

การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ
ให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

สารนิพนธ์

ของ

นายอำนาจ เสนาคี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๖๕๘ ๘๒๔๓

๐๖๘๖๗

๘๓

การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการ
ให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

บทคัดย่อ

ของ

นายอำนาจ เสนาดี

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม ๒๕๔๘

h 264551

อำนาจ เสนาดี (2548) การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน สารนิพนธ์ บช ม (การจัดการ) กรุงเทพฯ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รศ ศิริวรรณ เสรีรัตน์

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อ ศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อสวนประสมทางการตลาด และเครื่องมืออื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ,ราคา, การจัดจำหน่าย, การส่งเสริมการตลาด, บุคคลหรือพนักงาน ,การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ กระบวนการ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้ที่เคยใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน จำนวน 420 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (t-test Independent) ค่าความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA ณ ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Paired t-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 10,000-19,999 บาท

จากการเปรียบเทียบ ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการพบว่า

- 1 ด้านผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 2 ด้านราคา มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 3 ด้านช่องทางจำหน่าย มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมีทัศนคติปานกลาง ส่วนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีทัศนคติที่ไม่ค่อยดี
- 5 ด้านการบริการของพนักงาน มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 6 ด้านลักษณะทางกายภาพ มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 7 ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในปานกลางในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ผลการทดสอบสมมติฐานในด้านข้อมูลส่วนตัว ที่มีต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

เพศ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน
เป็นเพศหญิง มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และรองลงมา เพศชาย มีจำนวน 196 คน
คิดเป็นร้อยละ 46.7

อายุ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน
ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1

อาชีพ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถามจำนวน
420 คน ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 86.9

รายได้ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน
420 คน ส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน
ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน
ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6

ผลการวิเคราะห์คะแนนความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อ รถไฟฟ้าบีทีเอสกับ
รถไฟฟ้าใต้ดิน

พบว่าความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี
พบว่าความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ดี

**THE COMPARISON OF BANGKOK PASSENGER'S ATTITUDES TOWARD
BANGKOK SKYTRAIN AND SUBWAY TRAIN**

**AN ABSTRACT
BY
MR AMNART SENADEE**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of business Administration degree in Management
at Srinakharinwirot University
March 2005**

Amnart Senadee (2005) *The Comparison of Bangkok Passenger's Attitudes toward Bangkok Skytrain and Subway Train* Master's Project, M B A (Management)
Bangkok Graduate School, Srinakharinwirot University
Project Advisor Assoc Prof Sirivan Serrrat

The purpose of this research is to compare the attitudes of Bangkok Skytrain and Subway Train passengers toward marketing mix and other equipments in term of product price, place, promotion, service teamwork, physical evidence and presentation and process as well as to examine the relationship between attitudes of Bangkok Skytrain and Subway Train and satisfaction passengers towards Bangkok Skytrain And Subway Train

The samples consist of 420 passengers who have the experience of both transportation services. The statistics method used for data analysis consists of evaluating by the percentages, mean, standard deviation, reliability, t-test Independent, One-Way ANOVA, Paired t-test and Pearson Product Moment Correlation Coefficient

The research results revealed that most passengers are female with age ranged from 21-30 years old with education levels at bachelor's degree. Most occupation are corporate employees at income 10,000 - 19,999 Baht per month

The comparison of attitudes of passengers toward services revealed that

- 1 **Product (Service)** Passengers have good attitudes toward product(service) of use of BTS and MRT
- 2 **Price** Passengers have moderate attitudes toward the price of BTS and MRT
- 3 **Distribution channel** Passengers have good attitudes toward the service of BTS and MTR
- 4 **Promotion** Passengers have moderate attitude toward the promotion of BTS. However they have negative attitude toward the promotion of MRT
- 5 **Service teamwork** Passengers have good attitudes toward the service of BTS and MRT
- 6 **Physical evidence** Passengers have good attitudes toward the service of BTS and MTR
- 7 **Service procedure** Passengers have moderate attitudes toward the service of BTS and MTR

The result of the assumption up on personal data to the satisfaction of use of both BTS and MRT service is as follows

Sex Total 420 passengers who have done questionnaire are divided into 224 female (53.3%) and 169 male (46.7%)

Age From total 420 passengers who have done questionnaire, 338 people are ranged from 21-30 year old (80.5%)

Education Total 420 passengers who have done questionnaire, 345 persons have earned their education at bachelor's degree level (82.1%)

Occupation Total 420 passengers who have done questionnaire, 365 persons have been working in corporate and private sector (86.9%)

Income Total 420 passengers who have done questionnaire, 173 persons grant 10,000 – 19,999 Baht/month (41.2%)

Passenger's behavior Total 420 passengers who have done questionnaire, 135 persons use these transportation service 1-5 times /month (32.1%)

Passenger's behavior Total 420 passengers who have done questionnaire, 200 persons use these transportation service 1-5 times /month (47.6%)

The Analysis of Satisfaction of the Passengers toward BTS and MRT

We found that the average satisfaction of BTS Passengers have good satisfaction

We found that the average satisfaction of MRT Passengers have good satisfaction

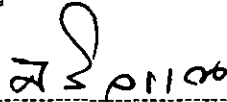
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้พิจารณา
สารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



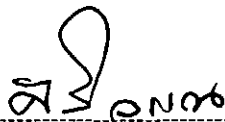
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

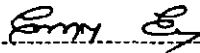


(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

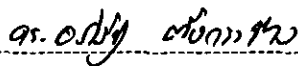
คณะกรรมการสอบ



ประธาน
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)



กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกูดตา)



กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจาง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 11 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งทุ่มเทเวลาให้แก่ศิษย์ และ รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ขอขอบคุณคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ จนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ จนประสบความสำเร็จจลุล่วงไปด้วยดี ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการของหลักสูตรบริหารธุรกิจที่อำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้การเลี้ยงดูและอบรมสั่งสอน ตลอดจนคอยให้กำลังใจและคำแนะนำที่ดี จนทำให้ผู้วิจัยสามารถทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ จนประสบความสำเร็จจลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้กรอกข้อมูลจาก เพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทางอินเทอร์เน็ต และผู้กรอกแบบสอบถามจากสถานีรถไฟบีทีเอสและสถานีรถไฟใต้ดิน จนทำให้มีข้อมูลเพื่อการวิจัยอย่างเพียงพอ และใคร่ขอขอบคุณทุกท่าน ที่มีส่วนช่วยเหลือที่มีได้เอ่ยนามไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

นายอำนาจ เสนาดี

สารบัญ

บทที่

	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	5
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	7
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
สมมติฐานในการวิจัย	12
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	48
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	48
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	52
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	58
5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	125
สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า	125
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	129
อภิปรายผล	149
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	151
บรรณานุกรม	163
ภาคผนวก	166
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	167
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย	174
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย	176
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	178

บัญชีตาราง

ตาราง

	หน้า
1 ตารางแสดงสถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ ปี พ ศ 2547	2
2 ตารางแสดงคำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H)	30
3 ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นทัศนคติผู้ใช้บริการ	55
4 ตารางแสดงจำนวนความถี่ และร้อยละ ข้อมูลทั่วไป	62
5 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์	65
6 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านความราคา	65
7 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านช่องทางจำหน่าย	66
8 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านการส่งเสริมการตลาด	67
9 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านการบริการของพนักงาน	68
10 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านลักษณะทางกายภาพ	69
11 ตารางแสดงข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านกระบวนการในการให้บริการ	70
12 ตารางแสดงความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ	71
13 ตารางแสดงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส	71
14 ตารางแสดงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน	72
15 ตารางแสดงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ช่วงวันใด	73
16 ตารางแสดงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ ช่วงเวลาใด	74
17 ตารางแสดงแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ	75
18 ตารางแสดงเปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	76
19 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุ ของผู้ใช้ BTS	77
20 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง การใช้บริการ BTS	78
21 ตารางแสดงความพึงพอใจ BTS เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ	79
22 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการศึกษา ของผู้ใช้ BTS	80
23 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของระดับการศึกษา	81
24 ตารางแสดงความพึงพอใจ BTS เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา	82
25 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอาชีพ ของผู้ใช้บริการ BTS	83
26 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของอาชีพ	84
27 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ ของผู้ใช้ BTS	85
28 ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของรายได้	85
29 ตารางแสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด พฤติกรรมการเดินทาง BTS	86

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	ตารางแสดงเปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	87
31	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุ ของผู้ใช้ MRT	88
32	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง การใช้บริการ MRT	88
33	ตารางแสดงความพึงพอใจ MRT เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ	89
34	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการศึกษา ของผู้ใช้ MRT	90
35	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของระดับการศึกษา	91
36	ตารางแสดงความพึงพอใจ MRT เป็นรายคู่ จำแนกตามระดับการศึกษา	92
37	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ ของผู้ใช้ MRT	94
38	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของอาชีพ	94
39	ตารางแสดงความพึงพอใจ MRT เป็นรายคู่ จำแนกตามอาชีพ	95
40	ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ ของผู้ใช้ MRT	96
41	ตารางแสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของรายได้	97
42	ตารางแสดงค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด พฤติกรรมการเดินทาง MRT	97
43	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์	98
44	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านราคา	100
45	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจด้านช่องทางจำหน่าย	102
46	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด	104
47	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านการบริการของพนักงาน	107
48	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพ	109
49	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ	112
50	ตารางแสดงตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ในด้านเส้นทาง	116
51	ตารางแสดงตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวม กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ในช่วงวันใด	117

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
52	ตารางแสดงตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ในช่วงเวลาใด	119
53	ตารางแสดงตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	120
54	ตารางแสดงตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	121
55	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์	122
56	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านราคา	123
57	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านช่องทางจำหน่าย	124
58	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด	126
59	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านการบริการของพนักงาน	127
60	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ	129
61	ตารางแสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ	131

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

	หน้า
1 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	23
2 การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด	26
3 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า	27
4 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	28
5 ทฤษฎีความคาดหวังของวูม	35

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่มีกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุดของประเทศทำให้ กรุงเทพมหานคร ได้ชื่อว่าเป็นมหานครที่ไม่เคยหลับ จึงมีประชากรจากภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศเดินทางเข้ามาในกรุงเทพมหานคร บางส่วนเข้ามาศึกษาเล่าเรียน บางส่วนมาหางานทำ หรือประกอบอาชีพต่าง ๆ ทำให้กรุงเทพมหานครต้องรองรับปัญหาของประชากรเหล่านี้เช่นปัญหาการจราจร ปัญหามลพิษจากยานพาหนะของอากาศ ฯลฯ โดยที่ปัญหามลพิษของอากาศ จะมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนจึงจำเป็นที่กรุงเทพมหานคร จะต้องเร่งแก้ไขอย่างเร่งด่วน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เคยตรวจสอบคุณภาพอากาศในกรุงเทพมหานครพบว่าปัญหา มลพิษของอากาศ ได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นตลอดมาโดยมีสาเหตุสำคัญมาจากไอเสียของยานพาหนะต่าง ๆ เช่น คิววินดำจากรถยนต์ประจำทาง และรถบรรทุก คิววินขาวจากรถจักรยานยนต์ประเภทสองจังหวัด และยิ่งบริเวณใดมีการจราจรหนาแน่นและติดขัดก็จะทำให้มีปัญหามลพิษของอากาศร้ายแรงยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีเหตุจากฝุ่นละอองฟุ้งกระจายในอากาศ อีกมากมายฝุ่นละอองเหล่านี้ มาจากรถบรรทุกดินวัสดุก่อสร้างรวมทั้งดินโคลนที่ติดมากับล้อและการก่อสร้างอาคารหรือการปรับปรุงหรือก่อสร้างถนนต่าง ๆ

ปัญหาการจราจรและขนส่งในพื้นที่กรุงเทพมหานครนับเป็นปัญหาระดับชาติ และมีใช่เป็นปัญหาเฉพาะในกรุงเทพมหานครเท่านั้น แต่ยังได้แพร่ขยายไปสู่พื้นที่ปริมณฑลโดยรอบ ซึ่งมีผลก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ เช่น การสิ้นเปลืองพลังงาน การสูญเสียเงินตราให้กับต่างประเทศเป็นจำนวนมากเพื่อนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง และเกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาอีกมาก ทั้งทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น มลพิษทางอากาศ ปัญหาด้านสุขภาพจิตและสุขภาพกายของประชาชน เป็นต้น การก่อสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ บนผิวจราจรยังทำให้การจราจรติดขัด ประชาชนเดือดร้อนรำคาญและอาจเป็นอันตราย แม้ว่ารัฐบาลและกรุงเทพมหานคร จะทุ่มเทงบประมาณเวลาและกำลังคนจำนวนมากในการแก้ไขปัญหา และพัฒนาประสิทธิภาพของระบบจราจรการขนส่งและสาธารณูปโภคมาโดยตลอด แต่ปัญหาดังกล่าวก็ยังคงมีอยู่และมีแนวโน้มว่าจะยังคงความรุนแรง เนื่องจากการแก้ไขปัญหาดังกล่าวมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ และมีการสะสมตัวของปัญหามาเป็นระยะเวลานานเช่น การบริการขนส่งสาธารณะที่ไม่มีประสิทธิภาพ ค่านิยมการใช้รถยนต์ส่วนตัวและการขาดระเบียบวินัยของประชาชน การประสานงานระหว่าง

หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การขยายตัวของเมืองและ จำนวนประชากรอย่างรวดเร็วพื้นที่ ที่จะใช้ในการพัฒนามีจำกัดประกอบกับการดำเนินโครงการพัฒนา ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะขนาดใหญ่ที่จะช่วยในการบรรเทาปัญหาด้านการจราจรและการขนส่ง ได้เป็นอย่างดี เช่น โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส และ โครงการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานคร สาเหตุหนึ่งมาจากการที่มีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วขณะเดียวกันเมื่อประชากรเพิ่มมากขึ้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางสัญจรไปมาก็ต้องเพิ่มมากขึ้นดังเงาตามตัว เพื่อรองรับความต้องการของประชากร โดยพิจารณาได้จาก

สถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก

ปี พ ศ 2547 สำนักมาตรฐานงานทะเบียนและภาษีรถ (กรุงเทพมหานคร)

ประเภทรถ	รวม	ม ค	ก พ	มี ค
รวมทั้งหมด	174,194	56,425	57,259	60,510
ก รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์	171,495	55,713	56,269	59,513
รย 1 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	58,889	19,437	19,543	19,909
รย 2 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	3,196	1,080	1,031	1,085
รย 3 รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	30,384	11,679	8,919	9,786
รย 4 รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล	14	3	4	7
รย 5 รถยนต์รับจ้างระหว่างจังหวัด	-	-	-	-
รย 6 รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน	2,076	587	674	815
รย 7 รถยนต์สี่ล้อเล็กรับจ้าง	-	-	-	-
รย 8 รถยนต์รับจ้างสามล้อ	-	-	-	-
รย 9 รถยนต์บริการธุรกิจ	59	38	-	21
รย 10 รถยนต์บริการทัศนาจร	-	-	-	-
รย 11 รถยนต์บริการให้เช่า	-	-	-	-
รย 12 รถจักรยานยนต์	76,763	22,861	26,049	27,853
รย 13 รถแทรกเตอร์	77	19	36	22
รย 14 รถบดถนน	13	3	4	6
รย 15 รถใช้งานเกษตรกรรม	-	-	-	-
รย 16 รถพ่วง	24	6	9	9
ล้อเลื่อน	-	-	-	-

ข รวมรถตามกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก	2,699	712	990	997
รวมรถโดยสาร	601	192	208	201
แยกเป็น - ประจำทาง	225	75	66	84
- ไม่ประจำทาง	324	105	117	102
- ส่วนบุคคล	52	12	25	15
รวมรถบรรทุก	2,098	520	782	796
แยกเป็น - ไม่ประจำทาง	859	207	364	288
- ส่วนบุคคล	1,239	313	418	508
โดยรถขนาดเล็ก	-	-	-	-

ฝ่ายสถิติ กลุ่มวิชาการและวางแผน สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก
ปี พ.ศ. 2547

จากข้อมูลดังกล่าวในช่วงต้น ปัญหาการจราจรที่ติดขัดในกรุงเทพมหานคร ส่วนหนึ่งมาจากจำนวนรถยนต์ต่างๆ ที่ใช้วิ่งโดยสารในกรุงเทพมหานครอย่างหนาแน่นการแก้ปัญหาการจราจรติดขัดในกรุงเทพมหานคร ที่เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจนคือการดำเนินการระบบขนส่งมวลชนอันได้แก่ การบริการรถประจำทาง หรือ ขสมก, การจัดบริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยวิ่งรับส่งระหว่างในเมืองถึงชานเมือง, การให้สัมปทานเอกชนในการเดินรถประจำทางปรับอากาศรถเมล์เอกชน และถึงแม้ว่าจะมีการตัดถนนเพิ่มขึ้น แต่ก็มิได้สามารถแก้ปัญหาให้ทุเลาเบาบางลงได้ แต่ก็มีทดลองโดยใช้วิธีต่างๆ เช่น การปรับปรุงระบบการจราจร เดินรถทางเดียว (One Way) สร้างทางด่วน (Express Way) สายต่างๆ พร้อมทั้งมีการจำกัดเส้นทางเดินรถประจำทาง (Bus Lane) แต่การแก้ปัญหาโดยวิธีการเหล่านี้ก็ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าใดนัก จึงมีโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อแบ่งเบาภาระจราจร

โครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่รัฐให้สัมปทานแก่เอกชนเพื่อสร้าง และประกอบการ ระบบขนส่งมวลชน วิ่งบนทางยกระดับ 2 สาย ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยบรรเทาปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานคร และเพื่อให้ประชาชนมีทางเลือกในการเดินทาง ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งกรุงเทพมหานครได้ประกาศเชิญชวน ให้เอกชนยื่นรายละเอียด ข้อเสนอของโครงการ และ ข้อเสนอของกลุ่มนายง ได้รับการคัดเลือกกว่ามีความเหมาะสมมากที่สุด กลุ่มนายง จึงได้ก่อตั้ง บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (BTSC) ขึ้นตามข้อเสนอ เพื่อรับสัมปทาน เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2535 และได้ลงนามสัญญาสัมปทานกับกรุงเทพมหานครเมื่อวันที่ 9 เมษายน 2535 ซึ่งได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม สัญญาสัมปทาน เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2538 และวันที่ 28 มิถุนายน 2538

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล เดิมที่เรียกว่าโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง - บางซื่อ(สายสีน้ำเงิน) เป็นรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใต้ดินแห่งแรกของประเทศไทย โครงการรถไฟฟ้ามหานคร ถือกำเนิดมาจากมติคณะรัฐมนตรีสมัยนายกรัฐมนตรี นายอินทน์ บัณยารชุน เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2535 ให้จัดตั้งองค์การรถไฟฟ้ามหานคร (รฟม) ขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แต่เดิมโครงการนี้ได้ออกแบบให้มีสายทางเดินรถในลักษณะยกระดับเหนือดินทั้งหมด โดยรัฐเป็นผู้ลงทุนโครงการเองทั้งหมด แต่ต่อมาได้มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการลงทุน โดยให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนโครงการทั้งหมด และได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของโครงสร้าง ประมาณครึ่งหนึ่งของสายทางให้เป็นระบบใต้ดิน ท้ายสุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 12 กันยายน 2538 ให้ก่อสร้างโครงการฯ นี้เป็นระบบใต้ดินตลอดสาย โดยให้ รฟม ลงทุนก่อสร้างงานโยธา และเอกชนลงทุนระบบไฟฟ้า โดยให้เอกชนรับสัมปทานระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร โดยมีสถานีทั้งสิ้น 18 สถานี

การศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดินของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร นี้ นอกจากจะศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน แล้ว ยังศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม โดยแยกพิจารณาออกเป็นลักษณะด้านข้อมูลส่วนตัว เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่ผู้บริโภคมีต่อการใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้อาจจะเป็นแนวทางเพื่อประกอบการพิจารณาวางแผนพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข สิ่งที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ รถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่สังคมส่วนรวมโดยทั่วไป เพราะการสร้างโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน นี้ ต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากและระยะเวลาในการก่อสร้างที่ยาวนาน เพราะฉะนั้นโครงการเหล่านี้จึงควรที่จะเกิดประโยชน์ที่สูงสุดแก่สังคมส่วนรวมโดยทั่วๆ ไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ , อายุ , ระดับการศึกษา , อาชีพ , รายได้ , พฤติกรรมการเดินทาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน

2 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน

3 เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน

4 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน

5 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและ รถไฟฟ้าใต้ดิน

6 เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษา ทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทาง ให้แก่ผู้บริหารของบริษัท ซึ่งรถไฟฟ้าบีทีเอส ดำเนินการโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยมี นายเกษม จาติกวณิชเป็นประธานกรรมการ และ นายศิริ กาญจนพาสน์ เป็นประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่และรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล ได้รับสัมปทานโครงการโดย บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด ซึ่ง สามารถนำผลวิจัยครั้งนี้ไปเป็นข้อมูลในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการด้านต่างๆ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการแก้ปัญหาจราจร และปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1 ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการเปรียบเทียบผลการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้า บีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

1.1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ , อายุ , ระดับการศึกษา , อาชีพ , รายได้ , พฤติกรรมการเดินทาง

1 2 ทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน

1 3 ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

1 4 แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2 1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือผู้บริโภคนเพศชายและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

2 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ได้แก่

ประชาชนที่เดินทางผ่านเส้นทางรถไฟฟ้า บีทีเอส ซึ่งมี 2 สาย คือ

สายสุขุมวิท

แนวเส้นทางเริ่มจากบริเวณหน้าสวนจตุจักรตรงไปทางถนนพหลโยธิน ผ่านสะพานควาย, สนามเป้า, แล้วเลี้ยวอ้อมอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, ผ่านถนนเพชรบุรี, แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนพระราม 1 บริเวณ หน้าสยามดิสคัฟเวอรี ผ่านหน้าศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์, แยกราชประสงค์, เซ็นทรัลชิดลม, หน้าโรงเรียนมาร์แตเดอวีวิทยาลัย, เข้าสู่ถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ผ่านสวนเบญจศิริ, ดิเอ็มโพเรียม, วัดธาตุทอง, สถานีขนส่งสายตะวันออก (เอกมัย), ไปสิ้นสุดที่สถานีอ่อนนุชบริเวณปากทางเข้าซอยสุขุมวิท 77 (อ่อนนุช) มีสถานีทั้งสิ้น 17 สถานี รวมระยะทาง 16.8 กิโลเมตร

สายสีลม

แนวเส้นทางเริ่มจาก บริเวณหน้าสนามกีฬาศุภชลาศัย ถนนพระราม ผ่านหน้าสยามดิสคัฟเวอรี, ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์, แล้วเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนราชดำริที่แยกราชประสงค์, ผ่านพระพรหมณ์เอราวัณ, โรมแรมเพนนิงซูลา, สวนลุมพินี, แล้วเลี้ยวเข้าสู่ถนนสีลมบริเวณ หน้าโรงแรมดุสิตธานี, ผ่านย่านพัฒนาพงษ์, อาคาร CP Tower, แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ผ่านอาคาร Empire Tower จากนั้นเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนสาทร ผ่านตึกเอเชีย, โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์, หอการค้าจีน, ไปสิ้นสุดที่สถานีสะพานตากสิน บริเวณ เซิงสะพานตากสิน ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถเดินไปยังท่าหน้าสาทรได้ มีสถานีทั้งสิ้น 7 สถานี รวมระยะทาง 6.5 กิโลเมตร

ประชาชนที่เดินทางผ่านเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน สายเฉลิมรัชมงคล

สายสีน้ำเงิน

ขวงหัวลำโพง-บางซื่อ ประกอบด้วย 18 สถานี อันได้แก่ สถานีหัวลำโพง, สามยาน, สีลม, ลุมพินี, คลองเตย, ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, สุขุมวิท, เพชรบุรี, พระราม 9, ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย, ห้วยขวาง, สุทธิสาร, รัชดาภิเษก, ลาดพร้าว, พหลโยธิน, สวนจตุจักร, กำแพงเพชร และ บางซื่อ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาได้แก่ประชากรที่เกี่ยวข้องโดยจะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

- 1 กลุ่มผู้ใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส สายสีลม
- 2 กลุ่มผู้ใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส สายสุขุมวิท
- 3 กลุ่มผู้ใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน สายหัวลำโพง-บางซื่อ

โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไมทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 : 26) โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 420 คน และสำรองไว้ 10% ของกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 39 คน รวมเป็น 420 คน โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มดังที่กล่าวมาแล้วในขั้นต้น และเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่าง แบบโควตา (Quota Sampling) โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม โดยจะใช้การเลือกตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) แบ่งเป็นดังนี้

1 ข้อมูลส่วนตัว

1.1 เพศ แบ่งเป็น

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ แบ่งเป็น

1.2.1 อายุ 11 – 20 ปี

1.2.2 อายุ 21 – 30 ปี

1.2.3 อายุ 31 – 40 ปี

1.2.4 อายุ 41 – 50 ปี

1.2.5 51 ปี ขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

- 1.3.1 มัธยมศึกษาตอนต้น
- 1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช
- 1.3.3 อนุปริญญา / ปวส
- 1.3.4 ปริญญาตรี
- 1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

- 1.4.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.4.2 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.4.3 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
- 1.4.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- 1.4.5 อื่นๆ

1.5 รายได้ แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ

- 1.5.1 ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 1.5.2 5,000 – 9,999 บาท
- 1.5.3 10,000 – 19,999 บาท
- 1.5.4 20,000 – 29,999 บาท
- 1.5.5 30,000 บาท ขึ้นไป

1.6 พฤติกรรมการเดินทาง

- ทานใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยประมาณ ครั้ง/ เดือน
- ทานใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยประมาณ ครั้ง/ เดือน

2 ทิศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน

- ◆ ด้านผลิตภัณฑ์
- ◆ ด้านราคา
- ◆ ด้านช่องทางจำหน่าย
- ◆ ด้านการส่งเสริมการตลาด
- ◆ ด้านการบริการของพนักงาน
- ◆ ด้านลักษณะทางกายภาพ
- ◆ ด้านกระบวนการในการให้บริการ

3 2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

- ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
 - ◆ รถไฟฟ้าบีทีเอส
 - ◆ รถไฟฟ้าใต้ดิน

- แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตกับการใช้บริการของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อ
 - ◆ รถไฟฟ้าบีทีเอส
 - ◆ รถไฟฟ้าใต้ดิน

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่ตรงกันในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงขอกำหนดความหมายและขอบเขตของคำศัพท์เฉพาะต่าง ๆ ไว้ดังนี้

“รถไฟฟ้าบีทีเอส” หมายถึง รถขนส่งมวลชนความเร็วสูงแบบมาตรฐาน (Heavy Rail) ประกอบด้วยรถจำนวน 3 หรือ 6 คัน พ่วงต่อกัน รถที่ใช้ มีอยู่ สองประเภท หลัก คือ รถชนิดที่มีห้องคนขับ ซึ่งมีมอเตอร์ สามารถขับเคลื่อนได้ และ รถชนิด ที่ไม่มีห้องคนขับ หรือรถพ่วง มีทั้งชนิดที่มี และไม่มีมอเตอร์ รางบนรางคู่ยกกระดานความกว้างราง 1 435 เมตร (Standard guage) แยกทิศทางไปและกลับมีรางป้อนกระแสไฟฟ้าอยู่ด้านข้าง (Third Rail System) ขับเคลื่อนตัวรถแต่ละคัน มีความกว้าง ประมาณ 3 20 เมตร ยาวประมาณ 21 8 เมตร จุผู้โดยสาร ได้ประมาณ 320 คน/ตู้ เป็นผู้โดยสารนั่ง 42 คน และยืน 278 คน มีประตูเลื่อนกว้าง 1 40 เมตร ด้านละ 4 บาน ตัวถัง ทำด้วยเหล็ก ปลอดภัยดี ติดตั้ง ระบบปรับอากาศ พร้อมหน้าต่างชนิดกันแสง มีความปลอดภัยสูง และ ไม่มีผลกระทบต่อทัศนียภาพระบบที่ใช้

เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมีความคล่องตัวสูงและสามารถขยายระบบได้ มีความจุมากกว่า 50,000 คนต่อชั่วโมงต่อ ทิศทาง การควบคุมใช้คอมพิวเตอร์

