ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการ เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

THE SATISFACTION OF QUALITY MRT YELLOW SERVICE OF BANG KAPIB DISTRICT BANGKOK

จิตตราพร ปัญญาสัทโท
สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้รับผิดชอบบทความ

Chittraphorn Panyasattho
E-mail : 6514991024@rumail.ru.ac.th
Faculty of Business Administration Program in Accounting
Ramkhamhaeng University
Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร (1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาอิทธิผลที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

การวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติโดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใดๆ การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง (Cross sectional studies) คือการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียวโดยใช้เครื่องมือการวิจัยแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, คุณภาพการให้บริการ, เขตบางกะปิ , กรุงเทพมหานคร

ABSTRACT

The research satisfaction with the quality of the MRT Yellow Line service among users in Bang Kapi District. Bangkok (1) To study satisfaction with the quality of the MRT Yellow Line service of users in Bang Kapi District. Bangkok (2) To study satisfaction with the quality of the MRT Yellow Line service of users in Bang Kapi District. Bangkok is classified according to personal factors (3) to study the influence on service quality factors and satisfaction with the quality of the MRT Yellow Line service of users in Bang Kapi District. Bangkok.

Non-Experimental Design is research that is studied according to natural conditions without considering or controlling any cases. Cross-sectional study is at a specific point in time for another research (questionnaire) and data analysis by means statistics.

Keywords : Satisfaction , Service Quality , Bang kapi district , Bangkok

บทนำ

ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนที่ทันสมัยสายแรกของโลกเกิดขึ้นเมื่อปี 2406 ที่ลอนดอน ประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นระบบรถไฟใต้ดินรถไฟวิ่งวนเป็นวงกลมในใจกลางลอนดอนเสร็จสมบูรณ์ในปี 2427 ต่อจากนั้นขยายไปด้านตะวันตกเฉียงเหนือ ตะวันตก และตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งเสร็จสมบูรณ์ในปี 2447 ซึ่งปัจจุบันก็เป็นส่วนหนึ่งของระบบรถไฟใต้ดินของลอนดอน มีชื่อเรียกว่า London Underground หรือที่นิยมเรียกกันว่า Tube ในปี 2436 ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนระบบแรกของโลกเกิดขึ้นมาเมื่อกว่า 161 ปี (ไทยพาณิชย์) ในเส้นทางสั้นๆ จากสถานี Paddington ถึงสถานี Farrington ปัจจุบันระบบรถไฟฟ้าใต้ดินลอนดอนมีทั้งหมด 274 สถานี มีระยะทางรวมประมาณ 406 กิโลเมตร (253 ไมล์) แม้ว่าชื่อ "the Underground" ชื่อเป็นรถไฟใต้ดิน มีเพียงร้อยละ 45 ของเส้นทางทั้งหมดเท่านั้นที่เป็นทางรถไฟในอุโมงค์ใต้ดิน พื้นที่ให้บริการส่วนใหญ่ของรถไฟใต้ดินลอนดอน

ประเทศไทยเคยมีรถไฟฟ้ามาแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2469 คือ รถไฟฟ้าสายปากน้ำ ซึ่งได้ยกเลิกการเดินรถไปตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2503 หลังจากนั้นการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ศึกษาเรื่องการเดินรถไฟฟ้าครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2517 ซึ่งเป็นช่วงแห่งวิกฤติน้ำมัน โดยรัฐบาลของฝรั่งเศสได้จัดส่งหน่วยงานที่ปรึกษา SOFRERAIL มาศึกษาเรื่องการเดินรถไฟฟ้าในเส้นทางสายเหนือ ครั้งที่สองเมื่อปี พ.ศ. 2522-2523 โดยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลเยอรมนี และต่อมาได้รับความสนับสนุนจากรัฐบาลญี่ปุ่นในปีพ.ศ. 2530 และ 2537 ซึ่งในปี 2537 แนะนำให้ประเทศไทยเพิ่มการขนส่งผู้โดยสารในเมืองด้วยรถไฟฟ้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่ง (Brandbuffet) ประเทศไทยเริ่มมีระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนหรือที่เรียกว่า BTS (Bangkok (Mass) Transit System Skytrain) ในปี 2542 และเริ่มเปิดให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินหรือ MRT (Mass Rapid Transit) ใน 5 ปีต่อมา (ไทยพาณิชย์) รถไฟฟ้า BTS เป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทย ดำเนินการบริหารงานโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการครั้งแรก เมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทาง รวมทั้งสิ้น 23 สถานี และ รถไฟฟ้า MRT โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน) เป็นโครงการรถไฟฟ้าใต้ดินสายแรกของประเทศไทย อยู่ในความรับผิดชอบของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) รัฐวิสาหกิจ ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงคมนาคม โดยมี บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (BEM) เป็นผู้รับสัมปทานเดินรถไฟฟ้า (บริษัท ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด)

