินทางมีความสะดวกรวดเร็ว มีระดับความสำคัญ มาก
- 2) *ด้านราคา* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 - 2.1) อัตราค่าโดยสารเหมาะสมกับวิธีการเดินทาง มีระดับความสำคัญ มาก
 - 2.2) อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทาง มีระดับความสำคัญ มาก
- 3) *ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 - 3.1) สถานที่ตั้งมีจำนวนมากพอ มีระดับความสำคัญ มาก
 - 3.2) สถานที่ตั้งใกล้ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน และที่พักอาศัย มีระดับความสำคัญ มาก
 - 3.3) สถานที่ตั้งเป็นจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะอื่น ๆ มีระดับความสำคัญ มาก
 - 3.4) ช่องจำหน่ายตั๋ว ตู้จำหน่ายตั๋วมีจำนวนมากพอไม่ต้องรอคิวนาน มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
 - 3.5) เครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติสะดวก รวดเร็ว มีระดับความสำคัญ มาก
 - 3.6) สามารถจ่ายชำระค่าซื้อตั๋วผ่านหลายช่องทาง เช่น QR code บัตรเครดิต มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 4) *ด้านการส่งเสริมการตลาด* โดยรวมมีระดับความสำคัญ ปานกลางเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
 - 4.1) มีช่องทางการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางอย่างเพียงพอ เช่น โปสเตอร์ โบรชัวร์ และสื่อออนไลน์ มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
 - 4.2) ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการมีการสื่อสารได้ละเอียดชัดเจน เข้าใจง่าย มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
 - 4.3) มีส่วนลดในการเดินทางให้กับ นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุ มีระดับความสำคัญ มาก
 - 4.4) มีบัตรโดยสารแบบเติมเงินรายสัปดาห์ รายเดือน ในราคาประหยัดมีระดับความสำคัญ ปานกลาง

5) *ด้านการให้บริการของพนักงาน* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

- 5.1) พนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย มีระดับความสำคัญ มาก
- 5.2) พนักงานมีความเอาใจใส่ต่อหน้าที่การให้บริการของตนเอง มีระดับความสำคัญ มาก
- 5.3) พนักงานมีความรู้ ความสามารถ แนะนำ ช่วยเหลือผู้มาใช้บริการได้ มีระดับความสำคัญ มาก
- 5.4) พนักงานให้ความสำคัญกับผู้มาใช้บริการเท่าเทียมเสมอกัน มีระดับความสำคัญ มาก
- 5.5) พนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ มีระดับความสำคัญ มาก

6) *ด้านกายภาพ* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

- 6.1) ป้ายบอกตำแหน่งสถานี ชัดเจน เห็นได้ชัดแต่ไกล หาได้ง่าย มีระดับความสำคัญ มาก
- 6.2) มีป้ายบอกเส้นทางการเลือกใช้สายรถไฟฟ้าที่ชัดเจน ไม่สับสน มีระดับความสำคัญ มาก
- 6.3) มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสถานีพร้อม เช่น ลิฟท์ บันไดเลื่อน ห้องน้ำ มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 6.4) บริเวณที่จอดรถมีสถานที่เพียงพอไม่แออัดเกินไป มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 6.5) สภาพรถดูใหม่และมั่นคงปลอดภัย มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 6.6) อุณหภูมิภายในรถมีความเย็นสบาย มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 6.7) ภายในรถมีความสะอาด มีระดับความสำคัญ มาก
- 6.8) บริเวณที่นั่งสบาย และมีที่เกาะยึดเหมาะสมเพียงพอ มีระดับความสำคัญ ปานกลาง
- 6.9) ร้านค้าภายในบริเวณสถานีสะอาด ปลอดภัย มีระดับความสำคัญ มาก

7) *ด้านกระบวนการให้บริการ* โดยรวมมีระดับความสำคัญ มาก

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ

- 7.1) ขั้นตอนในการซื้อตั๋วสำหรับทุกช่องทาง สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก มีระดับความสำคัญ มาก
- 7.2) มีระบบการตรวจตั๋วที่ทางเข้า-ออกที่สะดวก ได้มาตรฐาน มีระดับ

ความสำคัญ มาก

7.3) มีการจัดระเบียบในการคอยรถ และการขึ้นลงรถ เช่น ป้ายบอก เจ้าหน้าที่ คอยดูแล มีระดับความสำคัญ มาก

7.4) มีมาตรการป้องกันอันตรายกับผู้โดยสาร เช่น เจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณรอรถ มีระดับความสำคัญ มาก

7.5) มีตารางการเดินรถและรถเข้าออกตรงต่อเวลาสม่ำเสมอ มีระดับ

ความสำคัญ ปานกลาง

อภิปรายผล

ผลการวิจัยการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการวิจัยการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

1) ด้านเหตุผลของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญกับความสะดวกรวดเร็ว หลีกเลี่ยงปัญหาจราจร ประหยัดเวลา ความปลอดภัย ความทันสมัย