“รถไฟฟ้ามหานคร”(รถไฟฟ้าใต้ดิน)หมายถึงรถไฟฟ้าขนาดใหญ่ (Heavy Rail) ใช้ล้อเหล็กวิ่งบนรางเหล็ก เป็นรถปรับอากาศขนาดกว้าง 3 2 เมตร ยาว 20 – 24 เมตร สูงประมาณ 3 7 เมตร ความจุ 320 คน/คัน ความเร็วในการเดินทางเฉลี่ย 35 กิโลเมตร/ชั่วโมง ให้บริการได้มากกว่า 40,000 คน/ชั่วโมง/ทิศทาง

“ลักษณะด้านข้อมูลส่วนตัว” หมายถึงเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่มีผลต่อทัศนคติการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

“พฤติกรรมการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส” หมายถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยใช้เส้นทางการให้บริการการเดินทางรถไฟฟ้าบีทีเอส มี 2 เส้นทาง คือ สายสีลม และ สายสุขุมวิท โดยมีจำนวนสถานีให้บริการรวม 23 สถานี โดยทั้ง 2 เส้นทาง มีสถานีเชื่อมเพื่อใช้ในการเปลี่ยนเส้นทาง คือ สถานีสยาม

“พฤติกรรมการใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน” หมายถึง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้เส้นทางการให้บริการการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดิน สายเฉลิมรัชมงคล ช่วงหัวลำโพง – บางซื่อ

“ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส” หมายถึงความคิดเห็นและความรู้สึกของ ประชาชนที่พร้อมจะตอบสนองในทางบวกหรือลบต่อการเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS)

“ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน” หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกของ ประชาชน ที่พร้อมจะตอบสนองในทางบวกหรือลบ ต่อการเลือกใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน

“ความพึงพอใจ” หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในจากประสบการณ์ของผู้บริโภคหลังจาก การใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส ว่ามีความพอใจหรือไม่อย่างไร

“ความพึงพอใจ” หมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในจากประสบการณ์ของผู้บริโภคหลังจาก การใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน ว่ามีความพอใจหรือไม่อย่างไร

“ความคาดหวัง” หมายถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งอาจจะเกิดจาก ประสบการณ์ที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นแล้วหรือยังไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น าก็ตาม โดยผู้บริโภคจะ มุ่งเน้นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้น ๆ มากที่สุด

“ประชาชน” หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีทัศนคติในการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

“สถานีรับ – ส่งผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอส” หมายถึง สถานีรับ – ส่งผู้โดยสาร ออกแบบให้ หลบเลี่ยงสาธารณูปโภคใต้ดิน และบนดิน และรักษาผิวจราจรบนถนนมากที่สุด โดยทั่วไป ออกแบบให้มีโครงสร้างแบบเสาเตี้ยตั้งอยู่บนเกาะกลางถนน เช่นเดียวกับโครงสร้างทางวิ่งโดย ทั่วไปมีความยาวประมาณ 150 เมตร มี 2 ลักษณะ คือ

- 1) สถานีประเภทมีชานชลาอยู่สองข้าง (Side Platform Station) โดยรถไฟวิ่งอยู่ตรงกลาง สถานี สถานีทั่วไปได้ออกแบบให้มีลักษณะแบบนี้เนื่องจากสร้างได้รวดเร็วและใช้เนื้อที่น้อย
- 2) สถานีประเภทมีชานชลาอยู่ตรงกลาง (CentrePlatformStation) รถไฟวิ่งอยู่สองข้าง สถานี ชนิดนี้มีประสิทธิภาพสูงกว่าแบบแรก แต่การก่อสร้างยุ่งยากกว่าเนื่องจากตัวรางต้องเบน

ออกจากกัน เมื่อเข้าสู่สถานี ทั้งนี้ ได้ออกแบบให้สถานีร่วมมีลักษณะแบบนี้ เนื่องจากคาดว่าจะมีผู้โดยสารเป็นจำนวนมาก

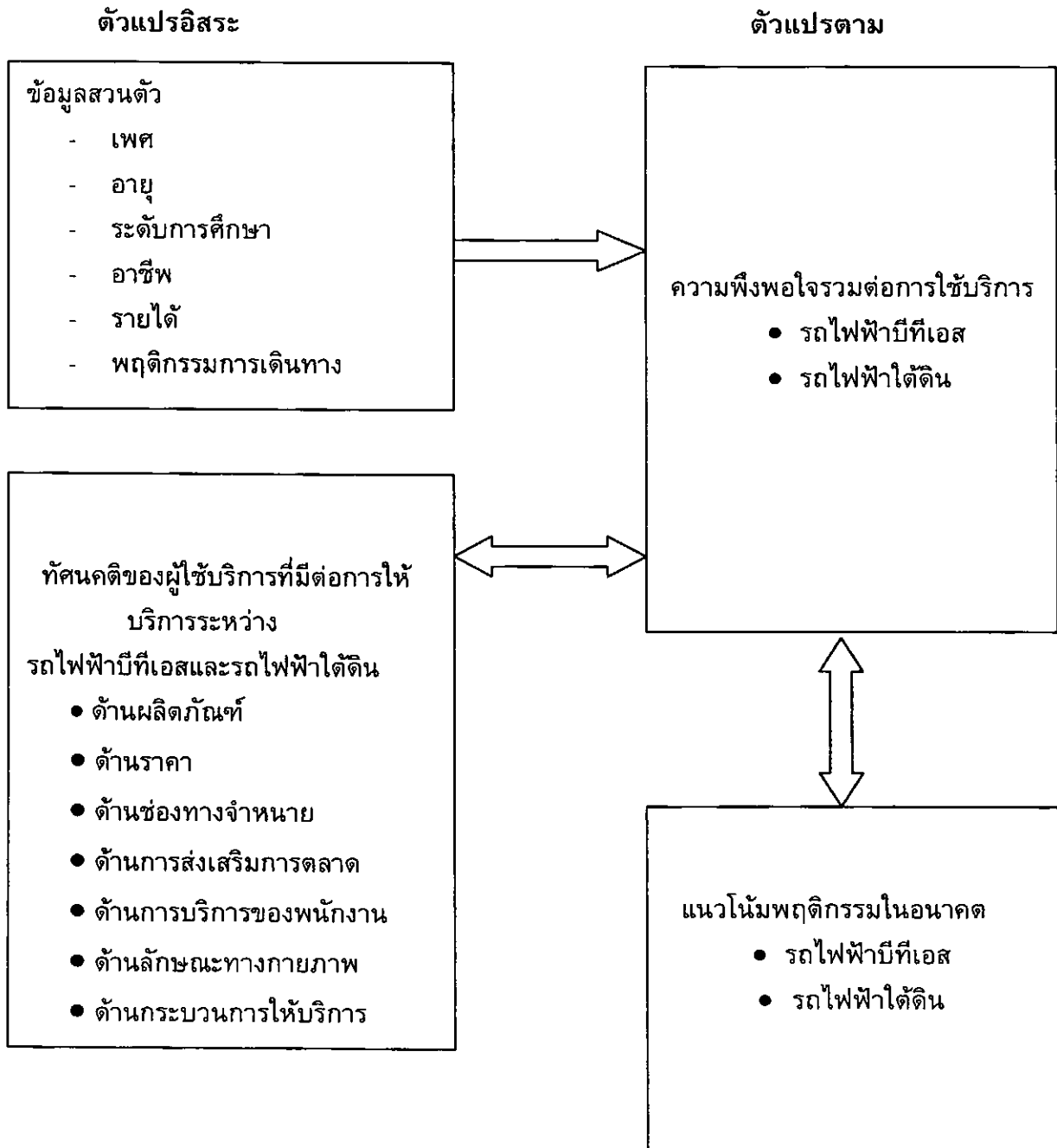
“สถานีรับ – ส่งผู้โดยสารรถไฟฟ้าใต้ดิน” หมายถึง สถานีรับ – ส่งผู้โดยสาร โดยสถานีแต่ละสถานีจะมีความลึกโดยเฉลี่ยจากผิวดินประมาณ 20 เมตร มีความกว้างประมาณ 23 เมตร ยาวประมาณ 200 เมตร มีประตูชานชาลา (Platform Screen Door) สภาพของพื้นที่สถานีส่วนใหญ่จะเป็นแบบชานชาลาอยู่ตรงกลาง รางรถไฟฟ้าจะอยู่ 2 ด้านของชานชาลา ยกเว้นบางสถานี จะมีอุโมงค์ซ้อนกันโดยรางรถไฟฟ้าจะอยู่คนละชั้น

“การแก้ไขปัญหาจราจร” หมายถึง การจัดให้มีโครงการต่างๆหรือนโยบายขึ้นเพื่อช่วยบรรเทาปัญหาจราจรที่แออัดในกรุงเทพมหานคร ให้ลดน้อยลงจากที่เป็นอยู่ได้แก่ การห้ามรถยนต์สวนตัวขับเพียงคนเดียวยิ่งในเขตเมืองจราจรที่คับคั่ง การสร้างรถไฟฟ้าลอยฟ้า (BTS) การสร้างรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน, MRT) การจัดสรรรถโดยสารประจำทางให้เพียงพอประชาชนในกรุงเทพมหานคร และการสร้างเส้นทางลัดและมีเครื่องหมายบอกทาง รวมไปถึงการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากปัญหาจราจร เป็นต้น

“การรับรู้ข่าวสาร” หมายถึง การได้รับฟังข่าวสาร อ่านหรือติดตามข่าวสารเรื่องราวต่างๆจากสื่อบุคคล หรือ สื่อมวลชน ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานวิจัยและเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบ ให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

3 ทศนคติต่อการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการ ของรถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

4 ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

5 ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร, แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

- 1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ 7Ps
- 3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
- 4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 6 แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง
- 7 ความเป็นมาของ โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส และโครงการรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายทัศนคติ

ความหมายของทัศนคตินั้นมีผู้ได้ให้ความหมายไว้มากมายซึ่งแตกต่างกันไปดังนี้ ลัดดา กิติวิภาต (2532 2) ให้ความหมายทัศนคติ คือความคิดที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ ซึ่งทำให้เกิดความพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก

ธงชัย สันติวงษ์ (2540 191) ให้ความหมายทัศนคติ คือสิ่งซึ่งเราทำการอธิบายด้วยวิธีการอ้างอิงถึงสิ่งที่อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภค ซึ่งสิ่งที่เป็นสาเหตุที่อยู่ภายในตัวกลาวนี้เอง เป็นเหตุทำให้มีผลกระทบต่อแบบของพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งเป็นส่วนที่สามารถสังเกตเห็นได้

ณรงค์ สินสวัสดิ์ (2518 4) ให้ความหมายทัศนคติ คือ การที่บุคคลคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่งหรือการกระทำอันหนึ่งในทำนองว่าดีหรือไม่ สมควรหรือไม่ เหมาะสมหรือไม่

เจลีเยว บุรีภักดี (2517 218) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งทัศนคติที่เรามีต่อสิ่งต่างๆเกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่ได้รับเพิ่มขึ้น แต่กระบวนการอาจจะเร็วหรือช้าสุดแต่ชนิดของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

ไอเซน (1975 6) ให้ความหมายทัศนคติ คือ อารมณ์ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ที่ตอบสนองต่อวัตถุ บุคคล สถาบันหรือสถานการณ์

ชิฟแมนและคานัค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539 188, อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk n d) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ซิลเวอร์แมน (ศุภร เสรีรัตน์ 2544 171,อ้างอิงจาก Silverman n d) ให้ความหมายทัศนคติ คือความโน้มเอียงที่จะตอบสนองต่อลักษณะใดๆ โดยเฉพาะสำหรับตัวกระตุ้น อันได้แก่ บุคคล วัตถุ และสถานการณ์

เซอร์ฟ และนีเบอร์กัล(1965 4) ให้ความหมายทัศนคติ คือ หลักการที่บุคคลสนับสนุนและยึดมั่นเกี่ยวกับสิ่งใดๆ หรือ ประเด็นใดๆ หรือบุคคลหรือกลุ่มคนหรือสถาบันใดๆ

โมเวนและไมเนอร์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543 190,อ้างอิงจากMoven and Minor n d) ให้ความหมายทัศนคติคือ แกนกลางของความรู้สึกชอบและไม่ชอบของบุคคล กลุ่ม สถานการณ์ สิ่งของและความคิดเห็นที่เรามองไม่เห็น

โปวี ฮุสตัน และทริล(1995 121) ให้ความหมายทัศนคติ คือความโน้มเอียงในด้านบวก หรือความโน้มเอียงในด้านลบของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่างๆ ซึ่งมีทัศนคติมีความสำคัญมากต่อนักการตลาดเพราะทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการซื้อและการกระทำการซื้อของผู้บริโภคทั้งหลาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542 44) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต โดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อ สร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ใน ความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ

องค์ประกอบของทัศนคติ

เจนกินส์ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543 192,อ้างอิงจาก Jenkins n d)ได้แบ่ง องค์ประกอบของทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1 องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Element)หมายถึง อาการทาง วัตถุที่ ทัศนคติเข้าไปเกี่ยวข้องและได้รับการนึกเห็นภาพพจน์ หรือความเชื่อที่ช่วยสร้างคุณค่า ประกอบด้วยความเชื่อต่างๆ

2 องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบ (Affective Element) หมายถึง ความรู้สึกของการชอบและไม่ชอบที่บุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ว่าเรารู้สึกอย่างไร มีทั้งความรู้สึกในทางบวกและทางลบ

3 องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม (Behavioral Element) หมายถึง แนวโน้มที่จะมีการปฏิบัติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่คนเรามีทัศนคติเกี่ยวข้องในสิ่งนั้น

คุณสมบัติและลักษณะของทัศนคติ

ดูบ, เซน, ฮอฟแลนด์และคณะ, เซอร์รีฟและเซอร์รีฟ, ซอร์วและไรท์, แคริชและคณะ, แมคเดวิดและฮาวารี (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ 2538, อ้างอิงจาก Doob 1947, Chein 1948, Hovland, et al 1953, Sherif and Sherif 1956, Shaw and Wright 1996, Krech, et al 1962, McDavid and Harari 1969) ได้รวบรวมลักษณะที่สำคัญของทัศนคติไว้ดังนี้

1 ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือเกิดจากการสะสมประสบการณ์ของ แต่ละบุคคล ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่กำเนิด

2 ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทัศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือเหตุการณ์ ซึ่งจะเป็นสื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

3 ทัศนคติมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) คุณภาพและความเข้มของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกระดับความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ คุณภาพของทัศนคติเป็นสิ่งที่ได้จากการประเมิน เมื่อบุคคลประเมินทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ (ความรู้สึกไม่ชอบ) ต่อสิ่งนั้น

4 ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) เนื่องจากทัศนคติเกิดจากการสะสมประสบการณ์และผ่านกระบวนการเรียนรู้มาอย่างไรก็ตาม แม้ทัศนคติจะมีความคงทนก็จริง แต่ก็ไม่จำเป็นที่เราต้องมีทัศนคติเช่นนั้นตลอดไป นวลศิริ เปาโลหิตย์ (2527) กล่าวว่า ทัศนคติของมนุษย์เราเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอ

5 ทัศนคติต้องมีที่หมาย (Attitude Object) ที่หมายเหล่านี้ เช่นวัตถุ สิ่งของ คน สถานที่หรือเหตุการณ์

6 ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับวัตถุ สิ่งของ บุคคลอื่นหรือสถานการณ์

ชิฟแมน และคานัค (เสรี วงษ์มณฑา 2542 106-107, อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk n d) กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทัศนคติว่ามี 4 ประการ คือ

1 ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่งประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด

2 ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์โดยตรง ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจาก

สื่อมวลชน

3 ทักษะที่ไม่เปลี่ยนแปลงมีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา และมีความสอดคล้องกันเป็นไปในทางเดียวกัน

4 ทักษะที่เกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม เหตุการณ์ และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกระทบโดยสถานการณ์

ประเภทของทัศนคติ

วอลเลอร์ส (ศุภร เสรีรัตน์ 2544 173, อ้างอิงจาก Walter 1978 261) ได้แบ่งประเภททัศนคติไว้ 5 ประเภท ได้แก่

1 ความเชื่อ (Beliefs) คือ ความโอนเอียงที่ทำให้ต้องยอมรับ เพราะเป็นข้อเท็จจริง และเป็นสิ่งที่มีการสนับสนุนโดยความเป็นจริงหรือข้อมูลอื่น ๆ ที่มีน้ำหนักมาก ส่วนใหญ่ความเชื่อจะเป็นสิ่งที่มีเหตุผลที่ถาวรแต่อาจจะมีความสำคัญก็ได้

2 ความคิดเห็น (Opinions) คือความโน้มเอียงที่ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอน ความคิดเห็น มักจะเกี่ยวข้องกับคำถามในปัจจุบันและง่ายที่จะเปลี่ยนแปลง

3 ความรู้สึก (Feelings) คือความโน้มเอียงซึ่งมีพื้นฐานมาจากอารมณ์โดยธรรมชาติ

4 ความโอนเอียง (Inclination) คือรูปแบบบางส่วนของทัศนคติเมื่อผู้บริโภครอคอยในภาวะที่ตัดสินใจไม่ได้

5 ความมีอคติ (Bias) คือความเชื่อทางจิตใจที่ทำให้เกิดอคติหรือความเสียหายในทางตรงข้ามกับข้อเท็จจริงที่มีอยู่

ความสัมพันธ์ของทัศนคติและพฤติกรรม

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2544 202) พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคลคนนั้น โดยทั่วไปผู้บริโภคก่อปฏิกริยาต่างๆ ตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางแก่การตัดสินใจประเภทต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องการทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจนี้ ผู้บริโภคซึ่งมีทัศนคติของความตระหนี่ยอมจะใช้จ่ายน้อย และประหยัด ผู้บริโภคจะชอบพ้อคำที่เสนอสิ่งจูงใจให้ซื้อที่สอดคล้องกับทัศนคติหลักส่วนตัวของเขา แม้ความจริงจะไม่ปรากฏเช่นนั้นก็ตาม ทั้งนี้ได้หมายความว่าทัศนคติเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยไม่ผิดเลยบางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย ความมีสินค้ามาก ความต้องการลองของใหม่ เป็นต้น

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

ก K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด
 ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

ข A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบทราบแล้วชอบหรือไม่ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

ค P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

ผู้บริโภคจะประเมินทัศนคติโดยการถามคำถาม หรือการลงความเห็นจากพฤติกรรม กระบวนการของผู้บริโภคมีทัศนคติด้านบวก ต่อผลิตภัณฑ์นั้นสิ่งนี้แสดงข้อเสนอว่าความเป็นสากลทั้งหมดของพฤติกรรมผู้บริโภคจะสอดคล้องกับการซื้อ การเสนอแนะกับบุคคลอื่น การจัดลำดับการประเมินผลความเชื่อถือและความตั้งใจที่สัมพันธ์กับทัศนคติ ลักษณะทัศนคติมีดังนี้

1 ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า สิ่งหนึ่ง (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคจะสามารถตีความอย่างกว้างว่า ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดของผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา สื่อกลางหรือผู้ค้าปลีก

2 ทัศนคติมีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are a learned predisposition) มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน เช่น การโฆษณาเป็นสิ่งสำคัญที่จะระลึกว่าในขณะที่ทัศนคติอาจเกิดจากพฤติกรรม สิ่งนี้มีความหมาย ไม่ตรงกับคำว่า พฤติกรรม แต่จะสะท้อนถึงการประเมินความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจของทัศนคติซึ่งอาจจะเป็นการชักจูงผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างหรือขับไล่ผู้บริโภคจากพฤติกรรมเฉพาะอย่าง

3 ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง (Attitude have consistency)
ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เป็นสิ่งสำคัญที่จะแสดงถึงความหมายของคำว่า ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยทั่วไปเราคาดหวังว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะตอบสนองต่อทัศนคติ ตัวอย่าง ผู้บริโภคมองรถยนต์เยอรมันว่าเป็นรถที่มีความหรูหรา ภาพลักษณ์สูง มองรถยนต์ญี่ปุ่นว่ามีคุณภาพดี ดังนั้นถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่หรูหรา ภาพลักษณ์สูงก็จะเลือกจะเลือกรถยนต์เยอรมัน ถ้าผู้บริโภคต้องการรถที่มีคุณภาพดี ราคาต่ำก็จะซื้อรถยนต์ญี่ปุ่น

4 ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ (Attitude occur within a situation)
ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติและพฤติกรรมสถานการณ์เฉพาะอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้ แต่ละบุคคลจะมีทัศนคติต่อพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่แตกต่างกัน

ขึ้นกับสถานการณ์เฉพาะอย่างด้วย สิ่งสำคัญที่จะทำความเข้าใจถึงวิธีการที่ทัศนคติของผู้บริโภค แตกต่างในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งมีประโยชน์ที่จะรู้ถึงความพึงพอใจของผู้บริโภค

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินชีวิต เพราะ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ว่าเป็นไปในทิศทางใด ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นได้ของบุคคลนั้นได้ และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

เทอร์สโตน (Thurstone 1967 77)กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม หรือ การกระทำของมนุษย์ จะเป็นเครื่องชี้ทัศนคติได้ดีกว่าการแสดงออกทางคำพูด แต่พฤติกรรมนี้ก็อาจจะไม่ตรงตามความเป็นจริงก็ได้

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ (2534 130) กล่าวว่าทัศนคติมีเทคนิควิธีการหลายวิธีซึ่งแตกต่างกันออกไปอันได้แก่

1 การวัดทัศนคติโดยใช้ช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Interval) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดยเทอร์สโตน (Thurstone) มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้ คือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคลให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้เพื่อนำไปให้ตุลาการพิจารณาให้เห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้นมา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงเห็นด้วยอย่างมาก จำนวน 11 ลำดับแล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ซึ่งสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์นี้ได้จากการให้ระดับข้อความต่างๆ ทั้งหมดจากคณะตุลาการ

2 การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีการลิเคิร์ต (Likert Method of Sumated Ratings) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดย เรอนิส ลิเคิร์ต (Renis Likert) โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลายๆข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษา การตอบแบบสอบถามนี้มีให้เลือก 5 ข้อ คือ 1) เห็นด้วยอย่างมาก 2) เห็นด้วย 3) ไม่แน่ใจ 4) ไม่เห็นด้วย 5) ไม่เห็นด้วยอย่างมาก

การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้ตั้งแต่ 0 ถึง 4 หรือจาก 1 ถึง 5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3 การวัดทัศนคติโดยวิธีวิเคราะห์สเกล (Scalergram Analysis) วิธีวิเคราะห์สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขอบข่ายในการประเมินผลกลุ่มของข้อความกลุ่มหนึ่งๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้องในการสร้างสเกลโดยวิธีของกัทแมน (Guttman) หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นกัทแมน (Guttman) เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคติ ควรเลือกข้อความจำนวนเล็กน้อย (4-6 ข้อความ) โดยเลือกจากข้อความหลายๆ ข้อความ ซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4 การวัดทัศนคติโดยวิธีจำแนกความหมาย(Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่างๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนกจะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ จะให้กลุ่มบุคคลที่จะศึกษาประเมินค่าเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากที่สุดน้อย เช่น ดี-เลว, ช้า-เร็ว, สะอาด-สกปรก เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกัน ดังตัวอย่างที่กล่าวมา และลำดับข้อความมากที่สุด จากด้านหนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่งทั้งหมด 7 อันดับ

กมลรัตน์ หล้าสูงษ์ (2527 187) กล่าวว่า การวัดทัศนคติ สามารถวัดได้หลายวิธี ดังนี้

1 การวัดโดยการประมาณความรู้สึกของตนเอง(Self-report Measures) เป็นวิธีวัดทัศนคติทางสังคม มีนักจิตวิทยาสร้างเครื่องมือขึ้นเพื่อวัดเป็นมาตรฐานประมาณความรู้สึก ซึ่งมีอยู่หลายสเกลที่เป็นที่ยอมรับมาก

1.1 สเกลของเทอร์สโตน (The Thurstone Scale) สร้างโดย หลุยส์ เทอร์สโตน (Louis Thurstone) ในปี ค.ศ. 1928 มีทั้งหมด 11 ระดับความรู้สึก โดยระดับที่ 1-5 เป็นทัศนคติทางบวก และระดับที่ 6 เป็นความรู้สึกกลางๆ และระดับที่ 7-11 เป็นทัศนคติทางลบ

1.2 สเกลของลิเคิร์ต (The Likert Scale) สร้างโดย เรนซิส ลิเคิร์ต (Rensis Likert) ในปี ค.ศ. 1930 มีทั้งหมด 5 ระดับความรู้สึก ต่อไปนี้ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, ไม่น่าใจ, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

1.3 สเกลของโบการ์ตัส (The Bogardus Scale) สร้างโดย อีโมรี โบการ์ตัส (Emory Bogardus) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่วัดทัศนคติด้านสังคม โดยสร้างคำถาม 7 ข้อ แล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ เฉพาะข้อที่ตรงกับความรู้สึกเพียงข้อใดข้อหนึ่งหรือมากกว่าหนึ่งข้อขึ้นไป

1.4 สเกลที่ใช้ความหมายของคำที่แตกต่างกัน สร้างโดย ออสกูด ซูซี และแทนแนนเบอร์ม (Osgood, Succi and Tannenbaum) ในปี ค.ศ. 1957 เป็นสเกลที่ใช้คำหรือวลีที่มีความหมายตรงกันข้ามเป็นคู่ๆ มีสเกลที่ประมาณความรู้สึก 7 ระดับในแต่ละวลี และแบ่งการวัดทัศนคติเป็น 3 สเกลคือ

(1) สเกลประเมินผล (Evaluative Scale) เป็นการวัดด้านการประเมินความรู้สึก ได้แก่ ดี-เลว, ชอบ-ไม่ชอบ

(2) สเกลที่แสดงถึงพลัง (Potency Scale) เป็นการวัดความแข็งแรง ได้แก่ แข็ง-อ่อน, หนัก-เบา

(3) สเกลที่แสดงถึง การแสดงออก หรือการเคลื่อนไหว(Active Scale) เป็นการแสดงเคลื่อนไหวโดยใช้คำศัพท์อธิบาย ได้แก่ ช้า-เร็ว

15 สเกลที่ใช้คำถามในการทำงานยอมรับหรือปฏิเสธ สร้างโดยแอลพอร์ต และ ฮาร์ดแมน (Allport and Hardman) สเกลนี้จะให้ผู้ตอบแสดงทัศนคติต่อรับหรือปฏิเสธเท่านั้น ได้แก่ เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย, ชอบ-ไม่ชอบ

16 สเกลที่ใช้เครื่องหมายปลายปิด สร้างโดยแคมเบล และชูแมน (Cambel and Schuman) สเกลเป็นรูปแบบที่เปิดโอกาส ให้ผู้ตอบทัศนคติได้แสดงความรู้สึกที่แท้จริงตามธรรมชาติเป็นการแสดงทัศนคติที่อิสระโดยที่ผู้ถามหรือผู้วิจัยไม่สามารถคาดการณได้ล่วงหน้า

2 การสังเกตพฤติกรรมที่แสดงสร้างโดย ลา ปีแอร์ (La Pierres) ในปี ค.ศ 1934 โดยการสร้างสถานการณ์ขึ้นระยะหนึ่ง จนกระทั่งเกิดความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสถานการณ์นั้นแล้ว ผู้วัดทัศนคติต้องสังเกตพฤติกรรมที่เขาแสดงออกแต่แรก จนกระทั่งสิ้นสุดการสร้างสถานการณ์

3 การตีความหมายหรือแปลความหมายจากปฏิกิริยาที่บุคคลแสดงต่อสิ่งเร้าบางชนิด ซึ่งเทคนิคนี้มีหลายวิธี ได้แก่ การดูภาพแล้วเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากภาพ, การดูภาพหยดหมึก แล้วบอกว่าภาพที่เห็น คืออะไรพร้อมเหตุผลว่าทำไมจึงเห็นภาพเช่นนั้น และการทำนายพฤติกรรมที่อาจเกิดขึ้นของบุคคลหรือละคร เป็นต้น

ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ทัศนคติมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าเป็นไปในทิศทางใด ย่อมจะทำให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถวางแผนและดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง

ภิรมย์ เจริญผล (2538 168) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1 วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องมือทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางใด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้องและอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย

2 วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้นเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คล้ายคลึงกันซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม

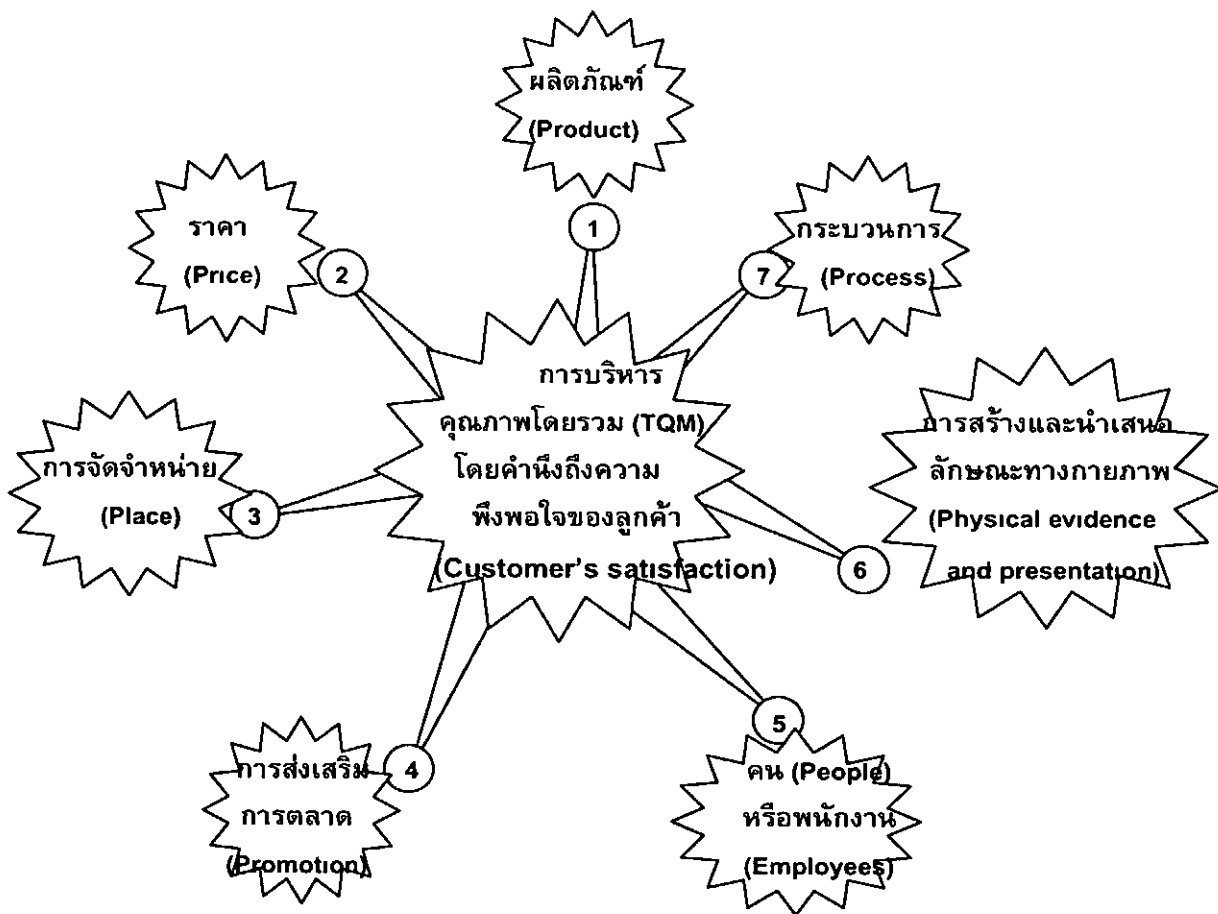
3 วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้ทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่งจะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้

4 วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่างๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคตินี้ สามารถนำไปวิเคราะห์ถึงทัศนคติในด้านต่าง ๆ ของประชาชนที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ว่ามีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกในเชิงบวก เชิงลบ หรือเฉยๆ ต่อ การบริการของพนักงาน ตัวบริการ ความสะดวก ในการใช้บริการ อาคารสถานที่ องค์กร ฯลฯ และสามารถวิเคราะห์ได้ถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการของประชาชนว่าเป็นอย่างไร

2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ 7Ps

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง ปี 2546) กล่าวถึง ธุรกิจที่ให้บริการจะใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ 4Ps เช่นเดียวกับสินค้า ซึ่งประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์ (Product) (2) ราคา (Price) (3) การจัดจำหน่าย (Place) (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และนอกจากนั้นแล้วยังต้องอาศัยเครื่องมืออื่นๆ เพิ่มเติม ซึ่งประกอบด้วย (5) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท (6) มีการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management TQM) ตัวอย่าง โรงแรมต้องพัฒนาลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ (7) มีกระบวนการ (Process) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้า ได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า (Customer satisfaction)



ภาพประกอบ 1 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(Marketing tools for services)

ที่มา ศิริวรรณ เสรีรัตน์ การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุง (2546 434)

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ กลยุทธ์การตลาดสำหรับการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 7Ps มาใช้วัดทัศนคติของลูกค้า จากกรอบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

ความหมายของบริการ

สมาคมการตลาดอเมริกัน (สุมนา อยู่โพธิ์ 2536 1, อ้างอิงจาก สมาคมการตลาดอเมริกัน ม ป ป) ให้ความหมายบริการ คือ กิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า

พจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ ศ 2530(สมิต สัชฌกร 2543 13, อ้างอิงจากพจนานุกรมฉบับเฉลิมพระเกียรติ พ ศ 2530) ให้ความหมาย บริการ คือ การปฏิบัติรับใช้การให้ความสะดวกต่าง ๆ

สุดาตวง เรืองรุจิระ(2541 316) ให้ความหมายบริการ คือ งานที่ไม่มีตัวตนสัมผัสไม่ได้ แต่สามารถสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้ในตลาดธุรกิจได้

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1 จับต้องไม่ได้ (Intangibility) เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ผู้บริโภคจึงไม่สามารถทดลองตัวอย่างบริการได้ ดังนั้นการส่งเสริมการขายจึงต้องมีความชัดเจน เกี่ยวกับคุณประโยชน์ที่ได้รับจากการบริการ

2 แยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) บริการแยกไม่ได้จากผู้ผลิตกับผู้ขาย บริการส่วนมากสร้าง แจกจ่ายและบริโภคพร้อมกันในเวลาเดียวกัน

3 ผลผลิตแตกต่างกัน (Heterogenert) แตกต่างกันทำให้การกำหนดมาตรฐานทำได้ยากหมายถึงเป็นการยากที่จะผลิตบริการให้มี มาตรฐาน เท่ากันทุกครั้งที่เกิดการบริการขึ้น

4 เป็นความต้องการที่สูญเสียดังง่าย และขึ้นลงมากตามฤดูกาล (Perishability and Fluetuating Demand) ไม่สามารถกักเก็บ

ความสำคัญของการบริการ

เนื่องจากปริมาณประชากรเพิ่มขึ้นและรายได้ก็เพิ่มขึ้นความต้องการในตัวสินค้าก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว แต่ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้คำนึงถึงเฉพาะตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว แต่จะมีเรื่องของการบริการเข้ามาเกี่ยวข้องในการตัดสินใจใช้หรือซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะสินค้าที่ต้องมีการบำรุงรักษา เช่น รถยนต์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องคอมพิวเตอร์ หรือแม้แต่การรับประกันคุณภาพสินค้า ดังนั้นการตลาดสมัยใหม่จะให้ความสำคัญด้านการให้บริการแก่ผู้บริโภค

ประเภทของงานบริการ

สามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ (ดนัย เทียนพุ่ม 20, อ้างอิงจาก Blumberg n d) ดังนี้

- 1 กิจกรรมการขายล่วงหน้า (Presales Activities) เป็นการเสนอหรือติดต่อลูกค้าที่มีศักยภาพ เพื่อให้ทราบถึงผลิตภัณฑ์ บริการใหม่ที่มีหรือเป็นการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าก่อนจะมีการขายจริง โดยผ่านการโฆษณาการส่งเสริมการขาย และรวมถึงการบริการด้วย ซึ่งทั้งหมดของการขายล่วงหน้า ก็คือ การบริการลูกค้า (Customer Service) กับ กิจกรรมหลังการขาย (After Sale/ Field Service) คือ การส่งมอบ การติดตั้ง การรับประกัน การบำรุงรักษา การฝึกอบรมและให้คำปรึกษา ฯลฯ
- 2 การส่งมอบหรือผลดำเนินงาน คือ การบริการพื้นฐาน (Basic Services) กับ การบริการสนับสนุน (Support Service)

จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการบริการ ข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การบริการที่ดีนั้นต้องประกอบไปด้วยการให้บริการมีลักษณะเฉพาะดังนี้ จับต้องไม่ได้ แยกออกจากกันไม่ได้ ผลผลิตแตกต่างกัน และ เป็นความต้องการที่สูญเสียได้ง่าย และขึ้นลงมากตามฤดูกาล

4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ (Satisfaction)

มอร์ส (อ้างใน ณรงค์ อุตมศรี 2542) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมาก ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งความตึงเครียดนี้ มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ”

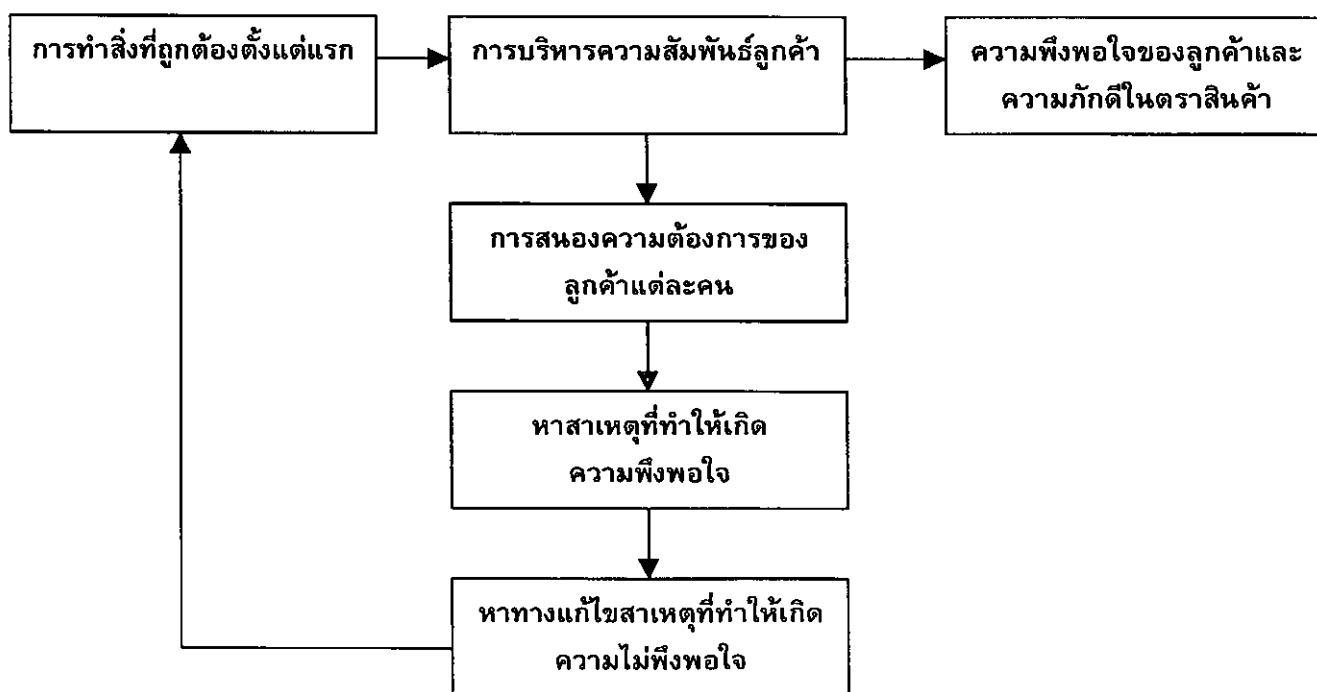
หลุย จำปาเทศ (อ้างใน นิภาพรรณ แก้วปัญญา 2542) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการ (Need) ได้บรรลุเป้าหมายพฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุขสังเกตได้จากสายตา คำพูดและการแสดงออก

อเดย์และแอนเดอร์เซน (อนงค์ เอื้อวัฒนา, 2542 อ้างอิงจาก Aday & Anderson 1975 4) ให้ความหมายถึงความพึงพอใจว่า “ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก หรือความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของคน ที่เกิดจากประสบการณ์ที่ผู้รับบริการเข้าไปในสถานที่ให้บริการนั้น ๆ และประสบการณ์นั้นเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งความพึงพอใจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกัน”

Anton Jon ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวเชื่อม ระหว่างความสำเร็จระยะสั้นและการเจริญเติบโตของธุรกิจระยะยาว ความสำคัญของความพึงพอใจของลูกค้าสามารถสรุปได้ ดังนี้ (นพพร พลายวงษ์, 2544 15-17 อ้างถึง Anton Jon, 1986 23-28)

- 1 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่สำคัญในการ เพิ่มส่วนครองตลาดและผลกำไร
- 2 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นนโยบายสำคัญของผู้บริหาร
- 3 ความพึงพอใจของลูกค้าเกี่ยวพันกับทุกส่วนในองค์กร
- 4 ความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้และสืบรู้ได้
- 5 ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นแนวทางในการจัดโครงสร้างองค์กรพื้นฐาน

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจของลูกค้า ที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอหรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังในตัวสินค้า หรือบริการซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับความพึงพอใจ คือกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จากการวิจัยของแอนตันและเดอรอยเตอร์ ในปี 1992 พบว่าพฤติกรรมในการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าทั้งสามกลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่า และพูดถึงบริษัทในทางไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำและกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ



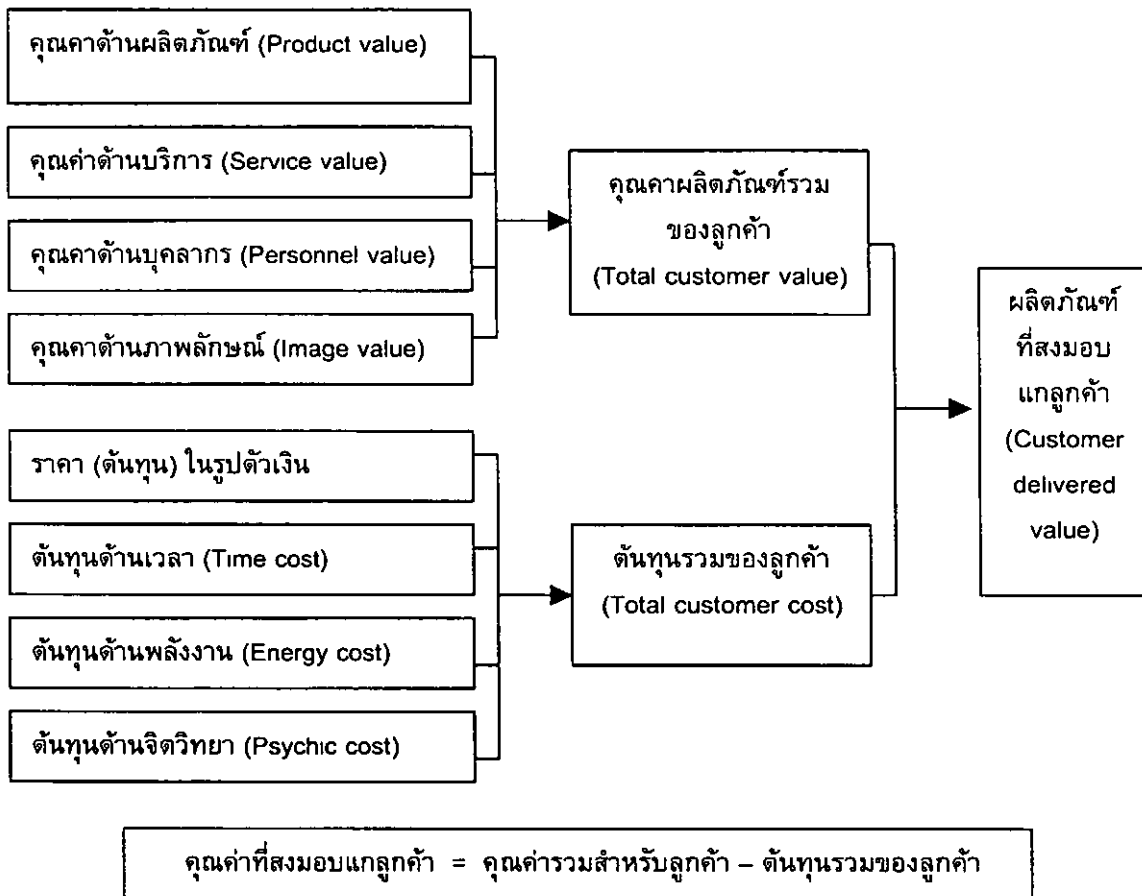
ภาพประกอบ 2 การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ที่มา นพพร พลายวงษ์, 2524 17 อ้างถึง Anton Jon, 1996 23

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 44 - 48) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มี ผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับความคาดหวังของลูกค้าระดับความพอใจของลูกค้า จะเกิดจากความแตกต่าง ระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล การคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานรวมกันกับฝ่ายต่าง ๆ โดยจัดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ก็คือ ราคาสินค้า

ความแตกต่างด้านการแข่งขันของผลิตภัณฑ์	คุณค่าผลิตภัณฑ์รวมในสายตาของลูกค้า
ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างด้านการบริการ ความแตกต่างด้านบุคลากร ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์	คุณค่าผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านการบริการ คุณค่าด้านบุคลากร คุณค่าด้านภาพลักษณ์

ภาพประกอบ 3 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า
(Customer value added)



ภาพประกอบ 4 แสดงคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (Customer delivered value) ที่มา ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 44 - 48)

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการ

John D Millet (อ้างในนิภาพรรณ แก้วปัญญา 2542) ได้ให้รายละเอียดเกี่ยวกับความพึงพอใจในบริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการ ไว้ดังนี้

- 1 การให้บริการเสมอภาค (Equitable Service) คือการบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค มีความเท่าเทียมกันตามแนวการบริหารงานของรัฐ ไม่มีการแบ่งชั้นกีดกันในการบริการ
- 2 การให้บริการที่รวดเร็ว ทันต่อเวลา (Time Service) ถ้าไม่ทันต่อเวลาแล้ว จะไม่เกิดประสิทธิภาพ ความพึงพอใจก็จะไม่เกิดขึ้น
- 3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) มีจำนวนและสถานที่การให้บริการอย่างเหมาะสม

- 4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ
- 5 การให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถให้มากขึ้นในขณะที่ใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

5.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ และคณะ (2541 124) กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการกล่าวคือ

- 1 พฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
- 2 เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาด (Marketing concept) ที่ว่าการทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดสิ่งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539 5) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่างๆ เหล่านั้น

องอาจ ปะทะวานิช (2525 9) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ซึ่งหมายถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่สามารถสร้างความพอใจในการซื้อให้แก่ผู้ซื้อมากที่สุดซึ่งสาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าและบริการอาจเป็นเพราะสินค้าและบริการนั้นๆ มีสิ่งจูงใจบางประการที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis consumer behavior)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 125) ได้ให้ความหมายของการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysis consumer behavior) ไว้ว่า เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (Marketing strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของ ผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

คำถามที่ใช้เพื่อค้นหาลักษณะและพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย WHO?, WHAT?, WHY?, WHEN?, WHERE?, และ HOW? เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 70s ซึ่งประกอบด้วย OCCUPANTS, OBJECTS, OBJECTIVE, ORGANIZATIONS,

OCCASIONS, OUTLETS and OPERATIONS ตารางที่ 2 แสดงการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภครวมทั้ง การใช้กลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ตาราง 1 คำถาม 7 คำถาม (6 Ws และ 1H)

เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (7Os)

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1 ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market ?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน (1) ประชากรศาสตร์ (2) ภูมิศาสตร์ (3) จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ (4) พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์การตลาด (4Ps) ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และสามารถตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายได้
2 ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy ?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ ก็คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่า คู่แข่งขัน(Competitive Differentiation)	กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategies) ประกอบด้วย (1) ผลิตภัณฑ์หลัก (2) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ได้แก่ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า รูปแบบบริการ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม (3) ผลิตภัณฑ์ควบ (4) ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (5) ศักยภาพผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ บริการ พนักงาน และภาพลักษณ์

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
3 ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy ?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของเขาด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1 ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา 2 ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (3) ปัจจัยเฉพาะบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ (1)กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์(Product Strategies) (2)กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วยกลยุทธ์การโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขายการส่งเสริมการขาย การให้ข่าว การประชาสัมพันธ์ (3) กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategies) (4)กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4 ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in The buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจซื้อ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การโฆษณาและ(หรือ)กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Advertising and promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5 ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy ?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือ ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาล วันสำคัญต่างๆ	กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) เช่น ทำการส่งเสริมการตลาด เมื่อใดจะสอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ
6 ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy ?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ บางลำพูพาราหุรัต สยามสแควร์ ฯลฯ	กลยุทธ์ช่องทางจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7Os)	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
7 ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) ตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึก ภายหลังจากการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มากคือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรง เช่น พนักงานขายจะกำหนดวัตถุประสงค์ในการขายให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจซื้อ

ตาราง 1

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) 125

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค สามารถอธิบายได้ว่า ลักษณะของผู้ใช้บริการได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยใดบ้าง และมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างไร เพื่อจะได้นำข้อมูลไปใช้ต่อไป

6. แนวความคิดเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

พจนานุกรมของเว็บสเตอร์โดยคอลลิน (Colin 1975 268) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังว่าเป็นความมุ่งหวัง คาดหวังสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าควรเกิดขึ้น โดยพิจารณาจากความเหมาะสม ตามความจำเป็นตามสมควรแห่งฐานะหรือสถานภาพ

มสช (2540 18) ได้กล่าวถึงความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐานและรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรือ อาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่เป็นที่ยอมรับว่าผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจมีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้น จะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ เช่น ความคาดหวังของคนไข้ที่รอให้แพทย์มาตรวจเช็คอาการป่วยย่อมแตกต่างจากการคาดหวังของวัยรุ่นที่ยืนรอเข้าแถวเพื่อขึ้นเรือเหาะในสวนสนุกเพราะคนใช้รู้สึกไม่สบายก็จะคาดหวังให้ได้รับการบริการที่รวดเร็วและเอาใจใส่เป็นพิเศษ

ทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังเป็นทฤษฎีรูปแบบของการรับรู้จากการประมวลผลความคิดของการจูงใจ อีกระบวนการคิดจากจิตสำนึกของคนด้วยการประเมินสถานการณ์ ทฤษฎีนี้จึงกลายเป็นทฤษฎีการตัดสินใจด้วย ซึ่งอธิบายว่าคนตัดสินใจว่าจะทำอะไรด้วยการประเมินผลลัพธ์ที่ออกมา และความน่าจะเป็นไปได้กับตัวของเขา

ทฤษฎีความคาดหวังนี้ ได้รับความคิดและการวิจัยมาจากคนหลายคน จากนักปราชญ์ นักเศรษฐศาสตร์ นักจิตวิทยา และผู้รับบริการ จุดเริ่มต้นของทฤษฎีนี้มาจากลัทธิตฤษฎี "The English Utilitarians and Principle of Hedonism" เป็นลัทธิต่อเอาผลประโยชน์เป็นสำคัญ โดยตั้งข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับจำนวนความสัมพันธ์ของความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจต่อสิ่งเร้าที่จะต้องตัดสินใจ บุคคลสำคัญที่เป็นนักคิดในยุคนั้น (ศตวรรษที่ 18,19) เกี่ยวกับทฤษฎีนี้ได้แก่ เบนแทม และมิลล์ (Jeremy Bentem and John Stuart Mill)

ในระหว่าง ค.ศ. 1930 - 1940 เกรท เลวิน และโทลแมน (Kurt Lewin and Edward Tolman) ได้ทุ่มเทการศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับการศึกษาทฤษฎีความคาดหวัง โดยวิเคราะห์จากธรรมชาติของผู้กระทำความเป็นไปได้ และบันทึกว่า "พฤติกรรมนั้นถูกตัดสินใจโดยผู้กระทำมากกว่าผู้ถูกกระทำ" ซึ่งดูเหมือนว่า เกรท เลวิน จะเป็นนักจิตวิทยาคนแรกของทฤษฎีความคาดหวังที่เอาหลักวิชาการจูงใจตามทฤษฎีนี้ไปใช้กับคน ซึ่งต่างจากนักจิตวิทยาคนอื่นๆ ที่ทดลองกับสัตว์เป็นส่วนใหญ่ จากการทดลองของเขาจะเกี่ยวกับการจูงใจคน เกี่ยวกับการบริหารบุคคล จนปัจจุบันเลวินยังเน้นอีกว่า ความต้องการของคนนี้จะก่อให้เกิดความเครียด (Tension) เมื่อใดความเครียดเกิดขึ้นเมื่อนั้นคนก็จะพยายามขจัดความเครียดหรือปลดปล่อยความเครียดนี้คือความสามารถในการแก้ปัญหาของคน และความเป็นคนก็จะเห็นได้จากความแตกต่างกันในด้านความสามารถตรงนี้

เลวิน (Lewin 1940) ได้ศึกษาความคาดหวังของคนซึ่งเป็นตัวนำในการจูงใจให้เกิดพฤติกรรมตลอดมาจนในที่สุดเขากล่าวว่า คนมีความคาดหวังในความคิดไว้ก่อนเสมอ ไม่ว่าคนจะนึกอะไร จากการศึกษานี้ของเขาย่างน้อยได้ก่อให้เกิดประโยชน์หลักๆ 3 ประการ คือ

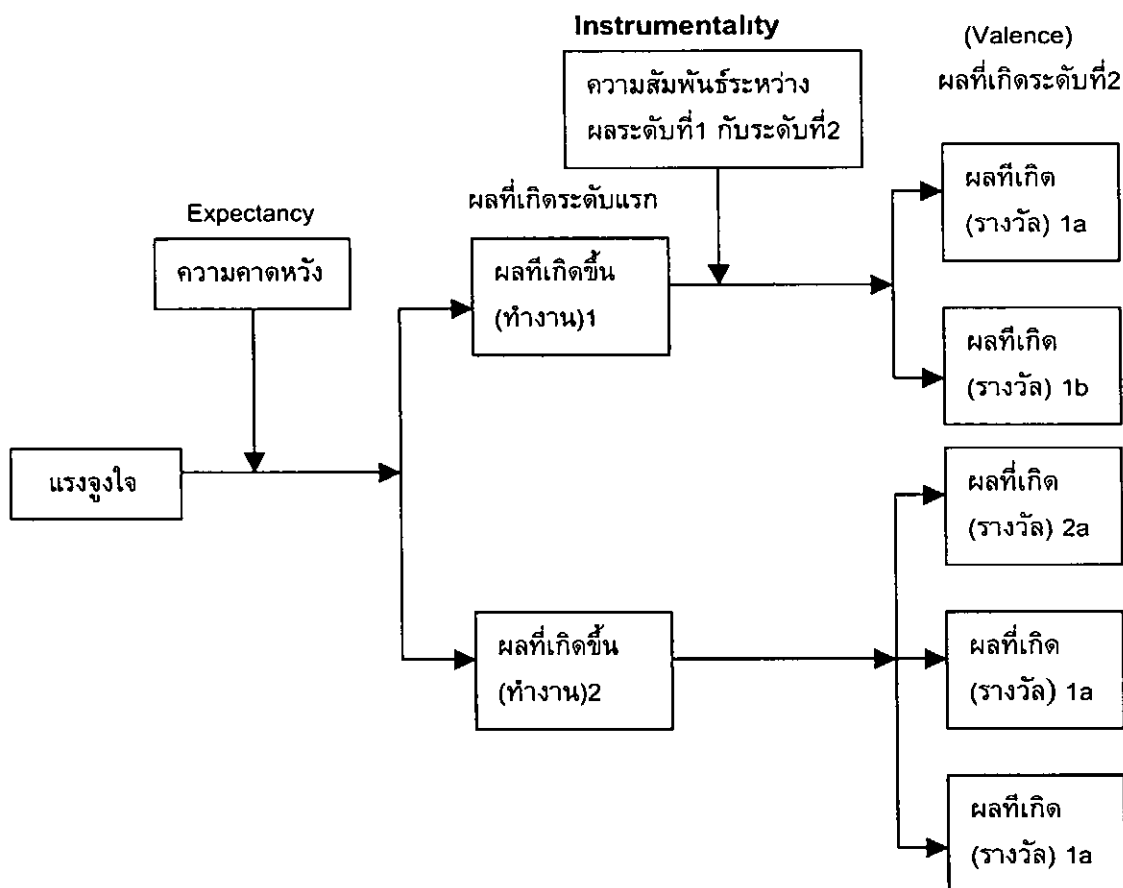
- 1 กระบวนการตัดสินใจของคนควรสร้างเสริมอะไรบ้างจึงก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูง
- 2 ทฤษฎีความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement)
- 3 ทฤษฎีการจูงใจในการปฏิบัติงาน ซึ่ง วรูม (Victor H Vroom) ได้ศึกษาต่อมาเกี่ยวกับ Expectancy - Valence

