

ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
The satisfaction of the people who use the metro and Sky train service in Bangkok

พิชยะ ตรีวิศวเวทย์

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Pitchaya Trivisvavet

E-mail: ck_pitchaya@hotmail.com

Industrial Management, Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
3. ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ผลการศึกษาพบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ; รถไฟฟ้า

Abstract

A research study the satisfaction of the people who use the metro and Sky train service in Bangkok. Objective (1) to inspect the factors affecting the satisfaction of the MRT users in the Bangkok area. (2) to study the market factors that impact the satisfaction feeling of the MRT users in the metropolis of Thailand. Conclusion,

(1) In Bangkok, different genders affect the satisfaction of the overall market. Statistically significant at a level of 0.05.

(2) Ages of the people is one of the factors that impact the overall market. Statistically significant at a level of 0.05.

(3) The different status of the people between single and marriage are not cause the overall market. Statistically significant at a level of 0.05.

(4) Level of education showing the difference in people's satisfaction feel with the overall market. Statistically significant at a level of 0.05.

(5) Work experience affects the satisfaction of the overall market. Statistically significant at a level of 0.05.

Keywords: Satisfaction; Metro and Sky train

บทนำ

ในปัจจุบันระบบคมนาคมขนส่งของกรุงเทพมหานครใช้ทางบกเป็นหลักเนื่องจากกรุงเทพมหานครมีบริการขนส่งสาธารณะที่ได้มาตรฐานและสะดวกรวดเร็วเช่น รถเมล์ รถแท็กซี่ รถตู้บริการ และรวมถึง รถไฟฟ้า (<http://www.sawadee.co.th/bangkok/gettingaround.html>, 2563) รถติดคูจะเป็นปัญหาหลักที่คนอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ ต่างยอมรับว่าเป็นปัญหาที่ควรได้รับการแก้ไขเป็นลำดับต้น ๆ คุณภาพชีวิตของชาวกรุงเสียไปเพราะการใช้ชีวิตอยู่บนท้องถนน 3-4 ชั่วโมงต่อคนต่อวันจริง ๆ แล้วเรื่อง