2) ด้านช่วงเวลาของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ให้ความสำคัญกับเลือกใช้บริการในช่วงเวลา 05.30 – 09.00 น. และ 18.01 – 21.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่คนส่วนใหญ่ออกจากบ้านเพื่อไปทำงานและออกจากที่ทำงาน

3) ด้านความถี่ต่อเดือนของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีความถี่ต่อเดือนของการเลือกใช้บริการต่อเดือนมากกว่า 10 ครั้ง เนื่องจากผู้บริโภควิเคราะห์เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในการเดินทางไปทำงาน และเดินทางกลับไปยังที่พักอาศัย ดังนั้นความถี่ต่อเดือนของการเลือกใช้จึงมีปริมาณสูงนั่นเอง

4) ด้านค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่เลือกใช้บริการมีค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งอยู่ในระดับ 25-45บาท เนื่องจากผู้บริโภคล็งเห็นว่าการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในการเดินทางนั้นมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าค่าแท็กซี่ สามารถเอื้อถึงได้ เมื่อเปรียบเทียบกับบริการขนส่งด้านอื่น ๆ

2. ผลการวิจัยการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขต

กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) เพศต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย เพศหญิงหรือเพศทางเลือกเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์เหมือน ๆ กัน เพราะรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์เป็นธุรกิจบริการที่สามารถให้บริการได้ทุกเพศ มีความสำคัญด้านเพศเท่าเทียมกัน

2) อายุต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าจะผู้บริโภคมียุเท่าไรก็สามารถใช้บริการได้ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รองรับการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์แต่ละวัยอีกด้วย ไม่มีมีไหม ใส่ไปก่อน

3) การศึกษาต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าระบบการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์นั้นสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน มีป้ายบอกทางที่เป็นภาษาไทยภาษาประจำชาติไทย ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากล รวมถึงภาษาเบลล์ มีพนักงานให้บริการสำหรับผู้ที่ไม่รู้ภาษาอีกด้วย ดังนั้นไม่ว่าจะมีการศึกษาระดับใดก็สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ได้

4) อาชีพต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทุกอาชีพก็สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ได้ เพราะรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์นั้นมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางในราคาต่ำ ไม่แพงเกินไป ฉะนั้นไม่ว่าอาชีพข้าราชการนักเรียน นักศึกษา หรือลูกจ้าง ก็สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ได้

5) รายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมไม่ต่างกัน ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าจะผู้บริโภคมียุเท่าไรจะมีรายได้อะไรก็ได้ ก็สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ได้ เนื่องจากราคา ค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งนั้นไม่แพง เหมาะสมกับการใช้บริการ

3. ผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ด้านสินค้าส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์นั้นมีอิทธิพลและส่งผลต่อการเลือกใช้งานของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เพราะการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคนั้นคำนึงถึงตัวสินค้าด้วย ว่ามีจำนวนรถที่ให้บริการเพียงพอหรือไม่ ตรงต่อเวลาหรือไม่ สะดวกรวดเร็วหรือไม่ หรือมีเส้นทางให้บริการตรงความต้องการหรือไม่ เป็นต้น ถ้าหากสามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ ผู้บริโภคจึงเลือกใช้นั่นเอง

2) ด้านราคาไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ราคาของการบริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์นั้นเป็นที่ยอมรับและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคแล้วจึงไม่ส่งผลต่อความสำคัญการเลือกใช้มากนัก

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การออกแบบสถานที่ตั้งสถานี ช่องทางการจำหน่ายตั๋ว ส่งผลต่อผู้บริโภคอย่างมาก เพราะผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการนั้น ๆ ต้องคำนึงถึงความสะดวกสบาย การใช้งานที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก มีสถานที่ตั้งจำนวนมาก ใกล้ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน และที่พักอาศัย ดังนั้นควรออกแบบด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

4) ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การส่งเสริมการตลาดนั้นสามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ ยึดตำแหน่งครองใจผลิตภัณฑ์ สร้างการรับรู้ การสร้างความ น่าเชื่อถือได้

5) ด้านการให้บริการของพนักงานส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การให้บริการของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ เพราะถ้าพนักงานแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย เอาใจใส่ต่อหน้าที่ มีความรู้ความสามารถ แนะนำ ช่วยเหลือผู้มาใช้บริการได้ และมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการแล้ว ผู้บริโภคจึงเกิดความพึงพอใจ และเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ในครั้งถัดไปอย่างแน่นอน จึงถือได้ว่าการให้บริการของพนักงานส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