รถไฟฟ้าสายสีเหลืองเป็นรูปแบบโมโนเรล (Monorail) ซึ่งเป็นรถไฟฟ้าที่วิ่งคร่อมรางโดยใช้รางเดี่ยว หรือแขวนห้อยอยู่ใต้ราง ที่นิยมใช้กันมากคือแบบคร่อมราง สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) เป็นผู้กำหนดว่าโครงข่ายรถไฟฟ้าเส้นทางใด ควรใช้รถไฟฟ้าประเภทไหน โดยพิจารณาจากการคาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารน้อยกว่ารถไฟฟ้า BTS และรถไฟฟ้า MRT จึงเลือกเลือกใช้รถไฟฟ้าแบบโมโนเรล เนื่องจากลดงบประมาณได้ถึงร้อยละ 40 (springnews) สำหรับรถไฟฟ้ารางเดียวไม่ใช้คนขับ ใช้ล้อยางวิ่งบนรางคอนกรีตหรือรางเหล็ก เพียงรางเดียว เลี้ยวโค้งแคบและไต่ทางลาดชันได้ดี อีกทั้งยังกินพื้นที่น้อยเนื่องจากใช้โครงสร้างขนาดเล็ก จึงเหมาะแก่การพัฒนาแนว

เส้นทางที่มีพื้นที่ไม่มาก แต่โมโนเรลมีข้อจำกัดในด้านการขนส่งผู้โดยสาร เนื่องจากรองรับผู้โดยสารได้ประมาณ 200 คนต่อตู้ จึงนิยมใช้เพื่อขนผู้โดยสารไปป้อนให้กับรถไฟฟ้าขนาดหนักที่สามารถขนผู้โดยสารได้มากกว่า

โครงการขนส่งระบบรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง ได้แบ่งเส้นทางโครงการออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ ช่วงรัชดา/ลาดพร้าว–พัฒนาการ และช่วงพัฒนาการ–สำโรง ระบบในโครงการนี้เส้นทางทั้ง 2 ช่วงได้รวมเป็นเส้นทางเดียวกันตลอดทั้งสายทาง จากความเหมาะสมทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการออกแบบเบื้องต้น โครงการระบบขนส่งมวลชนสายสีเหลือง ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร (สนข.) ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2550 – 2554 โครงการรถไฟฟ้าสายสีเหลือง ช่วงลาดพร้าว-สำโรง เป็นระบบขนส่งมวลชนประเภทรถไฟฟ้ารางเดียว (Straddle Monorail) มีลักษณะเป็นโครงสร้างยกระดับตลอดแนวเส้นทาง มีระยะทางทั้งสิ้น 30.4 กิโลเมตร รวม 23 สถานี เพื่อเชื่อมต่อการเดินทางระหว่างสายสีน้ำเงินที่สถานีรัชดา (สถานีลาดพร้าวของสายสีน้ำเงิน) กับระบบขนส่งมวลชน 4 สาย คือ สายสีเทาของกรุงเทพ สายสีส้มบริเวณทางแยกลำสาลี รถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยาน (Airport Rail Link) บริเวณทางแยกต่างระดับพระราม 9 และสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง-สมุทรปราการ ที่สถานีสำโรง (รถไฟฟ้ามหานคร) รถไฟฟ้า MRT สายสีเหลือง เปิดให้บริการทดลองวิ่งฟรีตลอดสายจำนวน 22 สถานี ตั้งแต่วันที่ 19 มิถุนายน 2566 และการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย โดยค่าโดยสารเริ่มต้นที่ 15 บาท สูงสุด 45 บาท (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย)