วรูม (Vroom 1964) ได้กล่าวถึง Expectancy Theory ในหนังสือของเขา ชื่อ "Work and Motivation" โดยได้กล่าวถึงขั้นแรกของระบบและความเข้าใจสูตรของทฤษฎีความคาดหวังจากการกล่าวของเขานี้มีนักทฤษฎีหลายคนพยายามอธิบาย และขัดเกลาทฤษฎีให้เข้าใจยิ่งขึ้น จึงทำให้รูปแบบแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพื้นฐานขององค์ประกอบแต่ละรูปแบบจะเหมือนกัน

ทฤษฎีความคาดหวังนี้บางทีถูกเรียกว่า Expectancy Theory / Valence Theory / Instrumentality Theory และ Valence - Instrumentality - Expectancy Theory (VIE) รายละเอียดของความคาดหวังมีดังนี้ คือ

- 1 การกำหนดความพยายาม (The determinants of effort) พื้นฐานความคิดทฤษฎีความคาดหวังนี้ กล่าวถึงแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกิดโดยผลที่ได้จากความคาดหวังของคนในเหตุการณ์ตามเหตุผลของการกระทำนั้น ๆ
- 2 ความคาดหวัง (Expectancy = Exp) หมายถึง ความเป็นไปได้ถึง ความพยายามที่ทำให้เกิดการกระทำที่บรรลุผล เช่น “ถ้าฉันมีความพยายามอย่างจริงจัง ก็สามารถทำงานนี้สำเร็จ” ความคาดหวังจะสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของความพยายามและการกระทำ เช่น งานบริการซึ่งต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการมากกว่าความพยายามของผู้ให้บริการ
- 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ (Instrumentality = I) หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น เช่น “ถ้าฉันทำดี ก็จะได้รับชมเชย” ในสถานการณ์หนึ่งจะได้รับผลตอบแทนหลายอย่าง ผลลัพธ์บางอย่างชอบมากกว่าผลลัพธ์อื่น และถ้าเป็นผลลัพธ์ที่เป็นไปได้ บุคคลจะสามารถคำนวณและตัดสินใจด้วยค่า I เพื่อตัดสินใจว่าจะทำอะไรในแต่ละผลลัพธ์นั้น ค่า I จึงเป็นค่าสัมประสิทธิ์แห่งความสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ซึ่งจะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ถ้ามีความสัมพันธ์โดยตรงค่าที่ได้จะเป็นบวก หรือ ลบ และค่ายิ่งไกลเคียงศูนย์ แสดงว่ายิ่งไม่มีความสัมพันธ์
- 4 คุณค่า (Valence = V) หมายถึง ค่าของผลลัพธ์ซึ่งเป็นที่ดึงดูดใจหรือไม่ดึงดูดใจคนรางวัลที่มีค่ามากตามสากลนิยม คือ การยกย่อง การยอมรับ และคำสรรเสริญ จากผู้อื่น ซึ่งตามทฤษฎีนี้มี 2 ระดับด้วยกัน คือ ผลลัพธ์ระดับที่ 1 เป็นเรื่องของผลงานเช่น ปริมาณคุณภาพในการผลิต ผลลัพธ์ระดับที่ 2 เป็นเรื่องของการตอบสนองต่อผลงาน ซึ่งได้แก่ การจ่ายเงิน การได้รับการสนับสนุนส่งเสริมความรู้ที่ได้รับความสำเร็จ เป็นต้น
- 5 ความพยายาม (Effort or force = E) เป็นผลรวมของ Exp, I และ V คนคาดหวังว่าจะได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณค่าสูง ถ้าเขาทำงานดี และคนคาดหวังว่าเขาจะทำงานได้ดีถ้าเขาพยายามเต็มที่

ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในการทำงานองค์ประกอบของทฤษฎีความคาดหวังทั้ง 3 ประการ คือ Exp, I และ V ถ้าเอามาคูณกันจะได้เป็นความพยายามของบุคคลซึ่งเขียนเป็นสูตรได้ดังนี้ $Effort = Exp \sum(I \cdot V)$ และเขียนเป็นรูปแบบในแผนภูมิภาพประกอบ 5 ดังนี้



ภาพประกอบ 6 ทฤษฎีความคาดหวังของวรูม

ที่มา Vroom (1964)

พาราสุรามานและคณะ (Parasuraman, et al 1988 : 16) ได้กล่าวว่าความคาดหวัง หมายถึง ทักษะที่เกี่ยวกับความปรารถนาหรือความต้องการของผู้บริโภค ที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในการบริการนั้นๆ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่า จะได้รับความต้องการคือสิ่งที่ถูกฝังลึกอยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และ สถานะภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง

จากการศึกษาพบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสินค้าและบริการดังต่อไปนี้ (H Lock, Vandermerwe and Lewin 1996 : 123-125)

1 ความคาดหวังของลูกค้าต่อสินค้าและบริการจะมีความผันแปรในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ความคาดหวังต่อการบริการให้คำปรึกษาจากบัญชีเกี่ยวกับการขอคืนภาษีจะแตกต่างจากความคาดหวังต่อการขอคำปรึกษาจากสัตวแพทย์ในการรักษาสัตว์เลี้ยงนอกจากนั้นความคาดหวังของลูกค้าต่อผู้ให้บริการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเดียวกัน ยังมีความแตกต่างกัน เช่น ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะไม่มีการบริการอาหารในเที่ยวบินระยะสั้นในประเทศ แต่ลูกค้าจะคาดหวังว่าจะต้องมีบริการอาหารในการบริการของเที่ยวบินระหว่างประเทศ เป็นต้น

2 ความคาดหวังของลูกค้าจะมีความผันแปรในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน เช่นกลุ่มชายกับกลุ่มผู้หญิง, กลุ่มคนหนุ่มสาวกับกลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มพนักงานที่ทำงาน ในโรงงานกับกลุ่มพนักงานที่ทำงานในสำนักงาน เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าความคาดหวังของผู้บริโภคยังแตกต่างกันในแต่ละประเทศ เช่น ผู้โดยสารรถไฟในประเทศ Greece อาจยอมรับได้หากรถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดหลายชั่วโมง แต่ใน Switzerland จะวัดเวลาที่รถไฟมาสายกว่าเวลาที่กำหนดเป็นวินาที

3 ความคาดหวังของลูกค้าต่อการบริการจะได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ จากการรับบริการจากผู้ให้บริการรายต่างๆซึ่งแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือจากผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ในการใช้บริการมาก่อน แต่ในกรณีที่ลูกค้าไม่เคยมีประสบการณ์ต่อการบริการที่มีความเกี่ยวข้องมาก่อนลูกค้าจะเปรียบเทียบจากความคาดหวังก่อนซื้อ (Pre-purchase Expectation) ซึ่งจะเกิดจากปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การบอกปากต่อปาก การโฆษณา หรือการนำเสนอของพนักงานขาย

ซีลมอล, พาราสุรามาน และ เบอริรี่ (Zeithaml, Parasuraman and Berry 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

- 1 การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
- 2 ความต้องการของแต่ละบุคคล
- 3 ประสบการณ์ในอดีต
- 4 ข่าวสารจากสื่อ และจากผู้ให้บริการ
- 5 ราคา

ความคาดหวังของผู้มารับบริการเป็นส่วนประกอบสำคัญในการวัดระดับความพอใจซึ่งระดับความพอใจได้จากความแตกต่างระหว่างผลที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) กับความคาดหวังของบุคคล ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมีได้ 3 แบบด้วยกันคือ หากการทำงานของข้อเสนอตรงกับระดับความคาดหวังผู้มารับบริการย่อมพอใจ (Satisfied) แต่ถ้าเกินความคาดหวังผู้มารับบริการก็จะมีมีความพอใจมากขึ้นหรือประทับใจ (Delight)

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2539 21) ได้กล่าวไว้ว่า ความหวังของลูกค้าเกิดขึ้นจาก ปัจจัย 7 ประการดังนี้

- 1 ชื่อเสียง ภาพพจน์ขององค์กร รวมทั้งคำร่ำลือต่าง ๆ
- 2 ตัวของพนักงานผู้ให้บริการ เช่น การแต่งตัว รูปร่าง
- 3 ตัวสินค้า หรือบริการ เช่น ประเทศที่ผลิต ยี่ห้อ
- 4 ราคาของบริการนั้น
- 5 สภาพแวดล้อมในขณะนั้น
- 6 มาตรฐานคุณภาพของลูกค้าเอง
- 7 คู่แข่งของสถานบริการนั้น

โดยในบางครั้งในความคาดหวังของลูกค้ายังมีการรับรู้ของลูกค้าปะปนมาด้วย โดยสามารถที่จะอธิบายถึงข้อแตกต่างได้ว่าข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ ผนวกกับสถานการณ์แวดล้อม ในเวลานั้นทำให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจไปเองว่าผู้ให้บริการต้องสามารถให้บริการได้อย่างดีจึงทำให้ลูกค้าเกิดความคาดหวังที่สูง หรือเกินกว่าความปกติจากความเป็นจริง เมื่อได้รับบริการตาม มาตรฐานปกติก็อาจรู้สึกไม่พอใจได้ เช่นในกรณีของการให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ ผู้ใช้บริการมักที่จะคาดหวังให้ระบบสามารถที่จะใช้ติดต่อได้อย่างต่อเนื่อง สัญญาณชัดเจน มีบริการหลังการขายที่ดี รวมทั้งบริษัทผู้ให้บริการติดตามให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และเมื่อระบบที่ใช้อยู่สามารถตอบสนองได้ตามความคาดหวัง ลูกค้าก็จะเกิดความพอใจ และบอกต่อไปยังคงใกล้ชิดให้มาใช้บริการของระบบนั้น

แหล่งที่มาของความคาดหวังของผู้บริโภค

ผลของการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการยังทำให้ทราบวา ความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการ ได้รับอิทธิพลมาจาก 4 แหล่งสำคัญด้วยกันคือ

- 1 ความต้องการส่วนบุคคล (Personal Needs) ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภคจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคล และสภาพแวดล้อมของผู้บริโภคแต่ละคนผู้บริโภคอาจจะคาดหวังจากการบริการชนิดเดียวกันแตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละบุคคล
- 2 การบอกต่อแบบปากต่อปากเกี่ยวกับการบริการ (Word-of-Mouth Communication) คือข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้จากผู้บริโภคคนอื่นๆ ที่เคยได้รับการบริการจากผู้ให้บริการมาแล้ว โดยอาจจะเป็นการให้คำแนะนำชักชวนให้มาใช้บริการ ข้อตำหนิหรือคำบอกเล่าต่างๆ เกี่ยวกับการบริการนั้น
- 3 ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (Past Experiences) การที่ผู้บริโภคเคยได้รับประสบการณ์ตรงต่างๆ เกี่ยวกับการบริการที่มีอิทธิพลต่อระดับความคาดหวังของผู้บริโภค เช่น

กัน เพราะประสบการณ์ในอดีตทำให้เกิดการเรียนรู้และจดจำประสบการณ์เหล่านี้ไว้

4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่มีต่อผู้บริโภค (External communications to customers) การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากองค์การผู้ให้บริการที่มีต่อผู้บริโภคในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การประกาศ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อมวลชนต่างๆ เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี หรือเพื่อส่งเสริมการขายล้วนแต่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความคาดหวังของผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริการที่จะต้องได้รับ

7 ความเป็นมาของ โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส และโครงการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ความเป็นมา

โครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร เป็นโครงการที่รัฐให้สัมปทานแก่เอกชน เพื่อสร้าง และประกอบการ ระบบขนส่งมวลชน วิ่งบนทางยกระดับ 2 สาย ในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยบรรเทา ปัญหาการจราจร ในกรุงเทพมหานคร และเพื่อให้ประชาชน มีทางเลือกในการเดินทาง ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งกรุงเทพมหานคร ได้ประกาศเชิญชวน ให้เอกชน ยื่นรายละเอียด ข้อเสนอของโครงการ และข้อเสนอของกลุ่มธนายง ได้รับการคัดเลือก ว่ามีความเหมาะสม มากที่สุด กลุ่มธนายง จึงได้ก่อตั้ง บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (BTSC) ขึ้นตามข้อเสนอ เพื่อรับสัมปทาน เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2535 และได้ลงนาม สัญญา สัมปทาน กับกรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2535 ซึ่งได้มีการแก้ไขเพิ่มเติม สัญญา สัมปทาน เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2538 และวันที่ 28 มิถุนายน 2538

ลักษณะสัมปทาน

แนวเส้นทาง 1 สายสุขุมวิท

เริ่มจากบริเวณสุขุมวิท 81 ผ่านถนนสุขุมวิท - ถนนเพลินจิต - ถนนพระราม 1 - ถนนพญาไท - อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ - สนามเป้า - สะพานควาย - จตุจักร ไปสิ้นสุด บริเวณ สถานีขนส่งสายเหนือ และสายตะวันออกเฉียงเหนือ (ตลาดหมอชิต) รวมระยะทาง ประมาณ 17.0 กม โดยมีสถานีทั้งสิ้น จำนวน 7 สถานี รวมสถานีร่วม สำหรับ เปลี่ยนสายบน ถนนพระราม 1

แนวเส้นทาง 2 สายสีลม

เริ่มจากเชิงสะพานสมเด็จพระเจ้าตากสิน (สะพานสาทร) ฝั่งกรุงเทพฯ - ถนนสาทร - ถนน นราธิวาสราชนครินทร์ (ถนนเลียบบคลองช่องนนทรี) - ถนนสีลม - ถนน ราชดำริ - ถนนพระราม 1

ไปสิ้นสุด บริเวณ หน้าสนามกีฬาแห่งชาติ ระยะทางประมาณ 65 กม มีสถานีจำนวน 7 สถานี รวมสถานีร่วม

ขบวนรถ

รถขนส่งมวลชนความจุสูงแบบมาตรฐาน(Heavy Rail) ประกอบด้วยรถจำนวน 3 หรือ 6 คัน พวงต่อกัน รถที่ใช้ มีอยู่ สองประเภท หลัก คือ รถชนิดที่มีห้องคนขับ ซึ่งมีมอเตอร์ สามารถขับเคลื่อนได้ และ รถชนิด ที่ไม่มีห้องคนขับ หรือรถพวง มีทั้งชนิดที่มี และไม่มีมอเตอร์ วิ่งบนรางคู่ ยกกระตือรือร้นความกว้างราง 1 435 เมตร (Standard guage) แยกทิศทางไปและกลับ มีรางป้อนกระแสไฟฟ้าอยู่ด้านข้าง (Third Rail System) ขับเคลื่อน ตัวรถแต่ละคัน มีความกว้าง ประมาณ 3 20 เมตร ยาวประมาณ 21 8 เมตร จุผู้โดยสาร ได้ประมาณ 320 คน/ตู้ เป็นผู้โดยสารนั่ง 42 คน และยืน 278 คน มีประตูเลื่อนกว้าง 1 40 เมตร ด้านละ 4 บาน ตัวถัง ทำด้วยเหล็ก ปลอดภัยสูง ติดตั้ง ระบบปรับอากาศ พร้อมหน้าต่าง ชนิดกันแสง มีความปลอดภัยสูงและไม่มีผลกระทบต่อทัศนียภาพระบบที่ใช้เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพมีความคล่องตัวสูง และสามารถขยายระบบได้ มีความจุมากกว่า 50,000 คนต่อชั่วโมงต่อ ทิศทาง การควบคุมใช้คอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดภัย เช่นระบบป้องกันการชนระบบควบคุมความเร็วเป็นต้น

รถไฟฟ้า 1 ขบวน จุผู้โดยสารได้ประมาณ 1000 คน เทียบกับรถประจำทางเท่ากับ 10 คัน และรถส่วนตัวได้ 400 คัน ใน 1 ชั่วโมงสามารถขนส่งผู้โดยสารได้ 25000 คน/ทิศทาง ระยะเวลาดำเนินทางจากอ่อนนุช - หมอชิต 51 นาที และจาก สะพานตากสิน - สยาม 18 นาที รถออกทุก 3-6 นาที

สถานี

สถานีรับ - ส่งผู้โดยสาร ออกแบบให้หลบเลี่ยงสาธารณูปโภคใต้ดินและบนดินและรักษาผิวจราจรบนถนนมากที่สุด โดยทั่วไปออกแบบให้มีโครงสร้างแบบเสาเดี่ยวตั้งอยู่บนเกาะกลาง ถนน เช่นเดียวกับโครงสร้างทางวิ่งโดยทั่วไปมีความยาวประมาณ 150 เมตรมี 2 ลักษณะ คือ

- 1) สถานีประเภทมีชานชาลาอยู่สองข้าง (Side Platform Station) โดยรถไฟวิ่งอยู่ ตรงกลาง สถานี สถานีทั่วไปได้ออกแบบให้มีลักษณะแบบนี้ เนื่องจากสร้างได้รวดเร็ว และใช้เนื้อที่น้อย
- 2) สถานีประเภทมีชานชาลาอยู่ตรงกลาง(CentrePlatformStation) รถไฟวิ่งอยู่สองข้างสถานี ชนิดนี้มีประสิทธิภาพสูงกว่าแบบแรก แต่การก่อสร้างยุ่งยากกว่าเนื่องจากตัวรางต้องเบนออกจากกัน เมื่อเข้าสู่สถานี ทั้งนี้ ได้ออกแบบให้สถานีรวมมีลักษณะแบบนี้ เนื่องจากคาดว่าจะมีผู้โดยสารเป็นจำนวนมาก

ค่าโดยสาร

ค่าโดยสารจะเริ่มต้นที่ 10 บาท สูงสุดอยู่ที่ 40 บาทตลอดเส้นทาง

เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส

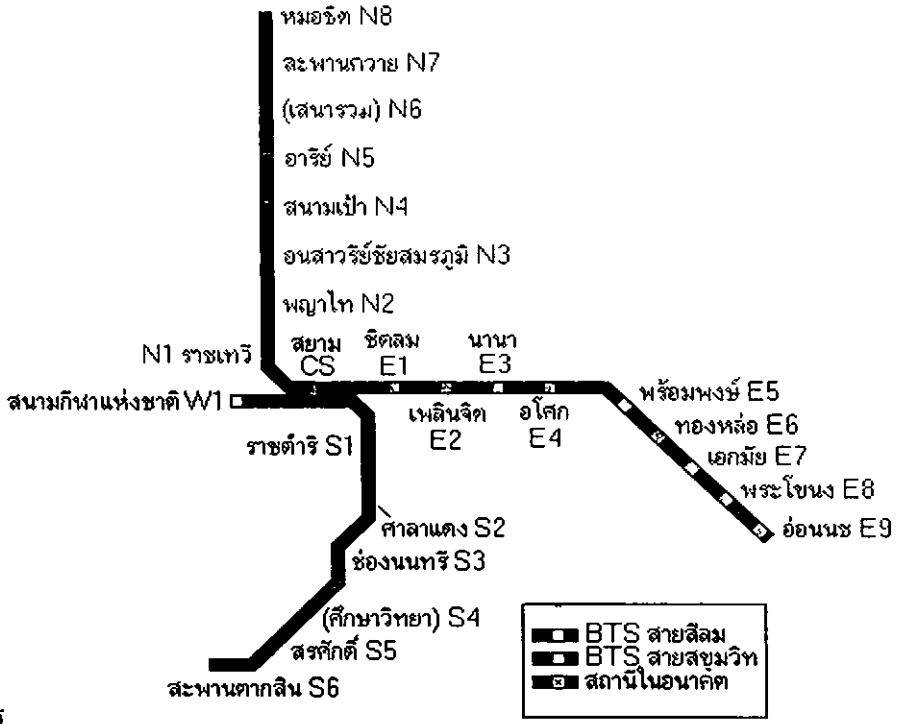
เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอสในปัจจุบันมีด้วยกันทั้งหมด 2 สาย ได้แก่สายสุขุมวิท ระยะทาง 16.8 กิโลเมตร และสายสีลม ระยะทาง 6.5 กิโลเมตร มีสถานีกลางเปลี่ยนขบวนรถระหว่างสายสุขุมวิทและสายสีลม 1 สถานี ที่สยามสแควร์

สายสุขุมวิท

แนวเส้นทางเริ่มจากบริเวณหน้าสวนจตุจักรตรงไปทางถนนพหลโยธิน ผ่านสะพานควาย, สนามเป้า, แล้วเลี้ยวอ้อมอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ, ผ่านถนนเพชรบุรี, แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่ถนนพระราม1บริเวณหน้าสยามดิสคัฟเวอรี ผ่านหน้าศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์, แยกราชประสงค์, เซ็นทรัลชิดลม, หน้าโรงเรียนมาร์แตเดอวีวิทยาลัย, เข้าสู่ถนนเพลินจิต และถนนสุขุมวิท ผ่านสวนเบญจศิริ, ดิเอ็มโพเรียม, วัดธาตุทอง, สถานีขนส่งสายตะวันออก(เอกมัย), ไปสิ้นสุดที่สถานีอ่อนนุชบริเวณปากทางเข้าซอยสุขุมวิท77(อ่อนนุช) มีสถานีทั้งสิ้น 17 สถานี รวมระยะทาง 16.8 กิโลเมตร

สายสีลม

แนวเส้นทางเริ่มจากบริเวณหน้าสนามกีฬาศุภชลาศัย ถนนพระราม1 ผ่านหน้าสยามดิสคัฟเวอรี, ศูนย์การค้าสยามเซ็นเตอร์, แล้วเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนราชดำริที่แยกราชประสงค์, ผ่านพระพรหมณ์เอราวัณ, โรมแรมเพนินซูลา, สวนลุมพินี, แล้วเลี้ยวเข้าสู่ถนนสีลมบริเวณหน้าโรงแรมดุสิตธานี, ผ่านยานพัฒนาพงษ์, อาคารCP Tower, แล้วเลี้ยวเข้าซ้ายสู่ถนนนราธิวาสราชนครินทร์ ผ่านอาคารEmpire Tower จากนั้นเลี้ยวขวาเข้าสู่ถนนสาทร ผ่านตึกเอเชีย, โรงพยาบาลเซนต์หลุย, หอการค้าจีน, ไปสิ้นสุดที่สถานีสะพานตากสินบริเวณเชิงสะพานตากสิน ติดกับแม่น้ำเจ้าพระยา สามารถเดินไปยังท่าหน้าสาทรได้ มีสถานีทั้งสิ้น 7 สถานี รวมระยะทาง 6.5 กิโลเมตร



อัตราค่าโดยสาร

วิธีเช็คราคา · หาตำแหน่งสถานีจุดเริ่มต้นในแนว "จาก" และหาสถานีปลายทางในแนว "ถึง" โดยที่ตัวเลขแสดงราคา จะเป็นจุดตัดกันระหว่างสถานีต้นทางและปลายทาง
 ตัวอย่าง ต้องการขึ้นรถไฟฟ้าจากสถานีนาฬิกา ไปยังสถานี สะพานตากสิน
 ซึ่งตัวย่อของสถานีนาฬิกาคือ E3 และสถานีสะพานตากสินคือ S6
 (สัญลักษณ์ตัวย่อออกจากแผนที่) ดังนั้นค่าโดยสารคือ 35 บาท

เกี่ยวกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

รถไฟฟ้าใต้ดินสายแรกของไทย

รถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคลหรือสายสีน้ำเงิน เกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ บรรเทาปัญหาการจราจรในกรุงเทพมหานครและเพื่อให้ประชาชนมีทางเลือกในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพ รถไฟฟ้าใต้ดินเป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ (Heavy Rail) ที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้สูงสุดถึงขบวนละ 1,000 คน ขณะที่การเดินทางด้วยรถยนต์ ต้องใช้รถยนต์จำนวนถึง 800 คัน รถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคลเป็นระบบใต้ดินตลอดสายไม่กีดขวางการจราจรและไม่ทำให้เสียทัศนียภาพของเมืองสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการเดินทาง ปลอดภัยและไร้มลพิษ

รถไฟฟ้าใต้ดิน สะดวกสำหรับทุกคน

เมื่อรถไฟฟ้าใต้ดินเปิดให้บริการแล้ว ประชาชนจะได้รับความสะดวกสบายในการใช้บริการระบบขนส่งมวลชนสาธารณะและสามารถเดินทางได้อย่างรวดเร็วและตรงเวลาและภายในสถานีรถไฟฟ้าจะมีการจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและทันสมัยไว้บริการแก่ผู้โดยสาร ดังนั้นผู้โดยสารควรศึกษาถึงระบบการใช้เครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การผ่านเข้า-ออกประตูอัตโนมัติ โดยใช้ตั๋วที่ถูกต้องเพื่อไม่ให้มีปัญหาเมื่อผ่านเครื่องตรวจตั๋วช่วงขาออกไม่ทั้งหมดฝรั้งที่ประตูกันขานชานา เพราะจะทำให้ประตูไม่สามารถเปิด-ปิดได้ ไม่นำวัสดุที่เป็นเชื้อเพลิงเข้าไปในสถานี ช่วยสอดส่องดูแลอาชญากรรม หรือการก่อกองร้าย และแจ้งให้เจ้าหน้าที่ทราบทันที และปฏิบัติตามเจ้าหน้าที่ภายในสถานีอย่างเคร่งครัด

ประโยชน์ที่จะได้รับจากรถไฟฟ้าใต้ดิน

ประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าดังนี้

- 1) มีความรวดเร็ว สะดวก สบาย ปลอดภัย และตรงต่อเวลาในการเดินทาง
- 2) ลดความเครียดในการเดินทางของประชาชน เนื่องจากปัญหาการจราจร
- 3) ไม่ทำให้เกิดมลภาวะ เนื่องจากใช้พลังงานไฟฟ้าในการขับเคลื่อนตัวรถ
- 4) ลดอุบัติเหตุ เพราะมีทางวิ่งเฉพาะและมีระบบควบคุมการเดินทางด้วยคอมพิวเตอร์
- 5) ส่งเสริมให้ประชาชนใช้บริการขนส่งสาธารณะแทนรถยนต์ส่วนตัว
- 6) ขยายและกระจายการพัฒนาเมืองออกไปสู่ส่วนต่างๆ ตามแนวเส้นทางและสถานีรถไฟฟ้า
- 7) ช่วยส่งเสริมให้สภาพแวดล้อมของเมืองดีขึ้น และเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่ประชาชน
- 8) ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

อัตราค่าโดยสารช่วงปีแรก

อัตราค่าโดยสารของโครงการรถไฟฟ้ามหานคร ในปีเปิดบริการอยู่ในอัตรา 14 - 36 บาท โดยจะมีการปรับทุกๆ 2 ปี ตามสภาพเศรษฐกิจ ทั้งนี้จะมีการปรับลดอัตราค่าโดยสารลงเป็นกรณีพิเศษ ร้อยละ 15 ในระยะ 1 ปีแรก ที่เริ่มเปิดบริการเดินทาง

จุดเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าบีทีเอส

โครงการรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล กับ โครงการรถไฟฟ้า BTS จะมีจุดเชื่อมต่อที่สถานีรถไฟฟ้ามหานคร รถไฟฟ้า BTS ที่ตั้ง

- 1 สถานีสีลม สถานีศาลาแดง บริเวณแยกสีลม - พระราม 4
- 2 สถานีโอศก สถานีโอศก บริเวณแยกโอศก - สุขุมวิท
- 3 สถานีหมอชิต สถานีหมอชิต บริเวณหน้าสวนจตุจักร

สถานีที่ใหญ่ที่สุดในโครงการ

โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล มีสถานีทั้งสิ้นจำนวน 18 สถานี โดยทั่วไป สถานีต่างๆ จะมีขนาดใกล้เคียงกัน คือ กว้างประมาณ 18-25 เมตร ยาวประมาณ 150 – 200 เมตร และระดับชานชาลาอยู่สูงประมาณ 15-25 เมตร แต่สถานีที่มีขนาดใหญ่ที่สุดสถานีเดียว คือ สถานีสวนจตุจักร ซึ่งมีขนาดสถานีกว้าง 30 เมตร ยาว 369 เมตร ระดับชานชาลาอยู่สูง 17 เมตรจากผิวดิน โครงสร้างสถานีมี 3 ชั้น ประกอบด้วย ชั้นรวมผู้โดยสาร ชั้นโถงผู้โดยสาร และชั้นชานชาลา โดยเป็นชานชาลาแบบกลาง สถานีดังกล่าวตั้งอยู่ในบริเวณสวนจตุจักร มีจุดขึ้น-ลง ทั้งหมด 4 จุด คือ บริเวณใกล้กับทางขึ้น-ลงสถานีหมอชิตของรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งผู้โดยสารสามารถเดินทางจากสถานีสวนจตุจักร เพื่อเชื่อมต่อกับสถานีหมอชิตของรถไฟฟ้าบีทีเอสได้ใกล้และสะดวก