นี้ผมว่าเราพูดกันมานานมากแล้ว แต่เพราะเหตุใดปัญหานี้ยังไม่ได้มีการแก้ไขอย่างเป็นระบบบทความนี้จะมาแสดงให้เห็นถึงปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่ทำให้ปัญหานี้ยังคงอยู่คู่กับกรุงเทพมหานคร (กทม.) มาอย่างยาวนานและแน่นอนว่าในตอนท้ายของบทความก็จะได้นำเสนอวิธีที่ทั้งภาครัฐและประชาชนจำเป็นต้องยอมรับภาระบางอย่างหากต้องการแก้ไขปัญหาให้ร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพหากเราพูดถึงรถติดในกรุงเทพฯ คนบางส่วนก็จะกล่าวหาว่าทำไมกรุงเทพมหานครไม่จัดการเรื่องการจราจรให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่เรื่องนี้คงต้องอธิบายให้เข้าใจก่อนว่าเรื่องการจัดการเกี่ยวกับการจราจรในกรุงเทพมหานครไม่ได้อยู่ในความดูแลรับผิดชอบของผู้ว่าราชการกรุงเทพฯ แต่อย่างใดหากแต่อยู่ในส่วนที่เป็นความรับผิดชอบของตำรวจจราจร นั่นหมายความว่าเราควรต้องไปต่อว่าตำรวจจราจรว่าทำงานบกพร่องหรือไม่ ในส่วนนี้ต้องสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องอัตราส่วนของอาคารและผู้อาศัยกับอัตราส่วนของถนนที่จะไม่ให้เกิดปัญหาจราจรติดจากงานวิจัยพบว่าพื้นที่ที่เป็นถนนควรจะมีไม่น้อยกว่า 30% ซึ่งหลายเมืองใหญ่ทั่วโลกที่มีการอยู่อาศัยที่หนาแน่น ซึ่งมีพื้นที่ถนนน้อยกว่าอัตราส่วนที่กำหนดดังกล่าว ก็จะใช้วิธีการในการสร้างรถไฟฟ้าสาธารณะที่มีความถี่ของเที่ยวเพื่อให้เพียงพอกับจำนวนผู้ที่ประสงค์จะเดินทางด้วยรถไฟฟ้าสาธารณะ ดังนั้นการที่จะกล่าวหาว่ารถติดเป็นปัญหามาจากการขาดประสิทธิภาพ ในการจัดการของตำรวจจราจรก็ดูจะไม่ถูกนัก เมื่อย้อนกลับมาดูกรุงเทพมหานครของเรา ซึ่งเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยตึกรามบ้านช่อง และมีอัตราส่วนของถนนอยู่ไม่เกิน 4% ซึ่งถือว่าน้อยกว่าอัตราส่วนที่ควรจะเป็นอยู่มาก ประกอบกับการมีจำนวนรถไฟฟ้าสาธารณะที่มีจำนวนจำกัดนอกจากนี้ยังเกิดข้อขัดข้องในการให้บริการบ่อยครั้งอีกทั้งการจะเดินทางไปยังสถานีรถไฟฟ้าสาธารณะไม่ใช่เรื่องสะดวก ทั้งยังมีค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางไปและกลับจากสถานี ซึ่งต่างจากหลายประเทศที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าสาธารณะ โดยมีที่จอดรถฟรี และมีรถรับส่งจากที่จอดรถไปยังสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้คนอยากที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าสาธารณะมากขึ้น นอกจากนี้ประเด็นที่กล่าวมาแล้ว เกี่ยวกับการเดินทางของรถไฟฟ้าสาธารณะของกรุงเทพฯ ไม่มีความถี่เท่าที่ต่างประเทศจึงทำให้ไม่สามารถรองรับจำนวนผู้โดยสารที่มีจำนวนมากโดยเฉพาะในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน ด้วยเหตุนี้พี่น้องประชาชนโดยส่วนใหญ่ที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าสาธารณะจึงเคยพบกับประสบ การณ์ที่ต้องรอรถไฟฟ้าถึง 4-5 เที่ยว กว่าที่จะได้โดยสารรถไฟฟ้าไปยังจุดหมายได้ นั่นหมายความว่าแม้จะเดินทางมาถึงสถานีรถไฟฟ้าแล้ว ก็เชื่อว่าจะสามารถกระชั้นเวลาที่จะเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางได้ เพราะไม่ทราบว่าจะได้ขึ้นรถเมื่อไหร่เหตุผลเหล่านี้จึงนำไปสู่การที่คนจำนวนไม่น้อยที่อยากเลือกใช้ช่องทางการบริการรถไฟฟ้าสาธารณะ เลือกที่จะใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมากกว่า ประกอบกับค่านิยมของคนไทยที่เห็นว่า การมีรถยนต์ส่วนตัวขับเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการประสบความสำเร็จอย่างหนึ่ง ซึ่งทั้ง 2 ประเด็นเป็นการเพิ่มจำนวนรถยนต์ส่วนตัวในถนนที่มีอยู่จำกัดในกรุงเทพฯ มหานครให้มีปัญหานักยิ่งขึ้นไปอีก

(<https://www.thansettakij.com/content/columnist/410176, 2563>)

พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี กล่าวในรายการศาสตร์ พระราชาฯ ว่า การแก้ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ จะต้องส่งเสริมให้ลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลลง แล้วหันมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะแทน โดยเฉพาะการผลักดันให้ระบบรางเป็นแกนหลักในการเดินทางสำหรับพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลนั้น ภายในปี 2575 หรืออีก 15 ปี จะต้องเร่งลงทุนสร้างโครงข่ายรถไฟฟ้าให้ครบทั้ง 10 สาย ระยะทางรวม 464 กิโลเมตร นายฯ เปิดเผยว่า ปัญหาจราจรในกรุงเทพฯ ปัจจุบันสะสมมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของเมืองที่ไร้ข้อจำกัด โดยการเดินทางเข้าสู่ศูนย์กลางเมืองเพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย ทั้งทำงาน ส่งลูกหลาน ติดต่อธุรกิจ ท่องเที่ยวของคนกว่า 15 ล้านคน แต่พื้นที่กรุงเทพฯ มีจำกัด 1,500 กว่าตารางกิโลเมตร หากคำนวณเป็นความหนาแน่นก็จะมากกว่า 9,500 คน/ตารางกิโลเมตร ถือว่าแออัดมาก

