

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

บทคัดย่อ

ของ

นาย สมชัย เจริญวรเกียรติ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

มีนาคม 2548

สมชัย เจริญวรเกียรติ .(2547). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).

สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ ฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำนวน 400 คน โดยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)โดยใช้สถิติ SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท เป็นโสด และ เป็นคนที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

สินค้าหรือ บริการส่วนใหญ่ที่ผู้ใช้บริการไม่เคยเข้าไปใช้บริการ ได้แก่ การใช้บริการห้องพยาบาล ห้องละหมาด และที่พักชั่วคราว

สินค้าหรือบริการที่ผู้ใช้บริการไม่ค่อยพึงพอใจ ได้แก่ การใช้บริการห้องน้ำ ราคาสินค้า และราคาค่าอาหารภายในสถานี

สินค้าหรือบริการที่ผู้ใช้บริการพึงพอใจมาก ได้แก่ ความพึงพอใจต่อการใช้ออร์ดไฟฟ้า ความสะอาดภายในสถานี การจัดพื้นที่ การตกแต่งสถานที่ การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง

ภาพรวมความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) อยู่ในระดับค่อนข้างพึงพอใจ

ผู้ใช้บริการที่มี เพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มี อายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง) ด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี และ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มี รายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี และ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ แตกต่าง

ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ แตกต่างกัน

จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ และ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านพนักงานผู้ให้บริการ แตกต่างกัน

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมี ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการให้บริการ แตกต่างกัน

CUSTOMER SATISFACTION AT BANGKOK RAILWAY STATION
(HUA LUM PONG)

AN ABSTRACT
BY
MR. SOMCHAI CHAROENVORAKIET

Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakharinwirot University
March 2005

Somchai Charoenvorakiet.(2004).*Customer Satisfaction at Bangkok Railway Station (Hua Lum Pong)*
Master project, M.B.A (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University,
Advisor: Dr. Warangkana Adisornprasert

The purpose of this research is to study customers' satisfactions at Bangkok Railway Station (Hua Lum Pong). Sample consisted of 400 Hua Lum Pong railway station services users. The variables used in this study are demographic characteristics of service user, service using behavior and service users' satisfaction towards Hua Lum Pong railway station. SPSS for window is used to analyze the data.

The research results revealed that:

Most of Hua Lum Pong railway station services users are female, age between 20-29 years old, single and have education level of high school and vocational school. Most of them are students, having average monthly income of less than 5,000 Baht, single and residing in provinces.

Products and services that customers have never used are clinic service, Islamic obedience room and temporary rest area.

Products and services that customers feel dissatisfied with are toilet and prices of goods and services.

Products and services that customers feel satisfied with are electronic billboard information, cleanliness within the station, interior within the station, booking and reservation system.

The overall satisfactions of service user at Hua Lum Pong railway station are at moderate level.

Service users with different gender have no difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station.

Service users with different age range have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in term of information announcement.

Service users with different education level have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of services in the station, prices of service, physical appearance of the station and information announcement.

Service users with different occupation have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of service personnel and advance in services.

Service users with different income level have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of services in the station, physical appearance of the station and service personnel.

Service users with different marital status have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in term of advance in services.

Service users with different places of living have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of prices of service, information announcement and advance in services.

The frequencies in using services at Hua Lum Pong railway station have no difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station.

Service users who receive different train time schedule have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of prices of service and information announcement.

Service users who receive different train traveling have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of service in the station, prices of service, physical appearance, information announcement and service personnel.

Service users who receive different travel safety information have difference in satisfaction level towards Hua Lum Pong railway station in terms of services in the station, prices of service, physical appearance, information announcement, service personnel and advance of service.

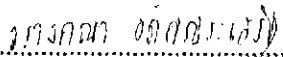
ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

สารนิพนธ์
ของ
นาย สมชัย เจริญวรเกียรติ

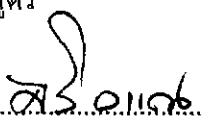
เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มีนาคม 2548
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)
ของ สมชัย เจริญวรเกียรติ ฉบับนี้แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

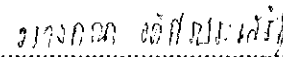
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

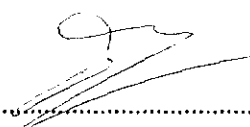

.....
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อดิศรประเสริฐ)

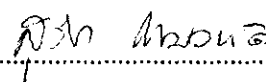
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

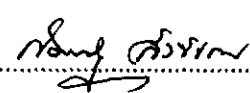
คณะกรรมการสอบ


..... ประธาน
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อดิศรประเสริฐ)


..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ ดร.ชนัยวงศ์ กิรติวานิชย์)


..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิสา โกมลทัต)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)
วันที่ ๕ เดือน สิงหาคม พ.ศ.2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากอาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการให้คำปรึกษา ชี้แนะ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยเข้าศึกษา และขอขอบพระคุณอาจารย์ทุก ๆ ท่านที่ได้ให้ความรู้ ในชั้นเรียน และ ในการจัดทำสารนิพนธ์

ขอขอบคุณการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในด้าน การเก็บข้อมูล และอำนวยความสะดวก ในการแจกแบบสอบถาม นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ โครงการ MBA และ เพื่อน ๆ MBA 5 ทุกคน

สุดท้ายนี้หวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ ต่อผู้ที่สนใจ และขอขอบคุณทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือ ในการจัดทำสารนิพนธ์จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สมชัย เจริญวรเกียรติ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายในการศึกษาค้นคว้า.....	2
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	2
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	3
ขอบเขตของเนื้อหา.....	3
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
สมมติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	
แนวความคิด ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ.....	8
แนวคิดทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการบริการ.....	12
แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด และ ส่วนประสมการตลาด.....	21
ความเป็นมาของการรถไฟแห่งประเทศไทย.....	27
ความเป็นมาของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	
แหล่งข้อมูล.....	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	45
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	49
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ.....	51
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	68

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีการวิจัย.....	151
สรุปผลการวิจัย.....	153
อภิปรายผล.....	165
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	175
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	175
บรรณานุกรม.....	177
ภาคผนวก.....	182
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	197

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการขนส่งผู้โดยสารภายในประเทศ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 – 2545.....	1
2 ตารางการแจกแบบสอบถาม.....	40
3 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง)	45
4 จำนวนและร้อยละ ของ ข้อมูลทั่วไป ที่จัดกลุ่มใหม่ของผู้ที่ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)	48
5 จำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง).....	49
6 จำนวนและร้อยละ ของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่จัดกลุ่มใหม่ ของผู้ใช้บริการที่ได้ รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	51
7 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มีในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	51
8 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆที่มีในสถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง).....	60
9 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง).....	59
10 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร.....	62
11 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ.....	64
12 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ.....	66
13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามเพศ.....	68
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตามเพศ.....	69
15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ.....	70
16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ.....	71
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้ บริการ จำแนกตามเพศ.....	72
18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตามเพศ	73
19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อายุ.....	74
20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตาม อายุ.....	75

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
21	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ.....	76
22	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชา สัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม อายุ.....	77
23	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	78
24	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการจำแนกตาม อายุ.....	79
25	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม อายุ.....	80
26	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	81
27	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)	82
28	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	83
29	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	84
30	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	85
31	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	86
32	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชา สัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	87
33	แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	88
34	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	89
35	แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการจำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	90

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อาชีพ.....	91
37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อาชีพ.....	92
38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทาง กายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ.....	93
39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม อาชีพ.....	94
40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม อาชีพ.....	95
41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	96
42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม อาชีพ.....	97
43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	98
44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม รายได้.....	99
45 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	100
46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตาม รายได้.....	101
47 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้.....	102
48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	103
49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม รายได้.....	104
50 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม รายได้.....	105

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
51 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการ ของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง).....	106
52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม รายได้.....	107
53 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	108
54 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	109
55 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	110
56 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	111
57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	112
58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตามเพศ.....	113
59 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	114
60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	115
61 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	116
62 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน.....	117
63 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน.....	118
64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน.....	119
65 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	120
66 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	121
67 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ ทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ.....	122

บัญชีตาราง (ต่อ)[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
83 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	138
84 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาบริการต่าง ๆ ค่า จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	139
85 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะ. ทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	140
86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	141
87 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ จำแนกตาม การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	142
88 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง.....	143
89 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมติฐาน.....	144
90 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	158
91 สรุปพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ.....	158
92 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ.....	159
93 ความสอดคล้องของสมมติฐานกับปัจจัยทางการตลาด.....	170
94 แสดงข้อมูลระหว่างการศึกษาที่บ่งชี้ได้.....	172

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ลำดับชั้นความต้องการตามแนวคิดของ Maslow.....	11
2 แบบจำลองคุณภาพบริการ.....	15
3 แผนภูมิสามเหลี่ยมแห่งการบริการ (The Service Triangle).....	16
4 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างแนวความคิดทางการตลาดสมัยเก่ากับสมัยใหม่.....	23
5 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service).....	26
6 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ 4'P และ ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7'P.....	26
7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเส้นทางเดินรถสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง กับ สถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน.....	34

บทนำ บทที่ 1

ภูมิหลัง

การเดินทางขนส่งสินค้าในประเทศไทย มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นปัจจัยหลักที่สะท้อนภาพรวมทางเศรษฐกิจ และ สังคม ผู้ประกอบการจึงต้องมีการแข่งขันในการพัฒนาด้านเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การเชื่อมต่อของระบบขนส่งที่จะเกิดขึ้นใน 3-5 ปี ในระบบขนส่งของกรุงเทพมหานครจะมีการเชื่อมต่อบริการขนส่งที่สำคัญ อันได้แก่

การรถไฟแห่งประเทศไทย เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2453

บริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (รถไฟฟ้าBTS) เปิดดำเนินการ 5 ธันวาคม พ.ศ.2539

บริษัท รถไฟฟ้า กรุงเทพ (รถไฟฟ้าใต้ดิน) เปิดดำเนินการ 12 สิงหาคม พ.ศ. 2547

ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

ระบบขนส่ง บริษัทขนส่ง (บขส.)

การรถไฟแห่งประเทศไทยในฐานะรัฐวิสาหกิจที่ให้บริการขนส่งแก่สาธารณะชน จึงมีผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ตลอดจนช่วยสนับสนุนพัฒนาเศรษฐกิจการกระจายตัวของที่อยู่อาศัย ที่ทำงาน และแหล่งอุตสาหกรรม แต่เมื่อพิจารณาโครงสร้างของการรถไฟแห่งประเทศไทย และส่วนแบ่งตลาดของการขนส่งทางรถไฟในระบบขนส่งรวมแล้ว พบว่าการขนส่งทางรถไฟมีบทบาทจำกัดในการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าเฉพาะ ในบางกลุ่มผู้ใช้บริการเท่านั้น โดยในช่วงปี พ.ศ. 2542 – 2545 มีแนวโน้มการใช้คงที่อยู่ที่ประมาณ 57,000,000 คนต่อปี หรือ ประมาณ 4,750,000 คนต่อเดือน ทั่วทั้งประเทศ (ที่มา : กระทรวงคมนาคม.2547 : ออนไลน์) ในขณะที่มีผู้ใช้รถไฟฟ้า BTS จำนวนถึง 109,500,000 คนต่อปี หรือประมาณ 9,000,000 คนต่อเดือน (ที่มา : บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ รถไฟฟ้า BTS .2547 : ออนไลน์)

ตาราง 1 แสดงการขนส่งผู้โดยสารภายในประเทศ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2536 - 2545

หน่วย : พันคน					
ปี พ.ศ.	รถโดยสาร ขสมก.	รถโดยสาร บขส.	ทางรถไฟ	ทางอากาศ	รวม
2536	1,382,293	15,982	70,742	4,463	1,473,480
2537	1,279,830	15,684	60,172	7,404	1,363,090
2538	1,233,548	14,464	55,982	7,070	1,311,064
2539	1,217,079	13,197	68,288	6,413	1,287,229
2540	1,223,674	12,601	64,856	6,450	1,291,005
2541	1,161,041	10,805	59,532	6,501	1,222,364
2542	1,069,094	10,878	54,439	6,468	1,140,912
2543	1,028,987	10,961	55,213	7,014	1,100,935
2544	938,289	10,787	56,749	7,267	1,013,092
2545	921,688	10,852	56,920	6,422	995,882

ที่มา : กระทรวงคมนาคม. 2547 : ออนไลน์

สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นสถานีรถไฟหลักที่เชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ระบบรถไฟฟ้า กรุงเทพ (รถไฟฟ้าใต้ดิน) และในปี พ.ศ.2541 ได้มีการปรับปรุงพื้นที่ 2 ข้างในท้องถนนชั้นล่างอาคารให้เป็นร้านขายอาหาร และ ร้านค้า ส่วนบริเวณชั้นลอยได้มีการเพิ่มพื้นที่ให้บริการโดยผู้ใช้บริการสามารถได้รับความสะดวกสบายในการนั่งรอ สามารถเลือกซื้ออาหาร, ร้านขนมปัง และร้าน Bakery นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว, บริษัทรับจองโรงแรม และตัวเครื่องบิน สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จึงเป็นศูนย์กลางการขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ ในแต่ละวันจะมีขบวนรถเข้าออกประมาณ 200 ขบวน และมีผู้โดยสารเดินทางเข้า – ออกที่สถานีนับหมื่นคนต่อวัน (ที่มา : การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2547 : ออนไลน์)

จากภาวะราคาน้ำมันโดยเฉพาะราคาน้ำมันเบนซินที่มีการปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2547 และส่งผลให้รัฐบาลจำเป็นต้องหามาตรการแก้ไขปัญหาย่างยั่งยืนแทนการใช้วิธีพยุงราคา รัฐบาลจึงได้กำหนดมาตรการรณรงค์การประหยัดน้ำมัน ด้วย 7 กิจกรรมหลัก และมาตรการข้อที่ 2 คือ มาตรการจัดการระบบขนส่งมวลชน คือ ส่งเสริมให้ประชาชนลดการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลและหันมาใช้ทั้งรถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน รถไฟฟ้าชานเมือง โดยจะเร่งรัดกำหนดการเปิดบริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ในเดือนสิงหาคม 2547 พร้อมทั้งลดราคาและจัด Promotion ในช่วงเวลาเร่งด่วนเพิ่มจำนวนเที่ยวและโบกี้ในช่วงเร่งด่วนรวมถึงประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนหันมาใช้รถไฟฟ้ามากขึ้น (ที่มา : กรมประชาสัมพันธ์, 2547: ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวจึงน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ที่จะศึกษาว่าผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีความพึงพอใจต่อการได้รับบริการในด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับใด โดยศึกษาจากกลุ่มประชาชนผู้เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ซึ่งข้อมูลจากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ รวมถึงกำหนดแนวทางการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) สามารถให้บริการประชาชนได้ตามที่ผู้ใช้บริการต้องการและสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ราคาค่าบริการต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พนักงานผู้ให้บริการ ความรวดเร็วของการให้บริการ และความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ที่ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ในด้านจำนวนครั้งที่ใช้บริการ และประเภทของการบริการที่ได้รับ

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อนำผลของการวิจัยนี้ไปเป็นข้อมูลเสนอแนะต่อระดับผู้บริหารของการรถไฟแห่งประเทศไทยเพื่อนำไปกำหนดมาตรฐานของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากที่สุด และหันมาเลือกใช้บริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)
2. ผลที่ได้จากการวิจัยจะนำไปตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในด้านการเพิ่มมาตรการประหยัดการใช้พลังงาน พ.ศ.2547 ที่ส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ได้แก่ รถไฟ รถไฟฟ้าBTS รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง โดยนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ให้มีความเหมาะสมแก่การใช้งาน และเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีมูลค่า และรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวทางรถไฟเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน จึงจำเป็นต้องพัฒนาสถานีรถไฟต่าง ๆ ให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและ สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นแหล่งที่มีทั้งคนไทยและคนต่างชาติเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นเหมือนภาพลักษณ์ของประเทศ การพัฒนาปรับปรุงสถานีรถไฟจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1.ขอบเขตของเนื้อหา มุ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า 6 ด้านได้แก่

- 1.1 ความพึงพอใจที่มีต่อบริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานี
- 1.2 ความพึงพอใจที่มีต่อราคาค่าบริการต่าง ๆ
- 1.3 ความพึงพอใจที่มีต่อลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง)
- 1.4 ความพึงพอใจที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
- 1.5 ความพึงพอใจที่มีต่อพนักงานผู้ให้บริการ
- 1.6 ความพึงพอใจที่มีต่อความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

2.ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

2.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่ ผู้เข้ามาใช้บริการภายใน สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนที่ใช้บริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง) ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนประมาณ 10,000 คนต่อวันหรือ ประมาณ 300,000 คนต่อเดือน (ที่มา : การรถไฟแห่งประเทศไทย 2547. ออนไลน์) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร ยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์.2541 : อ้างอิงจาก ทาโร ยามาเน่) ซึ่งได้ตัวอย่างขนาดเท่ากับ 400 คนและสำรองข้อมูล 20 คน รวมจำนวนตัวอย่างเท่ากับ 420 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling)

3.ตัวแปร ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

3.1.1 เพศ

3.1.1.1 ชาย

3.1.1.2 หญิง

3.1.2 อายุ

3.1.2.1 ต่ำกว่า 20 ปี

3.1.2.2 20-29 ปี

3.1.2.3 30-39 ปี

3.1.2.4 40-49 ปี

3.1.2.5 50 ปีขึ้นไป

3.1.3 ระดับการศึกษา

3.1.3.1 ประถมศึกษา

3.1.3.2 มัธยมศึกษาตอนต้น

3.1.3.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

- 3.1.3.4 อนุปริญญาตรี / ปวส.
- 3.1.3.5 ปริญญาตรี
- 3.1.3.6 สูงกว่าปริญญาตรี
- 3.1.4 อาชีพ
 - 3.1.4.1 นักเรียน / นิสิตนักศึกษา
 - 3.1.4.2 ข้าราชการ
 - 3.1.4.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 3.1.4.4 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 3.1.4.5 เกษตรกร / ชาวสวน
 - 3.1.4.6 ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - 3.1.4.7 แม่บ้าน / พ่อบ้าน
 - 3.1.4.8 ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ
- 3.1.5 รายได้ต่อเดือน
 - 3.1.5.1 ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท ต่อเดือน
 - 3.1.5.2 5,001 - 10,000 บาท ต่อเดือน
 - 3.1.5.3 10,001 - 15,000 บาท ต่อเดือน
 - 3.1.5.4 15,001 - 20,000 บาท ต่อเดือน
 - 3.1.5.5 20,001 - 25,000 บาท ต่อเดือน
 - 3.1.5.6 มากกว่า 25,000 บาท ต่อเดือน
- 3.1.6 สถานภาพสมรส
 - 3.1.6.1 โสด
 - 3.1.6.2 สมรส
 - 3.1.6.3 หย่า/หม้าย
- 3.1.7 ที่อยู่ปัจจุบัน
 - 3.1.7.1 กรุงเทพมหานคร
 - 3.1.7.2 ปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี)
 - 3.1.7.3 ภาคเหนือ
 - 3.1.7.4 ภาคกลาง
 - 3.1.7.5 ภาคใต้
 - 3.1.7.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - 3.1.7.7 ภาคตะวันออก
 - 3.1.7.8 ภาคตะวันตก
- 3.1.8 จำนวนครั้งที่ใช้บริการ
 - 3.1.8.1 ประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อเดือน
 - 3.1.8.2 ประมาณ 6 -10 ครั้งต่อเดือน
 - 3.1.8.3 ประมาณ 11 -15 ครั้งต่อเดือน
 - 3.1.8.4 ประมาณ 16 -20 ครั้งต่อเดือน
 - 3.1.8.5 มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน

3.1.9 ประเภทของบริการที่ได้รับ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

- 3.1.9.2 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง
- 3.1.9.3 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ
- 3.1.9.4 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการรับบริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ใน 6 ด้านคือ

- 3.2.1 บริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานี
- 3.2.2 ราคาค่าบริการ ต่าง ๆ
- 3.2.3 ลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง)
- 3.2.4 การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร
- 3.2.5 พนักงานผู้ให้บริการ
- 3.2.6 ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความพึงพอใจที่มีต่อการรับบริการ หมายถึง ความรู้สึกที่ดี ที่ชอบ พอใจ หรือประทับใจที่เกิดขึ้นเมื่อมาใช้บริการการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ประกอบด้วย 6 ด้านได้แก่

1.1 ด้านบริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานี หมายถึง บริการต่าง ๆ ที่ทางสถานีจัดไว้เพื่อบริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) การให้บริการต่าง ๆ ได้แก่ การซื้อตั๋วเดินทาง การมารับส่งผู้เดินทาง การให้บริการ ห้องน้ำ การให้บริการฝากสัมภาระ การสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก การให้บริการ ตู้โทรศัพท์สาธารณะ การให้บริการไปรษณีย์ การให้บริการรับส่งกระเป๋า การให้บริการร้านค้า ร้านอาหาร การให้บริการ ตู้กดเงินอัตโนมัติ(ATM) การใช้สถานที่ท่าละหมาด การใช้ที่พักชั่วคราว (ตู้พักรถนอน) การให้บริการห้องพยาบาลการให้บริการรับ – ส่ง สินค้า และ พัสดุ

1.2 ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ หมายถึง ราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายใน ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เช่น ราคาโดยสารที่ผู้ให้บริการต้องจ่ายเพื่อเดินทางเดินทางจากสถานที่ต่าง ๆ มาลงที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) หรือค่าเดินทางจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปยังสถานีปลายทาง ราคาสินค้าและราคาอาหาร รวมถึงค่าบริการขนส่งสัมภาระ และค่าบริการห้องน้ำ

1.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ หมายถึง ความพึงพอใจต่อสถานที่ประกอบการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เกี่ยวกับ การตกแต่ง บรรยากาศภายในสถานี ความสะอาดภายในสถานี ความปลอดภัยในทรัพย์สินเมื่ออยู่ในสถานี สถานที่จอดรถเพื่อรับส่งผู้ที่จะเดินทาง ทางเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน

1.4 ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร หมายถึงการแจ้งข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล จากการกระจายเสียง ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลจาก เอกสาร แผ่นพับ ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลจากบอร์ด ป้าย ต่าง ๆ ภายในสถานี

1.5 ด้านพนักงานผู้ให้บริการ หมายถึง พนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ให้บริการต่าง ๆ แก่ผู้ให้บริการ เช่น การให้คำแนะนำ การแก้ไขปัญหา อภัยภัย กิริยา ในการให้บริการ ความรวดเร็วในการให้บริการ

1.6 ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ หมายถึง การใช้เทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อ การบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟ กรุงเทพมหานคร (หัวลำโพง) เช่น การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง การใช้บอร์ดไฟฟ้าแสดง ตารางเดินรถ แสดงเวลาเข้า – ออก ของขบวนรถไฟ

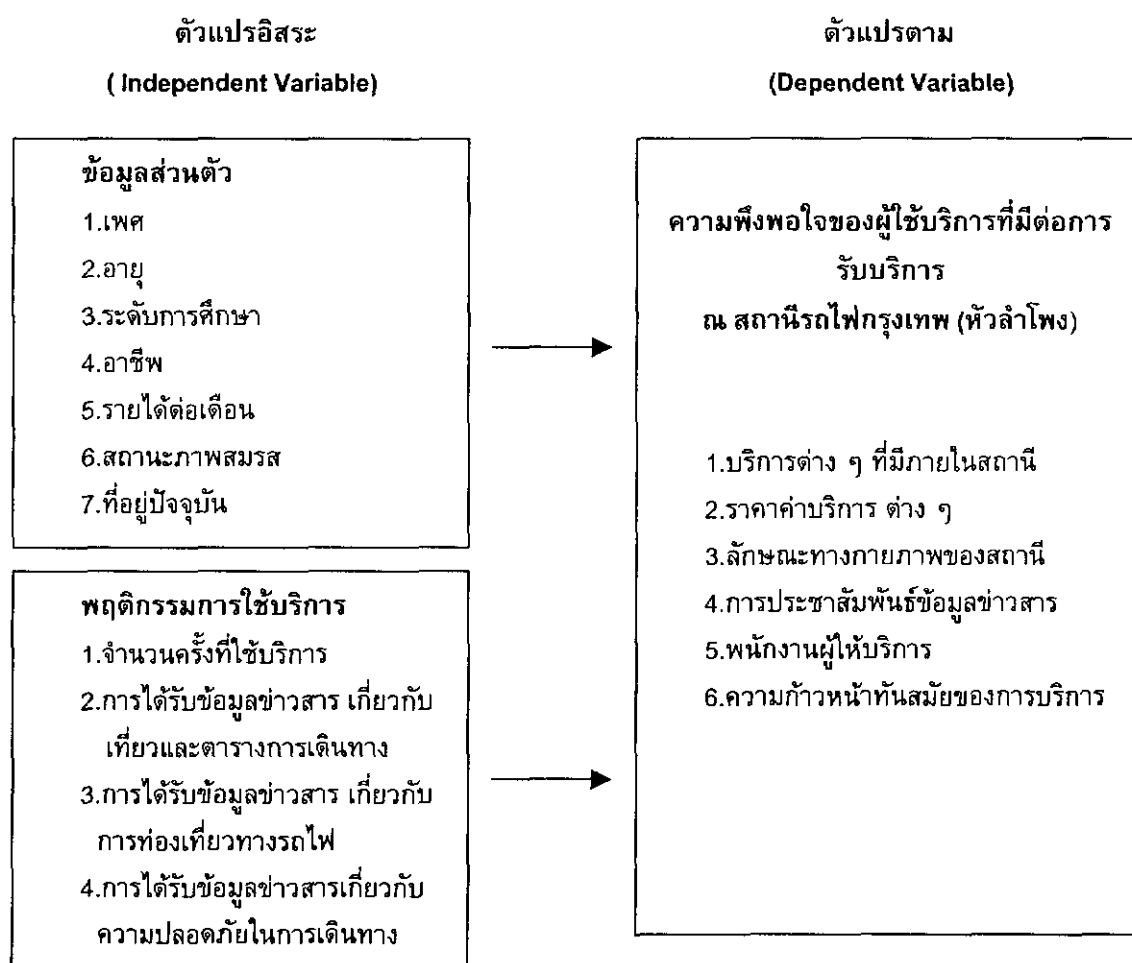
2. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายใน ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

3. จำนวนครั้งที่ใช้บริการ หมายถึง จำนวนครั้งต่อเดือนที่ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการด้วยจุดประสงค์ ต่างกันของผู้ใช้บริการ

4. ประเภทของบริการที่ได้รับ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมตามที่การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ได้ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ และผู้ใช้บริการรับรู้ถึงการบริการนั้น ๆ เช่น การได้รับข้อมูล การเดินทางท่องเที่ยว และ ตารางการเดินทางโดยรถไฟ ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยประยุกต์ใช้ ทฤษฎีของ John D.Millet และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปรที่จะศึกษาจึงได้กรอบแนวคิด ในการวิจัย ดังนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
8. จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
9. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
10. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
11. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ
2. แนวคิดที่ว่า ทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
3. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด และ ส่วนประสมการตลาด
4. ความเป็นมาของการรถไฟแห่งประเทศไทย
5. ความเป็นมาของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวความคิด ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ

1.1 แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ผู้ศึกษาจะศึกษาเกี่ยวกับการบริการและความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยผู้ศึกษาได้นำเสนอแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความพึงพอใจ ดังนี้

พินท คงพล (2529: 21) สรุปความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ความรู้สึกรัก ชอบ ยินดี เต็มใจ ที่เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและด้านจิตใจ

ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ (2531: 60) ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม เป็นการวิจัยสำรวจปัจจัยและผลกระทบระบบยุติธรรม และ ระดับมัลติเวรिएท ได้ให้ความหมาย ความ ความพึงพอใจของประชาชนต่อกระบวนการยุติธรรมว่า เป็นทัศนคติทั้งเชิงปฏิบัติและเชิงนิเสธของประชาชนที่มีต่อกระบวนการยุติธรรม

วัลภา ขายหาด (2532: 65) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า หมายถึง ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการได้รับบริการในลักษณะของ

1. การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน
2. การให้บริการอย่างรวดเร็วทันเวลา
3. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
4. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

มณีวรรณ ต้นไทย (2533: 66) ให้ความหมายความพึงพอใจหลังการได้รับบริการว่า เป็นระดับความ พึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความสะดวกที่ได้รับ
2. ด้านตัวเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
3. ด้านคุณภาพของบริการที่ได้รับ
4. ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
5. ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการบริการ

คอร์มิก (Cormick 1947: 298) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจต่อการให้บริการเอาไว้ว่าเป็นสภาพความต้องการต่างๆของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองจากการไปใช้บริการ

มิลเลอร์ (Millet 1954: 38) เสนอแนวคิดที่ว่าความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานรัฐ คือ ความรู้สึกของประชาชนที่ประเมินจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค
2. การให้บริการอย่างทันเวลา
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ
4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า

มอร์ส (Morse, 1958: 27) ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ คือ สภาวะที่จิตปราศจากความเครียด ทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์ทุกคนมีความต้องการ และ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วน ความเครียดก็จะลดลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกัน ถ้าความต้องการนั้นๆ ไม่ได้รับการตอบสนองเลยความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

อีเลีย และ พาร์ทริก (Eila and Partrick, 1972: 283-302) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจเอาไว้ว่าเป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือ สภาพจิตใจของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือ เป็นสภาพจิตใจของบุคคลว่า ชอบมากหรือชอบน้อย อย่างไร

กู๊ด (Good, 1973: 384) ให้ความหมายของความพึงพอใจ ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อได้รับ ผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือแรงจูงใจ

ฟิตซ์เจอร์ลด์ และ ดูแรนท์ (Fitzgerald and Durant, 1980: 586) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการสาธารณะว่า เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยปกครองท้องถิ่น โดยมีพื้นฐานเกิดจากการรับรู้ถึงการส่งมอบการบริการที่แท้จริง และ จากการประเมินผลนี้ ก็จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ เกณฑ์ที่แต่ละบุคคลตั้งไว้ รวมทั้งการตัดสินใจของบุคคลนั้นด้วย โดยการประเมินแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1. ด้านอัตวิสัย ซึ่งเกิดจากการได้รับรู้ถึงการส่งมอบการบริการ
2. ด้านวัตถุวิสัย ซึ่งเกิดจากการได้รับปริมาณและคุณภาพของการบริการ

กันด์ลัช และ เนลสัน (Gundlach and Nelson, 1983: 41) ได้ให้ความหมายเอาไว้ว่า ความพึงพอใจของประชาชนหลังจากการพบปะกับพฤติกรรมการให้บริการ เป็นระดับความพึงพอใจของประชาชนที่เกิดจากการรับบริการว่า หลังจากได้รับการบริการจากเจ้าหน้าที่แล้ว สามารถตอบสนองความต้องการ หรือ แก้ไขปัญหา รวมทั้งลดปัญหาและทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจได้มากน้อยเพียงใด

ทอม เลิวลีย์ (Tom Reilly 1996: 31) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customers' Satisfaction) ว่า เมื่อลูกค้ากลับมาเป็นเพื่อนกับเรา และเมื่อลูกค้าชอบคุณในการรับบริการ หรือเมื่อลูกค้าต้องการสั่งสินค้าหรือบริการเพิ่ม จากคำตอบเหล่านี้ สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและคาดหวังของลูกค้า ถ้าผลลัพธ์ออกมาเกินความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจแต่ถ้าไม่ได้เป็นไปตามคาดหวัง ลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 45-48) ได้รวบรวมความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ว่าเป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ตามผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของบุคคล (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของ ผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และจากการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆโดยยึดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation) เครื่องมือในการติดตามและวัดความพึงพอใจให้กับลูกค้า เป็นวิธีการที่จะติดตาม วัด

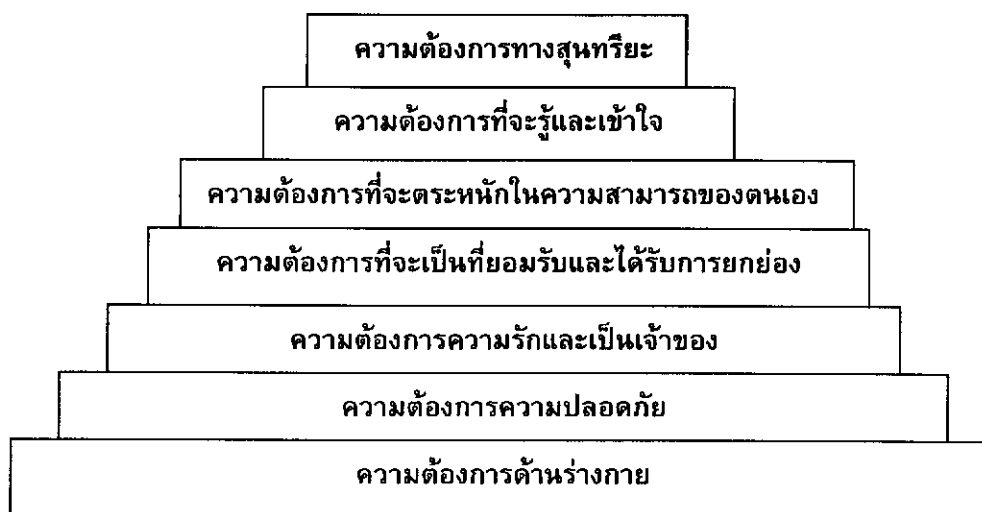
และค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มบริการและจุดเด่นของสินค้าซึ่งสิ่งนี้จะมีผลกำไรของบริษัทลดลง
2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรโดยการผลิตลงทุน หรือการวิจัย วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้ด้วยวิธีการดังนี้
 - 2.1. ระบบการติดตามและข้อเสนอแนะ
 - 2.2. การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
 - 2.3. การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย
 - 2.4. การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป

1.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs Theory) พรณีย์ ชูทัยเจนจิต (2538:461) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ลำดับความต้องการของมนุษย์โดยมองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะต้องสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น ความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกันซึ่งมาสโลว์ได้นำความต้องการเหล่านั้นมาจัดเรียงลำดับขั้นต่ำสุดไปสู่อันดับสูงสุดเป็น 7 ขั้น ด้วยกันโดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูงๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้นๆได้รับการตอบสนองเสียก่อน นอกจากนี้มาสโลว์เป็นผู้ที่มองเห็นว่าโดยธรรมชาติแล้วมนุษย์เกิดมาดี และพร้อมจะทำสิ่งดีถ้าความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ และมองว่าความดีที่อยู่ในตัวมนุษย์เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด การเรียนรู้หรือการแสดงพฤติกรรมเกิดจากแรงดันภายในตัวบุคคล เด็กมีธรรมชาติพร้อมที่จะศึกษาสำรวจสิ่งต่างๆ มนุษย์ทุกคนมีแรงภายในที่จะไปถึงสภาพการณ์ที่เรียกว่า การรู้จักตนเองตรงตามสภาพที่เป็นจริง (self-actualization) หรือความต้องการที่จะตระหนักในความสามารถของตนเอง ซึ่งหมายถึง ความสามารถที่จะเข้าใจตนเองยอมรับตนเองทั้งในส่วนบกพร่องและส่วนดี รู้ทั้งจุดอ่อน และตระหนักในความสามารถของตนเอง พร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นที่มีต่อตนเอง เป็นภาพที่บุคคลพยายามใช้ความสามารถที่ตนเองมีอยู่ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งมนุษย์จะพัฒนาขึ้นมาขั้นนี้ได้ถ้าความต้องการในขั้นต้นๆก่อนที่จะถึงขั้นนี้ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอเสียก่อน

ลำดับขั้นความต้องการตามแนวคิดของ Maslow (Maslow's Hierarchy of Needs) Maslow ได้จัดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์โดยเรียงจากความต้องการขั้นต่ำสุดขึ้นไปหาความต้องการขั้นสูงสุดไว้ 7 ขั้น ซึ่งปรากฏในแผนภาพ ลำดับความต้องการตามแนวคิดของ Maslow



ภาพประกอบ 1 ลำดับขั้นความต้องการตามแนวคิดของ Mallows

ที่มา : มาสโลว์ (พรณี ชูชัยเจนจิต 2538: 461 ; อ้างอิงจาก Maslow. n.d.)