รถไฟฟ้าใต้ดินของไทยเป็นแบบ Heavy Rail Transis System

รถไฟฟ้าระบบราง ที่มีทั่วโลกจะแบ่งตามขีดความสามารถในการขนส่งผู้โดยสาร จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) ระบบขนส่งมวลชน (Light Rail Transit System, LRT) เป็นระบบขนส่งมวลชนเบาที่ขนส่งทางราง โดยขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้าและวิ่งบนรางเหล็ก มีทั้งที่วิ่งบนท้องถนนและบนเขตทางของตัวเองโดยเฉพาะมีความจุของผู้โดยสารประมาณ 20,000 – 40,000 คน ต่อชั่วโมง ต่อทิศทาง ประเทศที่ใช้ระบบนี้คือประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์

2) ระบบขนส่งมวลชนหนัก (Heavy Rail Transit System, HRT) เรียกกันทั่วไปว่ารถไฟฟ้าขนส่งมวลชนหรือ “รถไฟฟ้า” เป็นระบบหนึ่งของยานพาหนะประเภทขนส่งมวลชน ที่มีเส้นทางเป็นรางอยู่ใต้ดินหรือรางยกระดับ โดยทั่วไปอาจจะเรียกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน (Underground หรือ Subway) หรือระบบรางในอุโมงค์ (Tube) หรือรถไฟลอยฟ้า (Elevated Rail) เป็นการขนส่งตามเส้นทางไม่เปลี่ยนแปลงและเป็นไปตามตารางเวลา สำหรับความจุของผู้โดยสารประมาณ 40,000 คนต่อชั่วโมงต่อทิศทาง

ระบบป้องกันกระแสไฟฟ้าขัดข้อง

กระแสไฟฟ้าที่ใช้ในสถานี และการเดินรถนั้น จะรับมาจากการไฟฟ้านครหลวง 2 แหล่ง จ่ายที่แยกจากกัน หากแหล่งจ่ายแหล่งใดแหล่งหนึ่งขัดข้อง จะยังสามารถรับกระแสไฟฟ้าจากอีกแหล่งจ่ายที่เหลือเพื่อส่งไปยังส่วนที่สำคัญได้ แต่หากเกิดขัดข้องทั้ง 2 แหล่งจ่าย ก็จะมี

ระบบจ่ายไฟฉุกเฉิน (UPS) เพื่อจ่ายไฟให้กับระบบที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย เช่น ระบบป้องกันอัคคีภัย ระบบอาณัติสัญญาณ ระบบแสงสว่างฉุกเฉิน ทางหนีไฟ เป็นต้น

มาตรการป้องกันน้ำท่วม

โดยปกติในกรณีที่เกิดน้ำท่วม บริเวณหลักที่น้ำจะสามารถไหลเข้าสถานีและอุโมงค์รถไฟฟ้าใต้ดินได้ คือ ทางขึ้น-ลงสถานี และอาคารระบายอากาศ ในการออกแบบป้องกันน้ำไหลเข้าสู่สถานีและอุโมงค์ รฟม ได้ยึดถือสถิติของระดับน้ำท่วมสูงสุดในรอบ 200 ปี เป็นเกณฑ์ในการออกแบบ และได้พิจารณาการป้องกันน้ำท่วมเป็น 2 กรณี

1 กรณีน้ำท่วมฉับพลัน

ในกรณีนี้ความสูงของระดับน้ำที่ท่วมขึ้นมาโดยทั่วไปจะไม่เกิน 0.5 เมตรจากระดับทางเท้าหรือประมาณ 1.3 เมตร จากระดับน้ำทะเล ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันน้ำไหลเข้าสู่สถานีและอุโมงค์ จึงได้ออกแบบให้ระดับความสูงของทางขึ้น-ลงสถานี และ ทางเข้า-ออกของอาคารระบายอากาศ ให้สูงกว่าโดยเฉลี่ย 1.2 เมตรจากระดับทางเท้า หรือประมาณ 2 เมตร จากระดับน้ำทะเล ซึ่งทำให้น้ำไม่สามารถไหลเข้าไปได้ กรณีเกิดน้ำท่วมในลักษณะนี้ การเดินรถสามารถทำได้ตามปกติ อย่างไรก็ตาม รฟม ได้มีการกำหนดมาตรการในการติดตาม และตรวจสอบระดับน้ำอย่างใกล้ชิด เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการเดินทางได้

2 กรณีเกิดอุทกภัย

ในกรณีที่เกิดอุทกภัย ระดับน้ำท่วมสูงสุดอยู่ที่ระดับ 2.5 เมตร จากระดับน้ำทะเล (สถิติน้ำสูงสุดในรอบ 200 ปี) หรือประมาณ 1.7 เมตร จากระดับทางเท้า ซึ่งจะสูงกว่าระดับความสูงของทางขึ้น-ลง และทางเข้า-ออกอาคารระบายอากาศ ประมาณ 0.5 เมตร เพื่อเป็นการป้องกันน้ำไหลเข้าสู่สถานีและอุโมงค์ รฟม จะทำการติดตั้งผนังกันน้ำ (STOP LOG) ซึ่งมีความสูง 1.5 เมตร ไว้บนทางขึ้น-ลงสถานีและทางเข้า-ออกอาคารระบายอากาศอีกชั้นหนึ่ง ดังนั้นระบบป้องกันน้ำท่วมที่ออกแบบไว้ จะสามารถป้องกันน้ำได้สูงกว่าสถิติน้ำสูงสุดในรอบ 200 ปี ถึง 1 เมตร

ประตูกันชานชาลา (Screen Door)

โครงการรถไฟฟ้ามหานคร ได้ถูกออกแบบให้ภายในชานชาลา มีการติดตั้งประตู ชานชาลา (Platform Screen Door) ซึ่งมีลักษณะเป็นกระจกตลอดความยาวของชานชาลา เพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสารขณะรถไฟฟ้าเข้า-ออกในสถานี โดยประตูชานชาลาจะเปิดออกได้ ก็ต่อ

เมื่อมีรถไฟฟ้าเข้ามาจอดสนิทที่ชานชาลา และจะเปิดปิดพร้อมกันกับประตูรถไฟฟ้าเท่านั้น นอกจากนี้ภายในบานประตูชานชาลายังมีระบบตรวจจับสิ่งกีดขวางเพื่อป้องกันไม่ให้ผู้โดยสารติดอยู่ระหว่างประตูอีกด้วย ผู้โดยสารจึงสามารถมั่นใจได้ว่าจะใช้รถไฟฟ้าใต้ดินของ รฟม ได้ อย่างปลอดภัย

ระบบระบายอากาศภายในอุโมงค์

ภายในอุโมงค์และสถานีรถไฟฟ้าจะมีอากาศเพียงพอ เนื่องจากทุกสถานีจะมีระบบปรับอากาศและระบบระบายอากาศที่เพียงพอ โดยแต่ละสถานีจะมีพัดลมระบายอากาศสถานีละ 4 ตัวและปล่องระบายอากาศละ 2 ตัว ซึ่งปล่องระบายอากาศจะอยู่บริเวณหัวและท้ายสถานี โดยระบบระบายอากาศดังกล่าวจะดูดความร้อนภายในอุโมงค์ ซึ่งเกิดจากการเบรกและการเร่งเครื่องของรถไฟฟ้าออกไปทางหนึ่งและจะดูดอากาศดีเข้ามาอีกทางหนึ่ง และเมื่อเกิดเพลิงไหม้ พัดลมก็จะทำงานในลักษณะเดียวกันคือดูดควัน และความร้อนออกไปทางหนึ่งและดูดอากาศดีเข้ามาอีกทางหนึ่ง แต่การทำงานจะเพิ่มเป็น 2 เท่า เพื่อให้สามารถดูดควันและความร้อนออกจากอุโมงค์ภายในเวลาอันรวดเร็ว

ผู้ให้เงินกู้ในการก่อสร้าง

โครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล เป็นโครงการที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงได้รับความสนับสนุนด้านการเงินจากธนาคารเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan Bank for International Cooperation หรือ JBIC) สนับสนุนเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.75 ต่อปี โดยมีระยะเวลาปลอดหนี้ 10 ปี

โครงการส่วนต่อขยายรถไฟฟ้าใต้ดิน และสายใหม่

นอกเหนือจากโครงการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล ช่วงหัวลำโพง – บางซื่อ ระยะทาง 20 กิโลเมตรที่จะเปิดให้บริการในวันที่ 13 เมษายน 2547 นี้แล้ว รฟม ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบโครงการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนตามแผนแม่บทอีก 3 โครงการ คือ

- 1 โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง – บางแค ระยะทาง 13.8 กิโลเมตร (ใต้ดิน 4.8 กิโลเมตร และยกระดับ 9.0 กิโลเมตร)
- 2 โครงการรถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ – สะพานพระนั่งเกล้า ระยะทาง 11.6 กิโลเมตร (ทางยกระดับทั้งหมด)
- 3 โครงการรถไฟฟ้าสายสีส้ม ช่วงบางกะปิ – ราษฎร์บูรณะ ระยะทาง 34.6 กิโลเมตร (ใต้ดิน 28.1 กิโลเมตรและยกระดับ 6.5 กิโลเมตร)

หน้าที่ของผู้รับสัมปทาน

ผู้รับสัมปทานมีหน้าที่ที่จะต้องจัดเตรียมเรื่องความปลอดภัยตามมาตรา 54 พ.ร.บ. การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543 โดยจะต้องปฏิบัติตามข้อบังคับของคณะกรรมการว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยในการใช้และรักษาทรัพย์สินของ รฟม และกฎกระทรวงเกี่ยวกับความปลอดภัยของระบบรถไฟฟ้าคนโดยสาร และบุคคลอื่นที่อยู่ในเขตระบบรถไฟฟ้า และต้องจัดให้มีการประกันภัยสำหรับความเสียหาย ซึ่งการจัดให้มีการประกันภัยนี้จะต้องมีผู้รับประกันตั้งแต่สองรายขึ้นไป นอกจากนี้ผู้รับสัมปทานจะต้องรับผิดชอบสำหรับการจัดให้มีบุคลากรรักษาความปลอดภัยทั้งหมดตามที่เห็นสมควร สำหรับการดำเนินการระบบรถไฟฟ้ารวมทั้งจะรับผิดชอบจัดหาสถานที่ปฏิบัติงานและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งปฏิบัติหน้าที่โดยตรงในการดูแลรักษาความสงบเรียบร้อยในบริเวณสถานีรถไฟฟ้าหรือสถานที่อื่นตามที่คู่สัญญาได้ตกลงกัน

ผู้รับสัมปทานโครงการ รถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล คือ บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด ได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท ตามทะเบียนเลขที่ (2) 154/2541 เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2541 มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า **Bangkok Metro Company Limited** ใช้อักษรย่อว่า **BMCL**

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนิภา งามสันติกุล (2543) ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการรถไฟฟ้ามหานคร” การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ความคิดเห็นของประชาชน ต่อโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) รวมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นดังกล่าว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 720 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ การวิเคราะห์แบบผันแปร (ANOVA) การวิเคราะห์แบบการจำแนกพหุ (MCA)

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชาย ในอัตราที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25 – 34 ปี ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพค้าขายและบริการ มีรายได้ 5,001 – 11,000 บาทต่อเดือน รับรู้เรื่องระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถโดยสารประจำทางและมีความต้องการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครอันเนื่องมาจากความสะดวก กลุ่มตัวอย่างยอมรับว่าการห้ามรถยนต์ส่วนบุคคลขับเพียงคนเดียววิ่งในเขตเมืองที่มีการจราจรคับคั่ง จะสามารถแก้ปัญหา การจราจรได้ทางหนึ่งสำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้ามหานคร เห็นว่าสามารถทำให้การจราจรและการเดินทางในกรุงเทพมหานครสะดวกขึ้นใช้เวลาในการเดินทางน้อยลงซึ่งทำให้

สุขภาพจิตของประชาชนดีขึ้นเพราะไม่ต้องหงุดหงิดและเครียด และถึงแม้ว่าขณะทำการก่อสร้างจะก่อให้เกิดปัญหาจราจรติดขัดบ้างแต่ก็เป็นเพียงชั่วคราวเท่านั้น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้ามหานครนั้นพบว่า อายุ การศึกษา การรับรู้ สื่อในการรับรู้ อาชีพ รายได้ เพศ ความคิดเห็นในการแก้ปัญหาจราจร ความต้องใช้บริการ และประเภท ยานพาหนะ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อรชา สื่อสุวรรณ (2543 บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การจดจำ และทัศนคติของผู้โดยสารรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีต่อสื่อโฆษณาทางรถไฟฟ้าบีทีเอส” ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ หมายถึง การที่ผู้บริโภคเห็นภาพลักษณ์ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า บริการ โฆษณา หรือร้านค้าปลีก รวมถึง ความเชื่อเกี่ยวกับคุณค่าของสินค้าด้วย และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมจะเป็นส่วนที่สะท้อน ความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ในทางการตลาดหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า หรือใช้บริการ

จากงานวิจัยนี้ ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในการเปิดรับสื่อและข่าวสาร และสามารถใช้เป็นแนวทางการจัดทำโฆษณา หรือโปรโมชั่นของสินค้าหรือบริการได้

นิภาพรรณ แก้วปัญญา (2542) ได้ศึกษา “เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการบัตรเครดิตของธนาคารภายในและต่างประเทศ” พบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในบริการของธนาคารต่างประเทศ มากกว่าธนาคารภายในประเทศ ในเรื่องความสะดวกในการติดต่อสมัคร, ความรวดเร็วในการติดต่อกับพนักงาน, ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน, เอกสารที่ใช้ในการประกอบการสมัคร, การผ่อนผันในการส่งเอกสารการสมัคร, ขั้นตอนการอนุมัติ, การบริการลูกค้าและการช่วยเหลือฉุกเฉิน, ความน่าสนใจในรางวัล, เกณฑ์การสะสมคะแนน, จำนวนร้านค้าที่เข้าร่วมรายการ (สะสมคะแนน), วงเงินที่ได้รับอนุมัติ, การประกันภัยต่างๆ และอัตราค่าธรรมเนียม และในทางตรงกันข้าม พบว่าผู้ใช้บริการบัตรเครดิต มีความพึงพอใจในบริการของธนาคารภายในประเทศ มากกว่าธนาคาร ต่างประเทศ ในเรื่องสถานที่ชำระเงิน, จำนวนร้านค้าหรือสถานบริการที่รับบัตรเครดิต, ความน่าสนใจของร้านค้า ที่เข้าร่วมรายการ, ระยะเวลาปลอดดอกเบี้ย, ค่าธรรมเนียมรายปี, ค่าปรับล่าช้า และอัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้ผู้ใช้บริการบัตรเครดิตมีความพึงพอใจในบริการของธนาคารต่างประเทศไม่แตกต่างจากบริการของธนาคารภายในประเทศ ในเรื่องการใช้บริการบัตรเครดิต และ การจัดรายการส่งเสริมการใช้บัตร

อรวรรณ ม่วงไหม (2539) ศึกษาเรื่อง “การขยายตัวของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้า บีทีเอส)” การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการขยายตัว

ของกรุงเทพมหานครกับความคิดเห็นของประชาชน ที่มีต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าบีทีเอส) และปัจจัย ที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

การขยายตัวของกรุงเทพมหานครทำการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ แผนที่ ประวัติความเป็นมา จำนวนประชากรของกรุงเทพมหานคร ส่วนการศึกษาความคิดเห็น ของประชากร และ ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันเป็นการศึกษา โดยการสุ่มตัวอย่าง แบบโควต้าและสุ่มแบบหลายชั้นตอนมีหน่วยในการวิเคราะห์ทั้งสิ้น 3,202 ราย โดยใช้แบบ สอบถามที่มีโครงสร้างลักษณะปลายปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ t-test และ F-test

ผลจากการศึกษาพบว่า

1) กรุงเทพมหานครมีการขยายตัวจากจำนวนประชากรและการใช้ประโยชน์ของที่ดินอย่างต่อเนื่องมาตลอด โดยที่ปัจจุบันการขยายตัวมีลักษณะแบบหลายจุดศูนย์กลาง ผลจากการขยายตัวของเมืองนี้ก่อให้เกิดปัญหาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมตามมา ซึ่งปัญหาการจราจรก็เป็นปัญหาที่สำคัญและรุนแรงเพิ่มมากขึ้นและแนวทางใหม่ที่นำมาแก้ไขในปัญหานี้คือ ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน

2) ประชาชนมีความคิดเห็นที่ยอมรับระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน และโครงการเพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาการจราจร

3) ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นที่แตกต่างกันต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ได้แก่ เพศ การรับรู้ข่าวสาร ความต้องการใช้บริการ สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็น ที่แตกต่างกันต่อโครงการ คือ เพศ อาชีพ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร และความต้องการใช้บริการ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการ
ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

โดยมีสาระสำคัญถึงวิธีดำเนินการวิจัยอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลจาก
กลุ่มตัวอย่างและจะนำไปวิเคราะห์ ด้วยวิธีทางสถิติต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้คือ

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เคยใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยได้ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบค่าสัดส่วน
ประชากร(p) (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545 : 26)

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง

Z แทน ค่าระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่มีค่าเท่ากับ 95 % โดยที่

$\alpha = 05$ ฉะนั้น $Z_{\alpha/2} = Z_{0.025} = 1.96$

E แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้นได้

โดยกำหนดให้ ค่าความคลาดเคลื่อน = 0.05

โดยแทนค่าดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ผู้วิจัยได้สำรวจเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 10 % เท่ากับ 39 ตัวอย่าง
ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 424 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสุ่มตัวอย่าง 3 ขั้นตอน
โดยมีขั้นตอนดังนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบ Non-probability โดยแบ่งการสุ่ม
ออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
โดยจะเลือกสถานที่เก็บแบบสอบถามจาก สถานีรถไฟฟ้ามหานคร สายสีลม ,สายสุขุมวิท
และเลือกเก็บแบบสอบถามจาก สถานีรถไฟฟ้ามหานคร สายหัวลำโพง-บางซื่อ

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการกำหนดโควตา (Quota Sampling)
โดยจะเลือกเก็บกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)
ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ หรือ
แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้
ได้มาจากการศึกษาจากเอกสารต่างๆ ทฤษฎี แนวความคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับสิ่งที่ต้องการศึกษาวิจัย

โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่

- 1 เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง โดยระดับการวัดข้อมูล เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
- 2 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
 - อายุ 11 – 20 ปี
 - อายุ 21 – 30 ปี
 - อายุ 31 – 40 ปี
 - อายุ 41 – 50 ปี
 - 51 ปี ขึ้นไป
- 3 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
 - มัธยมศึกษาตอนต้น
 - มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช
 - อนุปริญญา / ปวส
 - ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
- 4 อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)
 - ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 - ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - อื่นๆ
- 5 รายได้ต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลเป็นประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
 - ต่ำกว่า 5,000 บาท
 - 5,000 – 9,999 บาท
 - 10,000 – 19,999 บาท
 - 20,000 – 29,999 บาท
 - 30,000 บาท ขึ้นไป
- 6 พฤติกรรมการเดินทาง

- ท่านใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยประมาณ	ครั้ง/ เดือน
- ท่านใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยประมาณ	ครั้ง/ เดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้คำถามปลายปิด (**Close-Ended Response Question**) โดยเป็นแบบสอบถาม **Semantic differential scale** เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านขวา การให้น้ำหนักคะแนน เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน แบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2,1

- 5 คะแนน หมายถึง ดีที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง ดี
- 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่ดี
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

การอภิปรายผลการวิจัยของส่วนที่ 2 จะใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภท **อันตรภาคชั้น (Interval Scale)** ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนตามระดับความคิดเห็น

คะแนนเฉลี่ย	ทัศนคติ
4.21 – 5.00	ดีที่สุด
3.41 – 4.20	ดี
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่ดี
1.00 – 1.80	ไม่ดีอย่างมาก

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question)

โดยเป็นแบบสอบถาม **Semantic differential scale** เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด

5 ระดับ โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านขวา การให้น้ำหนักคะแนน เกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน แบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2,1

- 5 คะแนน หมายถึง พอใจที่สุด
- 4 คะแนน หมายถึง พอใจ
- 3 คะแนน หมายถึง เฉยๆ
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่พอใจ
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่พอใจที่สุด

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน

โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยเป็นแบบสอบถาม

Semantic differential scale เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ และเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended response question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ ได้เสนอแนะ หรือ แสดงความคิดเห็น

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดินโดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้ คือ

- 1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถาม

ของประชาชนที่เดินทางโดยรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น

- 1 1 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายสุขุมวิท
- 1 2 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายสีลม
- 1 3 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง - บางซื่อ

2 ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data)

ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบของการทำวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร ทฤษฎี แนวคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4 การจัดการและการวิเคราะห์ข้อมูล

ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pretest) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ ครอนบัค (Cronbach หรือ Cronbach's Alpha Coefficient) α ของ Cronbach แล้วนำข้อมูลจากในแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูล และเข้ารหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 11 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อถือ โดยนำไปทดสอบ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541 : 215) เพื่อนำผลไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach หรือ Cronbach's Alpha Coefficient) ผลลัพธ์ค่าแอลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งจากการทดสอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

ค่าความเชื่อมั่นทัศนคติผู้ใช้บริการ	ค่าความเชื่อมั่นรถไฟฟ้าบีทีเอส	ค่าความเชื่อมั่นรถไฟฟ้าใต้ดิน
ด้านผลิตภัณฑ์ (ส่วนที่ 2 ข้อ 1-3 รวม 3 ข้อ)	0.7875	0.7300
ด้านราคา (ส่วนที่ 2 ข้อ 4-5 รวม 2 ข้อ)	0.6530	0.6302
ด้านช่องทางจำหน่าย (ส่วนที่ 2 ข้อ 6-9 รวม 4 ข้อ)	0.6549	0.6560
ด้านการส่งเสริมการตลาด (ส่วนที่ 2 ข้อ 10-13 รวม 4 ข้อ)	0.6084	0.6890
ด้านการบริการของพนักงาน (ส่วนที่ 2 ข้อ 14-16 รวม 3 ข้อ)	0.5494	0.7191
ด้านลักษณะทางกายภาพ (ส่วนที่ 2 ข้อ 17-21 รวม 5 ข้อ)	0.6400	0.6400
ด้านกระบวนการในการให้บริการ (ส่วนที่ 2 ข้อ 22-27 รวม 6 ข้อ)	0.7206	0.6430
ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	0.6591	0.6725

1 ค่าสถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1.1 คาร์้อยละ (Percentage)

$$\text{คาร์้อยละ} = \frac{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกตอบตัวเลือกนั้น} \times 100}{\text{จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด}}$$

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2545 : 39)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตร
 สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

(Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2541 : 65)

$$S D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $S D$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวอย่างยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 หากความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามที่จะให้มีความถูกต้อง (Accuracy) เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยวิธีของครอนบัต (Cronbach) เรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) (กัลยา วาณิชย์บัญชา 2546 : 449)

$$\text{Cronbach's Alpha} = \frac{k \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \frac{\text{covariance}}{\text{variance}}}$$

เมื่อ Cronbach's Alpha แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น

k แทน จำนวนคำถาม

$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนรวมระหว่างคำถามต่าง ๆ

$\frac{\text{variance}}{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test Independent เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันของทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน กับตัวแปร เพศ (ชูศรี วงศ์รัตนะ 2534 178)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t - distribution

X_1, X_2 แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1, S_2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 = \sigma_2^2$

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

ในกรณีที่ $\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$

$$v = \frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right]}{\frac{\left[\frac{S_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{S_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

1.2 สถิติสำหรับที่ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ณ ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 : 144)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน คาสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
 MS_b แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
 MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
df แทน ค่าของชั้นแห่งความเป็นอิสระ ระหว่างกลุ่ม (k-1) ภายในกลุ่ม (n-k)
k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
n แทน จำนวนคะแนนทั้งหมด

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในระดับนัยสำคัญ 05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 : 161)

$$\text{LSD} = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{\text{MSE} (1/n_i + 1/n_j)}$$

โดยที่ $n = \sum_{i=1}^k n_i$

	$n_i \neq n_j$	
	$r = n - k$	
เมื่อ	LSD	= ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
	MSE	= ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	k	= จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	n	= จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
	α	= ระดับความเชื่อมั่น

1.3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Paired t-test ใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา 2545 : 250)

	$t = \frac{\bar{d} - d_0}{SD / \sqrt{n}}$	
เมื่อ	t	= ค่าเฉลี่ยที่ใช้พิจารณาใน t
	\bar{d}	= ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
	d_0	= ค่าเฉลี่ยภายในกลุ่ม
	SD	= ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	n	= จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

1.4 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกันเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป โดยใช้สูตรดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541 : 72)

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n\sum X^2 - (\sum X)^2][n\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r_{xy}	แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน ผลรวมของคะแนน X
	$\sum Y$	แทน ผลรวมของคะแนน Y
	$\sum X^2$	แทน ผลรวมคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣY^2 แทน ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง

ΣXY แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ ดังนี้

(กัลยา วานิชย์บัญชา 2454 :280)

1 ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2 ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ ถ้า X เพิ่ม Y จะเพิ่ม แต่ถ้า X ลด Y จะลด

3 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก

4 ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชูศรี วงศ์รัตน์ 2541 :324) มีดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.91-1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูงมาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.71-0.90 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้กำหนด

สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

H_0	แทน	สมมติฐานหลัก
H_1	แทน	สมมติฐานรอง
n	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาเปรียบเทียบค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ F
LSD	แทน	ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j
r_{xy}	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 05

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนความถี่ และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ
รถไฟฟ้าใต้ดิน โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 เพศ		
ชาย	196	46.7
หญิง	224	53.3
รวม	420	100.0
2 อายุ		
11 – 20 ปี	11	2.6
21 – 30 ปี	338	80.5
31 – 40 ปี	55	13.1
41 – 50 ปี	16	3.8
51 ปี ขึ้นไป	0	0
รวม	420	100.0
3 ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	19	4.5
อนุปริญญาตรี/ปวส	31	7.4
ปริญญาตรี	345	82.1
สูงกว่าปริญญาตรี	25	6.0
รวม	420	100.0
4 อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	1.9
พนักงานบริษัทเอกชน	365	86.9
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	34	8.1
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2	0.5
อื่นๆ	11	2.6
รวม	420	100.0

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5 รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	34	8.1
5,000 – 9,999 บาท	20	4.7
10,000 – 19,999 บาท	173	41.2
20,000 – 29,999 บาท	117	27.9
30,000 บาท ขึ้นไป	76	18.1
รวม	420	100.0

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	รถไฟฟ้าบีทีเอส		รถไฟฟ้าใต้ดิน	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6 พฤติกรรมการเดินทาง				
1 - 5 ครั้ง	135	32.1	200	47.6
6 - 10 ครั้ง	71	16.9	108	25.7
11 - 15 ครั้ง	44	10.6	26	6.2
16 - 20 ครั้ง	48	11.4	19	4.5
มากกว่า 20 ครั้ง	122	29.0	67	16.0
รวม	420	100.0	420	100.0

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัว ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 420 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน เป็น เพศหญิง มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และรองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

อายุ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เป็นผู้มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมา เป็นผู้มีอายุ 31 – 40 ปี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 เป็นผู้มีอายุ 41 – 50 ปี มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และเป็นผู้มีอายุ 11 – 20 ปี มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ ศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 82 1 รองลงมา ระดับอนุปริญญาตรี/ปวส มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7 4 ระดับสูงกว่า ปริญญาตรี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6 0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4 5 ตามลำดับ และกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้น เนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างจึงขจัดทิ้ง

อาชีพ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 86 9 รองลงมา เป็น นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8 1 ประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2 6 เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1 9 และ ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1 9 ตามลำดับ

รายได้ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41 2 รองลงมามีรายได้ 20,000 – 29,999 บาท มีจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 27 9 มีรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 18 1 ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8 1 และมีรายได้ 5,000 – 9,999 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 4 7 ตามลำดับ

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32 1 รองลงมา เดินทาง มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป 122 คน คิดเป็นร้อยละ 29 0 เดินทาง 6-10 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 16 9 เดินทาง 16-20 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11 4 และ เดินทาง 11-15 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10 6 ตามลำดับ

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 47 6 รองลงมา เดินทาง 6-10 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 25 7 เดินทาง มากกว่า 20 ครั้ง/เดือน ขึ้นไป มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16 0 เดินทาง 11-15 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6 2 และเดินทาง 16-20 ครั้ง/เดือนมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4 5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ทศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ทั้ง 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการบริการของพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ

ตาราง 2 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทศนคติ
ด้านผลิตภัณฑ์						
1 ภาพพจน์ของบริษัท	3.85	0.610	ดี	3.76	0.711	ดี
2 เทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์	3.67	0.762	ดี	4.08	0.711	ดี
3 อุปกรณ์มาตรฐาน และอุปกรณ์เสริม	3.65	0.743	ดี	3.68	0.666	ดี
การบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.72	0.710	ดี	3.84	0.700	ดี

จากตาราง 2 ด้านผลิตภัณฑ์

ทศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทศนคติที่สอดคล้องกันโดยรวมและรายชื่อ คือ ต่อภาพพจน์ของบริษัท ต่อเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ และต่ออุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม อยู่ในระดับที่ดี

ตาราง 3 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทศนคติ ด้านความราคา ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทศนคติ
ด้านราคา						
4 อัตราค่าโดยสารสูงสุด	3.20	0.922	ปานกลาง	2.64	0.970	ปานกลาง
5 อัตราค่าโดยสารต่ำสุด	3.32	0.899	ปานกลาง	3.25	0.843	ปานกลาง
การบริการด้านความคุ้มค่าโดยรวม	3.26	0.910	ปานกลาง	2.95	0.910	ปานกลาง

จากตาราง 3 ด้านความราคา

ทัศนคติ ด้านความราคา ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกันโดยรวมและรายข้อ คือ ต่อดัชนีราคาโดยสารสูงสุด ต่อดัชนีราคาโดยสารต่ำสุด อยู่ในระดับปานกลาง

ตาราง 4 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ด้านช่องทางจำหน่าย ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านช่องทางจำหน่าย						
6 บรรยากาศในตัวรถ	3.74	0.770	ดี	3.42	0.877	ดี
7 ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี	3.82	0.782	ดี	3.43	1.119	ดี
8 ความสะอาดของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี	3.60	0.563	ดี	2.80	0.707	ปานกลาง
9 การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ	3.87	0.861	ดี	3.56	0.972	ดี
การบริการด้านช่องทางจำหน่ายโดยรวม	3.76	0.750	ดี	3.30	0.920	ดี

จากตาราง 4 ด้านช่องทางจำหน่าย

ทัศนคติ ด้านช่องทางจำหน่าย ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินโดยรวม อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความสะอาดของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี ผู้ใช้บริการมีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสะอาดของร้านค้า/ร้านหน้าสถานีในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกันโดยรวมและรายข้อ คือ บรรยากาศในตัวรถ ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ อยู่ในระดับที่ดี

ตาราง 5 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ
ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
10 การโฆษณาทางแผ่นพับ	2.44	1.202	ไม่ค่อยดี	2.26	1.141	ไม่ค่อยดี
11 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.82	1.230	ปานกลาง	2.43	1.192	ไม่ค่อยดี
12 การโฆษณาทางวิทยุ	2.50	1.083	ไม่ค่อยดี	2.27	1.074	ไม่ค่อยดี
13 การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน	3.75	1.251	ดี	3.55	1.156	ดี
การบริการด้านการส่งเสริมการตลาด	2.88	1.190	ปานกลาง	2.63	1.140	ไม่ค่อยดี
โดยรวม						

จากตาราง 5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับไม่ค่อยดี แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน อยู่ในระดับที่ดี และ การโฆษณาทางแผ่นพับ การโฆษณาทางวิทยุ อยู่ในระดับที่ไม่ค่อยดี

ตาราง 6 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ
ด้านการบริการของพนักงาน ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านการบริการของพนักงาน						
14 กิริยา มารยาท ในการบริการพนักงาน	3.55	0.776	ดี	3.88	0.588	ดี
15 ความใส่ใจในการให้บริการ	3.29	0.646	ปานกลาง	3.54	0.858	ดี
16 พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	3.38	0.805	ปานกลาง	3.45	0.811	ดี
การบริการด้านการบริการของพนักงาน	3.41	0.740	ดี	3.62	0.750	ดี
โดยรวม						

จากตาราง 6 ด้านการบริการของพนักงาน

ทัศนคติ ด้านการบริการของพนักงาน ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินโดยรวม อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความใส่ใจในการให้บริการ และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความใส่ใจในการให้บริการ และพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ กิริยา มารยาท ในการบริการพนักงานอยู่ในระดับที่ดี

ตาราง 7 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ
ด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
17 ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร	3.83	0.734	ดี	4.02	0.766	ดี
18 ความสะอาดภายในตัวรถไฟฟ้า	3.56	0.746	ดี	4.27	0.448	ดีมาก
19 ขนาดภายในขบวนรถ	3.42	0.735	ดี	3.49	0.867	ดี
20 ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี	3.68	0.730	ดี	3.74	0.599	ดี
21 เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ	3.58	0.815	ดี	4.11	0.678	ดี
การบริการด้านลักษณะทางกายภาพ	3.61	0.750	ดี	3.93	0.670	ดี
โดยรวม						

จากตาราง 7 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดินโดยรวม อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความสะอาดภายในตัวรถไฟฟ้า มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสะอาดภายในตัวรถไฟฟ้า อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ให้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ให้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ขนาดภายในขบวนรถ ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ อยู่ในระดับที่ดี

ตาราง 8 การใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ
ด้านกระบวนการในการให้บริการ ของผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ระดับความคิดเห็น			ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ	\bar{X}	SD	ระดับทัศนคติ
ด้านกระบวนการในการให้บริการ						
22 การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า	3.63	0.997	ดี	2.32	0.943	ไม่ค่อยดี
23 มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ	2.44	0.944	ไม่ค่อยดี	3.08	1.008	ปานกลาง
24 จำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ	3.50	0.810	ดี	3.34	0.817	ปานกลาง
25 มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน	3.19	1.107	ปานกลาง	3.71	0.821	ดี
26 ระบบสัญญาณเตือนภัย	3.58	0.818	ดี	3.65	0.819	ดี
27 ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ	3.71	0.648	ดี	3.71	0.678	ดี
ด้านการบริการด้านกระบวนการ	3.34	0.890	ปานกลาง	3.30	0.850	ปานกลาง
ในการให้บริการโดยรวม						

จากตาราง 8 ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ทัศนคติด้านกระบวนการในการให้บริการ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินโดยรวม อยู่ในระดับปานกลางทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อ แล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ การเดินทางจากสถานีถึง ตัวรถไฟฟ้า มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าบีทีเอส มีการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า อยู่ในระดับที่ ดีกว่ารถไฟฟ้าใต้ดิน มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าใต้ดินมีที่จอดรถ สำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส จำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถมีทัศนคติ ว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส มีจำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ ที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าใต้ดิน มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน อยู่ในระดับที่ดีกว่ารถไฟฟ้า บีทีเอส

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ใช้ บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ระบบสัญญาณเตือนภัย ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ อยู่ใน ระดับที่ดี

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทศนคติผู้ใช้บริการ ที่มีต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ข้อมูล	\bar{X}	S D	ความพึงพอใจรวม
ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส	3.84	621	ดี
ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน	3.52	703	ดี

จากตาราง 9

พบว่า ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส เฉลี่ยความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส อยู่ที่ 3.84 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ 621 มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับที่ดี

พบว่า ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน เฉลี่ยความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ที่ 3.52 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ 703 มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับที่ดี

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตาราง 10 แสดงจำนวนความถี่และร้อยละ ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	จำนวน	ร้อยละ
1 เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส เส้นทางใดที่ท่านจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด		
สายสุขุมวิท	198	47.1
สายสีลม	111	26.4
สายท่าพระ	66	15.8
สายดอนเมือง	45	10.7
รวม	420	100.0

จากตาราง 10

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เส้นทางใดที่ท่านจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
 ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เส้นทาง
 สายสุขุมวิท มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รองลงมา สายสีลม มีจำนวน 111 คน
 คิดเป็นร้อยละ 26.4 สายท้าวพระ มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และสายดอนเมือง มีจำนวน
 45 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนความถี่และคาร์ร้อยละ ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ
 รถไฟฟ้าใต้ดิน

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน	จำนวน	ร้อยละ
1 เส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน เส้นทางใดที่ท่าน จะใช้บริการเดินทางมากที่สุด		
สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ	240	57.1
หัวลำโพง-บางแค	62	14.8
บางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า	89	21.2
บางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ	29	6.9
รวม	420	100.0

จากตาราง 11

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เส้นทางใดที่ท่านจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด
 ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เส้นทาง
 สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา
 บางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า มีจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 สายหัวลำโพง-บางแค
 มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ใช้บริการ สายบางกะปิ-ราชบุรีบูรณะ มีจำนวน 29 คน
 คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวนความถี่และค่าร้อยละ ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน	รถไฟฟ้าบีทีเอส		รถไฟฟ้าใต้ดิน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2 ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ รถไฟฟ้าใต้ดินในช่วงวันใดมากที่สุด				
วันจันทร์ – วันศุกร์	310	73.8	266	63.3
วันหยุดเสาร์-อาทิตย์	82	19.5	115	27.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	28	6.7	39	9.3
รวม	420	100.0	420	100.0

จากตาราง 12

ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในช่วงวันใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วง วันจันทร์ – วันศุกร์ มีจำนวน 310 คน คิดเป็น
ร้อยละ 73.8 รองลงมา วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 วันหยุด
นักขัตฤกษ์ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วง วันจันทร์ – วันศุกร์ มีจำนวน 266 คน คิดเป็น
ร้อยละ 63.3 รองลงมา วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 วันหยุด
นักขัตฤกษ์ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงจำนวนความถี่และคาร์ยละเอียด ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน	รถไฟฟ้าบีทีเอส		รถไฟฟ้าใต้ดิน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
3 ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ช่วงเวลาใดมากที่สุด				
6 00 – 9 00	145	34.5	94	22.4
9 01 – 12 00	16	3.8	49	11.7
12 01 – 16 00	74	17.6	88	21.0
16 01 – 19 00	91	21.7	107	25.4
19 01 – 22 00	85	20.3	77	18.3
22 01 – 24 00	9	2.1	5	1.2
รวม	420	100.0	420	100.0

จากตาราง 13

ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเวลาใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 6 00 – 9 00 มีจำนวน 145 คน คิดเป็น
ร้อยละ 34.5 รองลงมา 16 01 – 19 00 มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 ช่วงเวลา
19 01 – 22 00 มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ช่วงเวลา 12 01 – 16 00 มีจำนวน
74 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6 ช่วงเวลา 9 01 – 12 00 มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8
ช่วงเวลา 22 01 – 24 00 มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในเวลาใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 16 01 – 19 00 มีจำนวน 107 คน คิดเป็น
ร้อยละ 25.4 รองลงมา 6 00 – 9 00 มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ช่วงเวลา
12 01 – 16 00 มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ช่วงเวลา 19 01 – 22 00 มีจำนวน
77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ช่วงเวลา 9 01 – 12 00 มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7
ช่วงเวลา 22 01 – 24 00 มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน	ค่าต่ำสุด (%)	ค่าสูงสุด (%)	\bar{X}	SD	แนวโน้มพฤติกรรม
4 ท่านคิดว่า ท่านมีแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	9.8	34.0	3.32	1.157	ปานกลาง
5 ท่านคิดว่า ท่านมีแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	6.4	33.3	3.39	1.131	ปานกลาง

จากตาราง 14

ผลการวิเคราะห์ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยประมาณมีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 9.8 เปอร์เซ็นต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 34.0 เปอร์เซ็นต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เท่ากับ 3.32 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.157

ผลการวิเคราะห์ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 6.4 เปอร์เซ็นต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 33.3 เปอร์เซ็นต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เท่ากับ 3.39 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.131

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ 5 ข้อ

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 15 เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส	t-test for Equality of Means					
	n	\bar{X}	S D	df	t	p
เพศ						
ชาย	196	3.81	.682	418	-.913	.362
หญิง	224	3.86	.563			
รวม	420					

จากตาราง 15

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการใชสถิติ Independent t-test ที่แตกต่างกัน พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .362 ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)

หมายความว่า เพศของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 1 2 อายุที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้
ตาราง 16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุ ของผู้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	จำนวน	\bar{X}	SD
อายุ			
11-20 ปี	11	3 00	000
21-30 ปี	338	1 83	988
31-40 ปี	55	2 20	1 253
41-50 ปี	16	1 50	516
51 ปี ขึ้นไป	0	0	0
รวม	420	2.13	690

จากตาราง 16

อายุที่แตกต่างกัน ของผู้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ 11-20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2 20$) รองลงมา เป็นช่วงอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2 20$) ช่วงอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 83$) และอันดับสุดท้ายคือช่วงอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 50$) และอายุ 51 ปี ขึ้นไป เนื่องจากไม่มีกลุ่มตัวอย่างจึงขอตัดทิ้ง

ตาราง 17 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส
จำแนกตามความแตกต่างของอายุ

ความพึงพอใจรวมต่อ การใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รถไฟฟ้าบีทีเอส	ระหว่างกลุ่ม	12 455	3	4 152	16 640*	000
	ภายในกลุ่ม	103 792	416	250		
	รวม	116 248	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 17

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอายุ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีค่า F-Prob เท่ากับ 0 00 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อายุที่ต่างกันต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision)โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไป

ตาราง 18 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตามอายุ

อายุ		11-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี
	\bar{X}	4 00	3 93	3 31	3 50
11-20 ปี	4 00	-	07 (703)	69* (000)	50 (0 29)
21-30 ปี	3 93		-	62* (000)	43* (004)
31-40 ปี	3 31			-	- 19 (249)
41-50 ปี	3 50				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ตาราง 18

ผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มี อายุ 11-20 ปี กับ อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 11-20 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่าผู้ที่มี อายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 69

2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มี อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่าผู้ที่มี อายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 62

3 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มี อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 004 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่าผู้ที่มี อายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 43

ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 1 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการศึกษา ของผู้บริการ

รถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	จำนวน	\bar{X}	S.D.
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	19	2.16	1.015
อนุปริญาตรี/ปวส	31	1.94	0.998
ปริญาตรี	345	1.90	1.055
สูงกว่าปริญาตรี	25	1.64	0.490
รวม	420	1.91	0.890

จากตาราง 19

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของผู้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2.16$) รองลงมา อนุปริญาตรี/ปวส มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.94$) ระดับการศึกษาปริญาตรี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.90$) และอันดับสุดท้ายคือ สูงกว่าปริญาตรี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1.64$)

ตาราง 20 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามความแตกต่างของระดับการศึกษา

ความพึงพอใจรวมต่อ การให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รถไฟฟ้าบีทีเอส	ระหว่างกลุ่ม	7 089	3	2 363	6 359*	000
	ภายในกลุ่ม	154 575	416	372		
	รวม	116 248	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 20

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีค่า F-Prob เท่ากับ 0 00 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อายุที่ต่างกันต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparision) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไป

ตาราง 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช	อนุปริญญาตรี/ ปวส	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
	\bar{X}	2 16	1 94	1 90	1 64
มัธยมศึกษา	-	-	0 22	0 26	0 52
ตอนปลาย/ปวช	2 16	-	(147)	(165)	(0 85)
อนุปริญญาตรี/ปวส	1 94	-	-	0 04*	0 30*
				(000)	(000)
ปริญญาตรี	1 90			-	0 26
					(342)
สูงกว่าปริญญาตรี	1 64				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 21

ผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มี ระดับการศึกษา อนุปริญญาตรี/ปวส กับ
ระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000
ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี ระดับการศึกษา
อนุปริญญาตรี/ปวส มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่า
ผู้ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05
โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 04

2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มี ระดับการศึกษา อนุปริญญาตรี/ปวส กับ
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000
ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี ระดับการศึกษา
อนุปริญญาตรี/ปวส มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมากกว่า ผู้ที่มี
ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่าง
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 30

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 1 4 อาชีพที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอาชีพ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	จำนวน	\bar{X}	SD
อาชีพ			
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	1 00	000
พนักงานบริษัทเอกชน	365	1 97	1 033
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	34	1 65	950
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3	2 00	1 414
รวม	420	1 66	.850

จากตาราง 22

อาชีพที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2 00$) รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 97$) นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา ($\bar{X} = 1 65$) และอันดับสุดท้ายคือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 00$)

ตาราง 23 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ

ความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
	ระหว่างกลุ่ม	1 833	4	458	1 190	315
รถไฟฟ้าบีทีเอส	ภายในกลุ่ม	159 832	415	385		
	รวม	161 664	419			

จากตาราง 23

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีค่า F-Prob เท่ากับ 315 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน รายได้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส
ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	จำนวน	\bar{X}	S D
รายได้			
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	1 00	000
5,000 - 9,999 บาท	34	1 65	950
10,000 - 19,999 บาท	173	1 54	774
20,000 - 29,999 บาท	117	2 40	1 026
30,000 บาท ขึ้นไป	76	2 29	1 175
รวม	420	1 78	790

จากตาราง 24

รายได้ที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการ
ใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ 20,000 - 29,999 บาท
มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2 40$) รองลงมา รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2 29$)
รายได้ 5,000 - 9,999 บาท มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 65$) 10,000 - 19,999 บาท มีค่าเฉลี่ย
($\bar{X} = 1 54$) และอันดับสุดท้ายคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 00$)

ตาราง 25 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส จำแนกตามความแตกต่างของรายได้

ความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
รถไฟฟ้าบีทีเอส	ระหว่างกลุ่ม	24 589	4	6 149	1 107	346
	ภายในกลุ่ม	137 067	415	330		
	รวม	161 664	419			

จากตาราง 25

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความ
พึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA
(Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างรายได้ กับความพึงพอใจรวมต่อการ
ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีค่า F-Prob เท่ากับ 346 ซึ่งมากกว่า 0 05 นั่นคือ ยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความ
พึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
พฤติกรรมการเดินทางการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ครั้งต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด % / เดือน	ค่าสูงสุด % / เดือน	\bar{X}	SD	ระดับ
ทานใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยประมาณ	10.5	29.0	21.8	5.27	น้อย

จากตาราง 26

มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 10.5 เปอร์เซ็นต์/เดือน มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 29.0 เปอร์เซ็นต์/เดือน จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เท่ากับ 21.8 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ระดับน้อย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 5.27

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการ ในเขต กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ 5 ข้อ

เพศ

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการ ของผู้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent t-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob (p) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 15

ตาราง 27 เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวม
ต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน	t-test for Equality of Means					
	n	\bar{X}	SD	df	t	p
เพศ						
ชาย	196	2.01	1.028	418	4.513*	.000
หญิง	224	1.58	.944			
รวม	420					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยใช้สถิติ Independent t-test ที่แตกต่างกันพบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกัน

อายุ

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอายุ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	จำนวน	\bar{X}	SD
อายุ			
11-20 ปี	11	2 00	000
21-30 ปี	338	1 81	1 050
31-40 ปี	55	1 60	915
41-50 ปี	16	1 50	516
51 ปี ขึ้นไป	0	0	0
รวม	420	1 73	620

จากตาราง 28

อายุที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ 11-20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 2 00$) รองลงมา เป็น ช่วงอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 81$) ช่วงอายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 60$) และอันดับสุดท้ายคือ ช่วงอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 1 50$)

ตาราง 29 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกตามความแตกต่างของอายุ

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รถไฟฟ้าใต้ดิน	ระหว่างกลุ่ม	31 501	3	10 500	24 906*	0 00
	ภายในกลุ่ม	175 382	416	422		
	รวม	206 883	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 29

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA

(Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอายุ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0 00 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อายุที่ต่างกันต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตาม อายุ

อายุ		11-20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี
	\bar{X}	2.00	1.81	1.60	1.50
11-20 ปี	2.00	-	19*	40*	50*
			(.000)	(.000)	(.000)
21-30 ปี	1.81		-	21*	31*
				(.021)	(.003)
31-40 ปี	1.60			-	10
					(.140)
41-50 ปี	1.50				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 30

ผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อายุ 11-20 ปี กับ อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 11-20 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อายุ 21-30 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อายุ 11-20 ปี กับ อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 11-20 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.40

3 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจ

พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 11-20 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 50

4 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 31-40 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 021 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 21

5 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อายุ 21-30 ปี กับ อายุ 41-50 ปี มีความพึงพอใจพบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 003 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อายุ 21-30 ปี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 31
ระดับการศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 2 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการศึกษา ของผู้ให้บริการ

รถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	จำนวน	\bar{X}	S D
ระดับการศึกษา			
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	19	2 84	1 015
อนุปริญญาตรี/ปวส	31	3 81	833
ปริญญาตรี	345	3 49	661
สูงกว่าปริญญาตรี	25	4 00	000
รวม	420	3 54	630

จากตาราง 31

ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา อนุปริญญาตรี/ปวส มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.81$) ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.49$) และอันดับสุดท้ายคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.84$)

ตาราง 32 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกตามความแตกต่างของระดับการศึกษา

ความพึงพอใจรวมต่อ การให้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รถไฟฟ้าใต้ดิน	ระหว่างกลุ่ม	17.286	3	5.762	12.643*	0.00
	ภายในกลุ่ม	189.597	416	456		
	รวม	206.883	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าใต้ดิน เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช	อนุปริญาตรี/ ปวส	ปริญาตรี	สูงกว่าปริญาตรี	
	\bar{X}	2 84	3 81	3 49	4 00
มัธยมศึกษา	2 84	-	- 97*	- 65*	-1 16*
ตอนปลาย/ปวช			(000)	(000)	(000)
อนุปริญาตรี/ปวส	3 81	-	32*	- 19	
			(014)	(287)	
ปริญาตรี	3 49		-	- 51*	
				(000)	
สูงกว่าปริญาตรี	4 00			-	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 33

ผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช กับ ระดับการศึกษาอนุปริญาตรี/ปวส มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี ระดับการศึกษาอนุปริญาตรี/ปวส มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่า ผู้ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 97

2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช กับ ระดับการศึกษาปริญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญาตรี มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 65

3 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช กับ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า

ปริญญาตรีมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -1.16

4 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี ระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส กับ ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.14 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญาตรี/ปวส มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

5 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรีกับ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 5.1

อาชีพ

สมมติฐานข้อที่ 2.4 อาชีพที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของอาชีพ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	จำนวน	\bar{X}	SD
อาชีพ			
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4 00	000
พนักงานบริษัทเอกชน	365	3 47	635
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	34	3 35	950
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3	4 00	1 414
รวม	420	3 71	750

จากตาราง 34

อาชีพที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4 00$) รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชนมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3 47$) และอันดับสุดท้ายคือ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3 35$)

ตาราง 35 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกตามความแตกต่างของอาชีพ

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	P
รถไฟฟ้าใต้ดิน	ระหว่างกลุ่ม	28 116	4	7 029	16 317*	000
	ภายในกลุ่ม	178 767	415	431		
	รวม	206 883	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 35

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 0 00 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า อาชีพที่ต่างกันต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยจำแนกตาม อาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	
	\bar{X}	4 00	3 47	3 35	4 00
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 00	-	53*	65*	00
พนักงานบริษัทเอกชน	3 47	-	(025)	(012)	(1 000)
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	3 35	-	12	(304)	(259)
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	4 00	-	-	-	(176)
					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 36

ผลการวิเคราะห์ สามารถอธิบายได้ดังนี้

1 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 025 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 53

2 ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มีความพึงพอใจ พบว่า ค่าความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 012 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 หมายความว่า มีความแตกต่างเป็นรายคู่โดยผู้ที่มี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าผู้ที่มี อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 65

รายได้

สมมติฐานข้อที่ 2 5 รายได้ที่แตกต่างกันของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 รายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance One Way Anova) และการทดสอบ

สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 37 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	จำนวน	\bar{X}	S D.
รายได้			
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	4 40	503
5,000 – 9,999 บาท	34	3 35	950
10,000 – 19,999 บาท	173	3 40	784
20,000 – 29,999 บาท	117	3 40	492
30,000 บาท ขึ้นไป	76	3 79	410
รวม	420	3.67	630

จากตาราง 37

รายได้ที่แตกต่างกัน ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4 40$) รองลงมา รายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3 79$) รายได้ 10,000 – 19,999 บาทและรายได้ 20,000 – 29,999 บาทมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3 40$) และอันดับสุดท้ายคือ 5,000 – 9,999 บาท มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3 35$)

ตาราง 38 ผลการทดสอบความแตกต่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ
รถไฟฟ้าใต้ดิน จำแนกตามความแตกต่างของรายได้

ความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
รถไฟฟ้าใต้ดิน	ระหว่างกลุ่ม	25 891	4	0 269	1 406	246
	ภายในกลุ่ม	180 992	415	192		
	รวม	206 883	419			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 38

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการโดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างรายได้ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า F-Prob เท่ากับ 246 ซึ่งมากกว่า 0 05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดง ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมการเดินทางการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ก็ครั้งต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด % / เดือน	ค่าสูงสุด % / เดือน	\bar{X}	SD	ระดับ
ท่านใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยประมาณ	6 4	33 3	2 15	1 461	น้อย

จากตาราง 39

มีแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยประมาณ มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 6 4 เปอร์เซ็นต์/เดือน มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 33 3 เปอร์เซ็นต์/เดือน จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เท่ากับ 2 15 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรมการเดินทางการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ระดับน้อย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1 461

สมมติฐานข้อที่ 3 ทศนคติต่อการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการ ต่อการให้บริการ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 ทศนคติต่อการบริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม

ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร

H_1 ทศนคติต่อการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม

ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร สองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 40 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านผลิตภัณฑ์						
1 ภาพพจน์ของบริษัท	447*	000	ปานกลาง	292*	000	ต่ำ
2 เทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์	515*	000	ปานกลาง	315*	000	ปานกลาง
3 อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม	599*	000	ปานกลาง	302*	000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์

ในสวนภาพพจน์ของบริษัท พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับภาพพจน์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมการใช้ บริการรถไฟฟ้า บีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 447

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อภาพพจน์ของบริษัท ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 515 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่า มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 599 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่ออุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านผลิตภัณฑ์

ในส่วนภาพพจน์ของบริษัท พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับภาพพจน์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 292 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อภาพพจน์ของบริษัทก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 315 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยี

ด้านระบบคอมพิวเตอร์ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.000 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติเกี่ยวกับอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 302 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่ออุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น ตาราง 41 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านราคา

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านราคา						
4 อัตราค่าโดยสารสูงสุด	-198*	000	ต่ำ	276*	000	ต่ำ
5 อัตราค่าโดยสารต่ำสุด	422*	000	ปานกลาง	005	916	ไม่สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านราคา

ในส่วนอัตราค่าโดยสารสูงสุด พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.000 < 0.05)

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารสูงสุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ -198 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่ออัตราค่าโดยสารสูงสุด ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนอัตราค่าโดยสารต่ำสุด พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.000 < 0.05)

นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับ

อัตราค่าโดยสารต่ำสุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 422 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดีต่ออัตราค่าโดยสารต่ำสุด ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านราคา

ในส่วนอัตราค่าโดยสารสูงสุด พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารสูงสุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 276 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่ออัตราค่าโดยสารสูงสุด ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนอัตราค่าโดยสารต่ำสุด พบว่าค่า Sig = .916 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($0.916 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารต่ำสุด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้ออัตราค่าโดยสารต่ำสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 42 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านช่องทางจำหน่าย

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านช่องทางจำหน่าย						
6 บรรยากาศในตู้รถ	461*	000	ปานกลาง	591*	000	ปานกลาง
7 ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี	615*	000	ปานกลาง	308*	000	ปานกลาง
8 ความสะอาดของร้านค้า	213*	000	ต่ำ	013	953	ไม่สัมพันธ์
9 การจำหน่ายตั๋วผ่าน เครื่องอัตโนมัติ	421*	000	ปานกลาง	093	057	ไม่สัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 42

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านช่องทางจำหน่าย

ในสวนบรรยากาศในตู้รถ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศในตู้รถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 461 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อบรรยากาศในตู้รถ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 615 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนความสะอาดของร้านค้า พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคดีเกี่ยวกับความสะอาดของร้านค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 213 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความสะอาดของร้านค้า ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคดีเกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อ การใช้ บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 421 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้า บีทีเอส สูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะคดีกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านช่องทางจำหน่าย