ทั้งนี้ในปี 2560 มีจำนวนรถยนต์สะสมกว่า 6.6 ล้านคัน และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 4% ต่อปี มีรถจดทะเบียนใหม่ ทุกวัน วันละ 700 คัน และรถจักรยานยนต์ 400 คัน ปัจจุบัน กรุงเทพฯ มีถนนประมาณ 4,300 กิโลเมตร เป็นถนนสายหลักเพียง 1 ใน 4 เท่านั้น หากเทียบพื้นที่ถนนแล้ว กรุงเทพฯ มีเพียง 6.8% ขณะที่เมืองใหญ่ ๆ ของโลก เช่น นิวยอร์ก ลอนดอน ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มีพื้นที่ถนน 21-36% ซึ่งก็ร ติ ด เ ห มี อ น กั น ที่ ง ๆ ที่ มี พื้ น ที่ ถ น น ม า ก ก ว ่า ไ ท ย 2-3 เ ท ้า (<https://www.posttoday.com/politic/news/561213, 2563>)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่มีประชากรมากที่สุดของประเทศไทย จำนวน 5,686,252 คน เป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การ พาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ แต่เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่เพียง 1,568.74 ตร.กม. หรือจัดอยู่ในอันดับที่ 69 ของประเทศ ทำให้มีอัตราความหนาแน่นของประชากรสูงถึง 3,616.64 คน ต่อตร.กม. และด้วยพื้นที่ที่น้อยกว่าจำนวนประชากรจึงก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ มากมาย ทั้งปัญหาความ แออัดของชุมชน ปัญหาการจราจร เป็นต้น ปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจาก ประชากรส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะในการเดินทาง ซึ่งมีสาเหตุมาจากระบบ ขนส่งมวลชน ที่ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นรถประจำทาง รถไฟฟ้า รถไฟและเรือ ที่ไม่มีศักยภาพในการ บริหารจัดการได้ดีเท่าที่ควร ประกอบกับวิถีชีวิตของประชากรที่เร่งรีบและต้องแข่งกับเวลา จึงทำให้ การคมนาคมใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นประเด็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการจัดสรรดูแล อย่างเร่งด่วนและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามรถไฟฟ้ายังถือว่าเป็นหนึ่งในทางเลือกที่สามารถ หลีกเลียงการจราจรที่ติดขัดในเมืองได้เป็นอย่างดีซึ่งปัจจุบันมีผู้ให้บริการหลัก 3 ราย ได้แก่ รถไฟฟ้า บีทีเอส รถไฟฟ้ามหานคร และรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (แอร์พอร์ต เรล ลิงค์) รวม ระยะทางกว่า 86.52 กิโลเมตร แต่อย่างไรก็ตามการให้บริการรถไฟฟ้ายังคงไม่เพียงพอกับความ ต้องการในปัจจุบันและมีอีกหลายสิ่งที่ควร ได้รับการปรับปรุงแก้ไข เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ (อัปสร เลหาจรรักษ์, หน้า 1)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลข้างต้นได้คือผู้คนส่วนมากให้ความคาดหวังว่ารถไฟฟ้าจะตอบโจทย์ ความสะดวกสบายได้มากที่สุด เพราะ การจราจรของคนในกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาเร่งรีบนั้น

ค่อนข้างมีสภาพการจราจรที่หนาแน่น ปัจจุบันรถไฟฟ้าที่มีให้บริการหลัก ๆ ในกรุงเทพมหานครคือ การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (MRT) และ รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) ซึ่งทั้งสองบริการยังมีความยุ่งยากในการซื้อตั๋วเพราะตอนนี้ยังไม่สามารถใช้ตั๋วใบเดียวกันได้ และรอบการวิ่งของรถไฟฟ้าก็ยังใช้เวลาในการรอนานพอสมควร ทำให้อาจเกิดความล่าช้าในการเดินทาง และค่าเดินทางอาจสูงกว่าการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล ด้วยเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง “การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
 - ความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - คุณภาพของบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - การส่งเสริมการให้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาวิจัยการศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