6) ด้านกายภาพส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านกายภาพเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ เนื่องจากด้านกายภาพเป็นปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้บริโภคเกิดการเลือกใช้บริการ เช่น ป้ายบอกตำแหน่งสถานี ชัดเจน เห็นได้ชัดแต่ไกล หาได้ง่าย, มีสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณสถานีพร้อม เช่น ลิฟท์บันไดเลื่อน ห้องน้ำ, บริเวณที่จอดรถมีสถานที่เพียงพอไม่แออัดเกินไป, สภาพรถดูใหม่ มั่นคงปลอดภัย สะอาด เย็นสบาย และบริเวณที่นั่งสบาย และมีที่เกาะยึดเหมาะสมเพียงพอ เป็นต้น

7) ด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า ทุกๆ ด้านของกระบวนการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น ขั้นตอนในการซื้อตั๋ว ระบบการตรวจตั๋ว การจัดระเบียบในการคอยรถ มาตรการป้องกันอันตราย และตารางการเดินรถ ล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าด้านอื่นๆ

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารต่อไป

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

1) จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไม่ต่างกัน แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันนั้นไม่มีวิธีการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ที่เหมือนกัน ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับข้อมูลส่วนบุคคลในระดับปกติ เพราะไม่ว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนเท่าไรก็ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์มากนัก

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

1) สินค้า จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า สินค้า ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะปรับปรุง พัฒนารถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ให้มีความทันสมัย ใช้งานง่าย สะดวก ตรงต่อเวลาการเข้า-ออกสถานี และเพิ่มเส้นทางการให้บริการให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจและเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์มากยิ่งขึ้น

2) ราคา จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ราคา ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้บริโภคเห็นว่าราคาในปัจจุบันนั้นสมเหตุสมผลต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์นี้แล้ว

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะออกแบบและเพิ่มจำนวนสถานีให้มากขึ้น เชื่อมต่อกับศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน ที่พักอาศัย และระบบขนส่งสาธารณะอื่น ๆ พัฒนาเครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติสะดวก รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพิ่มช่องทางการชำระค่าซื้อตั๋วอีกด้วย

4) การส่งเสริมการตลาด จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้น ทั้งการประชาสัมพันธ์ โปรโมชัน ส่วนลด เป็นต้น เพื่อชักจูงให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์จำนวนมากขึ้น

5) การให้บริการของพนักงาน จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า การให้บริการของพนักงาน ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะจัดอบรม ให้ความรู้ของพนักงานให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการแต่งกายของพนักงาน ทั้งนี้ควรเพิ่มจำนวนพนักงานให้มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการอีกด้วย

6) ภายนอก จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ภายนอก ส่งผลต่อการเลือกใช้

บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรจะตระหนักและปรับปรุง พัฒนาปัจจัยด้านกายภาพให้มากยิ่งขึ้น เช่น มีป้ายบอกตำแหน่งสถานี ชัดเจน เห็นได้ชัดแต่ไกล หาได้ง่าย, บริเวณที่จอดรถมีสถานที่เพียงพอไม่แออัดเกินไป, สภาพรถดูใหม่และมั่นคง, ภายในรถมีความสะอาด, บริเวณที่นั่งสบาย และมีที่เกาะยึดเหมาะสมเพียงพอ และร้านค้าภายในบริเวณสถานีสะอาด ปลอดภัย เพราะปัจจัยด้านกายภาพนั้นส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

7) กระบวนการให้บริการ จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่า กระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น การมีขั้นตอนในการซื้อตั๋วสำหรับทุกช่องทาง สะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก, มีระบบการตรวจตั๋วที่ทางเข้า-ออกที่สะดวก ได้มาตรฐาน, มีการจัดระเบียบในการคอยรถ และการขึ้นลงรถ, มีมาตรการป้องกันอันตรายกับผู้โดยสาร และมีตารางการเดินรถและรถเข้าออกตรงต่อเวลาสม่ำเสมอ เนื่องจากกระบวนการให้บริการเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์ของผู้บริโภคเช่นเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อใช้ในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไป ควรศึกษาประชากรในเขตอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคทางด้านงบประมาณ วัสดุุดิบ ซึ่งเป็นปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานรวมถึงยังส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงค์

บรรณานุกรม - สื่ออิเล็กทรอนิกส์

รถไฟฟ้าบีทีเอส ข้อมูลจากเว็บไซต์ <https://www.bts.co.th/info/info-history.html>

รถไฟฟ้าเอ็มอาร์ที ข้อมูลจากเว็บไซต์ https://www.mrta.co.th/th/about_mrta/history

รถไฟฟ้า ARL <https://th.wikipedia.org/wiki/>

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวเกี่ยวกับ ARL <https://www.thairath.co.th/content/593820>

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ข่าวเกี่ยวกับ ARL <https://www.thairath.co.th/content/450814>

หนังสือพิมพ์ไทยรัฐข่าวเกี่ยวกับARL <https://www.thairath.co.th/news/society/1239644>

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ(Service Marketing Mix) โดย

ศิรวิพรรณ เสรีรัตน์ (2541) <http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>