ในส่วนบรรยากาศในตัวรถ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคดีเกี่ยวกับบรรยากาศในตัวรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้า ใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 591 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อบรรยากาศในตัวรถ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคดีเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้า ใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 308 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนความสะอาดของร้านค้า พบว่าค่า Sig = ,953 ซึ่งมากกว่า 0 05 (953>0 05) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความสะอาดของร้านค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อความสะอาดของร้านค้า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ในส่วนการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ พบว่าค่า Sig = 057 ซึ่งมากกว่า 0 05 (057>0 05) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ตาราง 43 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการส่งเสริมการตลาด						
10 การโฆษณาทางแผ่นพับ	035	470	ไม่สัมพันธ์	271*	000	ต่ำ
11 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	102*	038	ต่ำ	520*	000	ปานกลาง
12 การโฆษณาทางวิทยุ	338*	000	ปานกลาง	146*	003	ต่ำ
13 การซื้อบัตรโดยสารประเภท เติมเงิน	380*	000	ปานกลาง	111*	023	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 43

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในส่วนการโฆษณาทางแผ่นพับ พบว่าค่า Sig = 470 ซึ่งมากกว่า 0 05 (470>0 05) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางแผ่นพับ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง ในข้อการโฆษณาทางแผ่นพับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

ในส่วนการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ พบว่าค่า Sig = 038 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (038<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 102 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนการโฆษณาทางวิทยุ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้า บีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 338 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการโฆษณาทางวิทยุ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดเกี่ยวกับการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อ การใช้ บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์เท่ากับ 380 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการซื้อ บัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทักษะคิดกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ การให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ในส่วนการโฆษณาทางแผ่นพับ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคิดเกี่ยว กับการโฆษณาทางแผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 271 ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทาง เดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการโฆษณาทางแผ่นพับ ก็จะมี ความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 520 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนการโฆษณาทางวิทยุ พบว่าค่า Sig = 003 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (003<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 146 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการโฆษณาทางวิทยุ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน พบว่าค่า Sig = 023 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (023<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อ การใช้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 111 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ตาราง 44 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านการบริการของพนักงาน

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านการบริการของพนักงาน						
14 กิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน	226*	000	ต่ำ	262*	000	ต่ำ
15 ความใส่ใจในการให้บริการ	132*	007	ต่ำ	539*	000	ปานกลาง
16 พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	155*	001	ต่ำ	404*	000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านการบริการของพนักงาน

ในส่วนกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (000 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้ บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 226 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทศนคติที่ดี ต่อกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนความใส่ใจในการให้บริการ พบว่าค่า Sig = 007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (007 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 132 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีความใส่ใจในการให้บริการ ก็จะมี ความ

พึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น พบว่าค่า Sig = 001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.01 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 155 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการเห็นว่าพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านการบริการของพนักงาน

ในส่วนกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.00 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 262 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทศนคติที่ดี ต่อกิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนความใส่ใจในการให้บริการ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.00 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 539 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีความใส่ใจในการให้บริการ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (0.00 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 404 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการเห็นว่าพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ตาราง 45 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านลักษณะทางกายภาพ

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านลักษณะทางกายภาพ						
17 ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร	106*	030	ต่ำ	212*	000	ต่ำ
18 ความสะอาดภายในตัวรถไฟ	179*	000	ต่ำ	289*	000	ต่ำ
19 ขนาดภายในขบวนรถ	503*	000	ปานกลาง	355*	000	ปานกลาง
20 ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี	-037	450	ต่ำ	419*	000	ปานกลาง
21 เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ	537*	000	ปานกลาง	312*	000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 45

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในส่วนความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร พบว่าค่า Sig = 030 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 ($030 < 0 05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 106 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนความสะอาดภายในตัวรถไฟ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 ($000 < 0 05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับความสะอาดภายในตัวรถไฟ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 179

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนขนาดภายในขบวนรถ พบว่าค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับขนาดภายในขบวนรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 503

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อขนาดภายในขบวนรถ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ในส่วนความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี พบว่าค่า Sig = .450 ซึ่งมากกว่า 0.05 ($.450 > 0.05$) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อ ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในส่วนเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ พบว่าค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 537

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส สูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ในส่วนความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร พบว่าค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 212 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนความสะอาดภายในตัวรถไฟ พบว่าค่า Sig = .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับ

ความสะอาดภายในตัวรถไฟ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 289 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนขนาดภายในขบวนรถ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับขนาดภายในขบวนรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 355 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อขนาดภายในขบวนรถ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 419 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ในส่วนเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 312 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดิน สูงมากขึ้น

ตาราง 46 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านกระบวนการในการให้บริการ

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกระบวนการในการให้บริการ						
22 การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า	460*	000	ปานกลาง	127*	009	ต่ำ
23 มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ	131*	007	ต่ำ	229*	000	ต่ำ
24 จำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ	315*	000	ปานกลาง	279*	000	ต่ำ
25 มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน	459*	007	ปานกลาง	342*	000	ปานกลาง
26 ระบบสัญญาณเตือนภัย	555*	000	ปานกลาง	394*	000	ปานกลาง
27 ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ	356*	000	ปานกลาง	446*	000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 46

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับ ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ในส่วนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติเกี่ยวกับการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 460 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส

สูงมากขึ้น

ในส่วนมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ พบว่าค่า Sig = 007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.007 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติเกี่ยวกับที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 131 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนจำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติเกี่ยวกับ มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 315 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อจำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน พบว่าค่า Sig = 007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.007 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติเกี่ยวกับ มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 459 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนระบบสัญญาณเตือนภัย พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติเกี่ยวกับระบบสัญญาณเตือนภัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 555 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อระบบสัญญาณเตือนภัย ก็จะมี ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ในส่วนระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะคติเกี่ยวกับระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ

รถไฟฟ้าบีทีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.356 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอสสูงมากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติกับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับ ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ในส่วนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า พบว่าค่า Sig = 0.09 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.09 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.127 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.229 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนจำนวนที่นั่งที่ยืนภายในตัวรถ พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับ จำนวนที่นั่งที่ยืนภายในตัวรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ

0.279 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อจำนวนที่นั่งที่ยืนภายในตัวรถ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน พบว่าค่า Sig = 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($0.00 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับ มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.342 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อมิลลิพท์ และ บันไดเลื่อน ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนระบบสัญญาณเตือนภัย พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05

(000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับระบบสัญญาณเตือนภัย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 394 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อระบบสัญญาณเตือนภัย ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

ในส่วนระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05

(000<0 05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวกับระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 446 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0 31-0 70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ต่อระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ ก็จะมีคามพึงพอใจรวมต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าใต้ดินสูงมากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยได้ 5 ข้อ

สมมติฐานข้อที่ 4 1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านการใช้บริการเส้นทาง

H_0 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านการใช้บริการเส้นทาง

H_1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในด้านการใช้บริการเส้นทาง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 47 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อการใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านเส้นทางใดที่คิดว่า จะใช้บริการเดินทางมากที่สุด

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการใช้บริการ เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน เส้นทางใดมากที่สุด	333*	000	ปานกลาง	158*	001	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอสเส้นทางใดมากที่สุด พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางใดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 333 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจมาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอสเส้นทางใดมากที่สุด มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดินเส้นทางใดมากที่สุด พบว่าค่า Sig = 001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($001 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางใดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 158 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจมาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดินเส้นทางใดมากที่สุด มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4 2 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม
 ในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด

H_0 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด

H_1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร
 สองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment
 Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 48 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์
 กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับ ผู้ใช้บริการ
 รถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อการใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ
 รถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการ ใช้บริการ ในช่วงวันใดมากที่สุด ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับ รถไฟฟ้าใต้ดิน	247*	000	ต่ำ	197*	000	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 05

จากตาราง 48

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ
 รถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงวันใดมากที่สุดในการ
 ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0 05 (000<0 05) นั่นคือ
 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวม
 ของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงวันใดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติที่ระดับ 0 05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 247 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
 อยู่ระหว่าง 0 01-0 30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ
 ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจมาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในช่วงวันใดมากที่สุด มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงวันใดมากที่สุดในการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (000 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะช่วงวันใดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 197 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจมาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4.3 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม ในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

H_0 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

H_1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร สองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 49 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อการใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ					
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์	r	p	ระดับความสัมพันธ์
แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการใช้บริการ ในช่วงเวลาใดมากที่สุดระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน	033	500	ต่ำ	209*	000	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 49

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงเวลาใดมากที่สุดในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสพบว่าค่า Sig = 500 ซึ่งมากกว่า (500 > 0.05) นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส ในช่วงเวลาใดมากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงเวลาใดมากที่สุดในการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (000 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้ช่วงวันใดมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 209 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจมาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4.4 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม
ในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

H_0 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

H_1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร
สองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment
Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 50 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์
กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ		
	รถไฟฟ้าบีทีเอส		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์
แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการใช้บริการ	309*	000	ปานกลาง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการ
รถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส
พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 (000 < 0.05) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้ม
พฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์
สหสัมพันธ์เท่ากับ 309 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.31-0.70 แสดงว่ามีความ
สัมพันธ์ระดับปานกลาง และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจ
มาก จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 4.5 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม
ในอนาคตของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

H_0 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

H_1 ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ
แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร
สองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment
Correlation Coefficient) และใช้ระดับความเชื่อมั่น 95%

ตาราง 51 ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการมีความสัมพันธ์
กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ตัวแปร	ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน		
	r	p	ระดับความสัมพันธ์
แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการใช้บริการ	272*	000	ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการ
รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน
พบว่าค่า Sig = 000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ($000 < 0.05$) นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0)
และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้ม
พฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์
สหสัมพันธ์เท่ากับ 272 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.01-0.30 แสดงว่ามี
ความสัมพันธ์ระดับต่ำ และสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจมาก
จะมีแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มากขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 5 ทศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร
มหานครแตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 ทศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร
ไม่แตกต่างกัน

H_1 ทศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานคร
แตกต่างกัน

ใช้สถิติในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบ
สมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig
มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง

ตาราง 52 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของ
รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านผลิตภัณฑ์

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ							t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน						
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ				
ด้านผลิตภัณฑ์										
1 ภาพพจน์ของบริษัท	3.85	610	ดี	3.76	711	ดี	3.322*	419	001	
2 เทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์	3.67	762	ดี	4.08	711	ดี	-9.344*	419	000	
3 อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม	3.65	743	ดี	3.68	666	ดี	-6.27	419	531	
การบริการด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.72	710	ดี	3.84	700	ดี				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 52 ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านภาพพจน์
ของบริษัท โดยการใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านภาพพจน์ของบริษัท ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับ
รถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก
(H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ
ในด้านภาพพจน์ของบริษัท ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านเทคโนโลยี ด้านระบบคอมพิวเตอร์ โดยทำการทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่างในด้านเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ ของรถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านอุปกรณ์ มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม โดยทำการทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบ สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Probability เท่ากับ 0.531 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้ บริการ ในด้านอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ไม่แตกต่าง

ตาราง 53 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของ รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านราคา

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ						t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน					
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ			
ด้านราคา									
4 อัตราค่าโดยสารสูงสุด	3.20	0.922	ปานกลาง	2.64	0.970	ปานกลาง	9.350*	419	0.000
5 อัตราค่าโดยสารต่ำสุด	3.32	0.899	ปานกลาง	3.25	0.843	ปานกลาง	1.493	419	0.136
การบริการด้านความราคา	3.26	0.910	ปานกลาง	2.95	0.910	ปานกลาง			
โดยรวม									

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 53 ด้านความราคา

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านอัตราค่า โดยสารสูงสุด โดยทำการทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในอัตราค่าโดยสารสูงสุดระหว่างรถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ

สมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านอัตราค่าโดยสารสูงสุด ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านอัตราค่าโดยสารต่ำสุด โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Probability เท่ากับ 0.136 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านอัตราค่าโดยสารต่ำสุด ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ไม่แตกต่างกัน ตาราง 54 แสดงการเปรียบเทียบทักษะของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านช่องทางจำหน่าย

ทักษะของผู้ใช้บริการ	ทักษะของผู้ใช้บริการ						t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน					
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ			
ด้านช่องทางจำหน่าย									
6 บรรยากาศในตู้รถ	3.74	0.770	ดี	3.42	0.877	ดี	5.783*	419	0.000
7 ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี	3.82	0.782	ดี	3.43	1.119	ดี	7.357*	419	0.000
8 ความสะอาดของร้านค้า / ร้านหน้าสถานี	3.60	0.563	ดี	2.80	0.707	ปานกลาง	16.904*	419	0.000
9 การจำหน่ายตั๋ว ผ่านเครื่องอัตโนมัติ	3.87	0.861	ดี	3.56	0.972	ดี	7.631*	419	0.000
การบริการด้านช่องทาง จำหน่ายโดยรวม	3.76	0.750	ดี	3.30	0.920	ดี			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 54 ด้านช่องทางจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทักษะของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านบรรยากาศในตู้รถ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านบรรยากาศในตู้รถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทักษะของผู้ใช้บริการที่มี

ต่อการให้บริการ ในด้านบรรยากาศในตัวรถ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านทำเลที่ตั้งแต่ละสถานี ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะดวกของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านความสะดวกของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะดวกของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตาราง 55 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของ
รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ							t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน						
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ				
ด้านการส่งเสริมการตลาด										
10 การโฆษณาทางแผ่นพับ	2.44	1.202	ไม่ค่อยดี	2.26	1.141	ไม่ค่อยดี	2.825*	419	.005	
11 การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์	2.82	1.230	ปานกลาง	2.43	1.192	ไม่ค่อยดี	9.311*	419	.000	
12 การโฆษณาทางวิทยุ	2.50	1.083	ไม่ค่อยดี	2.27	1.074	ไม่ค่อยดี	8.681*	419	.000	
13 การซื้อบัตรโดยสารประเภท เติมเงิน	3.75	1.251	ดี	3.55	1.156	ดี	4.210*	419	.000	
การบริการด้านการส่งเสริม การตลาดโดยรวม	2.88	1.190	ปานกลาง	2.63	1.140	ไม่ค่อยดี				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 55 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางวิทยุ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านการโฆษณาทางวิทยุ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการโฆษณาทางวิทยุ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตาราง 56 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านการบริการของพนักงาน

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ						t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน					
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ			
ด้านการบริการของพนักงาน									
14 กิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน	3.55	0.776	ดี	3.88	0.588	ดี	-9.194*	419	0.000
15 ความใส่ใจในการให้บริการ	3.29	0.646	ปานกลาง	3.54	0.858	ดี	-7.759*	419	0.000
16 พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	3.38	0.805	ปานกลาง	3.45	0.811	ดี	-6.390*	419	0.000
การบริการด้านการบริการของพนักงานโดยรวม									
	3.41	0.740	ดี	3.62	0.750	ดี			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 56 ด้านการบริการของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านกิริยามารยาท ในการบริการของพนักงาน โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านกิริยามารยาท ในการบริการของพนักงาน ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านกิริยามารยาท ในการบริการของพนักงาน ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความใส่ใจ ในการให้บริการ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านความใส่ใจในการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความใส่ใจในการให้บริการ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตาราง 57 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของ รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านลักษณะทางกายภาพ

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ						t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน					
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ			
ด้านลักษณะทางกายภาพ									
17 ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร	3.83	0.734	ดี	4.02	0.766	ดี	-4.064*	419	0.000
18 ความสะอาดภายในตัวรถไฟ	3.56	0.746	ดี	4.27	0.448	ดีมาก	-15.639*	419	0.000
19 ขนาดภายในขบวนรถ	3.42	0.735	ดี	3.49	0.867	ดี	-1.579	419	0.115
20 ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี	3.68	0.730	ดี	3.74	0.599	ดี	-1.442	419	0.150
21 เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ	3.58	0.815	ดี	4.11	0.678	ดี	-12.325*	419	0.000
การบริการด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวม	3.61	0.750	ดี	3.93	0.670	ดี			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 ด้านลักษณะทางกายภาพ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะอาดภายในตัวรถไฟ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านความสะอาดภายในตัวรถไฟ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความสะอาดภายในตัวรถไฟ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านขนาดภายในขบวนรถ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านขนาดภายในขบวนรถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.115 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านขนาดภายในขบวนรถ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.150 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ตาราง 58 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการรวมของ
รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	ทัศนคติของผู้ใช้บริการ						t	df	Sig
	รถไฟฟ้าบีทีเอส			รถไฟฟ้าใต้ดิน					
	\bar{X}	SD	ระดับ	\bar{X}	SD	ระดับ			
ด้านกระบวนการในการให้บริการ									
22 การเดินทางจากสถานีถึงตัว รถไฟฟ้า	3.63	0.997	ดี	2.32	0.943	ไม่ค่อยดี	16.417*	419	0.000
23 มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ	2.44	0.944	ไม่ค่อยดี	3.08	1.008	ปานกลาง	-10.895*	419	0.000
24 จำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ	3.50	0.810	ดี	3.34	0.817	ปานกลาง	4.698*	419	0.000
25 มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน	3.19	1.107	ปานกลาง	3.71	0.821	ดี	-9.050*	419	0.000
26 ระบบสัญญาณเตือนภัย	3.58	0.818	ดี	3.65	0.819	ดี	-4.631*	419	0.000
27 ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ	3.71	0.648	ดี	3.71	0.678	ดี		135	419.893
ด้านการบริการด้านกระบวนการ ในการให้บริการโดยรวม	3.34	0.890	ปานกลาง	3.30	0.850	ปานกลาง			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในส่วนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในสวนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้าของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ของ

รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านจำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านจำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านจำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านมีลิฟท์และบันไดเลื่อน โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านมีลิฟท์และบันไดเลื่อนสำหรับผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านระบบสัญญาณเตือนภัย โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่างในด้านระบบสัญญาณเตือนภัย สำหรับผู้ให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีค่า Probability เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านระบบสัญญาณเตือนภัย ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% มีค่า Probability เท่ากับ 0.893 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในด้านระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ไม่แตกต่าง

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินผลการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

สังเขป ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการศึกษาค้นคว้า

ความมุ่งหมายของการวิจัย

- 1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ , อายุ , ระดับการศึกษา , อาชีพ , รายได้ , พฤติกรรมการเดินทาง ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน
- 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน
- 3 เพื่อศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เปรียบเทียบกับผู้ให้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดิน
- 4 เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 5 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน
- 6 เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตของ รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษา ทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทาง ให้แก่ผู้บริหารของบริษัท ซึ่งรถไฟฟ้าบีทีเอส ดำเนินการโดย บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยมี นายเกษม จาติกวณิชเป็นประธานกรรมการ และ นายคีรี กาญจนพาสน์ เป็นประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่และรถไฟฟ้ามหานครสายเฉลิมรัชมงคล

ได้รับสัมปทานโครงการโดย บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด ซึ่ง สามารถนำผลวิจัยครั้งนี้ไปเป็น ข้อมูลในการวางแผน และกำหนดนโยบายในการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการด้านต่าง ๆ เพื่อ มุ่งเน้นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการแก้ปัญหาจราจร และปัญหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1 ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาการเปรียบเทียบผลการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้า บีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

- 1 1 ข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ เพศ,อายุ,ระดับการศึกษา,อาชีพ,รายได้ , พฤติกรรม การเดินทาง
- 1 2 ทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน
- 1 3 ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน
- 1 4 แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2 1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือผู้บริโภครถไฟฟ้าและหญิง ในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยใช้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดย จะแบ่งกลุ่มตัวอย่าง ที่จะทำการศึกษาได้แก่ประชาชนที่เดินทางผ่านเส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส ซึ่งมี 2 สาย คือ สายสุขุมวิท สายสีลม และ ประชาชนที่เดินทางผ่านเส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน สายเฉลิมรัชมงคล (สายสีน้ำเงิน)

3 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

- 3 1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)
- 3 2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

สมมติฐานในการวิจัย

1 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2 ข้อมูลส่วนตัว คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

3 ทศนคติต่อการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการ ของรถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

4 ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ของผู้ให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ของผู้ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

5 ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบ สอบถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการเดินทาง

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับ ทศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้คำถามปลายปิด (**Close-Ended Response Question**) โดยเป็นแบบสอบถาม **Semantic differential scale** เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านขวา การให้น้ำหนักคะแนน เกี่ยวกับทศนคติ ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้า ใต้ดิน แบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2,1

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้คำถามปลายปิด (**Close-Ended Response Question**) โดยเป็นแบบสอบถาม **Semantic differential scale** เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นช่วงๆ ตั้งแต่ ด้านซ้ายสุดของสเกลแทนเห็นด้วยกับข้อความด้านซ้าย ด้านขวาสุดของสเกลแทนเห็นด้วย

กับข้อความด้านขวา การให้น้ำหนักคะแนนเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน แบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้ 5,4,3,2,1

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน โดยใช้คำถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) โดยเป็นแบบสอบถาม Semantic differential scale เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ และเป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended response question) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบ ได้เสนอแนะ หรือแสดงความคิดเห็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัยโดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาการเปรียบเทียบ ทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้คือ

1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1 1 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายสุขุมวิท

1 2 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายสีลม

1 3 กลุ่มผู้ใช้เส้นทางสายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง - บางซื่อ

2 ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data)

ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการประกอบของการทำวิจัยนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ เอกสาร ทฤษฎี แนวคิด วิทยานิพนธ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Pretest) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถาม พร้อมทั้งตรวจสอบความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการของ ครอนบัท (Cronbach หรือ Cronbach's Alpha Coefficient) α ของ Cronbach แล้วนำข้อมูลจากในแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูล และเข้ารหัส (Coding) เพื่อทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) For Windows Version 11 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1 1 ค่าร้อยละ (Percentage)

1 2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล

1 3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistics) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล

1 4 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อประสิทธิผลของแบบสอบถามที่จะให้มีความถูกต้อง (Accuracy) เชื่อถือได้ (Dependability) ไม่เปลี่ยนแปลง (Consistency) โดยวิธีของครอนบัท (Cronbach) เรียกว่า การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient)

2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2 1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t-test Independent เพื่อทดสอบสมมติฐานความแตกต่างกันของทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน กับตัวแปร เพศ

2 2 สถิติสำหรับที่ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA (Analysis of Variance) ณ ระดับ ความเชื่อมั่นร้อยละ 95

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในระดับนัยสำคัญ 05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร

2 3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม แบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Paired t-test

2 4 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย Pearson Correlation (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูล ในระดับอันตรภาค (Interval Scale) ขึ้นไป

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

เพศ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน เป็น เพศหญิง มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และรองลงมา เป็นเพศชาย มีจำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7

อายุ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เป็นผู้มีอายุ 21 – 30 ปี มีจำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 80.5

ระดับการศึกษา ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ ศึกษาในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 82.1

อาชีพ ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 86.9

รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ มีรายได้ 10,000 – 19,999 บาท มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 32.1

พฤติกรรมการเดินทาง ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ เดินทาง 1-5 ครั้ง/เดือน มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทักษะของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ทัศนคติ ด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ต่อภาพพจน์ของบริษัท ต่อเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ และต่ออุปกรณ์มาตรฐาน / อุปกรณ์เสริม อยู่ในระดับที่ดี ทัศนคติ ด้านความคุ้มค่า ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ต่ออัตราค่าโดยสารสูงสุด ต่ออัตราค่าโดยสารต่ำสุด อยู่ในระดับที่ดี

ทัศนคติ ด้านช่องทางจำหน่าย ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความสะอาดของ ร้านค้า / ร้านหน้าสถานี ผู้ใช้บริการมีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสะอาดของ ร้านค้า / ร้านหน้าสถานีในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน

นอกนั้นในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ บรรยากาศในตู้รถ , ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี , การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ อยู่ในระดับที่ดี

ทัศนคติ ด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้า บีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับไม่ค่อยดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ในระดับที่ดีกว่ารถไฟฟ้าใต้ดิน

นอกนั้นในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน พบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน อยู่ในระดับที่ดี และ การโฆษณาทางแผ่นพับ , การโฆษณาทางวิทยุ อยู่ในระดับที่ไม่ค่อยดี

ทัศนคติ ด้านการบริการของพนักงาน ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้า บีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความใส่ใจในการให้บริการ และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความใส่ใจในการให้บริการ และ พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส

นอกนั้นในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ กิริยา มารยาท ในการบริการพนักงานอยู่ในระดับที่ดี

ทัศนคติ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับดีทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ ความสะอาดภายในตัวรถไฟ มีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสะอาดภายในตัวรถไฟ อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร , ขนาดภายใน ขบวนรถ , ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี , เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ อยู่ในระดับที่ดี

ทัศนคติ กระบวนการในการให้บริการของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รถไฟฟ้า บีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ในระดับปานกลางทั้งคู่ แต่หากนำมาพิจารณาเป็นรายข้อแล้ว รถไฟฟ้าบีทีเอส ยังมีความแตกต่างกับรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ดังนี้ การเดินทางจากสถานีถึง ตัวรถไฟ มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าบีทีเอส มีการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟอยู่ในระดับ ที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน , มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าใต้ดินมีที่จอดรถ สำหรับผู้ให้บริการ อยู่ในระดับที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส , จำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ มีทัศนคติว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส มีจำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ ที่ดีกว่า รถไฟฟ้าใต้ดิน , มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน มีทัศนคติว่ารถไฟฟ้าใต้ดิน มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน อยู่ในระดับ ที่ดีกว่า รถไฟฟ้าบีทีเอส

นอกจากนี้ในรายข้ออื่นๆ ผู้ใช้บริการมีทัศนคติของรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินพบว่า ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่สอดคล้องกัน คือ ระบบสัญญาณเตือนภัย , ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ อยู่ในระดับที่ดี

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์คะแนนความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อ รถไฟฟ้า บีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

พบว่าค่าต่ำสุดของคะแนนความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส คือ 2 และค่าสูงสุดคือ 5 ซึ่งโดยเฉลี่ยความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส อยู่ที่ 3.84 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ 0.621

พบว่าค่าต่ำสุดของคะแนนความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน คือ 2 และค่าสูงสุดคือ 5 ซึ่งโดยเฉลี่ยความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน อยู่ที่ 3.52 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ 0.703

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต รถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน

ผู้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เส้นทาง สายสุขุมวิท

มีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1

ผู้ใช้บริการระหว่างรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ จะใช้เส้นทาง สายเฉลิม
รัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ มีจำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในช่วงวันใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วง วันจันทร์ – วันศุกร์ มีจำนวน 310 คน คิดเป็น
ร้อยละ 73.8

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วง วันจันทร์ – วันศุกร์ มีจำนวน 266 คน คิดเป็น
ร้อยละ 63.3

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในเวลาใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 6.00 – 9.00 มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ
34.5

ผู้ใช้บริการ ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในเวลาใดมากที่สุด ผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวน 420 คน ส่วนใหญ่ใช้บริการช่วงเวลา 16.01 – 19.00 มีจำนวน 107 คน คิดเป็น
ร้อยละ 25.4

ผลการวิเคราะห์ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยประมาณมีค่าต่ำสุด
อยู่ที่ 6 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรม
การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เท่ากับ 3.32 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรม
การใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.157
ผลการวิเคราะห์ แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยประมาณ มีค่าต่ำสุด
อยู่ที่ 4 เปอร์เซนต์ มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 100 เปอร์เซนต์ จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรม
การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เท่ากับ 3.39 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรม
การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ระดับปานกลาง และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1.131

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ที่มีผลต่อความ
พึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่แตกต่างกัน พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ 362 มากกว่า 0.05
จึงยอมรับสมมติฐานหลัก หมายความว่า เพศของผู้ใช้บริการ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส
มีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอายุ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 16.640 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 6.359 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1.190 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.315 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อาชีพของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างรายได้ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1.107 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.346 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เท่ากับ 2.18 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ระดับน้อย และมีสวเนียงเบนมาตรฐานมีค่า เท่ากับ 527

สมมติฐานข้อที่ 2

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเพศ ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการที่แตกต่างกัน พบว่า มีค่า Sig เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอายุ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอายุ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 24.906 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษา กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 12.643 และมีค่า Probability เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบอาชีพ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 16.317 และมีค่า Probability เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) และ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับ

สมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายได้ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน โดยการวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) พบว่า ความแตกต่างระหว่างรายได้ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จะมีความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ค่า F-Ratio ที่ได้เท่ากับ 1 406 และมีค่า Probability เท่ากับ 246 ซึ่งมากกว่า 0 05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีผลต่อความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ ของผู้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน

มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน จำนวนเฉลี่ยของแนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เท่ากับ 2 15 ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการมีแนวโน้มพฤติกรรม การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ระดับน้อย และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 1 461

สมมติฐานข้อที่ 3

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้บริการที่มีต่อการให้ บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า บีทีเอส