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครแต่ละปัจจัยที่ผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการบริการ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1.เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

2.เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคล

3.เพื่อศึกษาอิทธิผลที่มีต่อปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครโดยกำหนดขอบเขต

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และสำรองแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด รวมเป็นแบบสอบถาม 410 ชุด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้ตาราง

สำเร็จรูปของ Taro Yamane มีการกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 (Yamane ,1973)

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน

2. ปัจจัยคุณภาพการให้บริการได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

2.เพื่อทราบถึงปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร

3. เป็นแนวทางให้กับรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง สำหรับการปรับปรุงการให้บริการและคุณภาพของรถไฟฟ้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าใช้บริการ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านความพึงพอใจ

Michael Beer (1965) อ้างถึงใน ปาริฉัตร ถนอมวงษ์, 2561 : 19 ระบุความหมายของความพึงพอใจคือทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความคาดหวังหลายประการ ดังนั้น จึงต้องทำการบางอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ เมื่อได้รับการตอบสนองตามเป้าที่ตั้งความหวังหรือคาดหวังเอาไว้เป็นผลให้ได้รับความพึงพอใจและในขณะเดียวกันก็จะคาดหวังในสิ่งใหม่หรือสูงกว่าเดิม

Vroom (1964) อ้างถึงใน อทิตยา วิมลเมือง, 2562 : 22 ความพึงพอใจ หมายถึง ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจ

Shelly (1995) อ้างถึงใน ประกายดาว ใคร้มา, 2561 : 15 กล่าวว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของ มนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและ ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกถึงความสุข ซึ่งเป็นทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก

Maynard W.Shelly (1975) อ้างถึงใน อัปสร เลาหจารุภัทร์, 2557 : 22 กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวก และทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดความสุข ซึ่งแตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

Morse (1958) อ้างถึงใน ธัญพร สินพัฒนพงศ์, 2560 : 20 ความพึงพอใจ หมายถึง สภาวะจิตที่ปราศจากความเครียด ซึ่งเป็นเพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการได้รับการตอบสนองความรู้สึกเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันหากความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง ความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

Gronroos (1990) อ้างถึงใน เบญชภา แจ้งเวชฉาย, 2559 : 26 กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการ มีประกอบ 2 ประการ คือ

1) ด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ

2) ด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ

ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558 : 16 กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของงานที่บรรลุ เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ อันเป็นผลจากการได้รับการตอบสนองหรือความต้องการ

นายสุเมธ สุทธิ์ ประเสริฐพร, 2558 อ้างถึงใน จริยา แย้มสำราญ, 2564 : 22 กล่าวว่าความพึงพอใจว่าหลังจากที่ลูกค้าได้รับสิ่งที่คาดหวังหลังจากการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งก่อให้เกิดการเปรียบเทียบกับประสบการณ์และความคาดหวังก่อนซื้อเมื่อสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับความคาดหวังที่จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลิป คอตเลอร์ (Kotler, Philip. 2000: 29) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจการให้บริการ หรือ Marketing Mix (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical evidence)

Adrian 2011 อ้างถึงใน ธีรกิติ ณ อยุธยา, 2553 : 68-88 กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดต้องมีส่วนประกอบสำคัญเพื่อนำมาประกอบและพิจารณาตลาดของธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของเป้าหมายที่กำหนด

Kotler (1997, p.92) อ้างถึงใน โสภิตา รัตนสมโชค, 2558 : 10 กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือหรือตัวแปรสำหรับควบคุมทางการตลาด สามารถนำมาใช้กับธุรกิจเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

ศิศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552 อ้างถึงใน จุฬาลักษณ์ คำขนาน, 2562 : 25-29 กล่าวไว้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการควบคุมตลาด รวมทั้งตอบสนองความต้อการ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายของตลาด

แนวคิดและทฤษฎีด้านคุณภาพการให้บริการ

Kotler (2010) อ้างถึงใน ฉัตรสุดา แสงประชาทัย, 2562 กล่าวไว้ว่าการบริการ คือการแสดงท่าทางหรือการกระทำของตนเสนอให้กับผู้ใดผู้หนึ่ง ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการนำเสนอ โดยสามารถสัมผัสได้ หรือไม่สามารถสัมผัสได้

วีระพงษ์เฉลิมจิระรัตน์, 2553 อ้างถึงใน เบญชภา แจ้งเวชฉาย, 2559 : 18 กล่าวไว่ว่าการบริการ คือ สิ่งที่ไม่มีตัวตน หรือไม่สามารถสัมผัสได้ โดยบริการเกิดจากการที่ผู้ปฏิบัติได้ส่งมอบแก่ผู้รับบริการ ตามความต้องการของผู้รับบริการ

Parasuraman, Ziethaml & Berry (1990) กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการคือสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างในธุรกิจ ซึ่งกำหนดเป้าหมายและทิศทางได้อย่างชัดเจนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในสายการตลาด เพื่อการบริการที่มีคุณภาพได้กำหนดการรับรู้ว่าเป็นการบริการที่มีคุณไว้ทั้งหมด 5 ด้าน คือ Reliability , Assurance , Tangibles , Empathy และ Responsiveness

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทรงภพ เฮงสุวนิช , 2566 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการใช้บริการสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆของผู้โดยสารที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการใช้บริการของสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี โดยระดับความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี ทั้ง 7 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคคล ด้านการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการ และด้านกายภาพ ตามลำดับ

เบญชภา แจ้งเวชฉาย, 2559 งานวิจัยเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าBTS ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาถึงผลกระทบของด้านคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ลักษณะที่อยู่อาศัยประเภทหอพัก/อพาร์ตเมนต์ และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่อาศัยอยู่ร่วมกัน 3 – 4 คน พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า BTS พบว่าเหตุผลที่เลือกใช้ เนื่องจากเดินทางปลอดภัย และค่าใช้จ่ายน้อย ประหยัดเวลาในการเดินทาง สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

โสภิตา รัตนสมโชค , 2558 งานวิจัยที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านพฤติกรรมเป็นเหตุผลในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ที่มากที่สุด โดยช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) บ่อยที่สุด คือ ช่วงเวลาระหว่างเวลา 5.00 - 9.00 น. และ 16.01 - 19.00 น. วัตถุประสงค์ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) โดยส่วนใหญ่แล้วจะใช้สำหรับการเดินทางเพื่อไปทำงาน ประเภทบัตรโดยสารที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุด คือ บัตรโดยสารสมาร์ทพาสเติมเงิน และความต้องการเพิ่มเติมในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ที่มากสุด คือ เพิ่มจุดให้บริการแลกเหรียญและเติมเงินบัตรโดยสาร เพิ่มเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ และขยายเวลาการให้บริการเพิ่มมากขึ้น ตามลำดับ ผลจากตัวแปรอิสระจากปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร และลักษณะทางกายภาพภายในสถานีรถไฟฟ้า ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การจัดการปัญหา และการเชื่อมต่อ

จากสถานีรถไฟฟ้า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และเส้นทางการให้บริการ และปัจจัยด้านการบริหารจัดการกระบวนการทำงานของรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานี ตามลำดับ

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่างๆ หลักการ ทฤษฎี แนวคิด รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ และการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ทำการสร้าง Google From และนำมาสร้างในรูปแบบ QR core เพื่อเป็นการสะดวกต่อการตอบแบบสอบถาม และการรวบรวมแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ทำการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนการวิจัย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสามารถแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นการตอบแบบสอบถามให้เลือกเพียงคำตอบเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่มีผลต่อต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง โดยเป็นคำถามลักษณะส่วนประสมทางการตลาด (7P’s) โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันใช้สถิติ t-test ส่วนตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกันใช้สถิติ One-way ANOVA และปัจจัยคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ใช้สถิติ Multiple Regression

ผลการวิจัย

จากการวิจัยผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และสำรองแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด รวมเป็นแบบสอบถาม 410 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

ผลจากการวิจัยผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 410 คน ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชากร โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 279 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 68.0 ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 21-31 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 59.0 และเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2

ข้อมูลปัจจัยคุณภาพการให้บริการโดยระดับความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระดับเห็นด้วยมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านรองลงมาคือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางตลาด และอันดับสุดท้ายด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

ข้อมูลความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง โดยความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เมื่อวิเคราะห์รายข้อ พบว่าท่านพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของพนักงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อันดับรองลงมา ท่านพึงพอใจต่อสถานที่ตั้งสถานีรถไฟ ท่านพึงพอใจความทันสมัยของรถไฟฟ้ารุ่นใหม่ และอันดับสุดท้าย ท่านพึงพอใจต่อประสิทธิภาพของรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ทำให้ความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยซึ่งมี เพศ อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายเหลืองมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายเหลืองไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย ปัจจัยคุณภาพการให้บริการได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร พบว่ามี 6 ด้านที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครโดยด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมทางตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองของผู้ใช้บริการเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานครซึ่งไม่แตกต่างกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ใช้แบบสอบถามจำนวน 410 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลืองในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 279 ซึ่งอยู่ในช่วงอายุ 21-31 ปี จำนวน 117 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 242 คน และเป็นผู้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 218 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญชภา แจ้งเวชฉาย (2559) เรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 21-30 ปี มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพภาพรวมอยู่ในดับความคิดเห็นมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรงภพ เฮงสุวนิช (2566) เรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี แต่ละด้านภาพรวมอยู่ในระดับความเห็นมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง ดังนั้นบริษัทรถไฟฟ้ามหานคร ทำการพัฒนาการให้บริการและคุณภาพให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเกิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการ

ปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง ด้านผลิตภัณฑ์ควรเพิ่มจำนวนที่นั่งภายในรถไฟฟ้า เพื่อรับรองจำนวนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า รวมทั้งจำนวนที่นั่งสำหรับรอรถไฟฟ้า ด้านการส่งเสริมทางตลาด ควรมีการจัดทำโฆษณาที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า และเพิ่มส่วนลดต่างๆแก่ผู้เข้าบริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้บริการรถไฟฟ้า รวมทั้งเป็นทางเลือกทอีกด้านสำหรับราคาในการตัดสินใจใช้บริการเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มความพึงพอใจได้เพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการรถไฟฟ้ามหานครสายสีเหลือง เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร การศึกษาทุกสถานีเพื่อการสำรวจคุณภาพการให้บริการของรถไฟฟ้าอย่างครบถ้วน และสามารถออกมาเป็นภาพรวมของคุณภาพในการให้บริการรถไฟฟ้าอย่างครบถ้วน

เอกสารอ้างอิง

ทรงภพ เฮงสุวนิช. (2566). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการของสถานีรถไฟบางพระ จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปาริฉัตร ถนอมวงษ์. (2561). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการและคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจเงินฝากของธนาคารออมสิน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ภาค3). วิทยาพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสยาม

อทิตยา วิมลเมือง. (2562). ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อการให้บริการของงานบุคลากรคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์. รายงานวิจัยคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียนมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ประกายดาว ใคร้มา. (2561). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2561. สถาบันวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ธัญพร สินพัฒนพงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เบญชภา แจ้งเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟฟ้า BTS ในกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาสิทยาบัยกรุงเทพ.

อัปสร เลาหจารุภัทร์. (2557). การศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุเมธ สุทธิ์ประเสริฐพร. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการระคายคอของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กรองจิตต์ คงทอง. (2559). ศึกษาพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานแบบบริการจัดส่งถึงที่ (Food Delivery) ของผู้บริโภคในเขตกรงเทพมหานคร. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล.

ญาณกร ถนอมศิลป์, สุรเชษฐ์ สุชัยยะ, ชัยธนัตถ์กร ภวิศพิริยะกฤต และ บุญญาดา พาหาสิงห์.(2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล Yanakorn Stadium. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วริษฐา กิตติกุล และพัชร์หทัย จารุทวีผลนุกูล. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของฝากสินค้าบริโภค ในจังหวัดฉะเชิงเทรา. ค้นกว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.

ฉัตรสุดา แสงประชาทัย. (2562). ปัจจัยด้านภาพลักษณ์องค์กร คุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟไทย. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.