- 1.1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล (Personal Characteristic)
 - 1.1.1. เพศ
 - 1.1.2. อายุ

1.1.3. สถานภาพ

1.1.4. ระดับการศึกษา

1.1.5. ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

1.2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

1.2.1 .ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ

1.2.2. คุณภาพของบริการ

1.2.3. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

1.2.4. การส่งเสริมการใช้บริการ

1.3. ตัวแปรตามความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าของประชาชนในเขต

กรุงเทพมหานคร

2. ขอบเขตด้านประชากรการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้า กำหนดขนาดของตัวอย่างด้วยการใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จากจำนวนประชากรกรุงเทพ 5,666,264 คน (http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/024/T_0017.PDF,2563) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 1 สิงหาคม 2563 ถึง 17 ตุลาคม 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและสามารถนำไปใช้ปรับปรุงการให้บริการได้
 - ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - ด้านคุณภาพของบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
 - ด้านการส่งเสริมการใช้บริการที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
4. ทำให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ หรือปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5. ทำให้ทราบถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ และความคิดเห็นอื่น ๆ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีการทบทวนวรรณกรรม โดยการใช้แนวความคิดหลายส่วนมาเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษา ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่ เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ของสินค้าหรือบริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ บุคคลหรือกลุ่มในการจัดหา การเลือกสรร การซื้อ การใช้ และการจัดการภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง (Smititkai, 2011)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่า หมายถึงการผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ (ชุดิวัฒน์ ไวมาลา, 2562)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ สรุปได้ว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วทำให้ความรู้สึกมีระบบย้อนกลับและความสุขนี้สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่า ความรู้สึกในทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กัน อย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่าระบบความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ (มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2562)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการ

บริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือ กิจกรรม หลายอย่างที่มีลักษณะไม่มาก จำต้องไม่ได้ซึ่ง โดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้า กับบริษัทผลิตสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัด ไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า (ถาวร แสงอำไพ 2556, หน้า 26)

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) แบ่งเป็น 3 ส่วน
2. แบบสอบถามที่ผู้วิจัยจัดสร้างขึ้นมา ได้ความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความ ถูกต้อง และความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน แล้วนำแบบสอบถามไปหาค่าความ น่าเชื่อถือ ได้ (Reliability) ด้วยวิธีของ Cronbach โดยผลการวิเคราะห์ได้ค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 1.00 ถือว่าอยู่ในระดับที่มีความน่าเชื่อถือ
3. ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลในระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2563

วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่แสดงตารางแบบร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ค่า t-test ใช้ใน การทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม ที่ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05
3. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอ้างอิง F-test ใช้ในการทดสอบความ เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่มีการแบ่งกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 25 – 35 ปี คิด เป็นร้อยละ 48.30 รองลงมาคือ อายุ 36 – 45 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.40 อายุ 46 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอายุต่ำกว่า 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.90 มีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.50 รองลงมาคือ สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 42.00 สถานภาพไม่ระบุ คิดเป็นร้อยละ 4.90 และสถานภาพหย่า/หม้าย คิด เป็นร้อยละ 3.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 65.60 รองลงมาคือระดับปริญญาโท

คิดเป็นร้อยละ 20.70 ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 1.70 มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน 5 – 10 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ มากกว่า 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.50 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.00 และน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.70

2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาด ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณารายด้านถึงความพึงพอใจมากคือ ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาตามลำดับคือ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.93$) ด้านคุณภาพของบริการ มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.88$) และ ด้านการส่งเสริมการใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$)

3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาตามลำดับคือ ท่านคาดหวังว่าการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.29$) ท่านคาดหวังว่าจะไม่พบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่างๆ จากการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.15$) และท่านคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกในการเปลี่ยนขบวนรถไฟฟ้า ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.98$)

4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านคุณภาพของบริการ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า สถานีให้บริการรถไฟฟ้ามีความสะอาด ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาตามลำดับคือ การให้บริการโดยรวมของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.92$) การให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.84$) และท่านพบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่างๆ จากการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร บ่อยครั้ง ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.71$)

5. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านได้รับจากการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครดีกว่าเมื่อเทียบกับระบบสาธารณะอย่างอื่น ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาตามลำดับคือ ระดับความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.91$) ท่านคิดว่าการบริการโดยภาพรวมที่ท่านได้รับจากการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครดีต่อความคาดหวังของท่าน ในระดับ

พึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.90$) และการซื้อตั๋วเดินทางมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.79$)

6. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการให้บริการ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{X} = 3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ การให้บริการและคำแนะนำของเจ้าหน้าที่มีความชัดเจน ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมาตามลำดับคือ ระบบสมัครบัตรสมาชิกเพื่อความสะดวกสบาย ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.93$) มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในบริการ ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.83$) และได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการกับรถไฟฟ้า ในระดับพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.40$)

7. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และหากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านคุณภาพของบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และด้านการส่งเสริมการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความคาดหวัง ด้านคุณภาพของบริการ และด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านการส่งเสริมการให้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

9. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านคุณภาพของบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และด้านการส่งเสริมการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ 0.05

11. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณารายด้านพบว่า ด้านคุณภาพของบริการ ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และด้านการส่งเสริมการให้บริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในระดับ พึงพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ท่านคาดหวังต่อคุณภาพโดยรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ท่านคาดหวังว่าการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้ ท่านคาดหวังว่าจะไม่พบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่างๆ จากการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ท่านคาดหวังว่าจะได้รับความสะดวกในการเปลี่ยนขบวนรถไฟ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Good (1973) กล่าวคือ ระดับของความรู้สึกพอใจเป็นผลมาจากความต้องการสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อกิจกรรมนั้น ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชร จิตต์แจ้ง (2553) กล่าวคือ ปัจจัยที่กล่าวมานั้นมีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการอย่างมาก อย่างไรก็ตามในบางเรื่องผู้ใช้บริการยังคงคาดหวังจากผู้ให้บริการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นไปอีก

2. ด้านคุณภาพของบริการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในระดับ พึงพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สถานีให้บริการรถไฟฟ้ามีความสะอาด การให้บริการโดยรวมของรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร การให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท่านได้ ท่านพบความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องในเรื่องต่างๆ จากการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร บ่อยครั้ง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Gromroos (1990) กล่าวคือ กิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มาก จำต้องไม่ได้ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการหรือลูกค้ากับบริษัทผลิสินค้า หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยชนก บุญสมบัติ (2556) กล่าวคือ ปัจจัยที่แสดงถึงความพร้อมของการบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างทันท่วงทีและทำให้ผู้มาใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการได้นั้นสามารถทำนายหรือส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในการมาใช้บริการได้มากที่สุด

3. ด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในระดับ พึงพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ท่านคิดว่าสิ่งที่ท่านได้รับจากการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครดีกว่าเมื่อเทียบกับระบบสาธารณะอย่างอื่น ระดับความพึงพอใจโดยรวมของท่านต่อการให้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานคร ท่านคิดว่าบริการโดยรวมที่ท่านได้รับจากการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครดีต่อความคาดหวังของท่าน การซื้อตั๋วเดินทางมีความสะดวกสบายและรวดเร็ว ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Millet (1997) กล่าวคือ เป้าหมายสำคัญของการบริการคือการสร้างความพึงพอใจในการให้บริการประชาชน โดยมีหลักแนวทาง 5 ประการ คือ 1. บริการอย่างเสมอ

ภาค 2. บริการที่ตรงเวลา 3. บริการอย่างเพียงพอ 4. บริการอย่างต่อเนื่อง 5. บริการอย่างก้าวหน้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญฤทธิ์ ชลิตตานนท์ (2555) กล่าวคือ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายและความปลอดภัยในขณะโดยสาร

4. ด้านการส่งเสริมการใช้บริการ ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจในระดับ พึงพอใจมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การให้บริการและคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ที่มีความชัดเจน ระบบสมัครบัตรสมาชิกเพื่อความสะอาดสบาย มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มความเข้าใจในบริการ ตามลำดับและ ระดับพึงพอใจปานกลาง คือได้รับส่วนลดจากร้านค้าที่ร่วมรายการกับรถไฟฟ้า ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ธงชัย สันติวงษ์ (2550) กล่าวคือ การตลาดหมายถึงการผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนด ราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายและระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัยฐพร อุคम्महाลาภ (2553) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้บัตร การได้รับส่วนลดพิเศษจากร้านค้าที่ร่วมรายการ การให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบัตรและการให้บริการและคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ มีความชัดเจน จะส่งผลต่อแนวโน้มการใช้ในอนาคตและการแนะนำให้บุคคลอื่นใช้เพิ่มขึ้นระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับตัวแบบของพฤติกรรมผู้บริโภคของคอตเลอร์ (2000) กล่าวว่า การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้น ความต้องการซื้อ

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ เพราะลูกค้า จะตอบสนองต่อการให้บริการโดยรวมของผู้ประกอบการ เช่น ความปลอดภัยในการใช้บริการรถไฟฟ้า สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ระบบการเชื่อมต่อของการเดินรถไฟฟ้าที่ครบวงจร จำนวนเที่ยวการวิ่งของรถไฟฟ้าเพื่อให้สอดคล้องกับจำนวนผู้ใช้บริการ เป็นต้น

2. ผู้ประกอบการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครควรให้ความสำคัญต่อคุณค่าของการบริการ เพราะลูกค้า จะตอบสนองต่อการให้บริการ โดยรวมของผู้ประกอบการ เช่น ราคาค่าโดยสารที่มีความเหมาะสมกับค่าครองชีพในพื้นที่นั้น ๆ บัตรโดยสารที่ครอบคลุมทุกเครือข่ายรถไฟฟ้า ความสะอาดภายในตัวรถไฟฟ้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีแจกแบบสอบถามออนไลน์เพียงอย่างเดียว ดังนั้นครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ ให้มีการกระจายแบบสอบถามในพื้นที่ทุกเขตอำเภอในกรุงเทพมหานครเพื่อเป็นแนวทางในการนำผลมาวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าในอนาคต เพื่อให้เกิดความแม่นยำในการวิจัยมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

Smittikai,C (2011). *Consumer Behavior*. Bangkok: Chulalongkorn University.

กนกพร สุนทรวาที. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้บริการช้อและความภักดีของลูกค้าต่อ

รถไฟฟ้าบีทีเอสในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะการจัดการ

กมลภพ ทิพย์ปาสะ. (2555). กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อ

กล้องสะท้อนภาพเลนส์เดียวระบบดิจิทัล. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะบริหารธุรกิจ

กฤษฎี ชนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวช

สำอางจากสารสกัดใบบัวบกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, การ

จัดการสาระและการสร้างคุณค่า

จรัส โพธิ์จันทร์. (2553). ความพึงพอใจในการทำงานของอาจารย์วิทยาลัยพยาบาลในภาคเหนือ.

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. สาขาวิชาบริหารการศึกษา

ชนะดา วีระพันธ์. (2555). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วน

ตำบลบ้านเก่า อำเภอพานทอง จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะการจัดการ

ชุดิวัฒน์ ไวมาลา. (2562). คุณลักษณะของกล้วยจากที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, ธุรกิจการเกษตร

ณัษฐพร อุดมมหาลาก. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้บัตร BTS

SmartPass ของรถไฟฟ้า BTS ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,

คณะการตลาด

ถาวร แสงอำไพ. (2556). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของพนักงานท่าอากาศยาน

ดอนเมือง. มหาลัษราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, คณะรัฐประศาสนศาสตร์

ธัญชนก บุญสมบัติ. (2556). ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ

รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ สายสีใต้ใหม่. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และ