ในส่วน ภาพพจน์ของบริษัท

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับภาพพจน์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับความ พึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อภาพพจน์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญ

ในส่วน เทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม มีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้ออุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้บริการที่มีต่อการให้ บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า ใต้ดิน

ในส่วน ภาพพจน์ของบริษัท

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับภาพพจน์ของบริษัท มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อภาพพจน์ของบริษัทอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน เทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้ออุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เกี่ยวกับด้านความคุ้มค่า กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในส่วน อัตราค่าโดยสารสูงสุด

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้ออัตราค่าโดยสารสูงสุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน อัตราค่าโดยสารต่ำสุด พบว่าค่า

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารต่ำสุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้ออัตราค่าโดยสารต่ำสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านความคุ้มค่า กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในส่วน อัตราค่าโดยสารสูงสุด

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารสูงสุด มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในข้ออัตราค่าโดยสารสูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน อัตราค่าโดยสารต่ำสุด

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารต่ำสุด ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในข้ออัตราค่าโดยสารต่ำสุด

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับด้านช่องทางจำหน่ายกับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในส่วน บรรยากาศในตู้รถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศในตู้รถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อบรรยากาศในตู้รถอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความสะอาดของร้านค้า

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความสะอาดของร้านค้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อความสะอาดของร้านค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านช่องทางจำหน่ายกับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในส่วนบรรยากาศในตู้รถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับบรรยากาศในตู้รถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อบรรยากาศในตู้รถอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความสะอาดของร้านค้า

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความสะอาดของร้านค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับ

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดินในข้อความสะอาดของร้านค้า

ในส่วน การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ รถไฟฟ้าใต้ดินในข้อการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในส่วน การโฆษณาทางแผ่นพับ

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางแผ่นพับ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการโฆษณาทางแผ่นพับ

ในส่วน การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การโฆษณาทางวิทยุ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในข้อการโฆษณาทางวิทยุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน เกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาด กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในส่วนการโฆษณาทางแผ่นพับ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางแผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อการโฆษณาทางแผ่นพับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์

กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในข้อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การโฆษณาทางวิทยุ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการโฆษณาทางวิทยุ มีความสัมพันธ์กับ
ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อการโฆษณาทางวิทยุ อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน มีความ
สัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินในข้อการซื้อบัตรโดยสาร
ประเภทเติมเงินอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อ
การให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับด้านการบริการของพนักงานกับความพึงพอใจรวม
ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในส่วน กิริยา มารยาทในการบริการของพนักงาน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ กิริยา มารยาทในการบริการของพนักงาน มี
ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ข้อ กิริยา มารยาท
ในการบริการของพนักงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความใส่ใจในการให้บริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์
กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในข้อความใส่ใจในการให้บริการ
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีความ
สัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อพนักงานสามารถ
แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อ
การให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเกี่ยวกับด้านการบริการของพนักงาน กับความพึงพอใจรวม
ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในส่วน กิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ กิริยามารยาท ในการบริการของพนักงาน
มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อกิริยา มารยาท
ในการบริการของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความใส่ใจในการให้บริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความใส่ใจในการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อความใส่ใจในการให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในส่วน ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ ความสะอาด เรียบร้อยภายในอาคาร ในการบริการของพนักงาน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความสะอาดภายในตัวรถไฟ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความสะอาดภายในตัวรถไฟ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในข้อความสะอาดภายใน รถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ขนาดภายในขบวนรถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับขนาดภายในขบวนรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อความสะอาดภายในตัวรถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในข้อเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเกี่ยวกับด้านลักษณะทางกายภาพ กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในสวน ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ในการบริการของพนักงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวม ต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในสวน ความสะอาดภายในตัวรถไฟ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความสะอาดภายในตัวรถไฟ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อความสะอาดภายใน รถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในสวน ขนาดภายในขบวนรถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับขนาดภายในขบวนรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อความสะอาดภายในตัวรถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในสวน ความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในสวน เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสเกี่ยวกับ ด้านกระบวนการในการให้บริการ กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

ในสวน การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ข้อมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน จำนวนที่นั่ง / ที่ยืนภายในตัวรถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับจำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อจำนวนที่นั่ง / ที่ยืนภายในตัวรถ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อ มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ระบบสัญญาณเตือนภัย

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับระบบสัญญาณเตือนภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อระบบสัญญาณเตือนภัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสในข้อระบบควบคุมรถไฟฟ้าอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านทัศนคติ ของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเกี่ยวกับ ด้านกระบวนการในการให้บริการกับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ในส่วน การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับ การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ในข้อการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ข้อมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน จำนวนที่นั่ง / ที่ยืนภายในตัวรถ

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับจำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อจำนวนที่นั่ง/ที่ยืนภายในตัวรถ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับมีลิฟท์และบันไดเลื่อน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อ มีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ระบบสัญญาณเตือนภัย

หมายความว่า ปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับระบบสัญญาณเตือนภัยมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อระบบสัญญาณเตือนภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

ในส่วน ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ

หมายความว่าปัจจัยด้านทัศนคติเกี่ยวกับระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในข้อระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

สมมติฐานข้อที่ 4 ประกอบด้วยสมมติฐานย่อย 4 สมมติฐานดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 1

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอส เส้นทางใดมากที่สุด หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางใดมากที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจรวม ของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางรถไฟฟ้าใต้ดิน เส้นทางใดมากที่สุด หมายความว่า ความพึงพอใจรวมของผู้ใช้บริการกับแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคต ที่จะใช้เส้นทางใดมากที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

สมมติฐานข้อที่ 5

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน ภาพพจน์ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่าง

ในด้าน ภาพพจน์ของบริษัท ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ภาพพจน์ของบริษัทที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติ ต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน เทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านเทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน เทคโนโลยีด้านระบบ คอมพิวเตอร์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน อุปกรณ์มาตรฐาน และอุปกรณ์เสริมโดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านอุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริมระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม มีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน อัตราค่าโดยสารสูงสุด โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบ สมมติฐาน ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่า ความแตกต่าง

ในอัตราค่าโดยสารสูงสุด ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่าอัตราค่าโดยสารสูงสุด ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติ ต่อการให้บริการ รวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน อัตราค่าโดยสารต่ำสุด โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบ สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านอัตราคาโดยสารต่ำสุด ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน
 หมายความว่าอัตราค่าโดยสารต่ำสุด มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของ รถไฟฟ้า
 บีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน
 บรรยากาศในตัวรถ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบ
 สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านบรรยากาศในตัวรถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน
 หมายความว่า บรรยากาศในตัวรถที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของ
 รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน
 ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบ
 สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน
 หมายความว่าท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานีที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติ ต่อการให้บริการรวม
 ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
 ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน
 ความสะอาดของร้านค้า / ร้านหน้าสถานี คอมพิวเตอร์โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ
 Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น95% พบว่าความแตกต่าง
 ในด้านความสะอาดของร้านค้า/ร้านหน้าสถานีระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน
 หมายความว่าความสะอาดของร้านค้า/ร้านหน้าสถานี ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อ
 การใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ
 ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน
 การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ
 การทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น95%พบว่าความแตกต่าง

ในการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน
 หมายความว่า การจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อ
 การใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง
 สถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวมในด้าน การโฆษณาทางแผนพับ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบ สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านการโฆษณาทางแผนพับ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า การโฆษณาทางแผนพับ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการ รวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การ ทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการ ใช้ บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน การโฆษณาทางวิทยุ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และ การทดสอบ สมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านการโฆษณาทางวิทยุ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า การโฆษณาทางวิทยุ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวม ของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านการซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการ ใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้าน กิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงาน โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านกิริยามารยาทในการบริการของพนักงานระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

หมายความว่า กิริยา มารยาท ในการบริการของพนักงานที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านความใส่ใจในการให้บริการ โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านความใส่ใจในการให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า ความใส่ใจในการให้บริการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า พนักงานสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า ความสะอาดเรียบร้อยภายในอาคาร ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านความสะอาดภายในตัวรถไฟโดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านความสะอาดภายในตัวรถไฟ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า ความสะอาดภายในตัวรถไฟที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านขนาดภายในขบวนรถ โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านขนาดภายในขบวนรถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า ขนาดภายในขบวนรถ มีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของ รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่ไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี โดยใช้การทดสอบ โดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่าความตรงต่อเวลาที่รถไฟมาถึงสถานี มีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของ รถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่ไม่แตกต่าง

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า เทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในส่วนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในส่วนการเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้า ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า การเดินทางจากสถานีถึงตัวรถไฟฟ้าที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านมีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า มีที่จอดรถสำหรับผู้ให้บริการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านจำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านจำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า จำนวนที่นั่ง / ที่ยืน ภายในตัวรถ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านมีลิฟท์ และ บันไดเลื่อน โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านมีลิฟท์และบันไดเลื่อนสำหรับผู้ให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า มีลิฟท์ และบันไดเลื่อนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านระบบสัญญาณเตือนภัย โดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านระบบสัญญาณเตือนภัยสำหรับผู้ให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

หมายความว่า ระบบสัญญาณเตือนภัยที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของผู้ให้บริการที่มีต่อการให้บริการรวม ในด้านระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติโดยใช้การทดสอบโดยใช้สถิติ Paired t-test และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% พบว่าความแตกต่าง

ในด้านระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ ระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน หมายความว่า ระบบควบคุมรถไฟอัตโนมัติ มีผลต่อทัศนคติต่อการให้บริการรวมของรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดินที่ไม่แตกต่าง

อภิปรายผล

จากการศึกษา การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการให้บริการระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน มีประเด็นที่นำมาอภิปรายดังนี้

1 จากการศึกษา ข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจในการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้บริโภคภายหลังการเปิดให้บริการ ของธารทิพย์ เตชะทิพย์มณี (2546) พบว่าผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน

2 จากการศึกษา ทัศนคติของผู้ใช้บริการ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการ ทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ของหทัยรัตน์ จิวจินดา (2543 บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ร้านเลมอนฟาร์มผลการวิจัยพบว่าร้อยละ 44.7 ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นเหตุผลสำคัญที่สุด ที่ตัดสินใจใช้บริการ จากร้านเลมอนฟาร์ม

ด้านราคา มีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ถึงแม้ว่า ค่าบริการของ ทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน จะมีราคาสูงแต่ก็ยอมรับได้ เมื่อเทียบกับค่าเสียเวลาบนท้องถนน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เกี่ยวกับด้านราคาของภูไท เมฆกระจาย (2546) จากการศึกษา พบว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่า ราคาสินค้าของผลิตภัณฑ์แอมเวย์มีราคาค่อนข้างแพงแต่ก็ยอมรับได้ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และผลิตจากองค์กรระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์(2539 19) กล่าววราคารานั้นจะมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคการตัดสินใจด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูงหรือราคาต่ำแต่เป็นราคาที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า

ด้านช่องทางจำหน่าย มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการใช้บริการ ทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน

ด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสมีทัศนคติปานกลางส่วนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน มีทัศนคติ ไม่ค่อยดี การส่งเสริมการตลาด ที่ผู้ใช้บริการมีทัศนคติที่ดี ทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน คือ การซื้อบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต ของณศจี จันสิน (2545) จากการศึกษาพบว่า โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 88.5 ที่เคยไปใช้บริการห้างสรรพสินค้า โดยมีการส่งเสริมการขายเป็นเครื่องดึงดูดใจในการมาใช้บริการห้างสรรพสินค้า และผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการลดราคา การให้คูปองส่วนลด การแลกซื้อ เป็นต้น

ด้านการบริการของพนักงาน มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดี ในการให้บริการ ทั้งรถไฟฟ้า บีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าและธุรกิจบริการในส่วนของห้างสรรพสินค้า ของวีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2541) พบว่าสาเหตุสำคัญที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการห้างสรรพสินค้า พบว่ามาจาก 3 ด้าน ดังนี้ 1 ด้านสถานที่ ได้แก่สถานที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง สถานที่จอดรถ 2 ด้านสินค้า ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้า คุณภาพสินค้า ความแปลกใหม่และครบครันของสินค้า 3 ด้านบริการ ได้แก่ ความถูกต้องในการคิดราคา ความสุภาพ ความรู้เกี่ยวกับสินค้า

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีทัศนคติอยู่ในระดับที่ดีในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต ของชรัต พิริยะวัฒน์ (2543 บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง และการยอมรับของผู้เดินทางต่อระบบขนส่งสาธารณะแบบก้าวหน้าในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยความน่าเชื่อถือของการให้บริการนั้น เป็นปัจจัยที่ถือได้ว่าเป็นมีความสำคัญและมีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้โดยสารมากที่สุด (C-P Ng And S A Brah, 1997) ซึ่งสามารถใช้เป็นตัววัดคุณภาพการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปัจจัยที่ส่งผลต่อการให้บริการ ได้แก่ ความสะดวก, ความรวดเร็ว, ความปลอดภัย, ความประหยัด และความเชื่อถือได้

ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีทัศนคติอยู่ในปานกลาง ในการใช้บริการทั้งรถไฟฟ้าบีทีเอสและรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต ของวรเชษฐ์ จิตตานิษฐ์ (2542 บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อพื้นที่บริการบนทางหลวงพิเศษ กรุงเทพ-ชลบุรี (สายใหม่) ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้พื้นที่บริการบนทางหลวงพิเศษ กรุงเทพ-ชลบุรี (สายใหม่) มีทัศนคติโดยรวม ในเรื่องของการทำเลที่ตั้งที่มีความเหมาะสม ที่จอดรถสะดวกสบาย

3 จากการศึกษา แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อการใช้บริการ ต่อความพึงพอใจโดยรวม พบว่ามีแนวโน้มที่จะใช้บริการเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ของชุตติวรรณ สบายฤทัย (2543) ศึกษาเรื่อง “แนวโน้มพฤติกรรม การใช้จักรยานของเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์การเดินทางประจำวัน ศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานของเด็กนักเรียน ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางสังคม กับแนวโน้มพฤติกรรมของเด็กนักเรียนและการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้จักรยานของเด็กนักเรียน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบตัดขวาง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กนักเรียน จากโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 375 คน จาก 8 โรงเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยการ

แจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติวิเคราะห์ประกอบด้วย ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว สถิติการทดสอบ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

- 1 ควรมีการทบทวนการทำงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องได้ทันที
- 2 ควรปลูกฝังและสร้างจิตสำนึกที่ดีให้กับบุคลากรในองค์กร สร้างระเบียบวินัย และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับการทำงานเพื่อเป็นพื้นฐานในการประเมินคุณภาพตามมาตรฐานต่าง ๆ ต่อไป
- 3 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัย โดยเฉพาะในสถานที่จอดรถ
- 4 ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายตั๋วผ่านเครื่องอัตโนมัติ ให้เพียงพอต่อความต้องการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1 การวิจัยในลักษณะของการ ศึกษาความคิดเห็น เช่น การวิจัยนี้ควรมีการวิจัยซ้ำเป็นระยะๆ เพื่อนำผลมาใช้ในการปรับปรุงการให้บริการของบริษัทในด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม ทันสมัยอยู่เสมอ
- 2 ควรมีการวิจัยในแง่มุม หรือด้านต่างๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้นตลอดจนวิธีการอื่นๆ เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อตรวจสอบความคิดเห็น ทักษะคติหรือแนวโน้มต่อการใช้บริการ

- 1 ด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการปรับปรุงเครื่องยนต์ให้มีคุณภาพดีเลิศ และให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน
- 2 ด้านบริการควรมีการให้บริการอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง
- 3 ด้านราคาควรตั้งราคาในแต่ละสถานีในอัตราที่เท่ากัน
- 4 ด้านช่องทางจำหน่าย ทำเลที่ตั้งแต่ละสถานีควรจัดอยู่บริเวณที่ดึงดูดให้ใช้บริการ
- 5 ด้านการบริการของพนักงาน มีการอบรมความใส่ใจในการให้บริการ
- 6 ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรปรับปรุงเทคโนโลยีที่ใช้ในการบริการ ให้ทันสมัย
- 7 ด้านกระบวนการในการให้บริการ ควรปรับปรุง สถานที่จอดรถสำหรับผู้ใช้บริการ ให้มีเพียงพอ ต่อการให้บริการ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา (2543) *การใช้ SPSS for Widows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-10* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ
- _____ (2544) *การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Widows* กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____ (2545) *การใช้ SPSS for Widows ในการวิเคราะห์ข้อมูล* กรุงเทพฯ โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชรัต พิริยะวัฒน์ (2543) *ความพึงพอใจของผู้เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางและการยอมรับของผู้เดินทางต่อระบบขนส่งสาธารณะแบบก้าวหน้าในกรุงเทพมหานคร* คณะวิศวกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชูดา จิตพิทักษ์ (2525) *ทัศนคติการจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรม* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด
- _____ (2545) *พฤติกรรมศาสตร์เบื้องต้น* กรุงเทพฯ สารมวลชน
- นราศรี ไวนิชกุลและชูศักดิ์ อรุณศรี (2537) *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ* กรุงเทพมหานคร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2542) *สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ* หน่วยที่ 1-8 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- _____ (2542) *สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ* หน่วยที่ 9-15 กรุงเทพฯ โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- ลัดดาวัลย์ หวังพานิช (2529) *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์* พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2540) *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* กรุงเทพฯ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สุดาดวง เรืองรุจิระ (2540) *หลักการตลาด* กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์ประกอบพริก
- เสรี วงษ์มณฑา (2540) *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย* กรุงเทพมหานคร บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด

- เสรี วงษ์มณฑา (2540) *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย* กรุงเทพฯ
บริษัท ซีระฟิล์ม และ ไชเท็กซ์ จำกัด
- สำนักนโยบายและแผนกรุงเทพฯ (2543) *สถิติกรุงเทพฯ ปี 2543* กรุงเทพมหานคร
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2537) *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*
กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา
- _____ (2537) *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด* กรุงเทพฯ
สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา
- _____ (2538) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพฯ โรงพิมพ์วิสิทธิ์วัฒนา
- _____ (2540) *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย* กรุงเทพฯ
บริษัท AN การพิมพ์
- _____ (2541) *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*
กรุงเทพมหานคร บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด
- _____ (2546) *การบริหารการตลาดยุคใหม่* กรุงเทพมหานคร
บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด
- องอาจ ปะทะวานิช (2525) *รวมบทความทางวิชาการด้านการตลาด* กรุงเทพมหานคร
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Internet

<http://www.watpon.com/spss/>

<http://rail-thai.cjb.net/>

<http://www.bts.co.th/>

<http://www.bts.co.th/th/index.asp>

http://www.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html

<http://www.google.com/>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่อง

การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการ
ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

แบบสอบถาม

เรื่อง

การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการ
ระหว่าง รถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการทำสารนิพนธ์
ของนิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร
ที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบ
แบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการนำ
เสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวม เท่านั้น

โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอส
กับรถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตที่มีต่อ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

***** กรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลที่เป็นจริงของท่านมากที่สุด

1 เพศ

() ชาย

() หญิง

2 อายุ

() 11 - 20 ปี

() 21 - 30 ปี

() 31 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี

() 51 ปี ขึ้นไป

3 ระดับการศึกษา

- () มัธยมศึกษาตอนต้น () มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช
 () อนุปริญญาตรี/ปวส () ปริญญาตรี
 () สูงกว่าปริญญาตรี

4 อาชีพ

- () ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน
 () นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา () ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 () อื่นๆ

5 รายได้ต่อบุคคลต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,000 – 9,999 บาท
 () 10,000 – 19,999 บาท () 20,000 – 29,999 บาท
 () 30,000 บาท ขึ้นไป

6 พฤติกรรมการเดินทาง

ท่านใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสโดยประมาณ ครั้ง / เดือน —

ท่านใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินโดยประมาณ ครั้ง / เดือน ✓

ส่วนที่ 2 โปรดเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการ ที่มีต่อการให้บริการ รถไฟฟ้าบีทีเอส กับรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเรื่องต่อไปนี้

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

- 5 คะแนน หมายถึง ดีที่สุด
 4 คะแนน หมายถึง ดี
 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง
 2 คะแนน หมายถึง ไม่ดี
 1 คะแนน หมายถึง ไม่ดีอย่างมาก

5 4 3 2 1

5 4 3 2 1

	รถไฟฟ้าบีทีเอส	รถไฟฟ้าใต้ดิน
ด้านผลิตภัณฑ์		
1 ภาพพจน์ของบริษัท	ดี _____ ไม่ดี	ดี _____ ไม่ดี
2 เทคโนโลยีด้านระบบคอมพิวเตอร์	ทันสมัย _____ ล้าสมัย	ทันสมัย _____ ล้าสมัย
3 อุปกรณ์มาตรฐานและอุปกรณ์เสริม	มีมาตรฐาน _____ ขาดมาตรฐาน	มีมาตรฐาน _____ ขาดมาตรฐาน

	5 4 3 2 1		5 4 3 2 1
	รถไฟฟ้าบีทีเอส		รถไฟฟ้าใต้ดิน
ด้านความคุ้มค่า			
4 อัตราค่าโดยสารสูงสุด	ถูก _____ แพง		ถูก _____ แพง
5 อัตราค่าโดยสารต่ำสุด	ถูก _____ แพง		ถูก _____ แพง
ด้านช่องทางจำหน่าย			
6 บรรยากาศในตู้รถ	ดี _____ ไม่ดี		ดี _____ ไม่ดี
7 ท่าเลที่ตั้งแต่ละสถานี	สะดวก _____ ไม่สะดวก		สะดวก _____ ไม่สะดวก
8 ความสะอาดของ ร้านค้า/ร้านหน้าสถานี	สะอาด _____ สกปรก		สะอาด _____ สกปรก
9 การจำหน่ายตั๋วผ่าน เครื่องอัตโนมัติ	ง่าย _____ ยาก		ง่าย _____ ยาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด			
10 การโฆษณาทาง แผ่นพับ	เคยได้รับ _____ ไม่เคยได้รับ		เคยได้รับ _____ ไม่เคยได้รับ
11 การโฆษณาทาง หนังสือพิมพ์	เคยเห็น _____ ไม่เคยเห็น		เคยเห็น _____ ไม่เคยเห็น
12 การโฆษณาทาง วิทยุ	เคยได้ยิน _____ ไม่เคยได้ยิน		เคยได้ยิน _____ ไม่เคยได้ยิน
13 การซื้อบัตรโดยสาร ประเภทเติมเงิน	สะดวก _____ ไม่สะดวก		สะดวก _____ ไม่สะดวก
ด้านการบริการ ของพนักงาน			
14 กิริยา มารยาท ใน การบริการของพนักงาน	มีมารยาท _____ ไม่มีมารยาท		มีมารยาท _____ ไม่มีมารยาท
15 ความใส่ใจ ในการให้บริการ	ใส่ใจ _____ ละเลย		ใส่ใจ _____ ละเลย
16 พนักงานสามารถ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	ได้ _____ ไม่ได้		ได้ _____ ไม่ได้

	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	รถไฟฟ้าบีทีเอส	รถไฟฟ้าใต้ดิน
ด้านลักษณะ ทางกายภาพ		
18 ความสะอาด ภายในตัวรถไฟ	สะอาด _____ สกปรก	สะอาด _____ สกปรก
19 ขนาดภายใน ขบวนรถ	กว้างขวาง _____ คับแคบ	กว้างขวาง _____ คับแคบ
20 ความตรงต่อเวลา ที่รถไฟมาถึงสถานี	ตรงต่อเวลา _____ ไม่ตรงต่อเวลา	ตรงต่อเวลา _____ ไม่ตรงต่อเวลา
21 เทคโนโลยีที่ใช้ ในการบริการ	ทันสมัย _____ ล้าสมัย	ทันสมัย _____ ล้าสมัย
ด้านกระบวนการ ในการให้บริการ		
22 การเดินทางจาก สถานีถึงตัวรถไฟฟ้า	ใกล้ _____ ไกล	ใกล้ _____ ไกล
23 มีที่จอดรถสำหรับ ผู้ใช้บริการ	กว้างขวาง _____ คับแคบ	กว้างขวาง _____ คับแคบ
24 จำนวนที่นั่ง/ที่ยืน ภายในตัวรถ	สะดวก _____ ไม่สะดวก	สะดวก _____ ไม่สะดวก
25 มีลิฟท์และ บันไดเลื่อน	สะดวก _____ ไม่สะดวก	สะดวก _____ ไม่สะดวก
26 ระบบสัญญาณ เตือนภัย	ครบถ้วน _____ บกพร่อง	ครบถ้วน _____ บกพร่อง
27 ระบบควบคุมรถไฟ อัตโนมัติ	ปลอดภัย _____ ไม่ปลอดภัย	ปลอดภัย _____ ไม่ปลอดภัย

- 5 คะแนน หมายถึง พอใจที่สุด
 4 คะแนน หมายถึง พอใจ
 3 คะแนน หมายถึง เฉย ๆ
 2 คะแนน หมายถึง ไม่พอใจ
 1 คะแนน หมายถึง ไม่พอใจที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

5 4 3 2 1

ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าบีทีเอส	พอใจอย่างมาก	___	___	___	___	___	ไม่พอใจอย่างมาก
ความพึงพอใจรวมต่อการใช้บริการ ที่มีต่อรถไฟฟ้าใต้ดิน	พอใจอย่างมาก	___	___	___	___	___	ไม่พอใจอย่างมาก

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และ รถไฟฟ้าใต้ดิน

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย \checkmark ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุด หรือเติมข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1 เส้นทางรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดินเส้นทางใดที่ท่านจะใช้บริการเดินทางมากที่สุด

รถไฟฟ้าบีทีเอส	() สายสุขุมวิท	() สายสีลม
	() สายท่าพระ	() สายสะพานใหม่
รถไฟฟ้าใต้ดิน	() สายเฉลิมรัชมงคล หัวลำโพง-บางซื่อ	() หัวลำโพง-บางแค
	() บางซื่อ-สะพานพระนั่งเกล้า	() บางกะปิ-ราษฎร์บูรณะ

2 ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงวันใดมากที่สุด

รถไฟฟ้าบีทีเอส	() วันจันทร์ – วันศุกร์	() วันหยุดเสาร์-อาทิตย์
	() วันหยุดนักขัตฤกษ์	
รถไฟฟ้าใต้ดิน	() วันจันทร์ – วันศุกร์	() วันหยุดเสาร์-อาทิตย์
	() วันหยุดนักขัตฤกษ์	

3 ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน ในช่วงเวลาใดมากที่สุด			
รถไฟฟ้าบีทีเอส	() 6 00 – 9 00	() 9 01 – 12 00	
	() 12 01 – 16 00	() 16 01 – 19 00	
	() 19 01 – 22 00	() 22 01 – 24 00	
รถไฟฟ้าใต้ดิน	() 6 00 – 9 00	() 9 01 – 12 00	
	() 12 01 – 16 00	() 16 01 – 19 00	
	() 19 01 – 22 00	() 22 01 – 24 00	

5 4 3 2 1

4 ท่านมีแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส	มากขึ้น _____ เท่าเดิม
5 ท่านมีแนวโน้มที่ท่านจะใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	มากขึ้น _____ เท่าเดิม

6 ข้อเสนอแนะ หรือความคิดเห็นอื่นๆ ในสิ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส กับ รถไฟฟ้าใต้ดิน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่เสียเวลาอันมีค่าให้ความอนุเคราะห์ในการกรอกแบบสอบถามฉบับนี้

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร 5731, 5618

ที่ ศธ 0519 12/รล ๗๖

วันที่ ๑๕ กันยายน 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายอำนาจ เสนาคี นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “การเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน” โดยมี รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกฤตดา และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบทัศนคติของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการให้บริการระหว่างรถไฟฟ้าบีทีเอสกับรถไฟฟ้าใต้ดิน

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นายอำนาจ เสนาคี และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จิระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ - สกุล	นายอำนาจ เสนาดี
วันเดือนปีเกิด	1 กันยายน พ ศ 2516
สถานที่เกิด	จังหวัดพิษณุโลก
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	28/1 หมู่ 12 แขวงกระทุมราย เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	เจ้าหน้าที่การเงิน
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท อีริคสัน (ประเทศไทย) จำกัด
ประวัติการเรียน	
พ ศ 2535	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนเศรษฐบุตธบ่าเพ็ญ
พ ศ 2540	ปริญญาตรี (ศิลปศาสตร์บัณฑิต) สถาบันราชภัฏธนบุรี
พ ศ 2548	ปริญญาโท (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร