

ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม

Comments on the service quality of passengers

The S.R.T. Red Line Commuter Train

(Bang Sue Grand – Rangsit)

ศิริัญญา คลื่นแก้ว

สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Sirinya Klunkaew

E-mail: 6214154720@rumail.ru.ac.th

Department of Management, Faculty of Business Administration

Ramkhamhaeng University, Thailand.

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand.

Corresponding author

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านพฤติกรรม 3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ด้วยการนำแบบสอบถามในรูปแบบ Google Forms แจกให้กับผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม จำนวน 410 คน แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรม 3) ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ หาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA)

ผลการศึกษาความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่ต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการไม่ต่างกัน ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรม ต่างกัน มีความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 มีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

คำสำคัญ: คุณภาพการให้บริการ; รูปธรรมของการบริการ; การตอบสนองต่อลูกค้า

Abstract

Research Purposes: 1) Study comments on the service quality of passengers The S.R.T. Red Line Commuter Train (Bang Sue Grand – Rangsit) 2) Study comments on the service quality of passengers The S.R.T. Red Line Commuter Train (Bang Sue Grand – Rangsit) classified by personal factors and behavioral factors 3) Study about behavioral factors that affect to comments on the service quality of passengers The S.R.T. Red Line Commuter Train (Bang Sue Grand – Rangsit) using a questionnaire of Google Forms for 410 subjects who Red Line (Bang Sue Grand – Rangsit) passengers. The questionnaire consisted of 3 parts: Part 1 was a questionnaire on personal factors. Part 2 Questionnaire on behavioral factors. Parts 3 Questionnaire on opinions on service quality, concreteness of service, and service quality in response to customers. The data were analyzed by using a statistical package, the mean, standard deviation, t-test, and one-way ANOVA.

The study found that comments on the service quality of passengers The S.R.T. Red Line Commuter Train (Bang Sue Grand – Rangsit) 1) Personal factors that term of gender, different opinions on service quality were different. They have the same opinions on service quality, age, education level and average monthly income have different opinions on service quality with a level of significance 0.05 2) Behavioral factors have different opinions on service quality with a level of significance 0.05. Affects opinions on service quality, concreteness of service and service quality in response to customers, respectively.

Keywords: Service Quality; Tangibles; Responsive

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางและตรงกันว่า การพัฒนาโครงข่ายระบบขนส่งมวลชนทางรางหรือรถไฟฟ้า นั้นนับเป็นทางออกในการแก้ไขปัญหาการจราจรติดขัดในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (รฟท.) เป็นอีกองค์กรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาโครงข่ายรถไฟฟ้า จึงได้ดำเนินการก่อสร้างระบบรถไฟฟ้าชานเมือง (สายสีแดง) เพื่อเป็นเส้นทางสำคัญในการเดินทางระหว่างย่านใจกลางเมืองและย่านชานเมืองทั้ง 4 ทิศ

การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (รฟท.) ได้ดำเนินการก่อสร้างระบบรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ช่วงบางซื่อ-รังสิต ซึ่งเป็นโครงการสำคัญเร่งด่วน ตามแผนแม่บทระบบขนส่งมวลชนทางรางในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (M-MAP) โดยได้รับอนุมัติโครงการจากคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2550 เริ่มดำเนินการก่อสร้างเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2556 และเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 เพื่อเป็นศูนย์กลางการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

โดยมีจุดประสงค์ในการลดปัญหาการจราจรที่ติดขัด บริเวณจุดตัดทางรถไฟกับถนน จำนวน 8 จุด และลดการเกิดอุบัติเหตุได้อย่างสิ้นเชิง สามารถใช้ประโยชน์เพื่อการเดินรถไฟทางไกลสายเหนือและสายอีสาน โดยรองรับการเดินรถที่มีอยู่ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถใช้ประโยชน์เพื่อการเดินรถระบบรถไฟฟ้าชานเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย ซึ่งจะช่วยลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงของประเทศได้อย่างมากและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมุ่งมั่นที่จะเป็นระบบขนส่งทางรถไฟที่สะดวก ทันสมัย ตรงเวลา เพื่อจูงใจให้คนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้ามากขึ้น โดยคาดว่าจะสามารถรองรับปริมาณผู้โดยสาร จากรังสิตสู่บางซื่อไม่น้อยกว่า 306,608 คน/วัน และเมื่อขยายโครงการจากบางซื่อไปชุมทางบ้านภาชีในอนาคต จะสามารถรองรับปริมาณผู้โดยสาร ที่คาดว่าจะมีประมาณ 449,080 คน/วัน

ระบบรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ช่วงบางซื่อ-รังสิต มีจุดเริ่มต้นที่สถานีกลางบางซื่อ ที่ตั้งบริเวณสามแยกประดิพัทธ์ มีเส้นทางรถไฟไปตามแนวเขตทางรถไฟในเส้นทางรถไฟสายเหนือ ผ่านเขตจตุจักร บางเขน หลักสี่ ดอนเมือง และไปสิ้นสุดที่สถานีรังสิต จังหวัดปทุมธานี ระยะทางรวมประมาณ 26.3 กิโลเมตร โดยในอนาคตจะต่อขยายไปยังมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต

โดยเส้นทางรถไฟเป็นลักษณะทางยกระดับจากสถานีกลางบางซื่อ ไปยังสถานีดอนเมือง ระยะทาง 19.2 กิโลเมตร และลดระดับลงอยู่ระดับพื้นดินจากสถานีดอนเมือง ถึงสถานีรังสิต ระยะทาง 7.1 กิโลเมตร โดยมีรั้วกั้นตลอดแนวเส้นทางจากสถานีดอนเมืองถึงสถานีรังสิต ทางรถไฟมีขนาด 1.000 เมตร (Meter Gauge) เชื่อมต่อกับทางรถไฟสายเหนือในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านพฤติกรรม
3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมที่ส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม

สมมติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน น่าจะทำให้ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน
2. ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ต่างกัน น่าจะมีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน
3. คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารชานเมืองสายสีแดงเข้ม ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างรวมทั้งสิ้นจำนวน 410 ตัวอย่าง
2. ขอบเขตด้านตัวแปร
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านพฤติกรรมบริการ ประกอบด้วย
 - 1) เพศ
 - 2) อายุ
 - 3) ระดับการศึกษา

- 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 5) ความถี่ในการใช้บริการ
- 6) วันในการใช้บริการ
- 7) ช่วงเวลาในการใช้บริการ
- 8) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการที่แสดงถึงความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) ตามแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการให้บริการของ Millet (2012) ประกอบด้วย

- 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ
- 2) ด้านการตอบสนองต่อผู้โดยสาร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ให้บริการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม นำความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม มาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับธุรกิจระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ สามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในด้านคุณภาพการให้บริการ อันจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า
3. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม อันจะแนวทางนำไปสู่การศึกษาครั้งต่อไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. **แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ (Service Quality)**

ความหมายของการบริการ

มีผู้ให้ความหมาย และคำจำกัดความของคำว่าบริการไว้หลายความหมาย ดังนี้

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2553) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตนจับต้องไม่ได้และเป็นสิ่งที่ไม่ถาวร เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปอย่างรวดเร็ว บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ให้บริการโดยส่ง

มอบการบริการนั้นไปยังผู้รับบริการ หรือลูกค้า เพื่อให้บริการนั้นๆ โดยทันทีหรือภายในระยะเวลา
เกือบจะทันทีที่มีการให้บริการ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึง ปฏิบัติหรือการกระทำที่ฝ่ายหนึ่ง
เสนอให้กับฝ่ายหนึ่ง โดยเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ และไม่ทำให้เกิดมีความเป็นเจ้าของแก่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2552) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง กระบวนการส่งมอบสินค้าที่
ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสามารถ
ตอบสนองความต้องการของการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

วีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2550) ได้กล่าวว่า การบริการ คือ การปฏิบัติที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้อีก
ฝ่ายหนึ่ง โดยสิ่งที่เสนอนั้นเป็นการกระทำ หรือการปฏิบัติการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถนำไป
ครอบครองได้

Kotler (2010) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใด ๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถ
นำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมี
เป้าหมาย และความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับ
สินค้าที่มีตัวตนก็ได้

กล่าวโดยสรุป การบริการ หมายถึง การแสดงออกทางการกระทำที่ฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง
โดยกระบวนการดังกล่าวอาจจะเกี่ยวข้องกับสินค้าที่สามารถจับต้องได้ หรือไม่สามารถจับต้องได้ เพื่อ
เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุดตามความคาดหวัง หรือ
มากกว่าความคาดหวัง

2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

ความหมายของความพึงพอใจ

Vroom (1964) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมใน
สิ่งนั้น ทฤษฎีด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็น
ถึงสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาวะการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวก
ที่เกิดจากการประเมิน เปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง หรือดี
เกินกว่าที่คาดหวัง

Spector (1987) กล่าวว่า ความพึงพอใจคือ ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการประเมินผล การ
เปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างสิ่งที่แต่ละบุคคลคาดหวัง และผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง

Kotler & Armstrong (2008) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสินค้า หรือการบริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมธาวี การินทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มี เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยรวม แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านความคาดหวังของ และปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อการบริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม และ ปัจจัยด้านคุณภาพของการบริการ และปัจจัยด้านทัศนคติที่ดีของลูกค้า ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยภาพรวม

ชุตินันท์ สุบรรณภาส (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ด้านความปลอดภัยด้านสภาพรถ ด้านสถานีโดยสาร ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านอัตราค่าโดยสาร ด้านความสะดวกในการใช้บริการ และความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงค์ โดยการวิเคราะห์ปัจจัย พบว่าจากตัวแปรทั้งหมด 29 ตัวแปร จากทั้ง 6 ด้าน สามารถรวมกลุ่มตัวแปรได้เป็น 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กัน คือ ปัจจัยด้านสถานีโดยสาร และรถไฟฟ้าปัจจัยด้านราคาค่าโดยสาร ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการเชื่อมต่อการเดินทาง

พรหมศิริ ปานเจริญ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS มี 5 ด้าน ซึ่งมีระดับความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลางทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยเรียงลำดับตามความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ

ปาจริย์ จันทรศรี (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ แรงจูงใจและกระบวนการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปร ทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก คือ พฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อ

คุณภาพการให้บริการ เพราะได้รับความสะดวกและรวดเร็ว กล่าวคือ ผู้บริโภคจะแสดงพฤติกรรมเพราะมีสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการ โดยจะถูกป้อนเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำโดยผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าความรู้สึกนึกคิดได้เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากปัจจัยใดบ้าง ซึ่งผู้บริโภคก็จะเกิดการตอบสนอง เรียกตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภคว่า สิ่งกระตุ้นการตอบสนอง และอิทธิพลของแรงจูงใจมีผลต่อระดับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในจังหวัดสมุทรปราการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางบวก คือ แรงจูงใจมีผลต่อคุณภาพการให้บริการ มีจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย

พันธวัช ศักดิ์แก้ว (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอนุสาวรีย์ชัย สมรภูมิโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร และ ด้านกายภาพ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านอัตราค่าบริการ ตามลำดับ

เบญจภา แฉ่งเวชฉาย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ใน กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า โดยร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจ ของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 78.10

ดารี สถิตเสมากุล (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลจากการศึกษาพบว่า คุณภาพของบริการที่ได้รับ และคุณค่าของบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้ ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ส่วนความคาดหวังของผู้ใช้บริการส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะส่งผลเชิงบวกต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์กับผู้ให้บริการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใน กรุงเทพมหานครและพื้นที่ต่อเนื่อง สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการ การกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจและวางแผนทางการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและ พัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพทางธุรกิจมากขึ้นในอนาคต

อัปสร เลหาจารุภัทร์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของการบริการ และคุณค่าของการบริการ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า นอกจากนี้ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยใดที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ และนำไปสู่ความภักดีในที่สุด รวมถึงยังสามารถนำปัจจัยต่างๆ ไปพัฒนาตัวชี้วัดคุณภาพในการให้บริการรถไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นระบบการให้บริการจึงควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ เช่น ความสะดวกสบาย ความปลอดภัยในการใช้บริการ รวมถึงมีการดูแลสภาพรถไฟฟ้าให้พร้อมใช้งาน และมีการพัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงาน ซึ่งตัวอย่างทั้งหมดที่กล่าวในข้างต้นจะส่งผลทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของการบริการที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง

ศิริรัตน์ สะหุณิล (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการโดยรวมมากที่สุด ด้านช่องทางจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านจำนวน และการกระจายตัวพื้นที่ต่าง ๆ ของสถานีรถไฟฟ้ามากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ มากที่สุด เป็นต้น สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านจิตวิทยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการเรียนรู้จากประสบการณ์ถึงความสะดวกสบายจากที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้ามาก่อนมากที่สุด ด้านเศรษฐกิจ และการเมืองให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนโยบายการส่งเสริม และเร่งขยายโครงการเชื่อมต่อเส้นทางรถไฟฟ้ามากที่สุด และด้านสังคม และประชากรศาสตร์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านรูปการดำเนินชีวิตในสังคมเมืองที่รีบเร่งและแข่งขันกับเวลามากที่สุด แลในด้านความพึงพอใจ พบว่าพอใจในความคุ้มค่าของคุณภาพบริการที่ได้รับมากที่สุด

โสภณ วีระวัฒน์ยั้งยง (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้รถไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์ที่อยู่อาศัยในเขตชานเมือง กรณีศึกษา สายบางใหญ่ – บางซื่อ โดยผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านเวลามากที่สุด ได้แก่ ความรวดเร็วและตรงเวลา ช่วงเวลา Headway ความรวดเร็วของระบบจำหน่ายตั๋ว รองลงมาให้ความสำคัญด้านผู้ร่วมเดินทาง อันดับสามให้ความสำคัญด้านค่าเดินทาง ได้แก่ อัตราค่าบริการ การใช้ตั๋วโดยสารร่วม การเดินทางหลายสถานที่ในวันหนึ่งวัน และอันดับสี่ให้ความสำคัญด้านการบริการ ได้แก่ ความสะดวกสบาย การจัด Park & Ride เส้นทางรถไฟฟ้าที่ครอบคลุม เนื่องจากผู้เดินทางมีประสบการณ์ในการใช้รถไฟฟ้าสายอื่น ๆ มาแล้ว อาจจะมั่นใจในระบบการให้บริการของรถไฟฟ้า จึงให้ความสำคัญด้านบริการน้อยกว่าด้านอื่น ๆ ที่กล่าวมา

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ด้วยการนำแบบสอบถามในรูปแบบ Google Forms แจกให้กับผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม โดย

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามเวลาที่กำหนด พร้อมทั้งตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ จำนวน 410 คน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลและศึกษาจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านพฤติกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ทั้งสถิติพรรณนา และสถิติอ้างอิง
 - 1) ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงกลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 2) ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ
2. สถิติอนุมาน (Inferential statistics)
 - 1) เพศ ต่างกัน น่าจะมีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ t-test
 - 2) อายุ (มากกว่า 2 กลุ่ม) ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน น่าจะมีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยการใช้สถิติ LSD
 - 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ น่าจะมีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 410 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุ 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 15,000-30,000 บาท
2. พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม จากกลุ่มตัวอย่าง 410 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้บริการ ไม่เกิน 10 ครั้งต่อเดือน ไม่ได้ใช้บริการวันใดเป็นประจำ มีช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำคือ 06.00 น. – 08.00 น. และมีวัตถุประสงค์เดินทางด้วยรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม เพื่อไปสถานที่ทำงาน
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยมากเป็นลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านด้านการตอบสนองต่อลูกค้า รองลงมา ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ตามลำดับ

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่งผลทำให้ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน

คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการและคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้ามีอิทธิพล ต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

การอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ ที่ต่างกัน น่าจะทำให้ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐาน โดยผลการวิจัยครั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรหมศิริ ปานเจริญ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ที่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS มี 5 ด้าน ซึ่งมีระดับความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันและมีระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลางทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยเรียงลำดับตามความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ และ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ
2. ปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน น่าจะทำให้ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ตอบที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ที่ประกอบด้วย อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่งผลทำให้ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน โดยผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ การินทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มี เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยรวม แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ต่างกัน น่าจะมีผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรม ที่ประกอบด้วย ความถี่ในการใช้บริการ วันในการใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่งผลต่อความคิดเห็นใน

คุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน โดยผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เมธาวิ การินทร์ (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่มี เพศ ช่วงอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาในการใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้า ช่วงเวลาที่ใช้รถไฟฟ้า และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการรถไฟฟ้าต่างกัน จะมีความความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยรวม แตกต่างกัน

4. คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม เนื่องจากความเป็นรูปธรรมของการบริการนั้นมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความรู้สึกของผู้ใช้บริการ กล่าวคือผู้ให้บริการสามารถมองเห็นและสัมผัสได้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นอุณหภูมิภายใน ที่นั่งภายในรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม รวมถึงรายละเอียดต่างๆภายในสถานี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ถือได้ว่าเป็นมาตรฐานสากล ซึ่งผู้ให้บริการรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มต้องจัดการระบบให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ดังนั้น ผู้ใช้บริการจึงได้ให้ความสำคัญต่อความเป็นรูปธรรมของการบริการ โดยผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อับสร เลหาจาร์ภักดิ์ (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า คุณภาพของการบริการที่รวมถึงการดูแลสภาพรถไฟฟ้าให้พร้อมใช้งาน และมีการพัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงาน ส่งผลทำให้ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ถึงคุณค่าของการบริการที่มีคุณภาพอย่างแท้จริง
5. คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้าส่งผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม เนื่องจากการตอบสนองลูกค้า หมายถึง ความตั้งใจที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยให้บริการอย่างรวดเร็ว หรือไม่รอนาน รวมทั้งมีความกระตือรือร้นของพนักงาน และมีกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ โดยพนักงานที่ให้บริการลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่และให้ความเป็นกันเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่พนักงานของรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มมีการให้ความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ เช่น ผู้พิการทางสายตา เป็นต้น ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจมา แฉ่งเวชฉาย (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร โดยผลการศึกษาพบว่า

คุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า ส่งผลต่อความคิดเห็นในคุณภาพการให้บริการของผู้โดยสารรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มมากที่สุด ผู้ให้บริการควรให้ความสำคัญกับการตอบสนองลูกค้า เช่น เรื่องมีการให้ความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับผู้โดยสารที่มีความต้องการการช่วยเหลือ เช่น ผู้พิการทางสายตา เป็นต้น พนักงานของรถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้มควรให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ มีการให้คำแนะนำการให้บริการที่ตรงกับความต้องการของผู้โดยสารแต่ละคน เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

เอกสารอ้างอิง

- Kotler Philip; & Gary Armstrong. 2002. Principles of Marketing. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc
- เมธาวี การินทร์ (2563), การศึกษาความพึงพอใจของการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, การค้นคว้าอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ชุตินันท์ สุบรรณภาส (2562), การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- พรหมศิริ ปานเจริญ (2561), ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรังสิต
- ปาจริย์ จันท์ศรี (2561), การศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ แรงจูงใจและกระบวนการให้บริการที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในจังหวัดสมุทรปราการ, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- พันธวิช ศักดิ์แก้ว (2561), ความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- เบญชญา แจ้งเวชฉาย (2559), คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ดำริ สถิตเสมากุล (2558), ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ของประชากร
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อัปสร เลหาจรรุภัทร์ (2557), ความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและ
ปริมณฑล, การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิริรัตน์ สะหุณิล (2556), ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส, การค้นคว้าอิสระ,
มหาวิทยาลัยรังสิต

โสภณ วีระวัฒน์ยิ่งยง (2556), ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้รถไฟฟ้าของผู้ใช้รถยนต์ที่อยู่
อาศัยในเขตชานเมือง กรณีศึกษา สายบางใหญ่ – บางซื่อ, วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