การบัญชี

- เนติวุฒิ ชุมเพชร. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ
- บุญฤทธิ์ ชลิตตานนท์. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
- ปรัชญา ปิยะรังสี. (2554). การเปรียบเทียบพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสุราโรงงาน กับสุรากลั่นชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, บัณฑิตวิทยาลัย
- เพชร จิตต์แจ้ง. (2553). การศึกษาการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะวิทยาการจัดการ
- พันธวัช สักดิ์แก้ว. (2562). ความพึงพอใจของผู้โดยสารในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส สถานีอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะบริหารธุรกิจ
- พีระพัฒน์ นามกุล. (2561). ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากระบบการขนส่งทางไกลผ่านไฟเบอร์ออปติกของนักศึกษาปริญญาโทสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยรามคำแหง. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะศิลปศาสตร์
- มริษา ไกรรุ่ง. (2553). ความพึงพอใจของผู้โดยสารรถตู้โดยสารปรับอากาศประจำเส้นทาง กรณีศึกษา : สายกรุงเทพฯ – เพชรบุรี (หมายเลขเส้นทาง 73). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
- รัชฎาภรณ์ พรหมวิรัตน์. (2553). ความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ ของผู้ที่พักอาศัยในเขต อำเภอสรรพยา จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา, คณะการจัดการ
- วันดี รัตนกายแก้ว. (2554). พฤติกรรมการซื้อสินค้าในเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก. มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการประกอบการ
- ศิริรัตน์ สะหนูนิล. (2556). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส. มหาวิทยาลัยรังสิต, คณะบริหารธุรกิจ
- ศิริวรรณ วุ่นจินา. (2554). ความพึงพอใจของผู้มีสิทธิรับเงินบำนาญการบำนาญ : กรณีศึกษาของคลังและพัสดุ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ คณะพัฒนาสังคม
- สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2562). ความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตต่อการปฏิบัติงานและคุณลักษณะของบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อัปสร เลหาจารุภัทร์. (2557). การศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

หนังสือและบทความในหนังสือ

- นชกฤต วันตะเมธ. (2554). *หลักการโฆษณา*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- เสรี วงษ์มณฑา. (2554). *กลยุทธ์การตลาด วางแผนการตลาด*. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย
- ชูชัย สมมติไกร. (2554). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. กรุงเทพฯ: วิ.อินเตอร์พรีนซ์
- น้ำลิน เทียมแก้ว. (2558). *การพัฒนาระบบบริการสารสนเทศเพื่อการวิจัย* สำนักวิทยุบริการ มหาวิทยาลัย มหาสารคาม.
- ปณิศา มีจินดา. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์
- พรณี ชุติวฒนาธาดา (2554). *การบริหารคิเป็นอย่างไร* นนทบุรี : เกรท เอ็ดดูเคชั่น
- พรหมศิริ ปานเจริญ และ พัฒนุ พิธิยฐเกษม. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS*. กรุงเทพฯ: วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์
- พิษณุ จงสถิตวัฒนา. (2554). *การบริหารการตลาด การวิเคราะห์ กลยุทธ์ และการตัดสินใจ*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2557). *สถาบันวิจัยและพัฒนา*
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. (2555). *สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน*
- อาภากร ธาตุโลหะ และคณะ (2553). *การศึกษาคความพึงพอใจต่อการให้บริการหอสมุดมหาวิทยาลัยบูรพา ภาคปลายปีการศึกษา 2552*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- Bangkok Sawadee (2563). *การเดินทางในกรุงเทพ* สืบค้น 3 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.sawadee.co.th/bangkok/gettingaround.html>
- BEM (2563). *ประเภทตั๋วโดยสาร* สืบค้น 3 สิงหาคม 2563, จาก <https://metro.bemplc.co.th/Ticket-Type>
- BTS (2563). *เงื่อนไขการออกบัตร* สืบค้น 3 สิงหาคม 2563, จาก <https://www.bts.co.th/tickets/ticket-conditions.html>
- DATAROCKIE (2563). *รีวิวสูตรคำนวณจำนวนตัวอย่างของ อ.Taro Yamane* สืบค้น 7 สิงหาคม 2563, จาก <https://datarockie.com/2019/08/23/yamane-sample-size-calculation/>
- Preecha,K (2010). *Demand theory*. สืบค้น 3 สิงหาคม 2563,จาก <http://www.gotoknow.org>
- โพสต์ทูเดย์ (2563). *รถไฟฟ้าไม่ช่วยแก้จราจรเมืองต้องลดใช้รถ* สืบค้น 7 สิงหาคม 2563, จาก <http://www.posttoday.com/politic/news/561213>