Maslow ได้อธิบายเกี่ยวกับลักษณะของการเกิดความต้องการไว้ ดังนี้

1. เมื่อความต้องการในขั้นหนึ่งได้รับการตอบสนอง มนุษย์ก็จะมีความต้องการในขั้นต่อไป ซึ่งความต้องการที่ได้รับการตอบสนองนั้นไม่จำเป็นต้องได้รับ 100 เปอร์เซ็นต์ เต็มเสียก่อนจึงจะมีความต้องการในขั้นถัดไปได้ ความต้องการของมนุษย์จะได้รับการตอบสนองเพียงบางส่วนและมีบางส่วนจะไม่ได้รับการตอบสนอง
2. เมื่อความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองก็จะมีความต้องการอื่นเกิดขึ้นมาอีกความต้องการอื่นที่เกิดขึ้นค่อยเป็นค่อยไปมิใช่เกิดอย่างทันทีที่ เช่น เมื่อความต้องการ ก. ได้รับการตอบสนองประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ความต้องการ ข. ก็ยังไม่ปรากฏแต่ถ้าความต้องการ ก. ได้รับการตอบสนองประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์ ความต้องการ ข. อาจจะออกมา 5 เปอร์เซ็นต์ และเมื่อความต้องการ ก. ได้รับประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์ ความต้องการ ข. ก็จะปรากฏออกมาเป็น 50 เปอร์เซ็นต์ เป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ
3. Maslow เสนอความต้องการไว้ 7 ขั้น แต่เวลากล่าวโดยทั่วไปจะกล่าวเพียง 5 ขั้นเท่านั้น คือ กล่าวถึงขั้นที่ 5 “การตระหนักในความสามารถของตนเอง” ทั้งนี้ เพราะถ้ามนุษย์พัฒนาขึ้นมาถึงขั้นนี้ก็จะมีความต้องการหรือพัฒนาขึ้นไปสู่ขั้นที่ 6 และ 7 ได้เอง เพราะทั้งสองขั้นสุดท้ายเป็นคุณสมบัติของขั้นที่ 5 สรุปความพึงพอใจต่อการให้บริการ คือ เป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีความพอใจ จากการได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายหรือความคาดหวังของตนเอง หรือความต้องการของตนเอง และทั้งนี้ปัจจัยสำคัญในการสร้าง ปฏิสัมพันธ์ของการบริการ คือ คน (Man) ซึ่งเป็นผู้เสนอและสนองความต้องการให้ ลูกค้าได้ตรงความต้องการด้วยความจิตใจ และ พร้อมทั้งจะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ (Service Mind)

1.3 หลักการเกี่ยวกับการวัดความพึงพอใจของผู้รับบริการ

คำถามสำคัญที่ผู้รับบริการต้องตอบคือ ผู้รับบริการต้องการอะไรจากงานบริการของเรา คำตอบที่ได้อาจแตกต่างกันไปตามลักษณะของแต่ละธุรกิจ เช่น ธุรกิจสายการบิน ผู้รับบริการต้องการความปลอดภัย ต้องการความสะดวกในการเดินทาง ต้องการดูแลอย่างเอาใจใส่ของผู้ปฏิบัติงาน หรือในธุรกิจการบริการอาหาร ต้องการรสชาติที่

อร่อย ต้องการการต้อนรับ การรับคำสั่งอาหาร การเสิร์ฟอาหาร การเก็บโต๊ะอาหาร และการเก็บเงินที่รวดเร็ว สถานที่สะอาด เป็นต้น

ทฤษฎีและหลักการเกี่ยวกับความต้องการของ อเดย์ และแอนเดอร์เซน (Aday and Andersen) ได้ศึกษาโดยการสอบถามผู้รับบริการว่า สิ่งที่ได้รับบริการต้องการ และหากได้รับสิ่งนั้นจะให้เกิดความพึงพอใจ มีอะไรบ้าง จากคำตอบที่ได้นำมาจัดกลุ่มได้ 6 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ความสะดวกที่ให้บริการ (Convenience) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 1.1 ระยะเวลาในการรอคอยเพื่อรับบริการไม่นาน
- 1.2 ความเป็นระเบียบของหน่วยบริการ
- 1.3 ลักษณะสถานที่ของหน่วยบริการ

กลุ่มที่ 2 การประสานงานของการบริการ (Coordination) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 2.1 การให้บริการทั้งหมดตามความต้องการ
- 2.2 การสนใจของผู้ปฏิบัติงานต่อผู้รับบริการ

กลุ่มที่ 3 อริยาบถ และความสนใจต่อผู้รับบริการ (Courtesy) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 3.1 คำพูดเชิงบวก
- 3.2 บุคลิกภาพน่าเลื่อมใส
- 3.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
- 3.4 มีความเอาใจใส่ตลอดเวลา

กลุ่มที่ 4 ข้อมูลที่ให้บริการ (Information) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 4.1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ วิธีการรับบริการ กฎระเบียบต่างๆ เกี่ยวกับการรับบริการ
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น คำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ หรือกรณีของธุรกิจการพยาบาล ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับคำแนะนำเกี่ยวกับสาเหตุ และอาการของโรค และวิธีการปฏิบัติตนของผู้ป่วย เป็นต้น

กลุ่มที่ 5 คุณภาพของการบริการ (Quality of service) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 5.1 ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน
- 5.2 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หากเป็นธุรกิจการบริการซ่อมรถยนต์ รถยนต์ต้องไม่เสียบ่อย ธุรกิจพยาบาล โรคต้องหาย ธุรกิจภัตตาคาร รสอาหารต้องอร่อย เป็นต้น

กลุ่มที่ 6 ราคาค่าใช้จ่าย (Cost) ตัวแปรในกลุ่มนี้ ได้แก่

- 6.1 ราคายุติธรรม
- 6.2 สมเหตุสมผล ไม่เอาเปรียบผู้รับบริการ

2. แนวคิดที่ว่า ทฤษฎีและหลักการที่เกี่ยวกับการบริการ

2.1 แนวคิดที่ว่าด้วยงานบริการ

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2544: 7) งานบริการเป็นงานที่มีการผลิตและบริการเกิดขึ้นพร้อมกันคือ ไม่อาจกำหนดความต้องการแน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการว่าต้องการเมื่อใดและต้องการอะไร

งานบริการเป็นงานที่ไม่อาจกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าได้ การมาใช้บริการหรือไม่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของผู้ใช้บริการ การกำหนดปริมาณงานล่วงหน้าจึงไม่อาจทำได้ นอกจากการคาดคะเนความน่าจะเป็นเท่านั้นงานบริการเป็นงานที่ไม่มีตัวสินค้า ไม่มีผลผลิต สิ่งที่ใช้บริการจะได้ คือความพึงพอใจความรู้สึกคุณค่าที่ได้มาใช้บริการ ดังนั้นคุณภาพของงาน จึงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก

งานบริการเป็นงานที่ต้องการการตอบสนองในทันที ผู้ใช้บริการต้องการให้ลงมือปฏิบัติทันที ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องพร้อมที่จะต้องตอบสนองตลอดเวลาจากแนวคิดข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า คน (Man) เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของบริการ ซึ่งคนเป็นผู้เสนอและสนองความต้องการ การบริการเป็นกิจกรรม กระบวนการกิจกรรม ที่จับต้องไม่ได้ และเสื่อมสูญสลายได้ง่าย โดยผู้บริการจะต้องสนองความต้องการให้ลูกค้าตรงตามความต้องการด้วยใจจริง และพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจสามารถตอบสนองลูกค้าได้เหนือว่าความคาดหวังของลูกค้า

2.2 ความหมายของการบริการ

สุมนา อยู่โพธิ์ (2532: 3) ได้กล่าวว่า บริการ หมายถึงกิจกรรม ประโยชน์หรือความพอใจซึ่งได้เสมอเพื่อขายหรือกิจกรรมที่จัดรวมกับการขายบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 42) การบริการ คือ กระบวนการของการปฏิบัติตนเพื่อให้เกิดผลกับผู้อื่น ดังนั้นผู้ที่ให้บริการคนอื่น จึงควรจะมีคุณสมบัติที่สามารถอำนวยความสะดวกและทำตนเพื่อผู้อื่นอย่างมีความรับผิดชอบและมีความสุข

โบวี และ ทริล (Bovee and Thill.1992: 692) ได้ให้ความหมายของการบริการว่า เป็นรูปแบบของการจัดส่งโดยผนวกผลประโยชน์ไปสู่ผู้ซื้อ การบริการสามารถแบ่งเป็นเครื่องมือ (Machine) บุคคล (Person) หรือรวมกันทั้งสองอย่างเข้าด้วยกัน สินค้าที่จับต้องได้และการบริการที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตทันทีที่เป็นสินค้ามีหน้าที่ในการแลกเปลี่ยนทางกายภาพที่ลูกค้าต้องการ อีกด้านหนึ่งคือสินค้าที่เป็นบริการ ลักษณะสำคัญคือการแลกเปลี่ยนด้วยการบริการ แม้ว่าเราจะมีการพูดถึงเกี่ยวกับสินค้าและบริการโดยแยกกัน แต่เราสามารถเห็นสินค้ามากมายที่ควบคู่กันไปทั้งสองลักษณะ

คอตเลอร์ (Kotler.1993) ได้ให้นิยามการบริการว่า เป็นกิจกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) ถูกนำเสนอโดยฝ่ายหนึ่งให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง โดยมีได้มีการเป็นเจ้าของ และ กิจกรรมดังกล่าวอาจถูกเสนอร่วมกับสินค้าที่จับต้องได้

คอเวล (Cowell. 1994: 666-667) ตามความหมายทางการตลาดได้กำหนดได้กำหนดคุณลักษณะของการให้บริการในส่วนที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไปดังนี้

- 1.บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Tangibility)
- 2.บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากผู้ขาย (ผู้ให้บริการ) ได้ (Inseparability)
- 3.บริการจะไม่สม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย (Heterogeneity)
- 4.บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถผลิตเพื่อเก็บสำรองได้ (Perish ability)

นอกจากนี้ Cowell ได้กำหนดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการบริการ ไว้ 6 ส่วน คือ ผลผลิต (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) ส่งเสริมการขาย (Promotion) บุคลากร (People) และกระบวนการ (Process)

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2539: 7) ได้กล่าว บริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรมหรือการกระทำ ที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการมอบบริการอันนั้น

นฤมล โชติเวช (2539:10) ได้ให้คำจำกัดความของการให้บริการอย่างที่เป็นที่ Service mind ว่าเป็นการ “ให้” กับลูกค้าจาก “ใจ” ลูกค้าจะรับทราบได้พฤติกรรมและสิ่งทีออกมาจากสายตาของเรา

วีระพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2543: 6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การบริการ คือ กระบวนการ กระบวนการกิจกรรมในการส่งมอบบริการจากผู้ให้บริการ (บริการ) ไปยังผู้รับบริการ (ลูกค้า) หรือผู้ใช้บริการ โดยบริการเป็นสิ่งที่จับ สัมผัส แต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสูญสลายไปได้ง่าย บริการจะได้รับการทำขึ้นโดยบริการและจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ โดยทันทีหรือในเวลาเกือบจะทันทีที่ทันใดที่มีการให้บริการนั้น

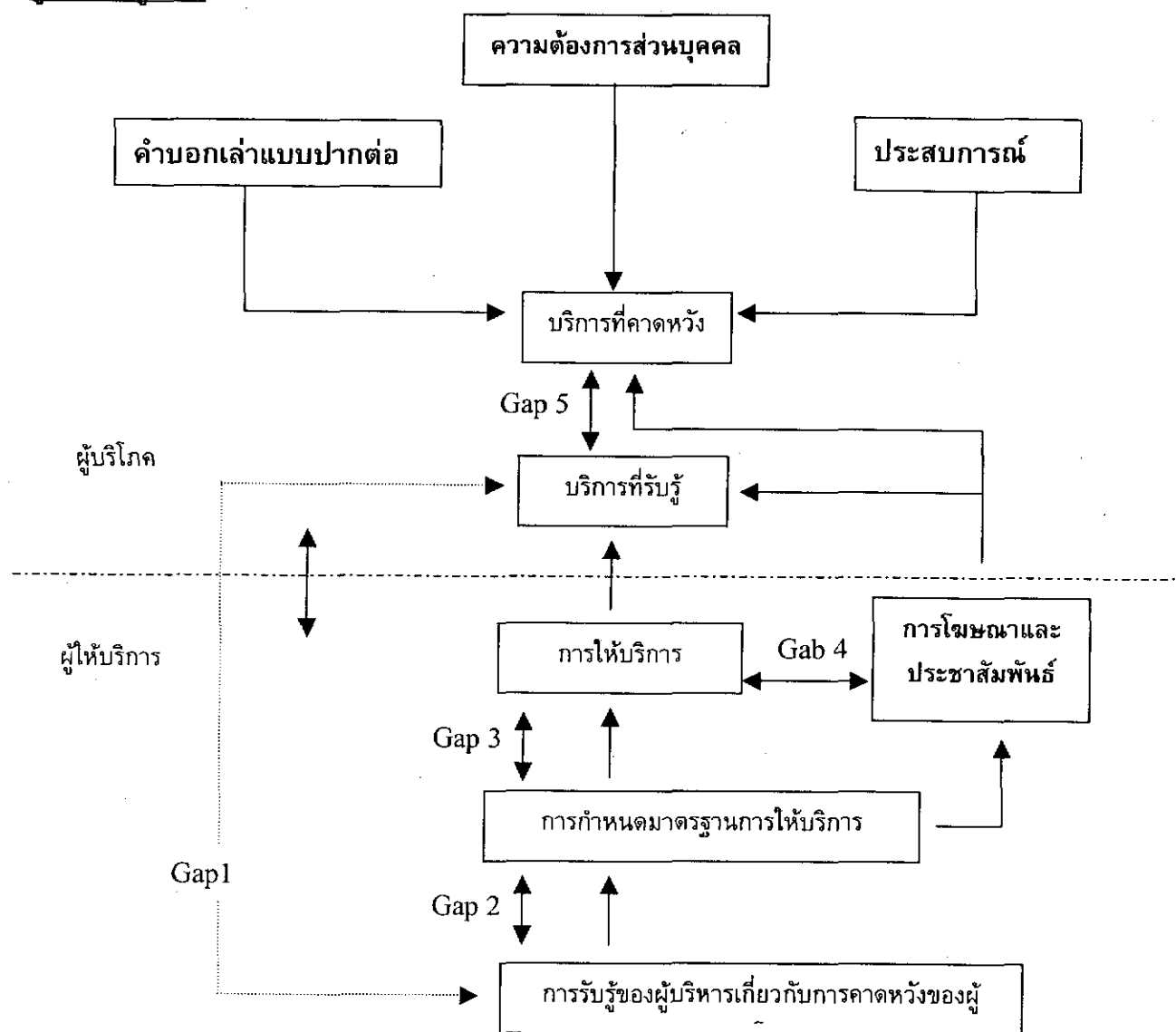
จากความหมายของการบริการที่กล่าวมาแล้วนั้น พอจะสรุปได้ว่าการบริการหมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินงานใดๆ ที่บุคคลในฝ่ายหนึ่งนำเสนอให้กับบุคคลอื่นโดยที่กิจกรรม หรือดำเนินงานนั้นๆ ถูกเสนอไปพร้อมกับสินค้า แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ซึ่งสามารถทำให้เกิดความประทับใจหรือความพึงพอใจกับผู้รับได้

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการบริการ

Parasuraman, Zeithmal and Barry (1985: 44) ได้ทำการ Focus interview เพื่อศึกษาสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการ โดยเลือกตัวอย่างจากผู้ที่ใช้บริการจากธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจธนาคาร (Retail banking) ธุรกิจบัตรเครดิต (Credit card) ธุรกิจนายหน้าค้าหลักทรัพย์ (Securities brokerage) และธุรกิจซ่อมบำรุง หรือเรียกอย่างหนึ่งว่า ตัวกำหนดคุณภาพการบริการ (Determinants of Service Quality) ประกอบด้วย 10 ประการ คือ

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง การปฏิบัติงานได้อย่างสม่ำเสมอ ไม่มีข้อผิดพลาด และการให้บริการได้ตรงตามเวลาที่ระบุ
 2. การตอบสนอง (Responsiveness) หมายถึง ความเต็มใจและความพร้อมของพนักงานในการให้บริการอย่างรวดเร็ว โดยลูกค้าไม่ต้องรอคอย
 3. ความรู้ความชำนาญ (Competence) หมายถึง มีความรู้และทักษะ เช่น ความสามารถในการให้บริการในการสื่อสาร ความสามารถในความรู้วิชาการที่จะให้บริการ
 4. การเข้าถึงบริการ (Access) หมายถึง ความสะดวกในการติดต่อและเข้าใช้บริการหรือรับการบริการได้สะดวก ไม่ซับซ้อนเกินไป
 5. อริยาบถ (Courtesy) หมายถึง การแสดงความสุภาพต่อผู้ใช้บริการ และการให้การต้อนรับที่เหมาะสมมีบุคลิกภาพที่ดี
 6. การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การสื่อสารข้อมูลชี้แจงขอบเขตและลักษณะงานบริการให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย
 7. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กร ความซื่อสัตย์ และคุณภาพของงานบริการที่มีความเที่ยงตรงน่าเชื่อถือ
 8. ความมั่นคง (Security) หมายถึง การปราศจากซึ่งอันตราย ความเสี่ยง และข้อสงสัยไม่มั่นใจต่างๆ
 9. การเอาใจใส่ (Understanding) หมายถึง ความพยายามที่จะเข้าถึงความต้องการของลูกค้า และให้ความสำคัญแก่ลูกค้าทุกคน
 10. การสร้างสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง การเตรียมวัสดุอุปกรณ์ให้พร้อมสำหรับให้บริการ
- การประกอบธุรกิจบริการให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องสามารถสนองตอบต่อความคาดหวังของลูกค้าได้แก่ลูกค้า ได้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง กล่าวคือ จะต้องสามารถสนองตอบต่อความคาดหวังของลูกค้า (Customers expectation) ได้ในระดับเดียวกันหรือในระดับสูงกว่าที่ ลูกค้าคาดหวังเอาไว้ แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ (Service Quality) ได้รับการนำเสนอโดย Parasuraman, Zeithal and Barry (1985 :79 - 84) ในรูปแบบจำลองของคุณภาพบริการ (Service quality model) ซึ่งได้ระบุถึงประเด็นระบุประเด็นต่างๆ ที่จะต้องให้ความสำคัญในการบริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ได้คุณภาพดีตรงตามที่คุณลูกค้าคาดหวัง

ผู้บริโภค (ลูกค้า)



ภาพประกอบ 2 แบบจำลองคุณภาพบริการ

ที่มา : Parasuraman, et al 1985: 79 - 84

แบบจำลองดังกล่าว เป็นการอธิบายถึงช่องระหว่างผู้บริโภคและนักการตลาด ที่จะก่อให้เกิดความล้มเหลวทางการสื่อสารในการรับรู้ด้านการบริการ ที่ทำให้การบริการไม่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งยังเป็นอุปสรรคระหว่างทางการสื่อสารในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

Gap 1 หมายถึง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค กับความคาดหวังที่นึกเห็นภาพโดยผู้บริหาร (Consumer Expectation — Management Perception) ผู้บริการอาจไม่ทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค ทำให้นึกเห็นภาพถึงความแตกต่างไปจากความจริง เช่น ผู้บริหารอาจคิดว่าคนใช้ให้ความสำคัญกับอาหารที่ดี แต่ในความจริงแล้วคนใช้ต้องการดูแลเอาใจใส่ที่ดีจากพยาบาล

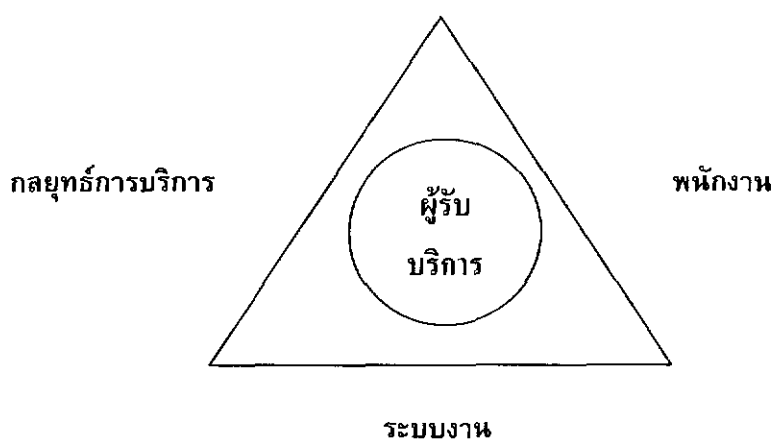
Gap 2 หมายถึง ช่องว่างระหว่างความคาดหวังที่นึกโดยผู้บริหาร กับ มาตรฐานคุณภาพบริการ (Management Perception — Service Quality Spec) แม้ว่าผู้บริหารจะทราบถึงความคาดหวังที่แท้จริงของผู้บริโภค แต่อาจไม่ได้กำหนดมาตรฐานที่เหมาะสม เช่น มีนโยบายว่าจะต้องให้บริการที่รวดเร็วแก่ลูกค้า แต่ไม่ได้ระบุออกมาเป็นเกณฑ์ที่เหมาะสมซึ่งวัดได้ในเชิงปริมาณ

Gap 3 หมายถึง ช่องว่างระหว่างมาตรฐานคุณภาพบริการ กับการให้บริการที่เกิดขึ้นจริง (Service Quality Spec — Actual service Communication) ช่องว่างที่เกิดขึ้นในกรณีที่พนักงานได้รับอบรมน้อย มีความสามารถต่ำ หรือไม่เต็มใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้ได้ตามมาตรฐานที่องค์กรกำหนดไว้

Gap 4 หมายถึง ช่องว่างระหว่างการให้บริการกับข้อมูลข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับภายนอก (Actual service Delivery — External Communication) ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคเห็นภาพโฆษณาว่า โรงพยาบาลมีห้องหุ แต่เมื่อได้พบเห็นด้วยสายตาตัวเอง และจะประเมินค่าออกมาเป็นคุณภาพของการบริการ

Gap 5 หมายถึง ช่องว่างระหว่างการให้บริการที่ผู้บริโภคมีภาพกับการบริการที่คาดหวัง (Expected Service — Perceived Service) ผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างผลปฏิบัติงานที่ตนเห็นเห็นภาพได้กับระดับการบริการที่ได้คาดหวัง และจะประเมินค่าออกมาเป็นคุณภาพของการบริการ

อัลเบรชท์ (จินตนา บุญบงการ 2539: 30-31; อ้างอิงจาก Carl Albarch. n.d.) ได้เสนอแนวคิดปัจจัยสำคัญในการให้บริการอันเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของรูปสามเหลี่ยมด้านเท่า ซึ่งภายในบรรจุผู้รับบริการไว้ หากขาดปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งไปสามเหลี่ยมก็จะไม่ครบด้านนั้น คือ องค์กรจะไม่สามารถให้บริการที่ดีได้ เรียกรูปสามเหลี่ยมนี้ว่า The Triangle หรือ สามเหลี่ยมแห่งการบริการ



ภาพประกอบ 3 แผนภูมิสามเหลี่ยมแห่งการบริการ (The Service Triangle)

ที่มา : อัลเบรชท์ (จินตนา บุญบงการ 2539: 30 — 31; อ้างอิงจาก Carl Albarch. n.d.)

จากภาพประกอบ3 จะเห็นได้ว่าการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าต้องจัดการเพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งการบริการนี้มีความเหมาะสมสอดคล้องกัน คือ

1. กลยุทธ์การบริการ (Strategy) หรือวัตถุประสงค์หลัก อันใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติต้องกำหนดไว้เพื่อการปฏิบัติเข้าสู่เป้าหมาย โดยมีความยืดหยุ่นตัวพอเพียง มีความแม่นยำตรงเข้าเป้าหมายได้ดี โดยยึดหลักพื้นฐานของการสนองตอบความต้องการลูกค้าได้

2. ระบบงาน (System) หรือกระบวนการ ที่ต้องเน้นให้ระบบการบริการเป็นเรื่องเรียบง่าย ผู้รับบริการสบายใจเมื่อมาใช้บริการ ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ผู้รับบริการต้องเข้าใจได้ง่าย ๆ เข้ารับบริการได้อย่างเป็นกันเอง มีความคล่องตัวสูง กฎระเบียบเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อผู้รับบริการ ไม่เป็นสิ่งกีดขวางการบริการ

3. พนักงาน (Staff) ผู้ให้บริการในทุกระดับต้องได้รับการสรรหาพัฒนา และปรับพฤติกรรม ตลอดจนวิธีทำงานให้มีลักษณะเน้นความสำคัญของลูกค้า กล่าวคือ มีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี

การจะทำให้สามเหลี่ยมแห่งการบริการสัมฤทธิ์ผลต้องได้รับความร่วมมือร่วมใจจากพนักงานทุกฝ่ายโดยทำเป็นแผนการพัฒนารับการบริการขององค์กรขึ้นให้ชัดเจน

ประสิทธิ์ พรหมสุทร์ (2540: 13) กล่าวว่าแนวทางปรับปรุงการให้บริการที่ดี นอกจากจะต้องปรับปรุง โดยการฝึกอบรมให้เกิดความรู้ ความเข้าใจแก่บุคคลผู้ปฏิบัติงาน ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องแล้วยังต้องใช้วิธีการรวดเร็วถูกต้อง เหมาะสมกับสภาพงานและสถานที่ ทั้งนี้ต้องผลิตบุคลากรผู้มีความรู้ความชำนาญเฉพาะให้ทำหน้าที่เป็น “นักบริหาร พัฒนาการบริการ” เพื่อให้หน่วยงานปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และจะต้องใช้ปรัชญาในการปรับปรุงงาน บริการที่ว่า “5 อย่า 3 ต้อง 2 ขจัด”

“5 อย่า” คือ อย่าวางท่า อย่าหน้าอ อย่ารอนาน อย่างานมาก อย่าปากเสีย

“3 ต้อง” คือ ต้องสร้างความเข้าใจ ต้องสร้างศรัทธา ต้องสร้างความสัมพันธ์ที่ดี

“2 ขจัด” คือ ขจัดความขัดแย้ง ขจัดความไม่เป็นธรรม

การให้บริการแบบครบวงจร (Package Service) เป็นการพัฒนาการบริการในเชิงรุกโดยยึด การตอบสนอง ความต้องการของผู้มารับบริการเป็นสำคัญ ความรวดเร็วในการให้บริการ ความกระตือรือร้นในการบริการ ความสุภาพ อ่อนน้อมของเจ้าหน้าที่ ความเสมอภาคและเป็นธรรม ประการสำคัญที่สุด คือ การให้บริการจะต้องเสร็จสมบูรณ์ (Completion) ซึ่งหมายถึง การเสร็จสมบูรณ์ ตามสิทธิประโยชน์ของผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการไม่จำเป็นต้องมาติดต่อ ปล่อยครั้ง นอกจากนั้นต้องมีความถูกต้องชอบธรรมสามารถตรวจสอบได้ด้วย

2.4 ความสำคัญของการบริการ

ได้มีผู้ให้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536: 15) ดังนี้

- 1.การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนที่ทำให้ ชะเงยลูกคำที่มาติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ
- 2.การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ หรือในระหว่างการติดต่อ หรือภายหลังการติดต่อได้รับ การบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารด้วย
- 3.การบริการที่ดี จะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้มาติดต่อกับองค์กรเกิดความเชื่อถือศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการด้านอื่น ๆ อีกในโอกาสหน้า

2.5 คุณสมบัติของผู้ให้บริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2543: 42-43) ระบุว่าบริการคือ มีชีวิตจิตใจที่ชอบให้บริการ ชอบช่วยเหลือ ดูแล ปกป้อง ค้ำครองให้ผู้ให้บริการอบอุ่นใจ

- 1.รู้งานรู้หน้าที่ คือมีความรอบรู้ในรายละเอียดวิธีการปฏิบัติและรอบรู้ในเรื่องของธุรกิจที่ใกล้ชิด
- 2.มีความกระตือรือร้น คือ มีความคล่องตัวในการให้บริการช่วยเหลือ ดูแลหรือเอาใจใส่ อดทนสนใจคือเป็น ผู้ที่บริการด้วยความอดทนต่อสภาพการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ได้
- 3.มีธยาศัยไมตรี คือเป็นผู้ที่มีหูตาไวในการบริการ เพื่อให้บริการด้วยมิตรภาพที่ดี ซึ่งเราต้องสังเกตหรือ สอบถามปัญหาหรือความต้องการของผู้ใช้บริการมีความยิ้มแย้มแจ่มใส คือ เป็นผู้ที่มีความร่าเริงสดใสในการที่จะให้ การบริการ ด้านบรรยากาศที่ดีมีความราบรื่น
- 4.มีไหวพริบปฏิภาณ คือต้องรู้จักแก้ไขปัญหาต่างๆ จากผู้ให้บริการที่เราไม่คาดว่าจะเกิดขึ้น
- 5.ประสานเป็นเลิศ คือความสัมฤทธิ์ผลในการบริการ เกิดจากทีมงานที่มีประสานงานเป็นเลิศ
- 6.เกิดความจดจำ โดยส่วนใหญ่เราใช้ข้อมูลจากการบันทึกเอกสารหรือคอมพิวเตอร์รวบรวมข้อมูลหรือช่วย จำแทนเรา
- 7.มีน้ำใจงดงาม

2.6 คุณลักษณะการบริการที่ดี

ได้มีเสนอลักษณะของการบริการที่ดีหลายท่าน ดังนี้

รวิธ สุวดีกุล (2537: 68) ได้กล่าวถึงลักษณะผู้ให้บริการดังนี้

1. สุภาพอ่อนโยน
2. สมานฉันท์
3. สนทนาทางภาษา
4. จิตใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่
5. มีขันติ

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2538: 7) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะแห่งการให้บริการที่ดีดังนี้

1. S = Smiling & Sympathy ยิ้มแย้มและเอาใจเขามาใส่ใจเรา เห็นอกเห็นใจต่อความลำบากยุ่งยากของลูกค้า
2. E = Early Response ตอบสนองต่อความประสงค์จากลูกค้าอย่างรวดเร็วทันใจ
3. R = Respectful แสดงออกถึงความนับถือ ให้เกียรติลูกค้า
4. V = Voluntaries manner ลักษณะการให้บริการสมัครใจ และเต็มใจทำทำมิใช่ทำแบบเสียมิได้
5. I = Image Enhancing แสดงออกซึ่งการรักษาภาพพจน์ดี อ่อนน้อมถ่อมตน
6. C = Courtesy กิริยาอาการอ่อนโยน สุภาพ และมีมารยาทดี อ่อนโยนถ่อมตน
7. E = Enthusiasm มีความกระตือรือร้น และกระตือรือร้นให้บริการและ จะให้บริการมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเสมอ
8. เป็นพนักงานขายที่ดี

นันทนา นันทวโรภาส (2539) ได้กล่าวว่า บริการที่ดีต้องมีคุณสมบัติ 5 อย่าง ดังนี้

1. ยิ้มแย้ม
2. ยกย่อง
3. ยืนหยุ่น
4. ยอมแพ้
5. ยุติธรรม

อมรวิ ผูกบุญเชิด (2539) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของนักบริการที่ดี ดังนี้

1. ไบหน้ายิ้มแย้ม
2. กิริยาแสดงความนอบน้อม
3. การใช้โทน(น้ำเสียง)
4. ไม่ทำเฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น
5. เลือกคำที่ไม่เกิดอารมณ์เสียต่อกัน
6. เลือกคำที่ไม่เกิดอารมณ์เสียต่อกัน
7. ไม่ปฏิบัติก่อนที่จะได้พยายาม
8. มีความรู้ในการะหน้าที่ตัวเองรับผิดชอบ
9. บุคลิกแสดงออก อากัปกริยา งดงาม ทั้งกาย วาจา
10. มารยาทการสื่อสารข้อความ งดงาม ทั้งกาย วาจา

บริษัท สยามทิว จำกัด (2539) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติผู้ให้บริการ ดังนี้

1. ความสามารถ
 - มีความรอบรู้ เข้าใจ ในงานของตนอย่างแท้จริง

- รอบรู้เรื่องราวและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ
- มีความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์

2. การแต่งกาย

- สะอาดสะอ้าน
- ทรงผมเรียบร้อย
- เหมาะสม
- มือเล็บสะอาด

3. กิริยาท่าทาง

- สุภาพ อ่อนน้อม
- รักษาอารมณ์มั่นคง
- กระตือรือร้น
- ฉลาด มีไหวพริบ
- ยิ้มแย้ม แจ่มใส ร่าเริง
- พุดจาฉะฉาน

4. วิธีติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้า

- ดำเนินการด้วยวิธีที่เหมาะสม
- แสดงความเห็น
- ให้คำอธิบายที่ชัดเจน
- เต็มใจ จริ่งใจที่จะให้บริการ
- สนใจ เต็มใจตอบ
- จำลูกค้าได้ดี
- ช่างสังเกต
- รู้จักลูกค้าแต่ละประเภท
- รู้จักลูกค้าติดต่อสื่อสารที่ดี

5. นิสัยใจคอ

- มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการที่ดี
- ชอบช่วยเหลือผู้อื่น มีไมตรีจิต

दन्य तेन (2543: 10) กล่าวไว้ว่า การมุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านบริการหรือชนะใจลูกค้านั้น ควรเข้าใจถึงสิ่งคาดหวังและตอบสนองลูกค้าภายในเวลาที่เหมาะสม (รวดเร็วที่สุด)

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2544: 7) กล่าวถึงการบริหารที่มีคุณภาพ (Service Quality) มักมี 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ ผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดย

1.ผู้ให้บริการ คือหัวใจสำคัญของงานบริการ เพราะเป็นผู้สร้างความแตกต่างและสร้างความสำเร็จให้กับกิจกรรม

2.สถานที่ให้บริการ เป็นจุดแรกที่ลูกค้าจะได้สัมผัสเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงานหรือเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงานหรือห้างร้านสถานที่ที่สะอาดดูสวยงามและเป็นระเบียบ ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพและคุณภาพขององค์กรด้วย ลูกค้าที่พบเห็นจะรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้ง รู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ (First impression)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือหรืออุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการ การที่เราจะเลือกใช้ประเภทใด ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในงานบริการ และสิ่งสำคัญที่จะละเลยไม่ได้คือ การบำรุงรักษาดูแลเครื่องอุปกรณ์เหล่านั้นให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ใช่มีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมแต่ใช้งานไม่ได้เลยสักเครื่องเดียว

สรุปได้ว่าลักษณะการให้บริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้มาติดต่อ กับองค์กรเกิดความเชื่อถือศรัทธา เพราะการสร้างภาพพจน์และประทับใจให้กับลูกค้า และผู้มาติดต่อ ย่อมเป็นผลดีโดยตรงต่อผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้รับผิดชอบในการให้บริการและการต้อนรับตระหนักและระลึกอยู่เสมอว่า ลักษณะการให้บริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบต่อ

2.7 คุณภาพการให้บริการ (Service Quality)

สิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างขอองค์กรบริการให้บริการ คือ การรักษาระดับการให้บริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยเสนอคุณภาพการให้บริการตามลูกค้าคาดหวังไว้ ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการที่ลูกค้าต้องการจะได้จากประสบการณ์ในอดีต จากการโฆษณาของธุรกิจการให้บริการ หรือจากการพูดปากต่อปากลูกค้าจะเกิดความพอใจเมื่อเขาได้รับในสิ่งที่เขาต้องการ (What) เมื่อเขามีความต้องการ (When) ณ สถานที่ที่เขาต้องการ (Where) ในรูปแบบที่ต้องการ (How) นักการตลาดต้องทำงานวิจัย เพื่อให้ทราบถึงเกณฑ์การตัดสินใจของลูกค้าว่า ลูกค้าจะใช้เกณฑ์ต่อไปนีพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการเข้าถึง ลูกค้า (Access) บริการที่ให้ลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านสถานที่แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมกัน แสดงถึงความสามารถของเข้าถึงลูกค้า

1. การติดต่อสั่งการ (Communication) มีการอธิบายอย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย
2. ความสามารถ (Competence) บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความชำนาญ และมีความรู้ความสามารถในงาน
3. ความมีน้ำใจ (Courtesy) บุคลากรต้องเป็นมนุษย์ที่น่าเชื่อถือ มีความเป็นกันเอง มีวิจรรย์ญาณ

คุณภาพของการบริการ นั้นมักจะผันแปรและเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอตามความต้องการและคาดหวังของลูกค้าที่เปลี่ยนไป ดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องวัดระดับคุณภาพการบริการของเราอยู่ตลอดเวลาด้วยการวัดความประทับใจหรือความสุขของผู้รับบริการหรือลูกค้า โดยวัดผลลัพธ์ออกมาเป็นตัวเลขที่เรียกว่าดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index: CSI) หรือวัดด้วยคำถามง่าย ๆ ว่า ลูกค้าพอใจการบริการของเราหรือไม่ เพราะอะไร และต่อด้วยว่าเพราะอะไร

จากรูท ทิริญเมฆานิซ (2543: 58—60) กล่าวว่า การเสนอการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้า เพราะเหตุใดจึงต้องมีการปรับปรุงหรือพัฒนาบริการนั้น คุณภาพเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงบริการหรือผลิตภัณฑ์ และทำให้บริษัทต้องค้นหาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา และมีความแตกต่างจากคู่แข่ง อันมีผลกระทบต่อการปรับปรุงผลกำไรของบริษัทด้วยการกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อเสนอการบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งได้แก่ การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน คือ พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย 4 ประการ เพื่อเสนอการบริการที่มีคุณภาพดังนี้

1. กำหนดความต้องการของลูกค้า
 - 1.1 มีความรู้ความเข้าใจธุรกิจของลูกค้า
 - 1.2 สร้างความเป็นหุ้นส่วน
 - 1.3 เป็นที่ปรึกษาไม่ใช่เพียงแต่ขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ
 - 1.4 เสนอทีมงานที่มีคุณภาพ
 - 1.5 ให้ความสนใจกับการดำเนินงานประจำวันของลูกค้า
2. การเพิ่มความต้องการของลูกค้า
 - 2.1 การรู้จักฟัง การตั้งใจรับฟังสิ่งที่ลูกค้าพูด เป็นเทคนิคที่สำคัญ
 - 2.2 วิธีการแก้ไขปัญหา โดยเสนอแนะแนวทาง หรือบริการที่ลูกค้าต้องการ

2.3 การจัดทำแผนงานโดยกำหนดกิจกรรมที่จะกระทำตามลำดับก่อนหลัง กำหนดผู้รับผิดชอบ งบประมาณ และระยะเวลาในการดำเนินการ

3. การทำงานเป็นทีม
4. การวัดผลงาน และการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

2.8 วิธีการดำเนินงานและกำหนดผู้รับผิดชอบ

1. บริษัทจัดตั้งคณะกรรมการโครงการคุณภาพเพื่อดำเนินกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพเพื่อดำเนินกิจกรรมการพัฒนาของการบริการหรือผลิตภัณฑ์
2. คณะกรรมการโครงการคุณภาพจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานทุกระดับทั่วทั้งองค์กร ให้มีความรู้ความเข้าใจของการบริการหรือผลิตภัณฑ์
3. การปรับปรุงโครงสร้างองค์การและการบริหารงานบุคคล

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการตลาด และ ส่วนประสมการตลาด

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นสิ่งที่กระทำได้ยาก ดังนั้นผู้ขายจึงต้องพยายามค้นหาว่าความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในของผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสาเหตุและปัจจัยที่สำคัญอะไรบางอย่างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ หรือการใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32-34) พฤติกรรมผู้บริโภคถูกกำหนดด้วย ลักษณะทางกายภาพ และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา โดยสภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัวและครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม รวมถึงสังคมจะถูกกำหนดด้วยวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น ดังนั้น เมื่อทราบถึงสิ่งเหล่านี้การการตลาดจึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physiological Condition) สรีระเป็นปัจจัยเบื้องต้นในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค
2. ปัจจัยด้านสภาพจิตวิทยา (Psychological Condition) เป็นลักษณะของความต้องการที่เกิดจากสภาพจิตใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของมนุษย์รายละเอียดได้กล่าวไว้ในเรื่องของปัจจัยภายในที่มีต่ออิทธิพลต่อการตัดสินใจของมนุษย์ลักษณะความต้องการการตอบสนองในเรื่องเดียวกัน แต่สภาพทางจิตใจไม่เหมือนกัน
3. ปัจจัยด้านครอบครัว (Family) เป็นกลุ่มสังคมเบื้องต้นที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ ครอบครัวเป็นแหล่งอบรมและสร้างประสบการณ์ของบุคคล ถ่ายทอดนิสัย และค่านิยมลักษณะของครอบครัวจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมอื่น ๆ ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Socialization) และครอบครัวถือว่าเป็นหน่วยที่มีบทบาทในแง่ของการเตรียมตัวผู้บริโภคให้เข้าสู่สังคม
4. ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐานและพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่อง ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรรั้น จะต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัวและสถาบันต่าง ๆ ในสังคม คนที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ต่างกันย่อมมีความสนใจที่แตกต่างกัน ดังนั้น ร้านบาร์บีคิวจึงต้องเล็งเห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน ซึ่งขึ้นอยู่กับรากฐานทางวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันมา โดยวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) เป็นสิ่งกำหนดความต้องการซื้อ และ พฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่น ลักษณะนิสัยคนไทย ซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมจากสังคมไทยทำให้มีลักษณะเป็นคนมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อบุคคลทั่วไป ชอบความสนุกสนาน

วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Subculture) เกิดจากการหล่อหลอมพฤติกรรมทางภูมิศาสตร์ลักษณะของเผ่าพันธุ์ของมนุษย์ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา สืบเชื้อสาย ภูมิภาค อาชีพ เป็นต้น ที่ต่างกันไป ทำให้ข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมของคนแต่ละกลุ่มจึงมีความแตกต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการดำรงชีวิต ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน และภายในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน

ชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งสมาชิกออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน หรือเป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไประดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ อาชีพ รายได้ ฐานะ ชาติตระกูล ตำแหน่งงาน เป็นต้น ซึ่งการศึกษาถึงลักษณะบุคคลนี้เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดส่วนผสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของชนชั้นในสังคมได้อย่างถูกต้อง

โดยชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชนชั้นสูง (Upper Class) ชนชั้นกลาง (Middle Class) ชนชั้นล่าง (Lower Class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพ ตำแหน่งงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น เป็นต้น

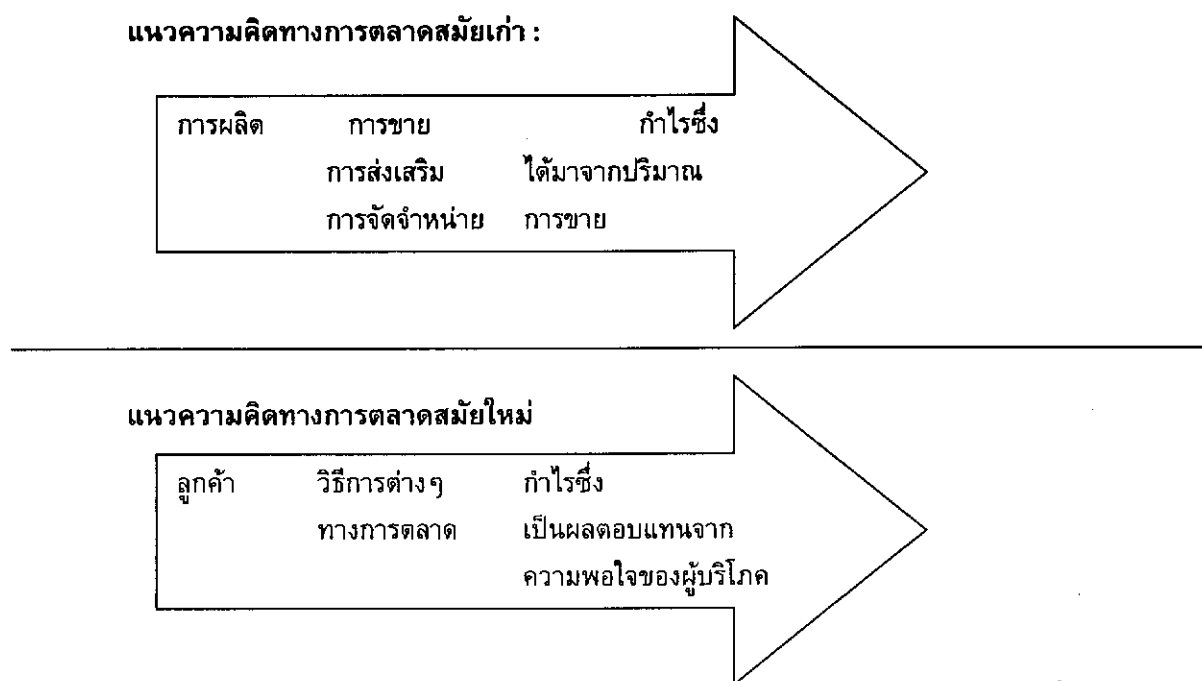
5. ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และ อิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมสามารถแบ่งได้ ดังนี้

กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าไปเกี่ยวข้องและอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และ ค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งได้ 2 ระดับ คือ

- กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิทญาติ

กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมงานและร่วมสถาบันบุคคลต่าง ๆ ในสังคม กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อกลุ่มบุคคลในกลุ่มทางด้านการเลือกพฤติกรรมและการดำเนินชีวิต รวมทั้งทัศนคติและแนวคิดส่วนบุคคล เนื่องจากบุคคลต้องการให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จึงต้องปฏิบัติตามและยอมรับความคิดเห็นต่าง ๆ จากกลุ่มอิทธิพลจึงควรจะต้องทราบว่ากลุ่มอ้างอิงเหล่านี้ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในแง่ใดบ้าง

ศาสตราจารย์ E. Jerome McCarthy (ธงชัย สันติวงษ์, 2525: 6-7) การได้กล่าวถึงหน้าที่ในการบริหารการตลาดซึ่งถือเป็นหลักปฏิบัติกันโดยทั่วไปว่า เป็นการจัดการเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดซึ่งสามารถแยกออกเป็น 4 ด้านสำคัญ คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านสถานที่ (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) หรือก็คือ 4's P ของส่วนประสมการตลาด 4 ด้าน ที่จำเป็นต้องนำมาเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเพื่อมุ่งสนใจตอบสนองลูกค้า



ภาพประกอบ 4 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างแนวความคิดทางการตลาดสมัยเก่ากับสมัยใหม่
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ . (2541: 35-36)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:35-36) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) ว่าหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product differentiation) และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) 2) พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ตราสินค้า ฯลฯ 3) การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น 5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product line) เป็นต้น

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นมาถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง 1) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived value) ในสายตาของลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น 2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง 3) การแข่งขัน 4) ปัจจัยอื่นๆ เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึงโครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบัน และ กิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

a. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

b. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Marketing Logistics) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือ ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้ 1) การขนส่ง (Transportation) 2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) 3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (No personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication (IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative Strategy) และ ยุทธวิธีวิธีการโฆษณา (Advertising tactics) 2) กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสาร และ จูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) 2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขาย โดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่น ในช่องทางการส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) และ การตลาดเชื่อมตรง (Online Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือ หมายถึงวิธีการต่างๆที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย 1) การขายทางโทรศัพท์ 2) การขายโดยใช้จดหมายตรง 3) การขายโดยใช้ Catalog 4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

สรุป ในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดนั้นจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อศึกษาถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด นอกจากนี้กลยุทธ์การตลาดจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับระบบการวางแผนการตลาด ระบบการจัดองค์การ ระบบการปฏิบัติการทางการตลาด ระบบควบคุมการตลาด และ ระบบข้อมูลทางการตลาด ทั้งนี้ก็เพื่อการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด เพื่อสนองความต้องการลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ

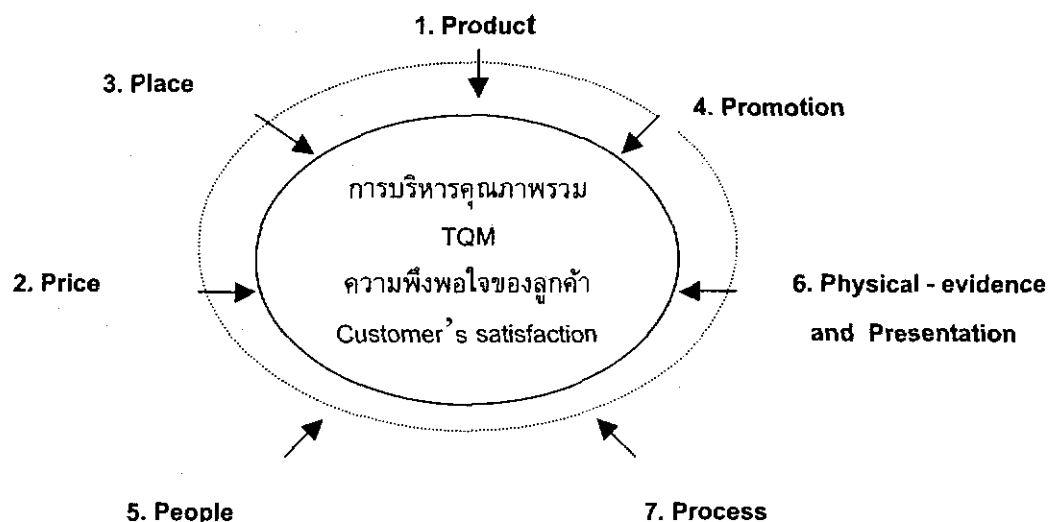
กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541:35-36) ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับการบริการ (Marketing Mix) ที่เป็นเครื่องมือเพิ่มเข้ามาเพื่อธุรกิจบริการจำนวน 3'P ประกอบด้วยบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ลักษณะทางกายภาพ (Physical - evidence Presentation) และกระบวนการ (Process)

คอตเลอร์ (Kotler .1997: 473) ได้เสนอส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการขึ้นมาอีก 3 ประการคือ (1) บุคลากร (People) (2) สถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ (Physical-evidence) (3) กระบวนการให้บริการ (Process) กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 4'P จะใช้ได้ดีกับสินค้าและบริการเท่าๆ กันแต่นักวิชาการบางท่านเห็นควรที่จะเพิ่มอีก 3'P สำหรับธุรกิจบริการโดยเฉพาะรวมทั้งหมดกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการจะต้องมีทั้งหมด 7'P ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ลักษณะทางกายภาพ (Physical-evidence Presentation) และกระบวนการ (Process)

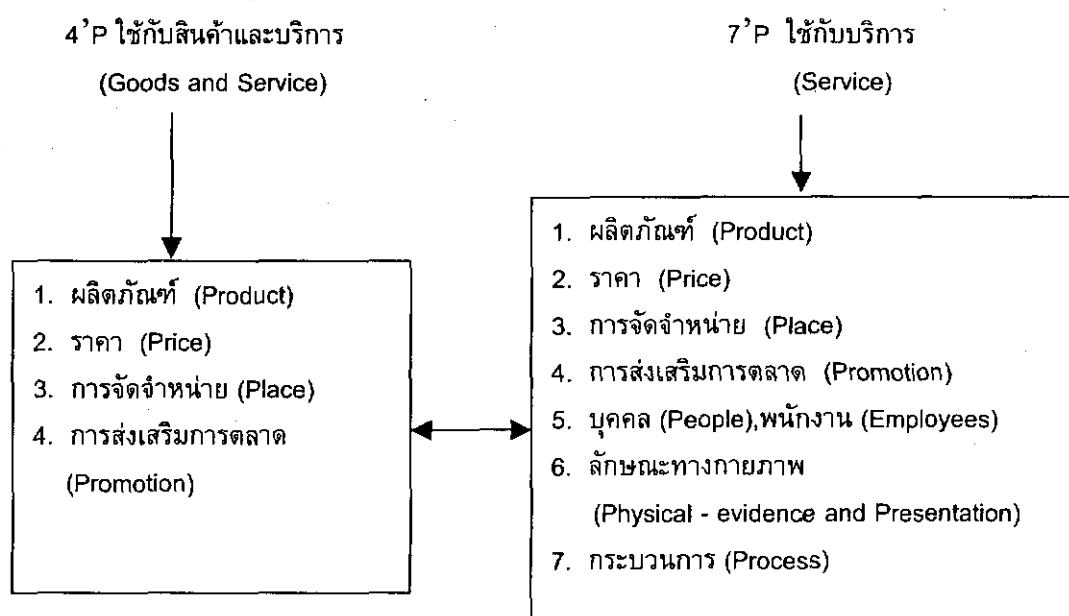
ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ (Marketing Mix) หมายถึงมีการสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุณค่าด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องที่เรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 4'P โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้
2. ราคา (Price) หมายถึงการมีราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะมองว่าคุณค่า
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงการจัดจำหน่าย การกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อหา และให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการให้ความพยายามจงใจให้เกิดความชอบสินค้าและบริการ และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การขายด้วยตัวบุคคล
5. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะกายภาพ (Physical evidence and presentation) โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม (TQM) เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า (Customer-value proposition) ไม่ว่าจะเป็นด้านความสะดวก ความเร็ว หรือประโยชน์อื่นๆ
7. กระบวนการต่างๆ (Processes) เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer Satisfaction) โดยแสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)



ภาพประกอบ 5 แสดงการใช้เครื่องมือทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Marketing tools for service)
ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 337)

สรุปได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ คือ 4'P ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ คือ 7'P ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence and presentation) และกระบวนการ (Process) แสดงได้ดังนี้



ภาพประกอบ 6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าและบริการ 4'P และ ส่วนผสมทางการตลาดสำหรับบริการ 7'P

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 337)

4.ความเป็นมาของการรถไฟแห่งประเทศไทย

การก่อสร้างทางรถไฟสายแรกของประเทศไทย (สยาม) ได้เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2435 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5) ในระยะแรกมีการดำเนินการโดยกรมรถไฟหลวงแห่งสยาม ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงโยธาธิการ ในปี พ.ศ.2494 กรมรถไฟหลวงได้กลายมาเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้กฎหมาย การรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494

ก่อนปี พ.ศ. 2517 การรถไฟแห่งประเทศไทย สามารถหารายได้เพียงพอที่จะเลี้ยงตัวเองได้ทั้งในส่วนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและการลงทุนตามปกติ ช่วงปี 2517 ได้เกิดภาวะตกต่ำอย่างรุนแรง ส่งผลให้ฐานะทางการเงินของการรถไฟตกต่ำอย่างรวดเร็ว จากปี พ.ศ. 2516 ถึง 2517 สัดส่วน ระหว่างรายจ่ายต่อรายได้ ของการดำเนินการของการดำเนินงานของการรถไฟ เพิ่มขึ้นร้อยละ 88.6 เป็นร้อยละ 106.1 ส่งผลให้การรถไฟประสบภาวะขาดทุน และต้องพึ่งการอุดหนุนจากรัฐบาลเพื่อให้กิจการของการรถไฟสามารถดำเนินการต่อไปได้ สาเหตุใหญ่ของการขาดทุนมาจากการที่การรถไฟแห่งประเทศไทยถูกควบคุมด้วยกฎเกณฑ์ที่รัฐบาลเป็นผู้สร้างขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการกำหนดค่าธรรมเนียมการเดินรถ (ค่าโดยสาร)

ในอดีต คณะผู้บริหารของการรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวนมากมีความเข้าใจกันว่าภารกิจที่ได้รับมอบหมายในการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยนั้นเป็นบริการสาธารณะ การที่ค่าโดยสารอยู่ในอัตราต่ำนั้น นอกเหนืออำนาจการควบคุมของการรถไฟแห่งประเทศไทย แต่อย่างน้อยการรถไฟแห่งประเทศไทย ก็ได้พิสูจน์ให้เห็นว่ากิจการของการรถไฟนั้นได้ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายระหว่างปี 2513 และปี 2533 โดยการรถไฟสามารถขนส่งผู้โดยสารชั้น 3 ได้เพิ่มขึ้นเกือบเท่าตัว ปริมาณขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 60 ในช่วงเวลา ดังกล่าว

เมื่อการดำเนินงานขาดทุน การรถไฟแห่งประเทศไทย ก็จะมีการชดเชยโดยรัฐบาล และก็โดยแรงกดดันจากรัฐบาลที่ต้องการลดสถานะการขาดทุน เป็นผลให้ การรถไฟแห่งประเทศไทย ดำเนินนโยบายลดค่าใช้จ่ายในด้านค่าจ้างโดยการควบคุมและลดจำนวนพนักงาน ซึ่งก็ไม่ได้มีส่วนกระทบการดำเนินงานการรถไฟแต่อย่างใด เห็นได้จากจำนวนผู้โดยสาร และระดับการให้บริการก็ยังคงเพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้ถูกบังคับโดยปริยายให้เน้นการดำเนินงานเพื่อผลตอบแทนทางการเงินที่เกิดขึ้นโดยทันที ผลตามมาก็คือการขาดการลงทุนระยะยาวในทรัพย์สิน โดยส่วนของธุรกิจของการเดินรถที่เพิ่มขึ้นมีผลทำให้ทั้งรางและสะพานต่างๆ เสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว

ผลจากการที่ฐานะทางการเงินย่ำแย่อีกอย่างหนึ่งก็คือ ไม่สามารถที่จะดำเนินการลงทุนที่ต่อเนื่องในธุรกิจได้อย่างพอเพียงเนื่องจากธุรกิจประสบการขาดทุน การลงทุนหวั่นถ่วงก็ไม่ได้ทำอย่างต่อเนื่องส่งผลอายุเฉลี่ยของหวั่นจักรเพิ่มขึ้นถึง 2 เท่า สำหรับการขนส่งสินค้า พบว่าอายุเฉลี่ยของโบกี้ขนส่งนั้นเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ข้อที่น่าสังเกตก็คือ แนวโน้มที่เกิดขึ้นนี้ไม่ได้เกิดขึ้นกับโบกี้โดยสารของรถไฟ ขกกล่าวซ้ำไว้ตรงนี้อีกครั้งก็คือ จากแรงกดดันทางการเมืองที่การรถไฟแห่งประเทศไทย กำลังเผชิญอยู่เพื่อให้บริการที่ดีต่อประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงได้มีการปรับปรุงขบวนรถโดยสารอย่างต่อเนื่อง

4.1 กิจการรถไฟในปัจจุบัน

การรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีคณะกรรมการรถไฟฯ ประกอบไปด้วยประธานและกรรมการอีก 4 ถึง 6 คน โดยทุกตำแหน่งจะได้รับการแต่งตั้งโดยคณะรัฐมนตรี และผู้ว่าการของการรถไฟแห่งประเทศไทย จะเป็นกรรมการของคณะกรรมการรถไฟฯ โดยตำแหน่งคณะกรรมการนี้จะเป็นผู้กำหนดกรอบนโยบายและทิศทาง

ในการดำเนินงาน นอกจากนี้ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงคมนาคมยังมีอำนาจในการให้คำปรึกษาทั่ว ๆ ไปต่อกิจการการรถไฟแห่งประเทศไทย

ปัจจุบัน การรถไฟแห่งประเทศไทย มีเส้นทางเดินรถทุกสายมีระยะทางร่วมกัน 4,041 กิโลเมตร เส้นทางส่วนมากมีรัศมีกระจายออกไปจากกรุงเทพฯ ในทุกทิศทาง และยังมีบางสายที่เชื่อมต่อการรถไฟของมาเลเซียและการรถไฟของกัมพูชา ขนาดความกว้างของรางรถไฟมีขนาด 1 เมตร โดยที่รางส่วนมากมีขนาด 70 ปอนด์ต่อหนึ่งหลา และมีรางขนาด 80 ปอนด์ต่อหลา อยู่เป็นระยะทางประมาณ 1,000 กิโลเมตร โดยรางรถไฟของเส้นทางสายหลักได้วางแผนจะใช้รางขนาด 100 ปอนด์ต่อหลา ในอนาคตเฉลี่ยแล้วประมาณร้อยละ 80 ของรางใช้หมอนรองรับทำด้วยไม้ที่เหลือเป็นหมอนคอนกรีต ส่วนแผนงานในอนาคตนั้นจะได้นำเอาหมอนคอนกรีตอัดแรง (mono - block prestresses concrete) มาใช้ตลอดเส้นทาง มีสะพานจำนวน 2,629 สะพาน หรือคิดเป็นระยะทางความยาวรวมกันประมาณ 63.5 กิโลเมตร ตลอดทุกเส้นทาง

การรถไฟมีรถจักรไอน้ำอยู่ 7 ชุด (โดยนำไปใช้ในงานพิธีเฉลิมฉลองต่างๆ เป็นหลัก) มีรถจักรดีเซลไฟฟ้าอยู่ 222 คัน และรถจักรดีเซลไฮโดรริกอยู่ 73 คัน โดยมีรถดีเซลรางอยู่ 223 คัน ที่ยังให้บริการอยู่พร้อมๆ กับตู้รถโดยสาร 1,164 ตู้ และรถสินค้า 9,072 ตู้

ในช่วงของปีงบประมาณ พ.ศ. 2537 ได้ทำการเดินรถไฟ 36.58 ล้านกิโลเมตร (ร้อยละ 74.0 เป็นบริการผู้โดยสาร) ความเร็วเฉลี่ยของขบวนรถเท่ากับ 52 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ในส่วนของขบวนรถโดยสารและ 27 กิโลเมตรต่อชั่วโมง สำหรับการขนส่งสินค้า

จำนวนผู้โดยสารทั้งหมดในรอบปี พ.ศ. 2537 เท่ากับ 75.8 ล้านคน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้โดยสารชั้น 3 (ร้อยละ 93.0) ทั้งจำนวนผู้โดยสารและระยะทางการเดินทางเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในช่วงทำการศึกษศึกษา ในช่วงเวลาเดียวกัน การรถไฟแห่งประเทศไทย ได้ขนส่งสินค้าคิดเป็นน้ำหนัก 7.58 ล้านตัน

4.2 ฐานะทางการเงินของ การรถไฟแห่งประเทศไทย

การรถไฟแห่งประเทศไทย มีรายได้จากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2533-2537 ร้อยละ 12.88 ต่อปี โดยการขนส่งผู้โดยสารเพิ่มขึ้นไม่ค่อนำประทบใจนักเพียงร้อยละ 3.55 ต่อปี ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้โครงสร้างรายได้ของ การรถไฟแห่งประเทศไทย ดีขึ้น เนื่องจากมีรายได้จากหลายกิจการนอกเหนือจากการเดินรถเป็นรายได้จากการให้เช่าอาคารและที่ดิน และรายได้จากโครงการยกระดับโฮปเวลล์ และรายได้จากโครงการเคเบิลไยแก้วนำแสงซึ่งผลจากการมีรายได้จากแหล่งหลังสุดนี้ทำให้รายได้สุทธิการดำเนินงานเป็นบวกเป็นปีแรก

ที่จริงแล้วสถานภาพทางการเงินของ การรถไฟแห่งประเทศไทย อาจจะไม่เลวร้ายอย่างที่คิด ถ้าการรถไฟแห่งประเทศไทย สามารถรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงานไว้ในระดับที่ต่ำ แต่ข้อเท็จจริงหาเป็นเช่นนั้นไม่เพราะปรากฏว่าต้นทุนในการดำเนินการของการรถไฟแห่งประเทศไทย กลับเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาดังกล่าว เฉลี่ยร้อยละ 10.1 เนื่องจากสาเหตุใหญ่ๆ คือ ค่าเชื้อเพลิงขึ้นราคา และเงินเดือนของพนักงานรถไฟซึ่งส่วนนี้นับเป็นแหล่งของปัญหาที่สำคัญของการรถไฟแห่งประเทศไทย ปัจจุบันหากการรถไฟแห่งประเทศไทยเพียงแต่ควบคุมในส่วนของการเพิ่มขึ้นของเงินเดือนได้ ฐานะทางการเงินของการรถไฟแห่งประเทศไทยก็คงจะไม่ตกอยู่ในสภาพที่เลวร้ายเหมือนเช่นปัจจุบัน

แต่อัตรากำลังเป็นรายการหนึ่งที่เกินกว่าอำนาจของการรถไฟแห่งประเทศไทย ที่จะไปควบคุมได้ โครงการสร้างอัตรากำลังขึ้นต่ำไม่ได้ถูกกำหนดโดย การรถไฟแห่งประเทศไทย แต่เกิดจากการต่อรองระหว่างรัฐบาลกลางกับสหภาพแรงงานรัฐวิสาหกิจ นอกจากนั้น การที่การรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นองค์กรที่มีอายุมากทำให้อายุราชการของพนักงานก็มากขึ้นกันเดียวกัน ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านเงินเดือนสูงตามไปด้วย

ประเด็นที่สำคัญนี้ได้แสดงให้เห็นชัดเจนว่าถึงแม้การรถไฟแห่งประเทศไทยจะมีรายได้หลากหลายจากกิจการซึ่งไม่เกี่ยวกับการเดินรถ แต่โครงสร้างของรายจ่ายก็จำเป็นจะต้องได้รับการแก้ไข ถ้า การรถไฟแห่งประเทศไทย

ไทย ไม่คิดที่จะเปลี่ยนแปลงสถานการณ์นี้ให้ดีขึ้นอย่างจริงจัง ทั้งในด้านการเพิ่มรายได้จากการดำเนินการ หรือลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการอย่างจริงจังแล้ว การดำเนินงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ก็กำลังก้าวไปสู่การล้มละลายโดยสิ้นเชิงในที่สุด นอกเสียจากว่า การรถไฟแห่งประเทศไทย สามารถระดมรายได้จากแหล่งอื่นอย่างเพียงพอเป็นค่าดงจะได้กล่าวต่อไป

แน่นอน การรถไฟแห่งประเทศไทย ยังมีแหล่งรายได้มาจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่จากการบริการเดินรถแต่เพียงอย่างเดียวซึ่งรายได้จากแหล่งอื่นนี้ปัจจุบันยังไม่สำคัญมากนักแต่ศักยภาพในอนาคตค่อนข้างดีและเมื่อนำรายได้ที่ได้มาจากแหล่งอื่นมารวมการพิจารณาประกอบเข้าด้วยกัน ก็จะพบว่าสถานการณ์ทางการเงินของการรถไฟแห่งประเทศไทย ก็เปลี่ยนแปลงไปจนเห็นได้ชัด ซึ่งทำให้ความตึงเครียดของฐานะทางการเงินผ่อนคลายลงไปบ้างเท่านั้นเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์ที่บีบบังคับรัฐบาลหลายยุคซึ่งต้องเผชิญกับปัญหาการตัดสินใจที่ยุ่ยากกลับเลือกที่จะให้บริการของการรถไฟยังคงอยู่ต่อไป และก็ได้หาทางเลือกของแนวทางแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะฟื้นฟูรถไฟขึ้นมาใหม่ ซึ่งก็จำเป็นต้องอาศัยแรงผลักดันทางการเมืองอย่างแรงกล้าในส่วนของรัฐบาลและการที่จะต้องเผชิญกับงานหนักในฝ่ายของการรถไฟ ความสำเร็จคงไม่ใช่ว่าจะเกิดขึ้นในชั่วข้ามคืนหรือทุกสิ่งทุกอย่างที่เป็นปัญหาจะได้รับการ “แก้ไข” จนหมดสิ้นไปโดยทันที (ที่มา : แผนวิสาหกิจ การรถไฟแห่งประเทศไทย: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ TDRI)

4.3 กรอบนโยบายการขนส่งของประเทศ

ตามแผนหลักการขนส่ง พ.ศ. 2542 — 2549 ของกระทรวงคมนาคม ได้กำหนดนโยบายการขนส่งของประเทศไว้ ดังนี้

1. เน้นการเพิ่มความปลอดภัยในระบบขนส่ง
2. เน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากระบบการขนส่ง
3. เร่งพัฒนาระบบการเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ การเชื่อมติดระบบการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (Inter Modal Linkage) ถือเป็นนโยบายเร่งด่วน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มบทบาทของการขนส่งเป็น Mass transportation ซึ่งต้องการระบบการเชื่อมต่อกับระบบการขนส่งอื่นเพื่อให้สามารถให้บริการขนส่งในลักษณะที่เป็น door to door มากขึ้นและมีประสิทธิภาพขึ้น อันจะช่วยปรับแบบแผนของระบบขนส่งที่เป็นมาในอดีตและปัจจุบันที่เป็นการขนรถมากกว่าขนคนหรือสินค้าให้สามารถใช้ระบบการขนส่งสาธารณะได้มากขึ้น

4. เพิ่มการแข่งขันในระบบขนส่ง เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการ และช่วยลดต้นทุนในการขนส่งอย่างใดก็ตามการแข่งขันเสรีในระบบการขนส่งอาจทำให้ผู้ประกอบการเน้นเฉพาะการให้บริการในตลาดของผู้มีรายได้สูงภาคีรัฐอาจจำเป็นต้องมีมาตรการในการช่วยรับภาระต้นทุนการขนส่งของผู้มีรายได้น้อย โดยมีมาตรการที่เหมาะสม

5. ขยายโครงสร้างพื้นฐานและปรับปรุงบริการขนส่งในภูมิภาคและชนบทให้เพียงพอกับความต้องการ
6. ให้ความสำคัญและการสนับสนุนระบบการขนส่งในเชิง Mass transportation มากขึ้น ทั้งในการขนส่งคนและการขนส่งสินค้า
7. พัฒนาประสิทธิภาพและปรับบทบาทขององค์กรของรัฐทางด้านการขนส่ง
8. การตั้งภาษีอากรค่าธรรมเนียมและอัตราค่าขนส่ง (Pricing) ให้เป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกัน เนื่อง

จากภาษีอากรค่าธรรมเนียมและอัตราค่าขนส่งเป็นกลไกที่มีผลกระทบต่อการแข่งขันของระบบการขนส่งต่าง ๆ

9. การเชื่อมโยงระบบการขนส่งกับประเทศเพื่อนบ้าน และการสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลาง

การรถไฟแห่งประเทศไทย ภายใต้ระบบประเมินผลการปฏิบัติงานได้จัดจ้างสถาบันภายนอกทำการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าทั้งด้านการโดยสารและด้านขนส่งสินค้าเป็นประจำทุกปี และในปี 2542 ที่ผ่านมามีการจัดจ้างสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA) ทำการสำรวจเมื่อ มิ.ย. — พ.ย. 2542 ผลการสำรวจเป็น ดังนี้

สิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ปรับปรุงมากที่สุด 6 อันดับแรก

1. ความตรงต่อเวลาของขบวนรถ

- 2.ความสะอาดของห้องน้ำบนขบวนรถ
- 3.ความรวดเร็วในการเดินทาง
- 4.การเพิ่มจำนวนเที่ยวรถไฟในช่วงเทศกาลประจำปี
- 5.ความสะอาดบนสถานีรถไฟและขบวนรถ
- 6.ราคาและรสชาติอาหารในรถเสบียง

เมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการมีระดับความพอใจหลาย ๆ ด้านอยู่ในระดับที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับบริการที่ได้รับในช่วงปีที่ผ่านมา ปัจจัยที่ได้รับความพอใจสูงสุดในด้านโดยสารได้แก่ ความสะดวกในการซื้อตั๋วล่วงหน้า ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุระหว่างการเดินทาง และการปรับปรุงพัฒนาสถานี

4.4 ศักยภาพของการขนส่งโดยรถไฟในอนาคต

จากแนวนโยบายการขนส่งที่ให้ความสำคัญในการเพิ่มความปลอดภัยในระบบขนส่งเน้นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากระบบขนส่ง เร่งพัฒนาระบบการเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการให้ความสำคัญและการสนับสนุนระบบขนส่งในเชิง Mass transportation มากขึ้น ทั้งในการขนส่งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้า ทำให้การขนส่งโดยรถไฟมีศักยภาพเพิ่มขึ้นในอนาคต โดยแผนหลักการขนส่ง พ.ศ. 2542-2549 ได้กำหนดเป้าหมายในการเพิ่มบทบาทของการขนส่งโดยรถไฟไว้ดังนี้

1. การขนส่งโดยสาร คาดว่าในปี พ.ศ 2544-2549 จำนวนผู้โดยสารรวมจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 4.68 ต่อปี และตั้งเป้าหมายให้การขนส่งโดยรถไฟเพิ่มขึ้นในอัตราเดียวกัน จะทำให้ส่วนแบ่งของการขนส่งโดยรถไฟเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.78 ของการขนส่งรวมในปี 2539 เป็นร้อยละ 5.14 ในปี 2544 และ 5.28 ในปี 2549
2. การขนส่งสินค้า สินค้าหลายชนิด ซึ่งเป็นสินค้าที่เหมาะสมที่ขนส่งด้วยรถไฟกล่าวคือ มีปริมาณการขนส่งสูง และสม่ำเสมอ เช่น ซีเมนต์ ผลิตภัณฑ์น้ำมัน ถ่านหิน ยังคงมีแนวโน้มที่จะมีปริมาณการขนส่งเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าชนิดใหม่ที่จะมีศักยภาพในการขนส่ง เช่น การขนส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในระบบตู้คอนเทนเนอร์ หรือการนำระบบ Ro – Ro (Roll – on – Roll – off) ซึ่งเป็นเทคนิคการขนส่งใหม่มาใช้ ซึ่งจะทำให้รถไฟมีส่วนแบ่งในการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.9 ของการขนส่งสินค้ารวมในปี 2539 เป็นร้อยละ 2.1 ในปี 2544
3. การเพิ่มบทบาทของรถไฟในการเชื่อมโยงเครือข่ายการขนส่งกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการคมนาคมขนส่งของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเชื่อมโยงเครือข่ายการคมนาคมขนส่งถือเป็นเรื่องที่

4.5 วิสัยทัศน์ในการปรับโครงสร้างด้านบริการเดินรถของการรถไฟ ฯ

- 1.บริการขนส่ง เป็นบริการที่สะดวกปลอดภัย รวดเร็ว มีคุณภาพระดับสากล มีความหลากหลายเป็นทางเลือกของการเดินทางอย่างมีระดับ (Service of Choice)
- 2.การรถไฟ ฯ มีกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Customer Oriented) และสามารถดำเนินกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพ มีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นทั้งด้านโดยสารและสินค้ามีการเชื่อมโยงกับระบบขนส่งระบบอื่น (รถ,เรือ, ฯลฯ) อย่างเหมาะสมเพื่อให้บริการแบบ One-Stop Service อย่างมีประสิทธิภาพ
 - 2.1 รถไฟเป็นองค์กรที่ดำเนินการเชิงพาณิชย์ แต่มีกลยุทธ์ในการสนองนโยบายของรัฐ เพื่อให้บริการแก่ผู้มีรายได้น้อยภายใต้ Service Contract ที่เหมาะสมจากรัฐบาลโดยรัฐมีหลักเกณฑ์ และวิธีการสนับสนุนสวัสดิการที่ชัดเจน และไม่ขัดหลักปฏิบัติสากล
 - 2.2 รถไฟเป็นระบบขนส่งหลักของประเทศ สามารถแข่งขันกับระบบขนส่งอื่นๆ ได้บนพื้นฐานที่เท่าเทียมกัน โดยมีการกำหนดอัตราบริการที่เป็นที่ยอมรับ
 - 2.3 มีการเดินรถเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ จีน ลาว เขมร เมียนมาร์ ทั้ง ด้านบริการขน

ส่งสินค้า และผู้โดยสาร เพื่อให้ประเทศไทยเป็น HUB ของการขนส่งในภูมิภาค (Mekong Sub — region)

3.รถไฟเป็นกลไกสำคัญของรัฐในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากร แก้ปัญหาการจราจร และประหยัดพลังงาน

4.รถไฟมีภาพลักษณ์ที่ดีในการบริการเพื่อสังคม และสังคมมีความเข้าใจบทบาท วิสัยทัศน์ และ แนวทาง ดำเนินงานของการรถไฟฯ มีใจร่วมและมีส่วนร่วมสนับสนุนกิจการของการรถไฟฯ

(ที่มา: แนวคิดแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ เพื่อการปรับโครงสร้างการรถไฟแห่งประเทศไทย มิถุนายน 2543)

5.ความเป็นมาของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

สถานีรถไฟกรุงเทพ หรือเรียกกันทั่วไปว่า **“หัวลำโพง”** เริ่มก่อสร้างในปลายสมัยรัชกาลที่ 5 คือในปี พ.ศ. 2453 การก่อสร้างแล้วเสร็จ และเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการโดยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้เสด็จทรงกระทำพิธีเปิดปฐมสัญญาณไฟฟ้าให้รถไฟขบวนแรกเดินเข้าสู่สถานีกรุงเทพ เมื่อวันที่ 25 มิถุนายน พ.ศ.2459

“สถานีรถไฟกรุงเทพ” สร้างอยู่ในพื้นที่ 120 ไร่เศษ อยู่ห่างจากสถานีเดิมไปทางทิศใต้ ประมาณ 500 เมตร ตั้งอยู่ในท้องที่แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ มีอาณาเขตทิศใต้จรดถนนพระราม 4 ทิศเหนือจรดคลองมหานาคทิศตะวันออก จรดถนนรองเมือง และทิศใต้จรดคลองผดุงกรุงเกษม สำหรับที่ตั้งของสถานีกรุงเทพเดิมซึ่งอยู่บริเวณที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงประกอบพระราชพิธีเริ่มการก่อสร้างและเปิดเดินรถไฟหลวงนั้น หลังจากได้ก่อสร้างสถานีกรุงเทพหลังปัจจุบันแล้วจึงรื้อถอนออกไป ต่อมาผู้ปฏิบัติงานรถไฟได้ร่วมกันสละทรัพย์สร้างเป็นอนุสรณ์ปฐมฤกษ์รถไฟหลวงขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2533 เพื่อเป็นการน้อมรำลึกถึงพระมหากรุณาธิคุณของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และเป็นอนุสรณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์แก่อนุชนรุ่นหลังสืบต่อไป

“สถานีกรุงเทพ” มีแบบก่อสร้างเป็นรูปโดมสโตนีอิตาลีเลียนผสมผสานกับศิลปะยุคเรอเนซองส์มีลักษณะคล้ายกับสถานีรถไฟเมืองแฟรงค์เฟิร์ตในประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมัน อีกทั้งวัสดุในการก่อสร้างก็เป็นวัสดุสำเร็จรูปจากเยอรมันนี้เช่นกัน ลวดลายต่างๆที่ประดับไว้เป็นศิลปะที่มีความวิจิตรสวยงามมาก บันไดและเสาอาคารบริเวณทางขึ้นที่ทำการกองโดยสารหรือโรงแรมราชธานีเดิมเป็นหินอ่อน โดยเฉพาะเพดานเป็นไม้สักสลักลายนูน ซึ่งหาได้ยาก จุดเด่นของสถานีกรุงเทพอีกอย่างหนึ่งคือ กระเบื้องสีที่ช่องระบายอากาศ ทั้งด้านหน้าและด้านหลังซึ่งติดตั้งไว้อย่างผสมผสานกลมกลืนกับตัวอาคารเช่นเดียวกับนาฬิกาบอกเวลาที่มีอายุเก่าแก่เท่ากับตัวอาคารสถานี โดยติดตั้งไว้ที่กึ่งกลางยอดโดมสถานี เป็นนาฬิกาที่สั่งทำพิเศษเฉพาะไม่ระบุชื่อบริษัทผู้ผลิตแสดงให้เห็นเหมือนนาฬิกาอื่นๆ นาฬิกาเรือนนี้มีเส้นผ่าศูนย์กลาง 160 เซนติเมตร ควบคุมด้วยไฟฟ้าระบบดี.ซี.จากห้องชุมสายโทรศัพท์กรุงเทพ เป็นเครื่องบอกเวลาแก่ผู้สัญจรผ่านไป-มา และผู้ใช้บริการที่สถานีกรุงเทพจนถึงปัจจุบันนี้ บริเวณด้านหน้าสถานีกรุงเทพมีส่วนหย่อมและน้ำพุสำหรับประชาชน โดยข้าราชการรถไฟได้รวบรวมทุนทรัพย์เป็นมูลค่า 9,150 บาท จัดสร้างอนุสาวรีย์น้อมเกล้าฯอุทิศส่วนกุศลถวายแด่พระบาทสมเด็จพระพุทธเจ้าหลวง อนุสาวรีย์ที่ว่านี้เป็นรูป **“ช้างสามเศียร”** พระบรมฉายาลักษณ์ด้านข้างแบบลายนูนของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวประดิษฐานอยู่เดิม สถานีกรุงเทพใช้เป็นที่รับ-ส่ง ทั้งผู้โดยสารและสินค้า โดยถ้าเรายืนอยู่บริเวณด้านหน้าสถานีและหันหน้าเข้าสู่สถานี ภายใต้อาคารหลังการปลูกสร้างวงกลมจะเป็นส่วนให้บริการแก่ผู้โดยสาร พื้นที่ด้านขวามือเป็นที่ตั้งของโรงแรมราชธานี ซึ่งปัจจุบันนี้เป็นที่ทำการกองโดยสาร และด้านซ้ายมือจะเป็นที่ทำการรับ-ส่งสินค้า ซึ่งปัจจุบันเป็นจุดจอดรถแท็กซี่ โดยในส่วนพื้นที่บริการด้านสินค้านี้ การรถไฟฯได้พิจารณาให้ย้ายไปอยู่ที่ย่านสินค้าพหลโยธินตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 เนื่องจากมีการขยายตัวทั้งด้านการโดยสารและสินค้าประกอบกับการจราจรบริเวณหน้าสถานีเริ่มมีปัญหา อีกทั้งเพื่อปรับปรุงย่านสถานีกรุงเทพเสียใหม่ให้สามารถรองรับการโดยสาร ที่มีความหนาแน่นเพิ่มขึ้นทุกๆปี

สถานีกรุงเทพได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับการสภาพการโดยสารตลอดมา เป็นต้นว่า การขยายความยาวของชานชาลาหรือก่อสร้างชานชาลาและหลังคาคลุมชานชาลาเพิ่มเติม ปรับปรุงห้องจำหน่ายตั๋ว โดยแยกเป็นห้องจำหน่ายตั๋วประจำวันและห้องจำหน่ายตั๋วล่วงหน้า จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆแก่ผู้โดยสารและผู้ที่มาใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร/เครื่องดื่ม ร้านค้าเบ็ดเตล็ด ร้านขายหนังสือพิมพ์ ที่ทำการไปรษณีย์ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วสถานีกรุงเทพ ยังเป็นสถานที่ที่รณรงค์ต่อต้านภัยจากการสูบบุหรี่โดยจัดให้เป็นเขตปลอดบุหรี่เพื่อสุขภาพของผู้โดยสารของทุกคนส่วนรวมในปี 2541 สถานีกรุงเทพได้รับการปรับปรุงในส่วนพื้นที่รองรับผู้โดยสารหรือผู้เข้ามาใช้บริการอื่นๆ แบบที่เรียกว่า“พลิกโฉม” โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของรถไฟไทยให้ตอบรับกับปีอะเมซิ่งไทยแลนด์ และรองรับการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ระหว่าง วันที่ 6 – 20 ธันวาคม พ.ศ.2541 โดยการรถไฟฯได้คัดเลือกและแต่งตั้งบริษัทไทยสินเอ็กซ์เพรสจำกัดซึ่งมีประสบการณ์ในการบูรณะและพัฒนาอาคารอันทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์หลายแห่งมาแล้วให้เป็นผู้ดำเนินการ ทั้งนี้มีเงื่อนไขว่าต้องอนุรักษ์และพัฒนาอาคารสถานีกรุงเทพให้อยู่ในสภาพเดิม เนื่องจากเป็นอาคารที่อยู่ระหว่างการขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานที่มีคุณค่าแก่การอนุรักษ์

ในการปรับปรุงอาคารสถานีกรุงเทพจะประกอบด้วยการปรับปรุงพื้นที่ 2 ข้างในห้องโถงอาคารให้เป็นร้านขายอาหารและร้านค้า โดยมีชั้นลอยเพื่อเป็นที่นั่งคอยของผู้โดยสารเป็นการเพิ่มบริการให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบายในการนั่งรอ และสามารถเลือกซื้ออาหาร ตลอดจนของใช้จำเป็นอื่นๆได้ตามความต้องการโดยมีร้านค้าหลากหลาย อาทิ ร้านอาหาร, ขนม, เครื่องดื่ม, ผลไม้ ขนมปังและ Bakery, ไอศกรีม, อาหารจานด่วน, อุปกรณ์การเดินทาง, หนังสือ และร้านขายยา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว, บริษัทรับจองโรงแรมและตั๋วเครื่องบิน, บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา, ตู้ เอ.ที.เอ็ม. และห้องละหมาดเป็นต้นสำหรับห้องจำหน่ายตั๋วประจำวันก็ได้จัดสร้างขึ้นใหม่ โดยหันหน้ารับผู้โดยสารที่เดินทางเข้ามาในสถานีบนชั้น 2 ของห้องขายตั๋วทำเป็นพื้นที่ทำงานของพนักงาน เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกในการปฏิบัติงาน ส่วนที่เป็นห้องโถงจะคงสภาพเดิมไว้ เพื่อให้สามารถรองรับผู้โดยสารจำนวนมากๆได้ ในส่วนชานชาลาได้เพิ่มเติมร้านขายของและจัดเป็นที่พักสำหรับผู้โดยสารที่มารอการเดินทางด้วย ทางด้านข้างของอาคารสถานีทิศตะวันตก หรือคลองผดุงกรุงเกษม ก่อสร้างเป็นหลังคาคลุมใหม่เป็นรูปโค้งครึ่งวงกลมครอบคลุมพื้นที่ 1,000 ตารางเมตร เป็นพื้นที่สำหรับรองรับผู้โดยสารขาเข้าและขาออกให้ได้รับความสะดวกมากขึ้นกว่าเดิมการปรับปรุงเพื่อพลิกโฉมของสถานีกรุงเทพใหม่ที่กล่าวมานี้แล้วเสร็จ และจัดพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม 2541

“สถานีกรุงเทพ” เป็นสถานีเก่าแก่คู่บ้านคู่เมือง ถ้านับอายุจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2544) ก็มียุถึง 85 ปีแล้ว ปัจจุบันเป็นศูนย์กลางการขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ ในแต่ละวันจะมีขบวนรถเข้า-ออก ประมาณ 200 ขบวน และมีผู้โดยสารเดินทางเข้าและออกที่สถานีนี้นับหมื่นคนเลยทีเดียว โดยเฉพาะในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์สำคัญๆ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ เข้าพรรษา หรือตรุษจีนจะมีผู้คนหลั่งไหลมาใช้บริการที่สถานีกรุงเทพนี้นับแสนคนจนสถานที่อันกว้างขวางโถงของสถานีแห่งนี้ดูคับแคบลงไปเลยทีเดียวนอกจากความเก่าแก่แล้ว “สถานีกรุงเทพ” ยังเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญยิ่งทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และการคมนาคมขนส่งสมควรยิ่งที่จะต้องอนุรักษ์ไว้ให้เป็นมรดกของชาติและอนุชนรุ่นหลังสืบไป (ที่มา: การรถไฟแห่งประเทศไทย 2547. ออนไลน์)

นอกจากนี้สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ยังเป็นศูนย์รวมการเดินทางที่เชื่อมต่อกับระบบระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ทั้งรถโดยสารประจำทาง รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ รถโดยสารร่วมบริการ และรถตู้ร่วมบริการอีกหลายจำนวนหลายสาย อีกทั้ง

สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ยังเป็นปลายทางสายรถโดยสารประจำทาง

สาย 7 รังสิต – หัวลำโพง

สาย 29 รังสิต – หัวลำโพง

สาย 34 คลองขวาง — หัวลำโพง

สาย 49 กำแพงเพชร 2 - หัวลำโพง

รถโดยสารประจำทาง ที่ผ่าน สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ได้แก่

รถโดยสารประจำทาง สาย 4, 7, 21, 25, 29, 34, 35, 40, 53, 73, 75, 109, 113

รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ สาย 1, 7, 29, 34

รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ สาย 4, 7, 73

รถตู้ร่วมบริการ ที่ผ่าน สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ได้แก่

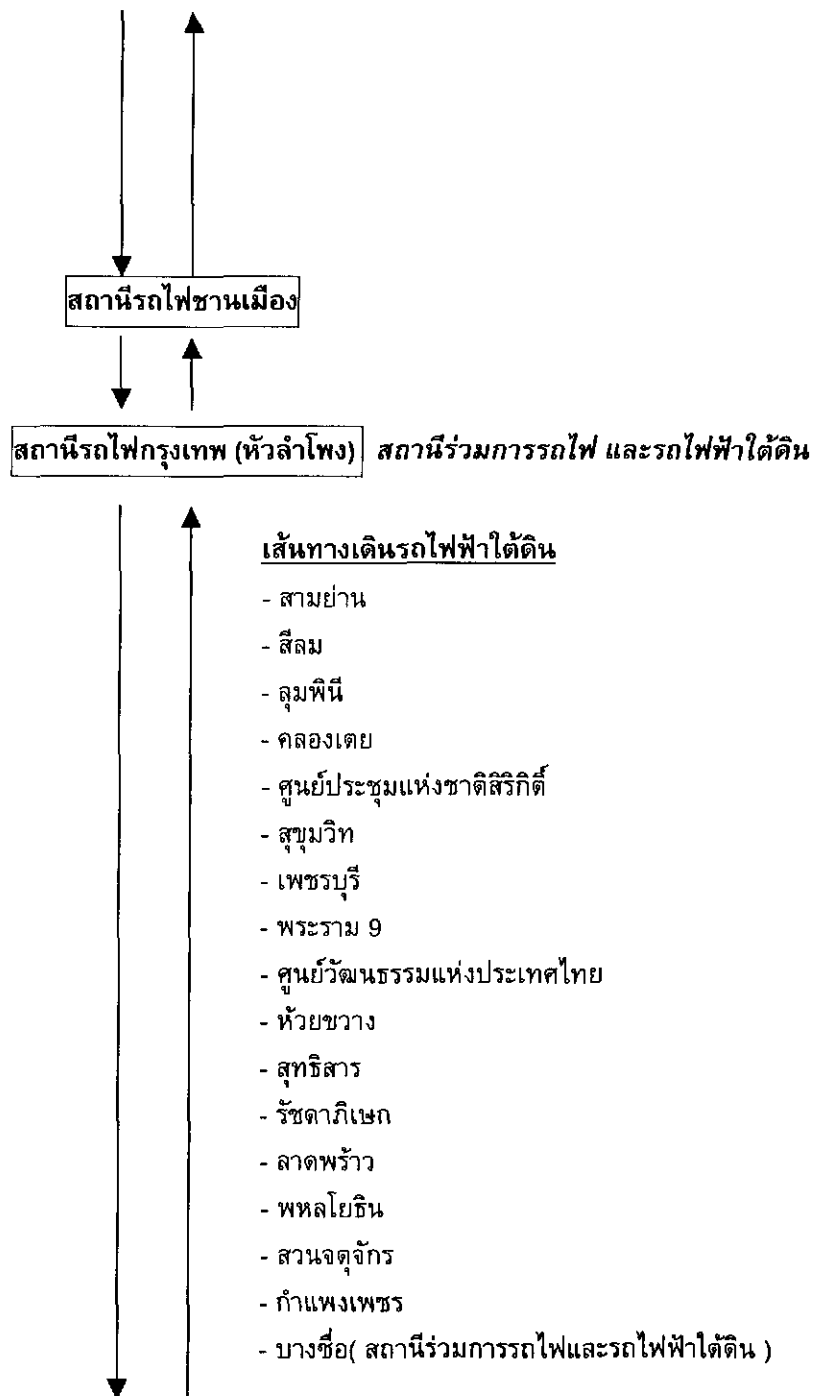
สายหัวลำโพง — บางนา

สายหัวลำโพง — อ่อนนุช

นอกจากนี้สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ยังได้มีการเชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าใต้ดินด้วย ดังนี้

เส้นทางเดินรถการรถไฟแห่งประเทศไทย

- สถานีรถไฟสายเหนือ
- สถานีรถไฟสายใต้
- สถานีรถไฟสายตะวันออก
- เชียงเหนือ
- สถานีรถไฟสายเหนือ
- สถานีรถไฟสายตะวันออก



ภาพประกอบ 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเส้นทางเดินรถสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) กับสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน
ที่มา : บริษัท รถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน). แผ่นพับ .2547

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.สุณิภา งามสันติกุล (2543 :บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน : ศึกษาเฉพาะโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม ความคิดเห็นของประชาชน ต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) รวมถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นดังกล่าว โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน มีจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 720 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือร้อยละ การวิเคราะห์แบบผันแปร (ANOVA) การวิเคราะห์แบบจำแนกหมู่(MCA)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงและเพศชายในอัตราที่ใกล้เคียงกันส่วนใหญ่ที่อายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและบริการ มีรายได้ 5,001-11,000 บาทต่อเดือน รับรู้เรื่องระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างใช้รถโดยสารประจำทางและมีความต้องการใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) อันเนื่องมาจากความสะดวก สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน)ว่าสามารถทำให้การจราจรและการเดินทางในกรุงเทพมหานครสะดวกขึ้น ใช้เวลาเดินทางน้อยลงซึ่งทำให้สุขภาพจิตของประชาชนดีขึ้น ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน)นั้นพบว่า อายุ การศึกษาการรับรู้ สื่อในการรับรู้ อาชีพ รายได้ เพศ ความคิดเห็นในการแก้ปัญหาจราจร ความต้องการใช้บริการและประเภทยานพาหนะ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “แบบจำลองวิเคราะห์การเลือกใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร” การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองทางคณิตศาสตร์ สำหรับทำนายการเลือกใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครและเพื่อศึกษาทัศนคติและค่านิยมซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทาง ดำเนินการวิจัยบนพื้นฐานของทฤษฎีการตัดสินใจ การสำรวจข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาแบบจำลองดำเนินการด้วยวิธีสัมภาษณ์ผู้เดินทางตัวต่อตัว โดยอาศัยเทคนิค Stated Preference การวิจัยแบ่งผู้เดินทางออกเป็น 4 กลุ่ม เป้าหมาย คือ 1)กลุ่มผู้เดินทางซื้อสินค้าด้วยรถยนต์ส่วนตัว 2) กลุ่มผู้เดินทางไปทำงานด้วยรถยนต์ส่วนตัว 3) กลุ่ม ผู้เดินทางไปซื้อสินค้าด้วยรถโดยสารประจำทาง 4) กลุ่มผู้เดินทางไปทำงานด้วยรถโดยสารประจำทาง แบบจำลองเป็นแบบโลจิกสำหรับวิเคราะห์สถานการณ์ทางเลือกเพียง 2 ทาง (Binary Logic Model)

การตรวจสอบแบบจำลองที่ผ่านการพิจารณาพบว่า อิทธิพลของเวลาในการเดินทางที่มีต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางมีมูลค่าอยู่ระหว่าง 32-100 ของอัตราค่าจ้างทั้งนี้ในการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางเพื่อไปซื้อสินค้า ผู้ใช้รถประจำทางจะให้ความสำคัญกับเวลาที่อยู่บนรถประจำทางมากกว่าที่อยู่บนรถไฟฟ้า และผู้ใช้รถยนต์ที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปี ส่วนการเลือกรูปแบบการเดินทางเพื่อไปทำงานนั้น ผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวให้ความสำคัญกับเวลาในการเดินทางช่วงรองมากกว่าเวลาเดินทางในช่วงหลักอย่างเด่นชัด และผู้ชายและผู้หญิงมีพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน

3.มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) (2543: 77) ได้ศึกษาความต้องการของลูกค้ำที่มีต่อบริการรับชำระของสำนักงานบริการโทรศัพท์ : ผลการศึกษาพบว่าความต้องการของลูกค้ำในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน การตั้งเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ำควรมาจากการสำรวจความต้องการของลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย อย่างเช่น ลูกค้ำอาจไม่สนใจว่า พนักงานสามารถบริการรับชำระได้เร็วเพียงใด เมื่อนับตั้งแต่นับเอกสารให้พนักงานที่เคาน์เตอร์ แต่สนใจว่าต้องใช้เวลาานเท่าใด นับแต่เข้ามาที่สำนักงานบริการโทรศัพท์ จนกระทั่งออกไป กรณีนี้จะทำให้สำนักงานบริการดังกล่าว ตั้งเป้าหมายใหม่โดยรวมเวลาทั้งการเข้าคิว และบริการรับชำระเงินซึ่งจะมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ำมากกว่า เป็นต้น

4. สุวัฒนา ใบเจริญ (2540: 83-87) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น (ภาคค่า) : โดยวิธีการสำรวจ ผลการศึกษาพบว่าลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของธนาคารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพนักงานและการต้อนรับ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเน้นการปฏิบัติงานของพนักงานในเรื่องกิริยามารยาท ความมีน้ำใจของพนักงาน ความมีมนุษยสัมพันธ์ มีการให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยน มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการแก่ลูกค้าอยู่เสมอ และสิ่งสำคัญที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติหน้าที่ สามารถบริการลูกค้าได้ในทุกๆ เรื่องที่ลูกค้าต้องการ

ด้านสถานที่ประกอบการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งทำเลที่ตั้งของธนาคารอยู่ในแหล่งชุมชน สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก สถานที่ภายในมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด มีเนื้อที่เพียงพอสำหรับเป็นที่พักคอยรับบริการ มีการจัดป้ายบอกตำแหน่งของการให้บริการต่างๆ แต่ปัญหาที่สำคัญคือที่จอดรถสำหรับลูกค้ามีน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ด้านความสะดวกที่ได้รับ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งเรื่องความสะดวกในการฝาก-ถอน ความเพียงพอของพนักงาน การให้คำแนะนำ และการทำงานอย่างมีระบบเป็นขั้นตอน แต่ลูกค้ามีความพอใจในเรื่องความเพียงพอของประเภทบริการให้แก่ลูกค้าต่ำกว่าเรื่องอื่นๆ เพราะธนาคารไม่สามารถให้บริการในเรื่องสินเชื่อ และเงินฝากกระแสรายวันได้ เนื่องจากธนาคารเปิดดำเนินการในช่วงเวลา 15.00 น. ถึง 20.00 น.

ด้านข้อมูลที่ได้รับจากการให้บริการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก ในเรื่องการให้บริการตอบปัญหาข้อสงสัย การให้คำแนะนำชี้แจงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ ส่วนการให้บริการเอกสารสิ่งพิมพ์เกี่ยวกับธุรกิจบริการธนาคาร ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ด้านระยะเวลาในการดำเนินงาน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการอยู่ในระดับมากทุกเรื่อง เนื่องจากธนาคารมีนโยบายการให้บริการที่สะดวกและรวดเร็ว เน้นการให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม มีการจัดลำดับก่อน-หลัง

5. อ้อยทิพย์ กองสมบัติ (2538: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขาเลิงนกทา และสาขามุกดาหาร : ผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

1. เกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคาร ในภาพรวมและองค์ประกอบย่อยของความพึงพอใจในการรับบริการพบว่าลูกค้าธนาคารมีความพึงพอใจในการรับบริการ ในระดับสูงกว่าปานกลางเล็กน้อย เมื่อพิจารณาความพึงพอใจในองค์ประกอบต่างๆ พบว่าความพึงพอใจในการรับบริการด้านพนักงานและการต้อนรับมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนความพึงพอใจในการรับบริการความสะดวกที่ได้รับมีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด

2. ลำดับองค์ประกอบของความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของธนาคารฯ เรียงจากความพึงพอใจมากที่สุด ไปถึงน้อยที่สุด ดังนี้

- 2.1 ด้านพนักงานและการต้อนรับ
- 2.2 ด้านอาคารสถานที่ประกอบการ
- 2.3 ด้านข้อมูลที่ได้รับ
- 2.4 ด้านระยะเวลาในการดำเนินการ
- 2.5 ด้านความสะดวกที่ได้รับ

ด้านตัวแปรภูมิหลังของลูกค้า อายุ รายได้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการรับบริการ นอกจากนี้ลูกค้าเพศหญิงมีความพึงพอใจในการรับบริการสูงกว่าเพศชาย แต่ระยะเวลาที่เป็นลูกค้าอาชีพของลูกค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับบริการ

ผลการวิจัยครั้งนี้ ทำให้เข้าใจถึงความพึงพอใจในการรับบริการด้านที่ลูกค้าธนาคารฯ ยังไม่ค่อยมีความพึงพอใจนักซึ่งอาจทำให้ขาดแรงจูงใจที่มารับบริการของธนาคารฯ อันจะเป็นแนวทางที่ผู้บริหารของธนาคารฯ จะนำไปปรับปรุงแก้ไข เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มีความพึงพอใจและมาใช้บริการในอนาคต

6.สุทธิ บันมา (2535: บทคัดย่อ) ได้วิจัยความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์: ผลการวิจัยพบว่าความพึงพอใจโดยรวมทุกด้านของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ อยู่ในระดับมากลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ไม่แตกต่างกันในด้านความสะดวกที่ได้รับและข้อมูลข่าวสารลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจรวมทุกด้านต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่ประกอบอาชีพต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาภาพสินธุ์ ในด้านพนักงานและการต้อนรับ ด้านสถานที่ประกอบการ ด้านระยะเวลาในการดำเนินงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

7.ชวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ (2538: 59-61) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) : ได้ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจสูงที่สุดในด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า กล่าวคือ ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ ที่ธนาคารจัดไว้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย ส่วนความพึงพอใจต่ำสุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมในการให้บริการ เช่น ปัญหาเรื่องจอดรถ ท่าเลที่ตั้งของธนาคาร ความสะดวกในการติดต่อกันในสาขา ด้านปัจจัยภูมิหลังที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการมาใช้บริการ พบว่า อาชีพของผู้มาใช้บริการมีผลต่อความพึงพอใจ กล่าวคือ กลุ่มอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่ำกว่ากลุ่มอื่น ทั้งในด้านสภาพแวดล้อมการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า และไม่ค่อยได้รับความสะดวกในการมาติดต่อกับธนาคาร การให้บริการของพนักงานไม่ค่อยสุภาพ การพูดจาไม่ไพเราะ ไม่ค่อยได้รับความเอาใจใส่จากพนักงาน และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ธนาคารใช้อยู่มักขัดข้องเป็นประจำ ส่วนกลุ่มธุรกิจจะมีความพึงพอใจสูงกว่า เพราะกลุ่มธุรกิจจะมีความสัมพันธ์กับธนาคารในทุกๆ ด้าน เพราะจะมาติดต่อกับธนาคารวันละหลายครั้ง ทำให้มีความคุ้นเคยและใกล้ชิดกับพนักงานมากกว่า ย่อมมีความพึงพอใจในการมาใช้บริการสูงกว่า เช่นเดียวกับกลุ่มที่มีอาชีพรับจ้าง ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในการทำงานในสภาพรับจ้างเช่นเดียวกับพนักงานธนาคาร

8.บริษัท ซี.เอส.เอ็น.แอนด์. แอสโซซิเอท จำกัด (2542: 23) ได้วิจัยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ในเขตภูมิภาค : ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในบริการของสำนักงานบริการโทรศัพท์ในเขตภูมิภาค โดยภาพรวม อยู่ในระดับพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการชำระค่าบริการ ผู้ใช้บริการเห็นว่า มีความสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในความสุภาพและมารยาทของพนักงานในการให้บริการค่อนข้างสูงไม่ว่าจะเป็นพนักงานในส่วนของการขอใช้บริการติดตั้ง/โอน/ย้าย การชำระค่าบริการ หรือปรึกษาปัญหาทั่วไป ซึ่งจากการวิเคราะห์จุดอ่อน-จุดแข็ง ของการให้บริการ พบว่า เรื่องดังกล่าวข้างต้นเป็นจุดแข็งโดยรวมของสำนักงานบริการในเขตภูมิภาค เมื่อพิจารณาการบริการ ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านสถานที่และอุปกรณ์ ด้านการขอใช้บริการ ติดตั้ง/โอน/ย้าย ด้านการชำระค่าบริการ และด้านการปรึกษาปัญหาทั่วไป พบว่า ด้านสถานที่และอุปกรณ์เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญน้อยกว่าด้านอื่นๆ

9.พจนีย์ แหมมเฟื่อง (2546: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าไทยของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 –26 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา รายได้ต่อเดือน ประมาณ 9,660 บาท ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวนครั้งที่ใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลี่ย 3.55 ต่อเดือน ช่วงเวลาที่ใช้บริการมากคือช่วงวันหยุดเทศกาล โดยมีวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมญาติ โดยส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว มากกว่า 5 คน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูล
2. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

แหล่งข้อมูล

ประเภทแหล่งข้อมูลแบ่งลักษณะข้อมูลออกเป็น

1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

1.1.1 จากการสัมภาษณ์บุคคลที่มีส่วนร่วมในงานบริหารงานในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

1.1.2 จากการแจกแบบสอบถามไปผู้ให้บริการที่ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และเก็บแบบสอบถามคืนเมื่อผู้ตอบกรอกข้อมูลครบถ้วน

1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความ งานวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบและแนวทางของการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ประมาณ 10,000 คนต่อวันหรือ ประมาณ 300,000 คนต่อเดือน ใช้วิธีเก็บข้อมูลจากสถิติจำนวนผู้มาใช้บริการในแต่ละวัน (ที่มา : การรถไฟแห่งประเทศไทย 2547. ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนประชากรจำนวนจำนวน 300,000 คนต่อเดือน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างไว้เท่ากับ 420 คน โดยสูตรการคำนวณขนาดประชากรของ ทาโรยามาเน่ (วิเชียร เกตุสิงห์ 2541: 24 ; อ้างอิงจาก Taro Yamane. N.d.) และใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร ยามาเน่

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

แทนที่ n = $\frac{300,000}{1 + [300,00 * (0.05)^2]}$

n = 399.47 ตัวอย่าง คิดเป็น 400 ตัวอย่าง

ดังนั้นตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 ตัวอย่าง (สำรวจข้อมูล 5%) ผู้วิจัยจึงสุ่มตัวอย่างจำนวน 420 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ที่อยู่ปัจจุบัน จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ใช้บริการและประเภทการรับบริการ เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการของศูนย์บริการต่างๆ ที่ได้ศึกษา ซึ่งครอบคลุม องค์ประกอบของความพึงพอใจในการรับบริการ 6 ด้าน ได้แก่ บริการต่าง ๆ ที่มี ภายในสถานี ราคาค่าบริการ ต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พนักงานผู้ให้บริการ ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

โดยเป็นคำตอบที่เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ให้ผู้ตอบเลือกตอบตาม ความรู้สึก และความเชื่อเชิงประมาณค่าของตน ตั้งแต่ระดับความพึงพอใจมาก พึงพอใจ เฉยๆ ไม่พึงพอใจ และ ไม่พึงพอใจมาก โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	คะแนน
ระดับพึงพอใจมาก	5
ระดับค่อนข้างพึงพอใจ	4
ระดับเฉย ๆ	3
ระดับไม่ค่อยพึงพอใจ	2
ระดับไม่พึงพอใจเลย	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ โดยการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538: 8 - 11)

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

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดต่อบัณฑิตต่าง ๆ
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีค่อนข้างพึงพอใจต่อบัณฑิตต่าง ๆ
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจปานกลางต่อบัณฑิตต่าง ๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง ผู้ใช้บริการไม่ค่อยพึงพอใจต่อบัณฑิตต่าง ๆ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจเลยต่อบัณฑิตต่าง ๆ

ส่วนที่ 4 ซึ่งเป็นตอนท้ายของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถาม กล่าวถึงปัญหา และข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาดัง ๑ จำนวน 6 ข้อ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1.ศึกษาคำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2.ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบ ทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามโดยเกี่ยวข้องกับ ความพึงพอใจ 6 ด้าน คือ บริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานี ราคาค่าบริการต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟ การ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พนักงานผู้ให้บริการ ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

3.นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา และ กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณา ตรวจสอบและขอคำปรึกษาในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความ มุ่งหมายของ การวิจัย

4.นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแก้ไขมาแล้ว มาดำเนินการทดสอบ (Pre - test) กับผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟ กรุงเทพมหานคร (หัวลำโพง) มาคำนวณค่าความเชื่อมั่นโดยสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach)

5.ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มเติม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือที่มี ประสิทธิภาพ

6.นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

5.การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดย กำหนดวันและ เวลา เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด โดยมีการกำหนดตารางแจกแบบสอบถาม ดังนี้

ตาราง 2 ตารางการแจกแบบสอบถาม

หน่วย : 1 คน

เวลา /วัน	วันจันทร์	วันอังคาร	วันพุธ	วันพฤหัสบดี	วันศุกร์	วันเสาร์	วันอาทิตย์	รวม
05.01-08.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
08.01-11.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
11.01-14.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
14.01-17.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
17.01-20.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
20.01-23.00 น.	10	10	10	10	10	10	10	70
รวม	60	60	60	60	60	60	60	420

โดยมีระยะเวลาแจกแบบสอบถาม ระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2547 ซึ่งไม่มีระยะเวลาหยุดต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือรับรองแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้อำนวยการสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ให้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ตอบแบบสอบถามพร้อมให้คำแนะนำ
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามเพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

6.การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยการดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2538)

- 1.การตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
- 2.การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close – ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open – ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
- 3.การประมวลผลข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) และการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)

4.การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์และอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่ม ตัวอย่างดังนี้

- ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่อยู่ปัจจุบัน)
- พฤติกรรมการใช้บริการ (จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการ)
- ระดับความพึงพอใจในการใช้บริการ ทั้ง 6 ด้าน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงวิเคราะห์ (Analysis Statistics)

สถิติที่วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส ที่อยู่ปัจจุบัน จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ประเภทของการใช้บริการที่ต่างกันมี และความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการ ที่แตกต่างกัน การรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพราะเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สถิติพื้นฐาน

6.1.1 ค่าอัตราร้อยละ

6.1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541: 65)

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

โดยที่ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

6.1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้สูตร

$$SD. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ $SD.$ แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

6.2 สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพ

6.2.1 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตรฐานส่วนประกอบค่า โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha – Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546)

$$\text{cronbach's alpha} = \frac{k \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ k แทน จำนวนคำถาม
 $\overline{\text{covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
 $\overline{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

6.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

6.3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร t – test แบบ Independent (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 169)

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

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

โดยที่

เมื่อ	t	แทน	ค่าความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม
	$\bar{X}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	S_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	n_1	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	df	แทน	องศาอิสระ (Degree of Freedom)

6.3.2 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่าสองกลุ่ม
 ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) โดยใช้สูตรดังนี้
 (ชูศรี วงศ์รัตนะ.2534: 249)

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

โดยที่

	df_1	=	$P - 1$
	df_2	=	$N - 1$
เมื่อ	F	แทน	ค่าการแจกแจงของ F
	MS_b	แทน	ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	P	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

6.3.3 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการเปรียบเทียบ
 พหุคูณ โดยวิธีการของ เชฟเฟ่ Scheff's test (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ.2538 .140-144) และทดสอบความ
 ต่างของคะแนนเฉลี่ยระหว่างสองกลุ่ม มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิธีการ LSD (Least Significant Difference) ของ
 R.A. Fisher (สุรชัย พิศาลบุตร. 2542: 227; กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2538: 155) หากวิธีการทดสอบของ เชฟเฟ่
 Scheff's test ไม่สามารถอธิบายระดับความสัมพันธ์ได้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย ความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยในการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อต่อไปนี้

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
LSD	แทน	การหาค่าแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Difference)
T	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F – distribution
Sig.	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรม SPSS สามารถได้ใช้ทดสอบสมมติฐาน
H ₀	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำนวน 2 ข้อ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการเกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำนวน 32 ข้อ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

6. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

7. ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

8. จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

9. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

10. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

11. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไป ของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	190	47.5
หญิง	210	52.5
รวม	400	100.0
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	74	18.5
20 – 29 ปี	180	45.0
30 – 39 ปี	78	19.5
40 – 49 ปี	49	12.2
50 ปีขึ้นไป	19	4.8
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	21	5.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	43	10.8
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	122	30.4
ปวส. / อนุปริญญาตรี	55	13.8
ปริญญาตรี	148	37.0
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.8
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	134	33.5
ข้าราชการ	38	9.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	4.5
พนักงานบริษัทเอกชน	95	23.8
เกษตรกร / ชาวน	14	3.5
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	72	18.0
แม่บ้าน / พ่อบ้าน	13	3.2
ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ	16	4.0
รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	155	38.8
5,001 – 10,000 บาท	124	31.0
10,001 – 15,000 บาท	56	14.0
15,001 – 20,000 บาท	23	5.8
20,001 – 25,000 บาท	17	4.2
มากกว่า 25,000 บาท	25	6.2
รวม	400	100.0
สถานภาพ		
โสด	274	68.5
สมรส	109	27.3
หย่า / หม้าย	17	4.2
รวม	400	100.0
ที่อยู่ปัจจุบัน		
กรุงเทพมหานคร	145	36.2
ปริมณฑล	31	7.8
ภาคเหนือ	40	10.0
ภาคกลาง	21	5.2
ภาคใต้	76	19.0
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	68	7.0
ภาคตะวันออก	18	4.5
ภาคตะวันตก	1	0.3
รวม	400	100.0

เพศ พบว่าเพศของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และเพศชาย จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 โดยพบว่าผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟหัวลำโพง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ พบว่าอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แบ่งเป็น 5 ช่วงอายุ โดยช่วงอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ช่วงอายุที่อยู่ระหว่าง 20 – 29 ปี เป็นจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุระหว่าง ต่ำกว่า 20 ปี เป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุระหว่าง 40 – 49 ปี เป็นจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 อายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป เป็นจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา / ปวช. จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 การศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาตรี / ปวส. จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และกลุ่มที่มาใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) น้อยที่สุดมีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือกลุ่มของนักเรียน / นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ส่วนอาชีพที่มีจำนวนรองลงมาได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ข้าราชการ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ผู้ที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 เกษตรกร / ชาวสวน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่ารายได้ของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่าสถานภาพของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มาใช้บริการมากที่สุด คือกลุ่มผู้ที่เป็นโสด จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือผู้ที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และผู้ใช้บริการน้อยที่สุด คือผู้ที่มีสถานภาพหย่า / หม้าย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่าที่อยู่ปัจจุบัน ของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 145 คิดเป็นร้อยละ 36.2 ภาคใต้ จำนวน 76 คิดเป็นร้อยละ 19 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 17 ภาคเหนือ จำนวน 40 คิดเป็นร้อยละ 10 ปริมาณพล จำนวน 31 คิดเป็นร้อยละ 7.8 ภาคกลาง จำนวน 21 คิดเป็นร้อยละ 5.2 ภาคตะวันออก จำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 4.5 ภาคตะวันตก จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 0.3

และเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องมากขึ้นจึงมีการจัดกลุ่มของการแบ่งชั้นของตัวแปรต้นในส่วนของคุณสมบัติทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยกลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนน้อยกว่า 30 คน จะถูกจัดรวมให้ได้จำนวนมากกว่า 30 คน ได้แก่ข้อมูลเรื่อง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ที่อยู่ปัจจุบัน

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละ ของ ข้อมูลทั่วไป ที่จัดกลุ่มใหม่ของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟ
กรุงเทพ (หัวลำโพง)

ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	74	18.5
20 – 29 ปี	180	45.0
30 – 39 ปี	78	19.5
40 ปีขึ้นไป	68	17.0
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	64	16.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	177	44.3
ปวส. / อนุปริญญาตรี		
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	159	39.7
รวม	400	100.0
อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	134	33.5
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	56	14.0
พนักงานบริษัทเอกชน	95	23.7
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	72	18.0
อื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน ไม่ได้ทำงาน	43	10.8
รวม	400	100.0
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	155	38.8
5,001 – 10,000 บาท	124	31.0
10,001 – 15,000 บาท	56	14.0
สูงกว่า 15,001 บาท	65	16.2
รวม	400	100.0
ที่อยู่ปัจจุบัน		
กรุงเทพมหานคร / ปริมณฑล	176	44.0
ต่างจังหวัด	224	56.0
รวม	400	100.0

อายุ พบว่าอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แบ่งเป็น 4 ช่วงอายุ โดยช่วงอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง) ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ช่วงอายุที่อยู่ระหว่าง 20 – 29 ปี เป็นจำนวน 180

คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 อายุระหว่าง 30 – 39 ปี เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 อายุระหว่าง ต่ำกว่า 20 ปีเป็นจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 อายุระหว่าง มากกว่า 40 ปีขึ้นไปจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือกลุ่มของนักเรียน / นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 ส่วนอาชีพที่มีจำนวนรองลงมานั้นได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 อื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

รายได้ต่อเดือน พบว่ารายได้ของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 รายได้ต่อเดือน สูงกว่า 15,001 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่าที่อยู่ปัจจุบันของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 และกรุงเทพมหานคร / ปริมณฑล จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

ตาราง 5 จำนวนและค่าร้อยละ ของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่ใช้บริการ		
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	159	39.7
ประมาณ 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	108	27.0
ประมาณ 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	45	11.3
ประมาณ 11 – 15 ครั้งต่อเดือน	30	7.5
ประมาณ 16 - 20 ครั้งต่อเดือน	14	3.5
มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน	44	11.0
รวม	400	100.0
ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทาง		
ได้รับข่าวสาร	313	78.3
ไม่ได้รับข่าวสาร	87	21.7
รวม	400	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ		
ได้รับข่าวสาร	217	54.3
ไม่ได้รับข่าวสาร	183	45.7
รวม	400	100.0
ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง		
ได้รับข่าวสาร	255	63.7
ไม่ได้รับข่าวสาร	145	36.3
รวม	400	100.0

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่าจำนวนครั้งของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่มีผู้ให้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 ผู้ให้บริการประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ผู้ให้บริการประมาณ 6 - 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ผู้ให้บริการมากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ผู้ให้บริการประมาณ 11 - 15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ผู้ให้บริการประมาณ 16 - 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทาง พบว่ามีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทางของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่า ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากกว่าครึ่ง คือ มีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ พบว่ามีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร คือ มีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง พบว่ามีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร คือ มีผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.8 ผู้ที่ไม่ได้รับ ข้อมูลข่าวสาร จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

และเพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความถูกต้องมากขึ้นจึงมีการจัดกลุ่มของการแบ่งชั้นของตัวแปรต้นในส่วนของคุณลักษณะพฤติกรรมของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ในเรื่องจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ตาราง 6 จำนวนและค่าร้อยละ ของพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่จัดกลุ่มใหม่ ของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งที่ใช้บริการ		
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	159	39.7
ประมาณ 1 – 5 ครั้งต่อเดือน	108	27.0
ประมาณ 6 – 10 ครั้งต่อเดือน	45	11.3
ประมาณ 11 – 15 ครั้งต่อเดือน	30	7.5
มากกว่า 16 ครั้งต่อเดือน	58	14.5
รวม	400	100.0

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่าจำนวนครั้งของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่มีผู้ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 16 ครั้งต่อเดือน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 6 - 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 11 - 15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ตาราง 7 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มีในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจเมื่อซื้อตั๋วเดินทาง		
ไม่เคยใช้บริการ	7	1.8
เคยใช้บริการ	393	98.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการซื้อตั๋วเดินทาง		
ไม่พึงพอใจเลย	4	1.0
ไม่ค่อยพึงพอใจ	16	4.1
เฉย ๆ	110	28.0
ค่อนข้างพึงพอใจ	185	47.1
พึงพอใจมาก	78	19.8
รวม	393	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจเมื่อมารับ – ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ บริเวณชานชาลา		
ไม่เคยใช้บริการ	9	2.3
เคยใช้บริการ	391	97.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการมารับ – ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ บริเวณชานชาลา		
ไม่พึงพอใจเลย	3	0.8
ไม่ค่อยพึงพอใจ	36	9.2
เฉย ๆ	102	26.1
ค่อนข้างพึงพอใจ	190	48.6
พึงพอใจมาก	60	15.3
รวม	391	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องน้ำ		
ไม่เคยใช้บริการ	17	4.3
เคยใช้บริการ	383	95.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการห้องน้ำ		
ไม่พึงพอใจเลย	60	15.7
ไม่ค่อยพึงพอใจ	111	29.0
เฉย ๆ	93	24.3
ค่อนข้างพึงพอใจ	89	23.2
พึงพอใจมาก	30	7.8
รวม	383	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ		
ไม่เคยใช้บริการ	86	21.5
เคยใช้บริการ	314	78.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการฝากสัมภาระ		
ไม่พึงพอใจเลย	13	4.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	49	15.6
เฉย ๆ	105	33.4
ค่อนข้างพึงพอใจ	108	34.4
พึงพอใจมาก	39	12.4
รวม	314	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก		
ไม่เคยใช้บริการ	80	20.0
เคยใช้บริการ	320	80.0
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก		
ไม่พึงพอใจเลย	5	1.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	22	6.9
เฉย ๆ	93	29.1
ค่อนข้างพึงพอใจ	147	45.9
พึงพอใจมาก	53	16.6
รวม	320	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ		
ไม่เคยใช้บริการ	44	11.0
เคยใช้บริการ	356	89.0
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ		
ไม่พึงพอใจเลย	3	0.8
ไม่ค่อยพึงพอใจ	22	6.2
เฉย ๆ	73	20.5
ค่อนข้างพึงพอใจ	151	42.4
พึงพอใจมาก	107	30.1
รวม	356	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์		
ไม่เคยใช้บริการ	151	37.7
เคยใช้บริการ	249	62.3
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ		
ไม่พึงพอใจเลย	4	1.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	14	5.6
เฉย ๆ	118	47.5
ค่อนข้างพึงพอใจ	84	33.7
พึงพอใจมาก	29	11.6
รวม	249	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับสมัครงาน		
ไม่เคยใช้บริการ	177	44.3
เคยใช้บริการ	223	55.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการรับสมัครงาน		
ไม่พึงพอใจเลย	8	3.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	29	13.0
เฉย ๆ	119	53.4
ค่อนข้างพึงพอใจ	50	22.4
พึงพอใจมาก	17	7.6
รวม	223	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร		
ไม่เคยใช้บริการ	23	5.8
เคยใช้บริการ	377	94.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร		
ไม่พึงพอใจเลย	17	4.5
ไม่ค่อยพึงพอใจ	47	12.5
เฉย ๆ	99	26.3
ค่อนข้างพึงพอใจ	164	43.5
พึงพอใจมาก	50	13.3
รวม	377	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)		
ไม่เคยใช้บริการ	72	18.0
เคยใช้บริการ	328	82.0
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)		
ไม่พึงพอใจเลย	2	0.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	11	3.4
เฉย ๆ	67	20.4
ค่อนข้างพึงพอใจ	155	47.3
พึงพอใจมาก	93	28.4
รวม	328	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจจากการใช้สถานที่ท่าละหมาด		
ไม่เคยใช้บริการ	207	51.8
เคยใช้บริการ	193	48.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการสถานที่ท่าละหมาด		
ไม่พึงพอใจเลย	4	2.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	8	4.1
เฉย ๆ	118	61.1
ค่อนข้างพึงพอใจ	39	20.2
พึงพอใจมาก	24	12.4
รวม	193	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้ที่พักชั่วคราว (ตู้พักกรณีฉุกเฉิน)		
ไม่เคยใช้บริการ	205	51.3
เคยใช้บริการ	195	48.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการที่พักชั่วคราว (ตู้พักกรณีฉุกเฉิน)		
ไม่พึงพอใจเลย	4	2.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	21	10.8
เฉย ๆ	80	41.0
ค่อนข้างพึงพอใจ	66	33.8
พึงพอใจมาก	24	12.3
รวม	195	100.0
ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพยาบาล		
ไม่เคยใช้บริการ	239	59.8
เคยใช้บริการ	161	40.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการห้องพยาบาล		
ไม่พึงพอใจเลย	3	1.9
ไม่ค่อยพึงพอใจ	12	7.5
เฉย ๆ	75	46.6
ค่อนข้างพึงพอใจ	53	32.9
พึงพอใจมาก	18	11.2
รวม	161	100.0

ตาราง 7 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับ – ส่งสินค้า และพัสดุ		
ไม่เคยใช้บริการ	179	44.8
เคยใช้บริการ	221	55.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการรับ – ส่งสินค้า และพัสดุ		
ไม่พึงพอใจเลย	8	3.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	22	10.0
เฉย ๆ	83	37.6
ค่อนข้างพึงพอใจ	72	32.6
พึงพอใจมาก	36	6.3
รวม	221	100.0

ความพึงพอใจเมื่อซื้อตั๋วเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 393 คนคิดเป็นร้อยละ 98.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 พึงพอใจมาก จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ความพึงพอใจเมื่อมารับ – ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ บริเวณชานชาลา พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 391 คนคิดเป็นร้อยละ 97.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 พึงพอใจมาก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องน้ำ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 383 คนคิดเป็นร้อยละ 95.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 พึงพอใจมาก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 314 คนคิดเป็นร้อยละ 78.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 15.6 พึงพอใจมาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ไม่พึงพอใจเลยจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 320 คนคิดเป็นร้อยละ 80.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 รู้สึกเฉย ๆ

จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 ฟังพอใจมาก จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ไม่ค่อยฟังพอใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ไม่ฟังพอใจเลย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 356 คนคิดเป็นร้อยละ 89.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 พึงพอใจมาก จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 249 คนคิดเป็นร้อยละ 62.3 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเคย ๆ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 47.5 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 พึงพอใจมาก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับสมัครงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 223 คนคิดเป็นร้อยละ 55.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 พึงพอใจมาก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 377 คนคิดเป็นร้อยละ 94.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 พึงพอใจมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 328 คนคิดเป็นร้อยละ 82.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 พึงพอใจมาก จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 รู้สึก เฉย ๆ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ความพึงพอใจจากการใช้สถานที่ท่าละหมาด พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 193 คนคิดเป็นร้อยละ 48.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเคย ๆ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

ความพึงพอใจจากการใช้ที่พักชั่วคราว (ตู้พักกรณีฉุกเฉิน) พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 195 คนคิดเป็นร้อยละ 48.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพยาบาล พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 161 คนคิดเป็นร้อยละ 40.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6 ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 พึงพอใจมาก จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับ – ส่งสินค้า และพัสดุ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 221 คนคิดเป็นร้อยละ 55.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 พึงพอใจมาก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

ตาราง 8 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มีในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อค่าโดยสารในการเดินทาง		
ไม่เคยใช้บริการ	7	1.8
เคยใช้บริการ	393	98.2
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการซื้อค่าโดยสารในการเดินทาง		
ไม่พึงพอใจเลย	8	2.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	39	9.9
เฉย ๆ	90	22.9
ค่อนข้างพึงพอใจ	180	45.8
พึงพอใจมาก	76	19.3
รวม	393	100.0
ความพึงพอใจต่อราคาสินค้าและราคาอาหารภายในสถานี		
ไม่เคยใช้บริการ	13	3.3
เคยใช้บริการ	387	96.8
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการซื้อสินค้าและราคาอาหารภายในสถานี		
ไม่พึงพอใจเลย	50	12.9
ไม่ค่อยพึงพอใจ	117	30.2
เฉย ๆ	104	26.9
ค่อนข้างพึงพอใจ	90	23.3
พึงพอใจมาก	26	6.7
รวม	387	100.0

ตาราง 8 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อค่าบริการการขนส่งสัมภาระ		
ไม่เคยใช้บริการ	128	32.0
เคยใช้บริการ	272	68.0
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการค่าบริการการขนส่งสัมภาระ		
ไม่พึงพอใจเลย	20	7.4
ไม่ค่อยพึงพอใจ	32	11.8
เฉย ๆ	121	44.5
ค่อนข้างพึงพอใจ	75	27.6
พึงพอใจมาก	24	8.8
รวม	272	100.0
ความพึงพอใจต่อค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ		
ไม่เคยใช้บริการ	21	5.3
เคยใช้บริการ	379	94.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ		
ไม่พึงพอใจเลย	46	12.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	60	15.9
เฉย ๆ	33	35.1
ค่อนข้างพึงพอใจ	101	26.6
พึงพอใจมาก	39	10.3
รวม	379	100.0

ความพึงพอใจต่อค่าโดยสารในการเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 393 คนคิดเป็นร้อยละ 98.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 พึงพอใจมาก จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า และราคาอาหารภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 387 คนคิดเป็นร้อยละ 96.8 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการไม่ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 พึงพอใจมาก จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7

ความพึงพอใจต่อค่าบริการการขนส่งสัมภาระ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 272 คนคิดเป็นร้อยละ 68.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 ไม่ค่อย

พึงพอใจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ความพึงพอใจต่อค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 379 คนคิดเป็นร้อยละ 94.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 พึงพอใจมาก จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

ตาราง 9 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อการจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศ		
ไม่เคยใช้บริการ	1	0.2
เคยใช้บริการ	399	99.8
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านการจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศ		
ไม่พึงพอใจเลย	4	1.0
ไม่ค่อยพึงพอใจ	20	5.0
เฉย ๆ	79	19.8
ค่อนข้างพึงพอใจ	202	50.6
พึงพอใจมาก	94	23.6
รวม	399	100.0
ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในสถานี		
ไม่เคยใช้บริการ	1	0.2
เคยใช้บริการ	399	99.8
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านความสะอาดภายในสถานี		
ไม่พึงพอใจเลย	5	1.3
ไม่ค่อยพึงพอใจ	24	6.0
เฉย ๆ	56	14.0
ค่อนข้างพึงพอใจ	219	54.9
พึงพอใจมาก	95	23.8
รวม	399	100.0

ตาราง 9 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยภายในสถานี่		
ไม่เคยใช้บริการ	3	0.7
เคยใช้บริการ	397	99.3
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านความปลอดภัยภายในสถานี่		
ไม่พึงพอใจเลย	9	2.3
ไม่ค่อยพึงพอใจ	45	11.3
เฉย ๆ	76	19.1
ค่อนข้างพึงพอใจ	187	47.1
พึงพอใจมาก	80	20.2
รวม	397	100.0
ความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถเพื่อรับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทาง		
ไม่เคยใช้บริการ	36	9.0
เคยใช้บริการ	364	91.0
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านสถานที่จอดรถเพื่อรับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทาง		
ไม่พึงพอใจเลย	12	3.3
ไม่ค่อยพึงพอใจ	53	14.6
เฉย ๆ	102	28.0
ค่อนข้างพึงพอใจ	152	41.8
พึงพอใจมาก	45	12.4
รวม	364	100.0
ความพึงพอใจต่อทางเดิน ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที		
ไม่เคยใช้บริการ	53	13.3
เคยใช้บริการ	347	86.7
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านทางเดิน ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที		
ไม่พึงพอใจเลย	3	0.9
ไม่ค่อยพึงพอใจ	11	3.2
เฉย ๆ	48	13.8
ค่อนข้างพึงพอใจ	154	44.4
พึงพอใจมาก	131	37.8
รวม	347	100.0

ความพึงพอใจต่อการจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 399 คนคิดเป็นร้อยละ 99.8 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 พึงพอใจมาก จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 399 คนคิดเป็นร้อยละ 99.8 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.9 พึงพอใจมาก จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 397 คนคิดเป็นร้อยละ 91.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 พึงพอใจมาก จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3

ความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถเพื่อรับ – ส่งผู้ที่จะเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 364 คนคิดเป็นร้อยละ 91.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 พึงพอใจมาก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ความพึงพอใจต่อทางเดิน ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 347 คนคิดเป็นร้อยละ 86.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 44.4 พึงพอใจมาก จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 3.2 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตาราง 10 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร		
จากการกระจายเสียง		
ไม่เคยใช้บริการ	4	1.0
เคยใช้บริการ	396	99.0
รวม	400	100.0

ตาราง 10 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านบริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร		
จากการกระจายเสียง		
ไม่พึงพอใจเลย	2	0.5
ไม่ค่อยพึงพอใจ	24	6.1
เฉย ๆ	77	19.4
ค่อนข้างพึงพอใจ	182	46.0
พึงพอใจมาก	111	28.0
รวม	396	100.0
ความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร		
จากเอกสารแผ่นพับ		
ไม่เคยใช้บริการ	41	10.2
เคยใช้บริการ	359	89.8
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านบริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร		
จากเอกสารแผ่นพับ		
ไม่พึงพอใจเลย	9	2.5
ไม่ค่อยพึงพอใจ	25	7.0
เฉย ๆ	117	32.6
ค่อนข้างพึงพอใจ	151	42.1
พึงพอใจมาก	57	15.9
รวม	359	100.0
ความพึงพอใจต่อผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ		
จากบอร์ด ป้ายต่าง ๆ ภายในสถานี		
ไม่เคยใช้บริการ	10	2.5
เคยใช้บริการ	390	97.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านบริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร		
จากบอร์ด ป้ายต่าง ๆ ภายในสถานี		
ไม่พึงพอใจเลย	3	0.8
ไม่ค่อยพึงพอใจ	25	6.4
เฉย ๆ	109	27.9
ค่อนข้างพึงพอใจ	174	44.6
พึงพอใจมาก	79	20.3
รวม	390	100.0

ความพึงพอใจต่อการได้รับข่าวสาร จากการกระจายเสียง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 396 คนคิดเป็นร้อยละ 99.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 พึงพอใจมาก จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ไม่เคย ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จากเอกสารแผ่นพับ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 359 คนคิดเป็นร้อยละ 89.8 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 32.6 พึงพอใจมาก จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากบอร์ด ป้ายต่าง ๆ ภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 390 คนคิดเป็นร้อยละ 97.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 44.6 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 พึงพอใจมาก จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตาราง 11 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำของพนักงาน		
ไม่เคยใช้บริการ	14	3.5
เคยใช้บริการ	386	96.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านการให้คำแนะนำของพนักงาน		
ไม่พึงพอใจเลย	10	2.6
ไม่ค่อยพึงพอใจ	36	9.3
เฉย ๆ	91	23.6
ค่อนข้างพึงพอใจ	179	46.4
พึงพอใจมาก	70	18.1
รวม	386	100.0
ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของพนักงาน		
ไม่เคยใช้บริการ	33	8.3
เคยใช้บริการ	367	91.7
รวม	400	100.0

ตาราง 11 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านการแก้ไขปัญหของพนักงาน		
ไม่พึงพอใจเลย	14	3.8
ไม่ค่อยพึงพอใจ	45	12.3
เฉย ๆ	120	32.7
ค่อนข้างพึงพอใจ	146	39.8
พึงพอใจมาก	42	11.4
รวม	367	100.0
ความพึงพอใจต่ออัยการ กิริยาสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการของพนักงาน		
ไม่เคยใช้บริการ	6	1.5
เคยใช้บริการ	394	98.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านอัยการ กิริยา สุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการของพนักงาน		
ไม่พึงพอใจเลย	16	4.1
ไม่ค่อยพึงพอใจ	42	10.7
เฉย ๆ	115	29.2
ค่อนข้างพึงพอใจ	171	43.4
พึงพอใจมาก	50	12.7
รวม	394	100.0
ความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว ในการให้บริการของพนักงาน		
ไม่เคยใช้บริการ	6	1.5
เคยใช้บริการ	394	98.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านความรวดเร็ว ในการให้บริการของพนักงาน		
ไม่พึงพอใจเลย	10	2.5
ไม่ค่อยพึงพอใจ	34	8.6
เฉย ๆ	114	28.9
ค่อนข้างพึงพอใจ	188	47.7
พึงพอใจมาก	48	12.2
รวม	394	100.0

ความพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 386 คนคิดเป็นร้อยละ 96.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้าง พึ่งพอใจ จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 พึ่งพอใจมาก จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ไม่เคยใช้ ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6

ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.3 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 367 คนคิดเป็นร้อยละ 91.7 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้าง พึ่งพอใจ จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 พึ่งพอใจมาก จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 14 คน คิดเป็น ร้อยละ 3.8

ความพึงพอใจต่ออรรถาศัย กิริยาสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้ บริการจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 394 คนคิดเป็นร้อยละ 98.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการก่อนข้างพึ่งพอใจ จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 115 คน คิด เป็นร้อยละ 29.2 พึ่งพอใจมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว ในการให้บริการของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 394 คนคิดเป็นร้อยละ 98.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้ บริการก่อนข้างพึ่งพอใจ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 พึ่งพอใจ มาก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ตาราง 12 จำนวนและค่าร้อยละของความพึงพอใจ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบคอมพิวเตอร์		
ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง		
ไม่เคยใช้บริการ	10	2.5
เคยใช้บริการ	390	97.5
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านการใช้ระบบคอมพิวเตอร์		
ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง		
ไม่พึงพอใจเลย	1	0.3
ไม่ค่อยพึงพอใจ	7	1.8
เฉย ๆ	38	9.7
ค่อนข้างพึงพอใจ	195	50.0
พึงพอใจมาก	149	38.2
รวม	390	100.0

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความพึงพอใจต่อการใช้บริการไฟฟ้า		
แสดงตารางเดินรถ แสดงเวลารถไฟ เข้า - ออก		
ไม่เคยใช้บริการ	1	0.2
เคยใช้บริการ	399	99.8
รวม	400	100.0
สำหรับผู้ที่เคยใช้บริการด้านการใช้บริการไฟฟ้า		
แสดงตารางเดินรถ แสดงเวลารถไฟ เข้า - ออก		
ไม่พึงพอใจเลย	1	0.3
ไม่ค่อยพึงพอใจ	7	1.8
เฉย ๆ	35	8.8
ค่อนข้างพึงพอใจ	166	41.7
พึงพอใจมาก	190	47.6
รวม	399	100.0

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการคอมพิวเตอร์ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 390 คนคิดเป็นร้อยละ 97.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 พึงพอใจมาก จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3

ความพึงพอใจต่อการใช้บริการไฟฟ้า แสดงตารางเดินรถ แสดงเวลารถไฟเข้า - ออก พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ที่ใช้บริการจำนวน 399 คนคิดเป็นร้อยละ 99.8 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ พึงพอใจมาก จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6 ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.8 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 13 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	ชาย	3.466	0.713	-0.808	0.419
	หญิง	3.518	0.588		

จากตาราง 13 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.419 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	ชาย	3.224	0.805	1.125	0.216
	หญิง	3.1325	0.827		

จากตาราง 14 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.216 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 15 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ชาย	3.830	0.805	0.076	0.940
	หญิง	3.825	0.827		

จากตาราง 15 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.940 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ชาย	3.726	0.779	-1.384	0.167
	หญิง	3.827	0.676		

จากตาราง 16 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ชาย	3.514	0.819	-0.621	0.535
	หญิง	3.564	0.770		

จากตาราง 17 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.535 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	เพศ	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ	ชาย	4.289	0.694	0.021	0.984
	หญิง	4.288	0.644		

จากตาราง 18 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.984 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.1 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 20	3.547	0.587	2.432	0.065
	20 - 29	3.531	0.622		
	30 – 39	3.524	0.663		
	40 ปีขึ้นไป	3.301	0.744		

จากตาราง 19 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 20 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 20	3.272	0.758	1.298	0.275
	20 - 29	3.207	0.838		
	30 – 39	3.148	0.803		
	40 ปีขึ้นไป	3.019	0.831		

จากตาราง 20 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	น้อยกว่า 20	3.856	0.588	0.182	0.909
	20 - 29	3.813	0.678		
	30 – 39	3.860	0.734		
	40 ปีขึ้นไป	3.797	0.641		

จากตาราง 21 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.909 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.4 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 22 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์	น้อยกว่า 20	3.817	0.675	4.715*	0.003
ข้อมูลข่าวสาร	20 - 29	3.840	0.723		
	30 – 39	3.861	0.708		
	40 ปีขึ้นไป	3.482	0.755		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอายุและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสาร		น้อยกว่า 20	20 - 29	30 - 39	40 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	3.817	3.840	3.861	3.482
น้อยกว่า 20	3.817	-	-0.023 (0.815)	- 0.047 (0.709)	0.335* (0.006)
20 - 29	3.840		-	-0.021 (0.834)	0.358* (0.001)
30 - 39	3.861			-	0.379* (0.002)
40 ปีขึ้นไป	3.482				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อายุ น้อยกว่า 20 ปี กับ ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.335

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อายุ น้อยกว่า 20- 29 ปี กับผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 20-29 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.358

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อายุ น้อยกว่า 30- 39 ปี กับผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 30-39 ปี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร มากกว่า ผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปี โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 0.379

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.5 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	น้อยกว่า 20	3.665	0.686	0.765	0.514
	20 - 29	3.516	0.793		
	30 – 39	3.520	0.882		
	40 ปีขึ้นไป	3.492	0.797		

จากตาราง 24 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.514 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2.6 ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อายุ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ	น้อยกว่า 20	4.195	0.696	0.948	0.417
	20 - 29	4.275	0.652		
	30 – 39	4.352	0.689		
	40 ปีขึ้นไป	4.352	0.652		

จากตาราง 25 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.514 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.1 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านบริการ ต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	X	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านบริการต่าง ๆ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	3.700	0.678	11.849*	0.000
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.584	0.643		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรีปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.310	0.602		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
$\bar{X}$	3.700	3.584	3.310
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	3.700	- 0.116 (0.210)	0.390* (0.000)
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	3.584	-	0.274* (0.000)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.310		-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.390

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรีกับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่างๆ มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.274

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.2 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	3.398	0.864	9.419*	0.000
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.283	0.814		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี				
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	2.968	0.756		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ		ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
	$\bar{X}$	3.398	3.283	2.968
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	3.398	-	0.115 (0.323)	0.430* (0.000)
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	3.283		-	0.315* (0.000)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	2.968			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ผู้รับบริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 0.430

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ผู้รับบริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.315

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	4.105	0.628	12.149*	0.000
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.882	0.633		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี				
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.654	0.672		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	
ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	4.105	3.882	3.654
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	4.105	-	0.223* (0.019)	0.451* (0.000)
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	3.882	-	-	0.228* (0.001)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.654	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.223

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ให้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.451

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรีกับ ผู้ให้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.228

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.4 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	4.039	0.783	5.993*	0.003
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.783	0.666		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี				
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.670	0.747		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามระดับการศึกษา และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร		ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า
	$\bar{x}$	4.039	3.783	3.670
ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	4.039	-	0.256* (0.015)	0.369* (0.001)
มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี	3.783		-	0.113 (0.153)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.670			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ 0.256

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น กับ ผู้ให้บริการ ที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.369

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.5 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ระดับการศึกษา		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	3.687	0.900	2.722	0.067
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	3.581	0.786		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี				
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.436	0.745		

จากตาราง 34 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3.6 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความ ก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการ จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ มัธยมศึกษาตอนต้น	4.414	0.681	1.573	0.209
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	4.288	0.673		
	ปวช / ปวส / อนุปริญญาตรี				
	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.239	0.653		

จากตาราง 35 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.1 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม อาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	นักเรียน นักศึกษา	3.519	0.533	0.818	0.514
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.365	0.748		
	พนักงานเอกชน	3.532	0.620		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.459	0.653		
	อื่น ๆ	3.554	0.834		

จากตาราง 36 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.514 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.2 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	นักเรียน นักศึกษา	3.161	0.759	0.073	0.990
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.147	0.871		
	พนักงานเอกชน	3.178	0.817		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.216	0.841		
	อื่น ๆ	3.186	0.909		

จากตาราง 37 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.990 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.3 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	นักเรียน นักศึกษา	3.794	0.623	0.797	0.528
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.834	0.687		
	พนักงานเอกชน	3.774	0.710		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.868	0.670		
	อื่น ๆ	3.970	0.666		

จากตาราง 38 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.528 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม อาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร	นักเรียน นักศึกษา	3.161	0.759	0.073	0.196
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.147	0.871		
	พนักงานเอกชน	3.178	0.817		
	ธุรกิจส่วนตัว	3.216	0.841		
	อื่น ๆ	3.186	0.909		

จากตาราง 39 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.990 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.5 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ นักเรียน นักศึกษา	3.606	0.749	2.543*	0.039
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.517	0.784		
พนักงานเอกชน	3.328	0.837		
ธุรกิจส่วนตัว	3.635	0.759		
อื่น ๆ	3.676	0.836		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้น คือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	นักเรียน	ข้าราชการ	พนักงาน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน		
$\bar{X}$	3.606	3.517	3.328	3.635	3.676
นักเรียน นักศึกษา	3.606	-	0.089	0.278*	-0.029
			(0.480)	(0.009)	(0.801)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	3.517	-	0.189	-0.118	-0.159
			(0.155)	(0.402)	(0.321)
พนักงานเอกชน	3.328		-	-0.307*	-0.348*
				(0.013)	(0.017)
ธุรกิจส่วนตัว	3.635			-	-0.041
					(0.787)
อื่น ๆ	3.676				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 41 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อาชีพนักเรียน นักศึกษา กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพ พนักงานเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.278

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ พนักงานเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.307

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อาชีพอื่น ๆ กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพพนักงานเอกชน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ พนักงานเอกชน โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.348

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4.6 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่ต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม อาชีพ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	อาชีพ	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย	นักเรียน นักศึกษา	4.153	0.710	2.899*	0.022
	ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	4.383	0.564		
	พนักงานเอกชน	4.263	0.710		
	ธุรกิจส่วนตัว	4.423	0.585		
	อื่น ๆ	4.418	0.626		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม อาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตามอาชีพและความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	นักเรียน	ข้าราชการ	พนักงาน	ธุรกิจส่วนตัว	อื่น ๆ
ด้านความก้าวหน้า ทันสมัย	นักศึกษา	รัฐวิสาหกิจ	เอกชน		
$\bar{X}$	4.153	4.383	4.263	4.423	4.418
นักเรียน นักศึกษา	4.153	-	-0.230*	-0.110	-0.270*
			(0.029)	(0.215)	(0.005)
					(0.022)
ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ	4.383	-	0.120	-0.040	-0.035
			(0.279)	(0.737)	(0.796)
พนักงานเอกชน	4.263		-	-0.160	-0.155
				(0.121)	(0.202)
ธุรกิจส่วนตัว	4.423			-	0.005
					(0.969)
อื่น ๆ	4.418				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 43 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี อาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ นักเรียน นักศึกษา โดยมีผลต่างของ ค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.230

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ที่มี อาชีพธุรกิจส่วนตัว กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ นักเรียน นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.270

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ที่มี อาชีพอื่น ๆกับ ผู้ใช้บริการ ที่มี อาชีพนักเรียน นักศึกษา มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีอาชีพอื่น ๆมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี อาชีพ นักเรียน นักศึกษา โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.265

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.1 รายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม รายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 5,000	3.584	0.653	4.024*	0.008
	5,001-10,000	3.517	0.618		
	10,001-15,000	3.463	0.549		
	สูงกว่า 15,001	3.258	0.731		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 44 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั้นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อ การรับบริการ		น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	สูงกว่า 15,001
ด้านบริการต่าง ๆ	$\bar{X}$	3.584	3.517	3.463	3.258
น้อยกว่า 5,000	3.584	-	0.067 (0.392)	0.121 (0.231)	0.326* (0.001)
5,001-10,000	3.517		-	0.054 (0.604)	0.259* (0.009)
10,001-15,000	3.463			-	0.205 (0.080)
สูงกว่า 15,001	3.258				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 45 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี อาชีพ พนักงานเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.326

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท กับ ผู้ให้บริการ ที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ให้บริการที่มี อาชีพ พนักงานเอกชน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.259

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.2 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการ ต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 5,000	3.251	0.826	1.118	0.341
	5,001-10,000	3.181	0.848		
	10,001-15,000	3.110	0.714		
	สูงกว่า 15,001	3.044	0.813		

จากตาราง 46 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.341ซึ่งมากกว่า 0.05 นั้น คือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 47 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	น้อยกว่า 5,000	3.960	0.602	3.951*	0.009
	5,001-10,000	3.781	0.651		
	10,001-15,000	3.762	0.728		
	สูงกว่า 15,001	3.656	0.736		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 47 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 48 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	สูงกว่า 15,001
ด้านลักษณะทางกายภาพ $\bar{X}$	3.960	3.781	3.762	3.258
น้อยกว่า 5,000	3.960	-	0.179*	0.304*
		(0.025)	(0.055)	(0.002)
5,001-10,000	3.781	-	0.018	0.124
			(0.859)	(0.217)
10,001-15,000	3.762		-	0.106
				(0.378)
สูงกว่า 15,001	3.656			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 48 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี รายได้ 5,001 – 10,000 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.179

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มี ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการ ที่ มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.304

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.4 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม รายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์	น้อยกว่า 5,000	3.8409	0.717	2.302	0.077
ข้อมูลข่าวสาร ๗	5,001-10,000	3.842	0.673		
	10,001-15,000	3.660	0.741		
	สูงกว่า 15,001	3.615	0.813		

จากตาราง 49 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.077 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 50 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	รายได้ (บาท)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	น้อยกว่า 5,000	3.632	0.830	2.986*	0.031
	5,001-10,000	3.557	0.750		
	10,001-15,000	3.547	0.725		
	สูงกว่า 15,001	3.285	0.802		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 50 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยด้วยการเปรียบเทียบเชิงซ้อน ตามวิธีการของ LSD โดยจำแนกตาม รายได้ และความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	สูงกว่า 15,001
ด้านลักษณะทางกายภาพ $\bar{X}$	3.632	3.557	3.547	3.285
น้อยกว่า 5,000	3.632	-	0.075 (0.429)	0.347* (0.003)
5,001-10,000	3.557	-	0.010 (0.940)	0.272* (0.025)
10,001-15,000	3.547		-	0.262 (0.069)
สูงกว่า 15,001	3.285			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 51 แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.347

ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มี รายได้ 5,001-10,000 บาท กับ ผู้ใช้บริการ ที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ให้บริการที่มีรายได้น้อยกว่า 5,001-10,000 บาท มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มี รายได้ สูงกว่า 15,001 บาท โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจ 0.272

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5.6 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้า ทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม รายได้

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ รายได้ (บาท)		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย ของการบริการ	น้อยกว่า 5,000	4.300	0.638	0.205	0.893
	5,001-10,000	4.262	0.664		
	10,001-15,000	4.339	0.580		
	สูงกว่า 15,001	4.269	0.810		

จากตาราง 52 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม รายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.893 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สำหรับข้อมูลในส่วนของสถานะภาพการสมรส แม้ว่าจะมีกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม คือ ผู้ที่สมรส ผู้ที่โสด และ ผู้ที่หย่า / หมาย ต้องทดสอบด้วยสถิติ ANOVA แต่เนื่องจากกลุ่มของ คนที่หย่าร้าง มีจำนวนเพียง 17 และไม่สามารถรวมกลุ่มกับกลุ่มผู้โสด หรือ สมรส ได้ ผู้วิจัยจึงได้ปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ และได้รับคำแนะนำให้ตัดกลุ่มผู้ที่หย่า / หมาย ออกจากการวิเคราะห์ และมาวิเคราะห์ตัวอย่าง 2 กลุ่มคือ กลุ่ม ผู้ที่โสด และผู้ที่สมรส เท่านั้น และใช้สถิติ Individual t – test ในการวิเคราะห์ข้อมูลแทน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.1 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการ ต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 53 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม สถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	โสด	3.503	0.599	0.451	0.653
	สมรส	3.465	0.78		

จากตาราง 53 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.653 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.2 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านราคา บริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 54 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	โสด	3.156	0.815	-0.403	0.687
	สมรส	3.194	0.840		

จากตาราง 54 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.687 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.3 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน**

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ
ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ
ของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่ม
ตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติ
ฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 55 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถาน
รถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	โสด	3.800	0.662	-1.105	0.270
	สมรส	3.884	0.687		

จากตาราง 55 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent
t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.270 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0)
ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับ
บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.4 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่ม ตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 56 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed		
สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โสด	3.798	0.718	0.814	0.416
สมรส	3.730	0.752		

จากตาราง 56 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.416 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.5 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	โสด	3.515	0.777	-1.135	0.257
	สมรส	3.616	0.806		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 57 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.257 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6.6 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความ ก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal not variances assumed			
	สถานภาพสมรส	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย	โสด	4.244	0.678	1.999*	.046
	สมรส	4.394	0.620		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 58 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม สถานภาพสมรส โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.1 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 59 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	3.440	0.622	1.447	0.149
	ต่างจังหวัด	3.535	0.669		

จากตาราง 59 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.2 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	3.071	0.777	2.285*	0.023
	ต่างจังหวัด	3.258	0.839		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 60 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบันในต่างจังหวัดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบันในเขตกรุงเทพฯ / ปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.3 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 61 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	3.768	0.643	1.57	0.116
	ต่างจังหวัด	3.874	0.681		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 61 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.116 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.4 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 62 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสาร	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	3.691	0.719	2.161*	0.031
	ต่างจังหวัด	3.849	0.728		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 62 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.031 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบัน ในต่างจังหวัดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบันในเขตกรุงเทพฯ / ปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.5 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่ม ตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 63 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances not assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	3.465	0.792	-1.689	.092
	ต่างจังหวัด	3.600	0.790		

จากตาราง 63 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.092 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7.6 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ		t-test for equal variances assumed			
	ที่อยู่ปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย	กรุงเทพฯ / ปริมณฑล	4.187	0.716	2.709*	.007
	ต่างจังหวัด	4.368	0.616		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ที่อยู่ปัจจุบัน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบัน ในต่างจังหวัดมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่มีที่อยู่ปัจจุบันในเขตกรุงเทพฯ / ปริมณฑล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.1 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 65 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 1 ครั้ง	4.295	0.611	0.244	0.206
	1 - 5	4.277	0.724		
	6 - 10	4.366	0.625		
	11 - 15	4.233	0.762		
	มากกว่า 16 ครั้ง	4.258	0.702		

จากตาราง 65 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.206 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.2 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 66 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.178	0.856	0.964	0.427
	1 - 5	3.093	0.810		
	6 - 10	3.377	0.700		
	11 - 15	3.177	0.952		
	มากกว่า 16 ครั้ง	3.166	0.722		

จากตาราง 66 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.427 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.3 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ
ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน**

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของ
สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของ
สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

**ตาราง 67 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานี
รถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ**

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.768	0.711	1.522	0.195
	1 - 5	3.838	0.632		
	6 - 10	4.042	0.641		
	11 - 15	3.836	0.536		
	มากกว่า 16 ครั้ง	3.797	0.666		

จากตาราง 67 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.195 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.4 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 68 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์	น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.754	0.671	1.021	0.396
ข้อมูลข่าวสาร	1 - 5	3.824	0.825		
	6 - 10	3.840	0.708		
	11 - 15	3.922	0.725		
	มากกว่า 16 ครั้ง	3.643	0.693		

จากตาราง 68 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.396 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

**สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.5 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน**

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 69 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามจำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)	$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	น้อยกว่า 1 ครั้ง	3.508	0.798	0.575	0.681
	1 - 5	3.541	0.818		
	6 - 10	3.670	0.647		
	11 - 15	3.638	0.714		
	มากกว่า 16 ครั้ง	3.475	0.877		

จากตาราง 69 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.681 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8.6 จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรที่มากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ในการทดสอบสมมติฐาน ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 และถ้าสมมติฐานข้อใด ปฏิเสธสมมติฐาน หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน จะต้องนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least – Significant Different (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่

ตาราง 70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ จำนวนครั้งที่ใช้บริการ (ครั้งต่อเดือน)		$\bar{X}$	S.D.	F	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัย ของการบริการ	น้อยกว่า 1 ครั้ง	4.295	0.611	0.244	0.913
	1 - 5	4.277	0.724		
	6 - 10	4.366	0.625		
	11 - 15	4.233	0.762		
	มากกว่า 16 ครั้ง	4.258	0.702		

จากตาราง 70 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม จำนวนครั้งที่ใช้บริการโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.681 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า จำนวนครั้งที่ใช้บริการที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงไม่ต้องทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	ได้รับ	3.515	0.646	1.257	.209
	ไม่ได้รับ	3.416	0.661		

จากตาราง 71 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตาราง การเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.209 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ เที่ยวและตารางการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.2 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	X	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	ได้รับบริการ	3.214	0.801	1.772*	0.077
	ไม่ได้รับบริการ	3.039	0.860		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 72 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและ ตารางการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.077 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.3 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 73 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ได้รับบริการ	3.823	0.682	-0.224	0.823
	ไม่ได้รับบริการ	3.841	0.609		

จากตาราง 73 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและ ตารางการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.823 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.4 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 74 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ได้รับบริการ	ได้รับบริการ	3.847	0.724	3.576*	0.000
	ไม่ได้รับบริการ	3.656	0.691		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.5 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 75 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ได้รับบริการ	3.571	0.813	1.487	0.138
	ไม่ได้รับบริการ	3.429	0.708		

จากตาราง 75 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและ ตารางการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.138 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9.6 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances not assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ	ได้รับบริการ	4.306	0.666	1.020	0.308
	ไม่ได้รับบริการ	4.224	0.672		

จากตาราง 76 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม การผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.308 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า การได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 77 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร	t-test for equal variances assumed			
		เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	$\bar{X}$	S.D.	t Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	ได้รับ		3.570	0.659	2.595* 0.010
	ไม่ได้รับ		3.402	0.628	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 77 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.2 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	ได้รับบริการ	3.273	0.796	2.598*	0.010
	ไม่ได้รับบริการ	3.061	0.828		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 78 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.3 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 79 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ได้รับบริการ	3.891	0.643	2.087 *	0.038
	ไม่ได้รับบริการ	3.752	0.686		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 79 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.4 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 80 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ได้รับบริการ		3.858	0.742		
				2.381*	0.018
	ไม่ได้รับบริการ	3.685	0.700		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 80 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่า ผู้ที่ไม่ได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.5 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 81 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ได้รับบริการ	3.665	0.777	3.470*	0.001
	ไม่ได้รับบริการ	3.393	0.788		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 81 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.6 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 82 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ	ได้รับบริการ	4.292	0.684	0.126	0.900
	ไม่ได้รับบริการ	4.284	0.649		

จากตาราง 82 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.900 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 83 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านบริการต่าง ๆ	ได้รับ	3.618	0.590	5.248*	0.000
	ไม่ได้รับ	3.274	0.693		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 83 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.2 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 84 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ	ได้รับบริการ	3.274	0.769	3.227*	0.001
	ไม่ได้รับบริการ	3.003	0.870		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 84 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.3 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 85 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ได้รับบริการ	3.887	0.624	2.413*	0.016
	ไม่ได้รับบริการ	3.721	0.724		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 85 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.016 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.4 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	ได้รับบริการ	3.907	0.694	4.777*	0.000
	ไม่ได้รับบริการ	3.555	0.732		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 86 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตามผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า การได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.5 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 87 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	t-test for equal variances assumed			
		$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ได้รับบริการ	3.677	0.766	4.698*	0.000
	ไม่ได้รับบริการ	3.300	0.784		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 87 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ปฏิเสธยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.6 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

ซึ่งสามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ คือ การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร 2 กลุ่ม โดยที่สุ่มตัวอย่าง จากแต่ละกลุ่มอย่างอิสระจากกัน (Independent t-test) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95 % ซึ่งจะปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่า Sig.(2- tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05

ตาราง 88 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ความพึงพอใจต่อการรับบริการ	ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	$\bar{X}$	t-test for equal variances assumed		
			S.D.	t	Sig.(2- tailed)
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ	ได้รับบริการ	4.362	0.661	2.968*	0.003
	ไม่ได้รับบริการ	4.158	0.660		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 88 แสดงผลทดสอบสมมติฐาน จากการ ทดสอบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำแนกตาม ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig.(2- tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) ซึ่งหมายความว่า การได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ให้บริการที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

ตาราง 89 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10.6 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานข้อที่ 11 : ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันของผู้เข้ามาใช้บริการ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.1 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ รับบริการด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.2 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ รับบริการด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.3 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการ รับบริการด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.4 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.5 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11.6 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับ บริการด้านความก้าวหน้าทันสมัยของ การบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษา

การวิจัยนี้สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูล ในการเสนอแนะต่อระดับผู้บริหารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยเพื่อนำไปกำหนดมาตรฐานของ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการที่สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) มากที่สุด และหันมาเลือกใช้บริการของ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) และ ผลที่ได้จากการวิจัยจะนำไปตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในด้านการเพิ่มมาตรการประหยัดการใช้น้ำมัน พ.ศ. 2547 ที่ส่งเสริมให้ประชาชนหันมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ได้แก่ รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทางโดยนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ให้มีความเหมาะสมแก่การใช้งาน และเป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ อีกทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีมูลค่า และรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวทางรถไฟเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้การสนับสนุน จึงจำเป็นต้องพัฒนาสถานีรถไฟต่าง ๆ ให้มีความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นแหล่งที่มีทั้งคนไทยและคนต่างชาติเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นเหมือนภาพลักษณ์ของประเทศ การพัฒนาปรับปรุง สถานีรถไฟจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้เกิดภาพพจน์ที่ดี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ราคาค่าบริการต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารพนักงานผู้ให้บริการ ความรวดเร็วของการให้บริการ และความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยจำแนกตามข้อมูลส่วนตัวและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ที่ให้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ในด้าน จำนวนครั้งที่ใช้บริการ และประเภทของการบริการที่ได้รับ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
2. ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
3. ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
4. ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

5. ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
6. ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
7. ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
8. จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
9. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
10. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน
11. ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่ต่างกันของ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ผู้ใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยการวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้น จะกระจายกลุ่มตัวอย่างออกตามเพศ อายุ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันเฉลี่ยใกล้เคียงกัน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส ที่อยู่ปัจจุบัน เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ จำนวนครั้งที่ใช้บริการและประเภทการรับบริการ เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของศูนย์บริการต่าง ๆ ที่ได้ศึกษา ซึ่งครอบคลุม องค์ประกอบของความพึงพอใจในการรับบริการ 6 ด้าน ได้แก่ บริการต่าง ๆ ที่มี ภายในสถานี ราคาบริการ ต่าง ๆ ลักษณะทางกายภาพ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร พนักงานผู้ให้บริการ ความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data)

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์ จาก 2 แหล่ง

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ ดังนี้

1.1 หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.2 ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

2.1 ขอหนังสือรับรองแนะนำตัวจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร เพื่อขอความร่วมมือไปยังผู้อำนวยการสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 ชี้แจงความต้องการ และรายละเอียดแก่เจ้าหน้าที่ผู้เก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบขั้นตอน และวิธีการเก็บแบบสอบถามให้เป็นไปตามจุดประสงค์

2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ให้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ตอบแบบสอบถามพร้อมให้คำแนะนำ

2.4 ระยะเวลาในการแจกแบบสอบถาม ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) อยู่ระหว่างวันที่ 1 – 30 พฤศจิกายน 2547

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา จะใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ จะนำข้อมูลที่ได้ นำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ โดยใช้ค่าสถิติต่าง ๆ ในการวิเคราะห์

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

เพศ พบว่าเพศของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แบ่งเป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน เพศชาย จำนวน 190 คน โดยพบว่าผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟหัวลำโพงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ พบว่าอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แบ่งเป็น 5 ช่วงอายุ โดยช่วงอายุของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ช่วงอายุที่อยู่ระหว่าง 20 – 29 ปี เป็นจำนวน 180 คน อายุระหว่าง 30 – 39 ปี เป็นจำนวน 78 คน อายุต่ำกว่า 20 ปีเป็นจำนวน 74 คน อายุระหว่าง 40 – 49 ปี เป็นจำนวน 49 และอายุ 50 ปีขึ้นไป เป็นจำนวน 19 คน

ระดับการศึกษา พบว่าระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือ กลุ่มของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 148 คน การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมปลาย / ปวช. จำนวน 122 คน การศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญาตรี / ปวส. จำนวน 55 คน การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมต้น จำนวน 43 คน การศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา จำนวน 21 คน และกลุ่มที่มาใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) น้อยที่สุดมีการศึกษาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 11 คน

อาชีพ พบว่าอาชีพของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนมากที่สุด คือกลุ่มของนักเรียน / นักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 134 คน ส่วนอาชีพที่มีจำนวนรองลงมานั้นได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 95 คน ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 72 คน ข้าราชการ จำนวน 38 คน พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน ผู้ที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ จำนวน 16 คน เกษตรกร / ชาวสวน จำนวน 14 คน พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 14 คน

รายได้ต่อเดือน พบว่ารายได้ของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้น้อยที่สุด คือ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 155 คน รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 124 คน รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 56 คน รายได้ต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 25 คน รายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 23 คน รายได้ต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 17 คน

สถานภาพ พบว่าสถานภาพของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ กลุ่มผู้ที่เป็นโสด จำนวน 274 คน รองลงมาคือผู้ที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 109 และผู้ใช้บริการน้อยที่สุด คือผู้ที่มีสถานภาพหย่า / หม้าย จำนวน 17 คน

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่าที่อยู่ปัจจุบัน ของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 145 คน ภาคใต้ จำนวน 76 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 68 ภาคเหนือ จำนวน 40 ปริมณฑล จำนวน 31 คิดเป็น ภาคกลาง จำนวน 21 ภาคตะวันออก จำนวน 18 ภาคตะวันตก จำนวน 1 คน

สรุปผลตอนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ พบว่าจำนวนครั้งของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่มีผู้ใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 159 คน ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 6 - 10 ครั้งต่อเดือน จำนวน 45 คน ผู้ที่ใช้บริการมากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 44 คน ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 11 - 15 ครั้งต่อเดือน จำนวน 30 คน ผู้ที่ใช้บริการประมาณ 16 - 20 ครั้งต่อเดือน จำนวน 108 คน

การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทาง พบว่ามีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทางของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากกว่าครึ่ง คือ มีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 313 คน ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 87 คน

การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ พบว่ามีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร คือ มีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 217 คน ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 183 คน

การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง พบว่ามีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางของการให้บริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีผู้ที่ได้รับบริการข้อมูลข่าวสารมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร คือ มีผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 255 คน คิด ผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร จำนวน 145 คน

สรุปผลตอนที่ 3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจด้านบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจเมื่อซื้อตั๋วเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 7 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 393 คน คิดเป็นร้อยละ 98.2 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 185 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 110 คน พึงพอใจมาก จำนวน 78 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 16 คน ก่อนไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน

ความพึงพอใจเมื่อมารับ – ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ บริเวณชานชาลา พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 9 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 391 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 190 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 102 คน พึงพอใจมาก จำนวน 60 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 36 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องน้ำ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 17 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 383 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 111 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 93 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 89 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 60 คน พึงพอใจมาก จำนวน 30 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 86 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 314 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 108 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 105 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 49 คน พึงพอใจมาก จำนวน 39 คน ไม่พึงพอใจเลยจำนวน 13 คน

ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 80 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 320 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 147 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 93 คน พึงพอใจมาก จำนวน 53 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 22 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 5 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 44 คน คิดเป็น และมีผู้ใช้บริการจำนวน 356 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 151 คน พึงพอใจมาก จำนวน 107 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 73 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 22 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 151 คน จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 249 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 118 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 84 คน พึงพอใจมาก จำนวน 29 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 14 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับสัมภาระ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 177 คน คิดเป็น และมีผู้ใช้บริการจำนวน 223 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 119 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 50 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 29 คน พึงพอใจมาก จำนวน 17 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 23 คน จากกลุ่ม และมีผู้ใช้บริการจำนวน 377 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 164 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 99 คน พึงพอใจมาก จำนวน 50 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 47 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 17 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 72 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 328 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 155 คน พึงพอใจมาก จำนวน 93 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 67 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 11 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 2 คน

ความพึงพอใจจากการใช้สถานที่ท่าละมวด พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 207 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 193 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 118 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 39 คน พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 8 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน

ความพึงพอใจจากการใช้ที่พักชั่วคราว (ตู้พักกรณีฉุกเฉิน) พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 205 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 195 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 80 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 66 คน พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 21 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน คิดเป็น

ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพยาบาล พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 239 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 161 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 75 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 53 คน พึงพอใจมาก จำนวน 18 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 12 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน

ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับ – ส่งสินค้า และพัสดุ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 179 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 221 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ จำนวน 83 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 72 คน พึงพอใจมาก จำนวน 36 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 22 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน

ความพึงพอใจด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อค่าโดยสารในการเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 7 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 393 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 180 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 90 คน พึงพอใจมาก จำนวน 76 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 39 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 8 คน

ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า และราคาอาหารภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 13 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 387 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการไม่ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 117 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 104 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 90 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 50 คน พึงพอใจมาก จำนวน 26 คน

ความพึงพอใจต่อค่าบริการการขนส่งสัมภาระ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 128 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 272 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 121 คน ก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 75 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 32 คน พึงพอใจมาก จำนวน 24 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 20 คน

ความพึงพอใจต่อค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 21 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 379 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 33 ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 101 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 60 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 46 คน พึงพอใจมาก จำนวน 39 คน

ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจต่อการจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 1 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 399 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 202 คน พึงพอใจมาก จำนวน 94 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 79 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 20 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 4 คน

ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 1 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 399 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 219 คน พึงพอใจมาก จำนวน 95 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 56 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 24 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 5 คน

ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 3 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 397 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 187 คน คิด พึงพอใจมาก จำนวน 80 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 76 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 45 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 9 คน

ความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถเพื่อรับ – ส่งผู้ที่จะเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 364 คนคิดเป็นร้อยละ 91.0 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการก่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ

28.0 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 พึงพอใจมาก จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ความพึงพอใจต่อทางเดิน ที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 53 และมีผู้ใช้บริการจำนวน 347 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 154 คน พึงพอใจมาก จำนวน 131 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 48 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 11 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน

ความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

ความพึงพอใจต่อการได้รับข่าวสาร จากการกระจายเสียง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 4 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 396 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 182 คน พึงพอใจมาก จำนวน 111 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 77 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 24 คน ไม่เคย ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 2 คน

ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสาร จากเอกสารแผ่นพับ พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 41 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 359 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 151 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 117 คน พึงพอใจมาก จำนวน 57 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 25 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 9 คน

ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากบอร์ด ป้ายต่าง ๆ ภายในสถานี พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 10 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 390 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 174 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 109 คน พึงพอใจมาก จำนวน 79 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 25 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 3 คน

ความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ความพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 14 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 386 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 179 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 91 คน พึงพอใจมาก จำนวน 70 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ไม่เคยใช้ 14 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 10 คน

ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 33 คน จากกลุ่มตัว และมีผู้ใช้บริการจำนวน 367 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 146 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 120 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 45 คน พึงพอใจมาก จำนวน 42 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 14 คน

ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ทัศนียภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 6 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 394 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 171 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 115 คน พึงพอใจมาก จำนวน 50 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 42 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 16 คน

ความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว ในการให้บริการของพนักงาน พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 394 คนคิดเป็นร้อยละ 98.5 ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.7 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 พึงพอใจมาก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

ความพึงพอใจด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ

ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 10 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 390 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 195 คน พึงพอใจมาก จำนวน 149 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 38 คน ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 10 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 7 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 1 คน

ความพึงพอใจต่อการใช้บอร์ดไฟฟ้า แสดงตารางเดินรถ แสดงเวลารถไฟเข้า - ออก พบว่ามีผู้ไม่เคยใช้บริการจำนวน 1 คน และมีผู้ใช้บริการจำนวน 399 คน ซึ่งจากผู้ที่ได้ใช้บริการ พึงพอใจมาก จำนวน 190 คน ค่อนข้างพึงพอใจ จำนวน 166 คน รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 35 คน ไม่ค่อยพึงพอใจ จำนวน 7 คน ไม่พึงพอใจเลย จำนวน 1 คน

ตาราง 90 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวนผู้ตอบ
เพศ	หญิง (210 คน)
อายุ	20 – 29 ปี (180 คน)
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี (128 คน)
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา (134 คน)
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 5,000 บาท (155 คน)
สถานภาพ	โสด (274 คน)
ที่อยู่ปัจจุบัน	กรุงเทพมหานคร (145 คน)

ตาราง 91 สรุปพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ	พฤติกรรมส่วนใหญ่
จำนวนครั้งที่ใช้บริการ	น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (159 คน)
การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทาง	เคยได้รับบริการ (313 คน)
การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ	เคยได้รับบริการ (217 คน)
การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง	เคยได้รับบริการ (255 คน)

ตาราง 92 สรุปความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

ความพึงพอใจ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ
ด้านบริการต่าง ๆ			
ความพึงพอใจเมื่อซื้อตั๋วเดินทาง	7 คน	393 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 185 คน
ความพึงพอใจเมื่อมารับ – ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ บริเวณชาน	9 คน	391 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 190 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องน้ำ	17 คน	383 คน	ไม่ค่อยพึงพอใจ 111 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ	86 คน	314 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 108 คน
ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก	80 คน	320 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 147 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ	44 คน	356 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 151 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์	151 คน	249 คน	รู้สึกเฉย ๆ 118 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับสัมภาระ	177 คน	223 คน	รู้สึกเฉย ๆ 119 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร	23 คน	377 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 164 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)	72 คน	328 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 155 คน
ความพึงพอใจจากการใช้สถานที่ท่ารถมาด	207 คน	193 คน	รู้สึกเฉย ๆ 118 คน
ความพึงพอใจจากการใช้ที่พักรถชั่วคราว (ตู้พักรถฉุกเฉิน)	205 คน	195 คน	รู้สึกเฉย ๆ 80 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพยาบาล	239 คน	161 คน	รู้สึกเฉย ๆ 75 คน
ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับ – ส่งสินค้า และพัสดุ	179 คน	221 คน	รู้สึกเฉย ๆ 83 คน
ความพึงพอใจต่อค่าโดยสารในการเดินทาง	7 คน	393 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 180 คน
ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า และ ราคาอาหารภายในสถานี	13 คน	387 คน	รู้สึกเฉย ๆ 104 คน
ความพึงพอใจต่อค่าบริการการขนส่งสัมภาระ	128 คน	272 คน	รู้สึกเฉย ๆ 121 คน
ความพึงพอใจต่อค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ	21 คน	379 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 101 คน
ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)			
ความพึงพอใจต่อการจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในสถานี	1 คน	399 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 202 คน
ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายในสถานี	1 คน	399 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 219 คน
ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยภายในสถานี	3 คน	397 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 187 คน
ความพึงพอใจต่อสถานที่จอดรถเพื่อรับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทาง	36 คน	364 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 152 คน
ความพึงพอใจต่อทางเดิน ที่สามารถเชื่อมต่อ	53 คน	347 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 154 คน

ตาราง 92 (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ไม่เคยใช้บริการ	เคยใช้บริการ	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจ ด้านการประชาสัมพันธ์			
ข้อมูลข่าวสาร			
ความพึงพอใจต่อการได้รับข่าวสาร จาก การกระจายเสียง	4 คน	396 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 182 คน
ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสาร จาก เอกสารแผ่นพับ	41 คน	359 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 151 คน
ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากบอร์ด ป้ายต่าง ๆ ภายในสถานี	10 คน	390 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 174 คน
ความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ			
ความพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำของพนักงาน	14 คน	386 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 179 คน
ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญหาของพนักงาน	33 คน	367 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 146 คน
ความพึงพอใจต่ออัธยาศัย ทัศนียภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการของ	6 คน	394 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 171 คน
ความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว ในการให้ บริการของพนักงาน	6 คน	394 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 188 คน
ความพึงพอใจด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ			
ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ในการออกตั๋ว และจองตั๋วเดินทาง	10 คน	390 คน	ค่อนข้างพึงพอใจ 195 คน
ความพึงพอใจต่อการใช้บอร์ดไฟฟ้า	1 คน	399 คน	พึงพอใจมาก 190 คน

สรุปผลตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.2 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.3 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.4 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.5 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

1.6 เพศ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 11

11.1 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

11.2 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านราคา ค่าบริการต่าง ๆ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

11.3 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

11.4 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

11.5 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

11.6 ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มากกว่าผู้ที่ไม่มีที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

อภิปรายผล

ตอนที่ 1 สรุปข้อมูลทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 -29 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน นักศึกษารายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท เป็นโสด และส่วนใหญ่ เป็นคนที่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าไทยของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย (พจนีย์ แหมมเพื่อง, 2546: บทคัดย่อ) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18 -26 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน / นักศึกษา รายได้ต่อเดือน ประมาณ 9,660 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด

การที่ผู้ใช้บริการมีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี

อยู่ในอาชีพนักเรียน นักศึกษา เนื่องจากสถานศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้ง่าย เพราะมีระบบขนส่งมวลชนมาเชื่อมต่อ ได้แก่ รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง รถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

จากรายได้เฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาท ทำให้ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นักศึกษา เพราะค่าโดยสารที่เดินทางจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปสู่ชานเมืองมีราคาถูก เช่นค่าโดยสารจากสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไปสถานีหัวตะเข้ (ลาดกระบัง) มีราคาเพียง 6 บาท และการเดินทางโดยรถไฟ ก็ไม่มีปัญหาเรื่องการจราจรติดขัด(พจนีย์ แหม่มเฟื่อง. 2546: 79)ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟไทยของผู้ใช้บริการรถไฟไทย (พจนีย์ แหม่มเฟื่อง. 2546: 79) คือผู้ใช้บริการรถไฟไม่มีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาค่าโดยสารอยู่ในระดับดี ได้แก่ ราคาค่าโดยสารเมื่อเทียบกับระยะทาง

ตอนที่ 2 สรุปข้อมูลทางด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

จำนวนครั้งที่ใช้บริการ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการน้อยกว่าเดือนละ 5 ครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟไทยของผู้ใช้บริการรถไฟไทย (พจนีย์ แหม่มเฟื่อง. 2546: หน้า 83) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการรถไฟไทย ส่วนใหญ่มีการใช้บริการรถไฟจำนวน(ครั้ง/เดือน) เฉลี่ย 3.55 ครั้งต่อเดือน

การได้รับบริการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางเดินทาง ในการเดินทางนั้นสถานที่ปลายทางที่จะเดินทางไปถึง และกำหนดเวลาเดินทางเป็นเรื่องสำคัญ สำหรับสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ถือเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินงาน และต้องมีการแจ้งให้ผู้เข้ามาใช้บริการทราบ ผู้ใช้บริการก็มีจุดประสงค์เดียวกันที่ต้องการทราบกำหนดการเดินทางไปยังสถานที่เป้าหมาย จึงทำให้ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจกับบริการที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ดำเนินการอยู่ และมีผู้ได้รับบริการถึง 313 คน

การได้รับบริการข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ จุดประสงค์หลักของการใช้บริการเดินทางโดยรถไฟก็เพื่อไปทำภารกิจ เช่น ไปเรียนหนังสือ หรือไปทำงาน สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยว นั้น เป็นโปรแกรมที่ทางสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จัดให้มีขึ้น เพื่อเดินทางในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ เป็นกิจกรรมรอง ซึ่งผู้เข้ามาใช้บริการไม่ได้ให้ความสำคัญมากนักจึงมีผู้ได้รับบริการ 217 คน

การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง เป็นเรื่องสำคัญ จึงทำให้สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ให้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้บริการ จึงมีการรับรู้ในสัดส่วนที่มากถึง 255 คน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟไทยของผู้ใช้บริการรถไฟไทย (พจนีย์ แหม่มเฟื่อง. 2546: หน้า 79) ผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อเส้นทางให้บริการในระดับที่ดี ได้แก่ความปลอดภัยเกี่ยวกับอุบัติเหตุระหว่างเดินทาง

จากพฤติกรรมของผู้ใช้บริการไปตามแนวคิดของ Maslow (พรวณีย์ ชูทัยเจนจิต 2538 : 461) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ลำดับความต้องการของมนุษย์โดยมองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะต้องสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น ความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกันซึ่งมาสโลว์ได้นำความต้องการเหล่านั้นมาจัดเรียงลำดับขั้นต่ำสุดไปสู่ขั้นสูงสุดเป็น 7 ขั้น ด้วยกันโดยที่มนุษย์จะมีความต้องการในขั้นสูงๆ ถ้าความต้องการในขั้นต้นๆได้รับการตอบสนองเสียก่อน ได้แก่ความต้องการเดินทางไปเรียนหนังสือ ไปทำงานซึ่งถือเป็นความต้องการหลัก ความปลอดภัยเป็นความต้องการรองลงมา และการเดินทางท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งที่นอกเหนือจากความต้องการพื้นฐานจึงให้ความสนใจน้อยลง

ตอนที่ 3 สรุปข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง)

จากข้อมูลทางด้านการตลาดที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยได้นำมาใช้ ซึ่งได้แก่ ด้านบริการต่าง ๆ (Product) ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ (Price) ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี (Place) ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Promotion) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ (Physical - evidenced Presentation)

ด้านบริการต่าง ๆ (Product)

ภายในสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) มีสินค้าและบริการต่าง ๆ ไว้คอยให้บริการแก่ผู้เข้ามาใช้บริการที่จำนวนมากผู้ใช้บริการแต่จากการวิจัยสามารถแยกสินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการไม่เคยใช้บริการ ไม่พึงพอใจเลย ไม่ค่อยพึงพอใจ เฉย ๆ ก่อนข้างพึงพอใจ และ พึงพอใจมาก ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

สินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้บริการ ได้แก่

การให้บริการห้องพยาบาล ห้องละหมาด ที่พักชั่วคราว การสมัครงาน เนื่องจากเป็นสินค้าและบริการเฉพาะอย่างที่ไม่ใช่บริการที่มีอยู่ทั่วไป มีเพียงผู้ใช้บริการเพียงบางกลุ่มเท่านั้น และผู้ใช้บริการต้องมีความจำเป็นจึงจะใช้บริการเหล่านี้ จึงทำให้เป็นบริการที่ผู้ใช้บริการไม่ค่อยได้ใช้

สินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจเลยไม่มี

สินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการไม่ค่อยพึงพอใจ ได้แก่ ห้องน้ำ เพราะด้วยลักษณะทางกายภาพของสิ่งปลูกสร้าง ไม่ว่าจะเป็น ปัสสาวะ อุจจาระ เป็นของที่มีสภาพที่สกปรก การทำความสะอาดที่ไม่ดีพอจะทำให้มีกลิ่นเหม็น ประกอบกับมีผู้เข้าไปใช้บริการจำนวนมาก เพราะเป็นบริการที่เป็นบริการพื้นฐานที่ทุกคนจำเป็นต้องใช้ จึงเป็นสาเหตุให้ผู้ใช้บริการไม่ค่อยพึงพอใจ

สินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ ได้แก่

ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์ เป็นเพราะการที่ระบบสื่อสารสามารถติดต่อกันได้เร็วขึ้น ระบบการติดต่อสื่อสารโดยระบบโทรศัพท์มือถือ เป็นที่นิยมและราคาถูกลง จึงทำให้การต่อทางไปรษณีย์มีความสำคัญน้อยลง และจากคำตอบแบบสอบถามพบว่ามีเพียง 249 คนที่ได้ใช้บริการ

ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับส่งสินค้า และพัสดุ เป็นเพราะการขนส่งพัสดุ เป็นเรื่องปกติ และการรถไฟก็ไม่ได้มีบริการที่พิเศษกว่าที่อื่น

สินค้าและบริการที่ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ ได้แก่

ความพึงพอใจจากการซื้อตั๋วเดินทาง เพราะ มีช่องจำหน่ายตั๋วจำนวนมากพอ โดยมีจำนวนช่องจำหน่ายตั๋วถึง 12 ช่อง การบริการที่รวดเร็วของพนักงานขายตั๋วเดินทาง สามารถตรวจสอบที่นั่งและเที่ยวของรถไฟโดยใช้ระยะเวลาสั้น ๆ เพราะใช้คอมพิวเตอร์ในการตรวจสอบและออกตั๋ว ประกอบกับว่าทางสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ได้มีการจัดแสดงราคาของค่าเดินทางทุกเส้นทาง ตามบอร์ดประชาสัมพันธ์ ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมากขึ้น

ความพึงพอใจเมื่อมารับ – ส่งผู้โดยสาร ณ บริเวณชานชาลา เพราะมีการจัดพื้นที่ นั่งคอยอย่างมากพอเพียง และอยู่ในตำแหน่งตรงกลางซึ่งสามารถมองเห็นผู้โดยสารได้ชัดเจน ประกอบกับมีบอร์ดแสดงเที่ยวของรถไฟที่จะเข้าและออกจากสถานี ทำให้ผู้มารับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทางได้รับความสะดวก

ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ ได้รับความสะดวก และขั้นตอนไม่ยุ่งยาก ราคาค่าฝากก็ไม่แพง ทำให้ผู้ใช้บริการฝากสัมภาระสามารถเดินทางไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างคล่องตัว โดยไม่ต้องนำสัมภาระติดตัวไปให้เกิดความลำบาก

ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก ภายในสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยทางสถานีจัดให้มีจุดประชาสัมพันธ์ของสถานีเอง และ จุดบริการข้อมูลของบริษัทท่องเที่ยวให้บริการกับผู้เดินทางทำให้สะดวกและง่ายต่อการสอบถามและหาข้อมูล

ความพึงพอใจจากการใช้บริการโทรศัพท์สาธารณะ เพราะมีจำนวนตู้โทรศัพท์ที่มาก กระจายอยู่รอบ ๆ ภายในตัวสถานี และภายนอกตัวสถานี อีกทั้งมีระบบการบริการให้เลือกใช้หลายประเภทได้แก่ ชนิดหยอดเหรียญ การใช้การ์ด ทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกมาก

ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้าร้านอาหาร เพราะมีร้านค้าให้เข้าไปใช้บริการจำนวนมาก ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านหนังสือ ร้านขายเทป ร้านขายเสื้อผ้าของที่ระลึก และร้านขายขนม และแต่ละร้านก็มีชนิดของสินค้าให้เลือกมากมาย ในส่วนของราคาสินค้าก็ไม่ได้แพงกว่าราคาปกติมากนักเช่น ราคาอาหารสินค้า ราคาน้ำดื่ม หรือบางชนิดก็ราคาเดียวกับภายนอกสถานี สินค้าบางหมวดก็ขายตามราคาที่ติดมากับบรรจุภัณฑ์ เช่น หนังสือ นิตยสาร เทปเพลง

ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) มีตู้จำนวนมากให้บริการ กระจายอยู่เป็นจุด ๆ ทั่วทั้งสถานี ทั้งด้านหน้า ด้านข้าง ด้านหลัง โดยมีตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM) ของหลาย ๆ ธนาคาร ไม่ว่าจะเป็น ธนาคาร เอเซีย ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกรไทย ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ (Price)

จากการวิจัยได้ศึกษาราคาของสินค้าและบริการที่มีภายในสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ได้แก่ ค่าโดยสารในการเดินทาง ราคาสินค้า และราคาอาหาร ค่าบริการขนส่งสัมภาระ และค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าผู้ใช้บริการค่อนข้างพอใจกับค่าโดยสารในการเดินทาง เพราะราคาค่าโดยสารไม่แพงเกินไป ส่วนราคาสินค้าและค่าอาหารไม่ค่อยพึงพอใจเพราะมีราคาแพงกว่าราคาปกติ ส่วนค่าขนส่งสัมภาระผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ เพราะ ราคาต่อหน่วยในการขนไม่ได้แพงมากนักคือ ขนาด ประมาณ 60 X 60 X 60 (กว้าง X ยาว X สูง) ขึ้นละ 5 บาท และสำหรับค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ ผู้ใช้บริการรู้สึกเฉย ๆ เพราะค่าบริการครั้งละ 2 บาทซึ่งเป็นจำนวนเงินไม่มาก

ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี (Place)

จากการศึกษาเรื่องลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ซึ่งได้มีการปรับปรุงจนแล้วเสร็จนั้น ทำให้ภายในสถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) มีความสวยงาม และมีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ เพื่อให้เกิดความเย็นสบาย ไม่ร้อนอบอ้าวดังเช่นที่ผ่านมา และมีการต่อเชื่อมเส้นทางกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ลักษณะทางกายภาพที่น่าสนใจได้แก่ การจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในสถานี ความสะอาดภายในสถานี ความปลอดภัยภายในสถานี สถานที่จอดรถรับ – ส่งผู้ที่จะเดินทาง และ ทางเดินที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที

ผลจากการวิจัยพบว่า การจัดพื้นที่ การตกแต่ง และบรรยากาศภายในสถานี ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจจนถึงพึงพอใจมากเพราะ ภายในสถานีดูสว่างขึ้น อากาศเย็นสบาย และการจัดวางตำแหน่งของเฟอร์นิเจอร์ ที่นั่งเป็นระเบียบสวยงาม ความสะอาดของสถานี มีความสะอาดดี ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ เพราะมีการจ้างบริษัททำความสะอาดมาทำความสะอาดตลอดเวลา ความปลอดภัยภายในสถานี ผู้ใช้บริการก็ค่อนข้างพึงพอใจ เพราะมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และตำรวจรถไฟเดินตรวจตราอยู่รอบ ๆ สถานีตลอดเวลา และในส่วนของสถานที่จอดรถรับ – ส่งผู้ที่จะเดินทาง ผู้ใช้บริการก็ค่อนข้างพึงพอใจ เพราะการมารับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทาง มีตำรวจจราจรคอยอำนวยความสะดวกให้ สำหรับทางเดินที่สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดินได้ทันที ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ ถึง พึงพอใจมากเพราะสะดวก และมีความปลอดภัย ไม่ต้องเดินออกไปนอกตัวสถานีรถไฟ และไม่ต้องข้ามถนนซึ่งมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุได้จากการข้ามถนน

ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Promotion)

ภายในภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการโดยใช้ช่องทาง คือ การกระจายเสียง แผ่นพับใบปลิว และบอร์ด ป้ายต่าง ๆ

จากการทำวิจัยพบว่า การประชาสัมพันธ์ ทั้งสามวิธี ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ แต่วิธีการสื่อสารที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกคือแผ่นพับ เพราะผู้ใช้บริการสามารถนำมาเก็บ และอ่านข้อมูลได้ตลอดเวลา และสามารถพกพาไปกับตนเองได้ หรือสะดวกเมื่อต้องการหาข้อมูลก็สามารถดูได้ทันที และได้ความรู้สึกเป็นส่วนมากตัวกว่าการที่ต้องไปถามพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)

ภายในภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีพนักงานซึ่งทำหน้าที่คอยให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่หลายฝ่ายได้แก่ เจ้าหน้าที่ออกตั๋ว เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ตำรวจรถไฟ ยามรักษาการ เจ้าหน้าที่ขนส่งของ ฯลฯ ซึ่งในการทำวิจัยนั้น ได้ศึกษาเรื่อง

การให้คำแนะนำของพนักงาน การแก้ไขปัญหาของพนักงาน อธิบาย กิริยาสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหาของพนักงาน เพราะสามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ใช้บริการได้ดี เช่น ให้คำแนะนำเรื่องเส้นทางการเดินทางเพราะมีความชำนาญ ทางด้านอธิบาย กิริยาสุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ของพนักงาน ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ ต่อการให้บริการ และ ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงาน ก็เช่นเดียวกัน เพราะทางสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้งานด้านการตรวจเช็คเส้นทาง การจองตั๋ว การเก็บข้อมูล จึงสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้รวดเร็ว

ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ (Physical - evidenced Presentation)

ภายในภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งเทคโนโลยีที่เห็นชัดและผู้ใช้บริการสามารถมีส่วนร่วมในการใช้ด้วย คือ คอมพิวเตอร์ ในการออกตั๋ว และ จองตั๋ว บอร์ดไฟฟ้า แสดงตารางเดินรถแสดงเวลารถไฟเข้า - ออก

จากผลการวิจัย พบว่า คอมพิวเตอร์ ในการออกตั๋ว และ จองตั๋ว ผู้ใช้บริการค่อนข้างพึงพอใจ เพราะสามารถให้บริการได้รวดเร็ว และสามารถตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ได้ทันที ทำให้การซื้อตั๋ว และการจองตั๋วเดินทางสะดวกขึ้นมาก และสำหรับ บอร์ดไฟฟ้า แสดงตารางเดินรถแสดงเวลารถไฟเข้า - ออก ผู้ใช้บริการพึงพอใจมาก เพราะป้ายมีขนาดใหญ่ และให้ข้อมูลการเดินทาง เวลาเข้า - ออกของรถไฟ ทำให้สามารถกำหนดเวลา หรือ วางแผนการทำกิจกรรมต่างได้ ง่ายขึ้น

ตอนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยหาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ พฤติกรรมของผู้ใช้บริการ กับการดำเนินงานทางด้านการตลาด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านบริการต่าง ๆ (Product) ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ (Price) ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี (Place) ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Promotion) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ (Physical - evidenced Presentation) และจากข้อมูลที่ได้ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ตาราง 93 ความสอดคล้องของสมมติฐานกับปัจจัยทางการตลาด

สมมติฐาน / ปัจจัยทางการตลาด	ด้านบริการต่าง ๆ (Product)	ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ (Price)	ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ (Place)	ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Promotion)	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	ด้านความก้าวหน้าทันสมัย ของการบริการ (Physical - evidenced Presentation)
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับ บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน						
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับ บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน				X		
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความ พึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	X	X	X	X		
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน					X	X
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	X		X		X	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานี รถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน						X

X = สอดคล้องกับสมมติฐาน

ตาราง 93 (ต่อ)

สมมติฐาน / ปัจจัยทางการตลาด	ด้านบริการต่าง ๆ (Product)	ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ (Price)	ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานที่ (Place)	ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร (Promotion)	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	ด้านความก้าวหน้าทันสมัย ของการบริการ (Physical - evidenced Presentation)
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจ ต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน		X		X		X
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมี ความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟ กรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน						
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตาราง การเดินทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน		X		X		
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานี รถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	X	X	X	X	X	
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกันของ มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานี รถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน	X	X	X	X	X	X

X = สอดคล้องกับสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีความความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ทั้ง 6 ด้าน แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงไม่มีความแตกต่างกันในด้านความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าไทยของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย (พจนีย์ แหยมเฟื่อง, 2546: บทคัดย่อ) ผู้ใช้บริการทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าไทยในด้านประเภทที่ใช้บริการบ่อยที่สุด ชนิดขบวนรถบริการที่ใช้บ่อยที่สุด วันที่ใช้บริการรถไฟฟ้าไทยที่ใช้บริการบ่อยที่สุด เวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด จำนวนครั้งที่ใช้บริการต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการเดินทางแต่ละครั้งไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าอายุที่แตกต่างกันมีความความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน 5 ตัวแปร แต่แตกต่างกันคือ อายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ที่มี ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร น้อยกว่าคนที่มีอายุน้อยกว่า 40 ลงมา ซึ่งอาจจะเกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การใช้ภาษา และการสื่อสารที่เป็นสากลมากขึ้น ทำให้เป็นอุปสรรคในการรับข้อมูล ของผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าการศึกษาที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน ด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี และ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร โดยผู้ที่มีระดับการศึกษาดำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น จะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจทั้ง 4 ด้านมากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี และผู้ที่มี ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดคือผู้ที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า เพราะผู้ที่มีการศึกษาสูงย่อมต้องมีรายได้มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย (ตาราง 94) เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น การหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า หรือ บริการ ก็จะต้องการของที่มีคุณภาพสูงขึ้น จากข้อมูลสอดคล้องตามแนวคิดของ Maslow (พรตณี ชูทัยเจนจิต 2538 : 461) ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎี ลำดับความต้องการของมนุษย์โดยมองเห็นว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะต้องสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น แต่การให้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นการให้บริการในระดับมาตรฐาน จึงทำให้ผู้ที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าพึงพอใจน้อยกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี

ตาราง 94 แสดงข้อมูลระหว่างการศึกษากับรายได้

ระดับการศึกษา/ รายได้(บาท/เดือน)	น้อยกว่า 5,000	5,001-10,000	10,001-15,000	มากกว่า 15,000	รวม
ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น	31	22	8	3	64
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	79	57	28	13	177
ปวส. / อนุปริญญาตรี					
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	45	45	20	49	159
รวม	155	124	56	65	400

จากตารางพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า หรือเท่ากับมัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. / ปวส. / อนุปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน ส่วนผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,001–15,000 บาทต่อเดือน

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าอาชีพที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่างกันด้าน ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ โดยอาชีพพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจ ด้านพนักงานบริษัท ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ ในขณะที่ผู้ที่มีอาชีพเหล่านี้ มีความพึงพอใจใกล้เคียงกัน เพราะผู้ที่พนักงานบริษัทจะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง และ พนักงานบริษัทจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างสูง จึงมีอำนาจในการซื้อสูง ทำให้สินค้าและบริการรวมถึงพนักงานผู้ให้บริการต้องการที่มีคุณภาพสูงด้วย จึงมีความพึงพอใจต่อพนักงานผู้ให้บริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) น้อยกว่าผู้ที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว อื่น ๆ จากข้อมูลสอดคล้องตามแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา 2542 : 34) โดยชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชั้นชั้นสูง (Upper Class) ชั้นชั้นกลาง (Middle Class) ชั้นชั้นล่าง (Lower Class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพ ตำแหน่งงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคและบริการที่ดีขึ้น เป็นต้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัยพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแตกต่างกัน ด้านบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี และด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยผู้ที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจ ด้านบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี ด้านพนักงานผู้ให้บริการ น้อยกว่า ผู้ที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน 5,001-10,000 บาทต่อเดือน และผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน ซึ่งผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการในระดับที่ใกล้เคียงกัน และจากข้อมูลสอดคล้อง ตามแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (เสรี วงษ์มณฑา 2542 : 34) โดยชั้นทางสังคมแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ชั้นชั้นสูง (Upper Class) ชั้นชั้นกลาง (Middle Class) ชั้นชั้นล่าง (Lower Class) ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยอาจเลื่อนไปอยู่ในชั้นสังคมที่สูงกว่า หรือเลื่อนมาอยู่ในชั้นทางสังคมที่ต่ำกว่าได้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงในรายได้ อาชีพ ตำแหน่งงาน เช่น เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น ย่อมแสวงหาการบริโภคที่ดีขึ้น เป็นต้น

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ผู้ใช้บริการที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าสถานภาพที่แตกต่างกันทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่างกัน เพียงด้านเดียว คือ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีความพึงพอใจ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด เพราะการที่มีคู่สมรสมีการพูดจาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เป็นการตัดสินใจและไม่ถือความคิดของตนเป็นใหญ่ ดังนั้นการตัดสินใจต่าง ๆ จึงมีการลดระดับลงมา ทำให้ความพึงพอใจด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ในขณะที่คนโสดเชื่อในความคิดของตนเอง จึงไม่ยอมรับอะไรง่าย ๆ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจต่อการบริการ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ โดยมีความพึงพอใจน้อยกว่า ผู้ใช้บริการที่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ต่างจังหวัด เพราะคนต่างจังหวัดเมื่อเข้ามาเห็นความก้าวหน้าทันสมัย เช่น เห็นจอทีวี การใช้บอร์ดไฟฟ้าบอกตารางเวลาเดินทาง ก็เกิดความตื่นเต้น จึงรู้สึกค่อนข้างพึงพอใจ ในขณะที่คนกรุงเทพเห็นสิ่งเหล่านี้เป็นปกติ จึงรู้สึกพึงพอใจน้อยกว่า และด้านสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ก็มีการพัฒนาปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ขึ้น จึงทำให้คนต่างจังหวัดพึงพอใจมากกว่าคนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพ ประเมินผล

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8 จำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน ผลที่ได้จากการวิจัย พบว่าจำนวนครั้งที่ผู้ใช้บริการเข้าใช้บริการที่ต่างกัน มีความความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ไม่แตกต่างกัน ทั้ง 6 ตัวแปร แสดงให้เห็นว่าเมื่อได้เข้ามาใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แล้วเพียง 1 ครั้งก็สามารถให้ความเห็นในเรื่องความพึงพอใจโดยมีแนวโน้มเช่นเดียวกับผู้ใช้บริการหลาย ๆ ครั้งต่อเดือน เพราะ โดยธรรมชาติของมนุษย์มีความสามารถในการเรียนรู้ได้รวดเร็ว ถ้าสิ่งที่เรียนรู้ไม่ซับซ้อน และ บริการต่าง ๆ ที่มีในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ก็เป็นบริการพื้นฐานที่ไม่ซับซ้อนผู้ใช้บริการสามารถตัดสินใจในด้านความพึงพอใจได้ทันที

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 9 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน โดยผู้ที่เคยใช้บริการบริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ ใน ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ และ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการแจกข้อมูลข่าวสาร ประชาสัมพันธ์ และมีการแจ้งราคาค่าบริการในเที่ยวการเดินทางต่าง ๆ จึงทำให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกิดความรู้สึกพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่ไม่เคยได้รับบริการ เพราะไม่มีประสบการณ์จึงไม่ทราบค่าบริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ดีเพียงใด ซึ่งจากธรรมชาติของผู้ที่เคยใช้ได้ใช้บริการ จะเกิดการเรียนรู้และสามารถให้คำตอบในด้านความพึงพอใจได้อย่างมั่นใจ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 10 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน โดยผู้ที่เคยใช้บริการบริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ ในด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร และ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ อาจเป็นเพราะเมื่อได้รับบริการแล้ว ซึ่งสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการบริการที่ดี จึงเกิดความรู้สึกพึงพอใจมากกว่า ผู้ที่ไม่เคยได้รับบริการ เพราะไม่มีประสบการณ์จึงไม่ทราบค่าบริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ดีเพียงใดจึงไม่เกิดความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการบริหารที่มีคุณภาพ (Service Quality) (วิฑูรย์ สิมะโชติ (2544: 7) มักมี 3 องค์ประกอบหลักได้แก่ ผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก โดย

1. ผู้ให้บริการ คือหัวใจสำคัญของงานบริการ เพราะเป็นผู้สร้างความแตกต่างและสร้างความสำเร็จให้กับกิจกรรม

2. สถานที่ให้บริการ เป็นจุดแรกที่ลูกค้าจะได้สัมผัสเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงานหรือเมื่อก้าวเข้ามาในหน่วยงานหรือห้างร้านสถานที่ที่สะอาดดูสวยงามและเป็นระเบียบ ถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ทั้งยังแสดงให้เห็นถึง

ประสิทธิภาพและคุณภาพขององค์กรด้วย ลูกค้ำที่พบเห็นจะรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพและประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมทั้ง รู้สึกประทับใจเมื่อแรกพบ (First impression)

3. สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมือหรืออุปกรณ์สนับสนุนการให้บริการ การที่เราจะเลือกใช้ประเภทใด ก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในงานบริการ และสิ่งสำคัญที่จะละเลยไม่ได้คือ การบำรุงรักษาดูแลเครื่องอุปกรณ์เหล่านั้นให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอ ไม่ใช่มีเครื่องมืออุปกรณ์พร้อมแต่ใช้งานไม่ได้เลยสักเครื่องเดียว

สรุปได้ว่าลักษณะการให้บริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้มาติดต่อ กับองค์กรเกิดความเชื่อถือศรัทธา เพราะการสร้างภาพพจน์และประทับใจให้กับลูกค้ำ และผู้มาติดต่อ ย่อมเป็นผลดีโดยตรงต่อผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้รับผิดชอบในการให้บริการและการต้อนรับตระหนักและระลึกอยู่เสมอว่า ลักษณะการให้บริการที่ดีต้องมีความรับผิดชอบ

สำหรับความพึงพอใจทาง ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ เป็นสิ่งที่เห็นได้และจับต้องได้โดยไม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการไม่ว่าข้อมูลการท่องเที่ยวที่ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หรือบอร์ดไฟฟ้า จอภาพ โทรศัพท์ และทางจึงทำให้เกิดความพึงพอใจได้ทั้งผู้ที่เคยใช้บริการ และไม่เคยใช้บริการ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 11 ผู้ใช้บริการที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) แตกต่างกัน โดยผู้ที่เคยใช้บริการบริการที่ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทางมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ ในด้านบริการต่าง ๆ ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ด้านพนักงานผู้ให้บริการ และ ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ การที่ผู้ที่เคยได้รับ และไม่ได้รับบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางมีความพึงพอใจแตกต่างกันทั้ง 6 ด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทางจะเกิดความรู้สึกที่ดีกับการให้บริการของสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) และมีผลต่อความพึงพอใจต่อการรับบริการมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าไทยของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าไทย (พจนีย์ แหม่มเฟื่อง, 2546: หน้า 79) ผู้ใช้บริการมีทัศนคติต่อเส้นทางให้บริการในระดับที่ดี ได้แก่ความปลอดภัยเกี่ยวกับอุบัติเหตุระหว่างเดินทาง การที่สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีการให้ข้อมูลเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางแก่ผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ และแสดงถึงความห่วงใยต่อผู้ให้บริการทำให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลเกิดความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่ไม่ได้รับข้อมูล

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

ผลจากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ผู้วิจัยมีข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะซึ่งบางส่วนได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพการสมรส และ ที่อยู่ปัจจุบัน มีส่วนสำคัญในการกำหนดความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยปัจจัยทางด้านระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการให้บริการ ที่ต่างกันมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อาชีพ รายได้ และที่อยู่ปัจจุบัน ดังนั้น หากว่าทางสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) มีความต้องการจะให้บริการอะไรเพิ่มขึ้น หรือมีกิจกรรมใด ๆ เพิ่มขึ้น ต้องพิจารณาถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้ง 4 ข้อนี้เป็นหลักเป็นสำคัญ

2. เพศ เป็นปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจของการให้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) อาจเป็นเพราะบริการต่าง ๆ ที่มีภายในสถานีเป็นบริการที่ทั้งเพศชาย และเพศหญิงสามารถใช้บริการได้ทั้งสองเพศ เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์สาธารณะ ตู้กดเงินอัตโนมัติ ร้านค้าร้านอาหาร แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศชาย และเพศหญิงมีแนวคิดและความพึงพอใจ คล้าย ๆ กัน ดังนั้นในการให้บริการต่าง ๆ จึงต้องกำหนดให้เป็นมาตรฐาน

อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ที่อยู่ปัจจุบัน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของการได้รับการบริการ ด้านการประชาสัมพันธ์ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ดังนั้นหากทางสถานีจะมีการประชาสัมพันธ์ หรือต้องการสื่อสารไปยังผู้ใช้บริการให้ประสบความสำเร็จ จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยทางด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ ที่อยู่ปัจจุบัน เป็นสำคัญ

3. ระดับการศึกษาของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ มีผลต่อความพึงพอใจในการได้รับการบริการมากที่สุด ดังนั้นหากทางสถานีจะให้บริการอะไรเพิ่มขึ้น หรือมีกิจกรรมใด ๆ ต้องได้มีการทดสอบกับผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่ำ และ ระดับการศึกษาสูงก่อน เพื่อทดสอบว่าคนที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจต่อการได้รับการบริการหรือไม่ ก่อนที่จะดำเนินการขยายผล เพราะมีฉะนั้นบริการ หรือมีกิจกรรม ที่จะทำเพิ่มขึ้นอาจจะไม่ประสบความสำเร็จตามที่ได้อ้างไว้

กลุ่มผู้ใช้บริการ นักเรียน / นักศึกษา ส่วนใหญ่จะเป็น นักเรียน / นักศึกษา การเลือก ทำกิจกรรมภายในสถานี เช่น การจัดตลาดนัดสินค้าต่าง ๆ ควรจะได้เลือกจัดให้เหมาะกับกลุ่ม นักเรียน / นักศึกษา

4. รายได้ของผู้ใช้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจที่ไม่เท่ากัน ดังนั้นหากทางสถานีมีความต้องการจะให้บริการอะไรเพิ่มขึ้น หรือมีกิจกรรมใด ๆ ต้องให้ความสำคัญกับระดับรายได้ของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ จึงต้องมีระดับการให้บริการที่สามารถครอบคลุมผู้ใช้บริการที่มีรายได้มาก และรายได้น้อยได้ เช่น มีของราคาถูก ราคาปานกลาง หรือราคาค่อนข้างแพงไว้บริการ หรือมีร้านอาหารที่มีระดับราคาประหยัด จนถึงราคาแพงไว้บริการ

เนื่องจากกลุ่มผู้ใช้บริการ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน การกำหนดราคาสินค้าและบริการควรจะได้มีการพิจารณาให้เหมาะสมเพื่อให้ทั้งผู้ซื้อและผู้ขายสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้

5. พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) หากผู้ใช้บริการ ได้ทดลองใช้บริการส่วนใหญ่จะเกิดความพึงพอใจ ดังนั้น ทางสถานีจึงควรจะได้มีวิธีการทำให้ผู้ใช้บริการได้ทดลองใช้บริการ เช่น ได้รับข้อมูล เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ หรือ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

6. ผู้ใช้บริการจะรู้สึกพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจได้ทันทีที่ได้ใช้บริการตั้งแต่ครั้งแรก จึงเป็นเรื่องสำคัญมากที่ทางสถานีจะต้องสร้างมาตรฐานการให้บริการที่ดี เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและมีแนวโน้มจะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

7. การประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆที่เกิดขึ้นภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)ต้องมีมาตรฐาน และสามารถสื่อสารให้กับผู้ใช้บริการเข้าใจได้ง่าย เพราะผู้ใช้บริการมีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน และมีจำนวนมากที่เพิ่งเคยใช้บริการในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นครั้งแรก หรือน้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง

กลุ่มผู้ใช้บริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ส่วนใหญ่มีที่อยู่ปัจจุบันอยู่ต่างจังหวัด จึงควรจะได้มีการพิจารณาช่องทาง การติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูล แก่ผู้ใช้บริการ และขบวนการที่เหมาะสม เพราะ คนที่อยู่ต่างจังหวัดจะมีบุคลิกลักษณะ อุปนิสัยที่แตกต่างจากคนที่อยู่ในเมือง หรือ กรุงเทพมหานคร

9. ควรให้ความสำคัญกับพนักงาน และมีการประเมินผลงานของพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทยที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเป็นผู้ที่ติดต่อโดยตรงกับผู้ใช้บริการ ซึ่งถ้าหากว่าพนักงานบริการได้ดี ก็อาจจะส่งผลให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

10. ควรจะได้มีการพิจารณาปริมาณของบริการต่าง ๆ ให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการภายในสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เช่น จากการวิจัยพบว่ามีผู้ไม่เคยใช้โทรศัพท์สาธารณะ จำนวน 44 คน ไม่เคยใช้ที่ทำการไปรษณีย์ 151 คน ไม่เคยใช้ห้องพยาบาล 239 คน จึงมี 2 แนวทางคือ

- กรณียังต้องคงไว้ ควรจะได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการทราบเพื่อที่ว่าจะได้มีโอกาสเข้าใช้บริการ
- กรณีที่ไม่มีความจำเป็นหรือมีผู้ใช้บริการน้อย ควรลดขนาด ลดพื้นที่และนำพื้นที่ที่ได้ไปใช้ทำกิจกรรมอย่างอื่นแทน

11. ผู้ใช้บริการไม่พึงพอใจต่อสภาพห้องน้ำที่เป็นอยู่ เนื่องจากมีสภาพที่สกปรก และมีกลิ่นเหม็น อยากจะขอให้ปรับปรุง และ แก้ไขให้มีสภาพที่ดีกว่าที่เป็นอยู่ จึงควรจะได้มีการดูแลในส่วนของห้องน้ำให้อยู่ในสภาพที่ดี สะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นเพื่อที่ว่าผู้ให้บริการภายในสถานี จะได้มีทัศนคติที่ดีกับการให้บริการภายใน สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) โดยมีการประเมินผู้ได้รับการประเมินเป็นรายไตรมาสหากว่าผู้ประเมินได้ให้บริการที่ไม่ดีก็ควรจะได้มีการประเมินใหม่ เพื่อหาบริษัทที่มีความสามารถดีกว่า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการที่ได้ศึกษาทำให้ทราบว่ายังมีเรื่องที่สามารถปรับปรุงคุณภาพให้ผู้ใช้บริการพึงพอใจได้อีกมาก การศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) เป็นการศึกษาเฉพาะสถานที่ที่แตกต่างจากสถานีอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสถานีหลักที่ทุกเส้นทางรถไฟฟ้ามารวมกัน มีจำนวนประชากรที่เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก และกลุ่มคนมาจากทั่วประเทศ ทำให้ต้องจัดเตรียมประเภทของการบริการให้ครบทุกด้าน ซึ่งมีทั้งที่ลูกค้าพอใจ ค่อนข้างพอใจ และไม่พอใจ

การวิจัยที่น่าสนใจและสามารถทำการศึกษาต่อเนื่องได้ จึงน่าจะเป็นการศึกษา

1. เรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการจากสถานีที่เป็นสถานีชุมทางต่าง ๆ เช่น สถานีชุมทางหาดใหญ่ สถานีชุมทางเชียงใหม่ สถานีชุมทางหนองคาย เพราะกลุ่มของผู้ใช้บริการมีความแตกต่างจาก สถานีรถไฟฟ้ากรุงเทพ (หัวลำโพง) ด้านลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ในส่วนของ อาชีพ รายได้ การศึกษา ฯลฯ ด้านพฤติกรรมการใช้บริการที่สถานี
2. การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถไฟฟ้า ทั้งนี้เพื่อนำมาวางแผนในการจัดเตรียมความพร้อม รองรับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือทราบถึงแนวความคิดของชาวต่างชาติและนำมาปรับปรุงการให้บริการให้ชาวต่างชาติรู้สึกพอใจ และหันมาใช้บริการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า
3. การศึกษาผู้ที่เคยใช้รถไฟฟ้าในการเดินทางแล้ว มีแนวโน้มจะใช้บริการของการรถไฟฟ้าในการเดินทางอีกหรือไม่ ถ้าไม่กลับมาใช้ เป็นเพราะเหตุใด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้บริการ และเปลี่ยนใจกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้า
4. การศึกษาเจาะจงไปยังพนักงานการรถไฟฟ้าที่มีหน้าที่ให้บริการ แก่ผู้โดยสาร ไม่ว่าจะเป็น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ตำรวจรถไฟ เจ้าหน้าที่ขนส่งสินค้า เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เจ้าหน้าที่ออกตั๋วเดินทาง ฯลฯ เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการของพนักงานการรถไฟฟ้าให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจ
5. การศึกษาเปรียบเทียบการเดินทางระหว่างการเดินทางด้วยรถไฟฟ้า การเดินทางด้วยรถประจำทางปรับอากาศ และการเดินทางด้วยสายการบิน ราคาถูก (LOW COST) ว่าผู้โดยสารมีแนวโน้ม จะไปใช้บริการด้วยวิธีการใดมากที่สุด เพราะอะไร เพื่อทางการรถไฟฟ้า จะได้นำมาเป็น ข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- _____. (2540). **แผนวิสาหกิจ การรถไฟแห่งประเทศไทย**: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ (TDRI).
- _____. (2542). **แผนหลักการขนส่ง กระทรวงคมนาคม**: 2542 – 2549. กรุงเทพฯ : กระทรวงคมนาคม.
- _____. (2543). **แนวคิดแผนกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการ เพื่อการปรับโครงสร้างการรถไฟแห่งประเทศไทย**: รายงานเสนอต่อคณะอนุกรรมการจัดทำแผนดำเนินการเพื่อปรับโครงสร้างการรถไฟแห่งประเทศไทย.
- _____. (2543). **ยุทธวิธีบริการครองใจลูกค้า**. กรุงเทพฯ : ธีระป้อมวรรณกรรม.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2538). **การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารุภา หิรัญเมฆาวิช. (2543,ตุลาคม-ธันวาคม). การบริหารที่มีคุณภาพ .**วารสารนักบริหาร** : (20) : 58-60.
- จินตนา บุญบังการ. (2539). **การสร้างจิตสำนึกการให้บริการกับการปรับปรุงการบริการภาครัฐ**. กรุงเทพฯ : ฟอรัมแทปรีนติ้ง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์ . (2541) .**เทคนิคการใช้สถิติเพื่องานวิจัย**. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- เชาวลิต เหล่ารุ่งกาญจน์ .(2538). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกรุงเทพจำกัด (มหาชน) : ศึกษาเฉพาะกรณีสาขาท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี**.ภาคินพนธ์ ศศ.ม.(พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.ถ่ายเอกสาร.
- दनัย เทียนพุ่ม .(2543) **นวัตกรรมบริการลูกค้า**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ O.N.G.
- ธวัช สุขภูมิกุล .(2537). **วัฒนธรรมไทยกับการให้บริการ**. **วารสารเทศาภิบาล**. 89 (5) : 22.
- นันทนา นันทวโรภาส. (2539). **เอกสารประกอบคำบรรยาย การบริการที่ดี**. กรุงเทพฯ : สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย.
- บริษัท ซี.เอส.เอ็น.แอนด์. แอลโซซิเอท จำกัด .(2542) .**การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโทรศัพท์ ในเขตภูมิภาค**. กรุงเทพฯ : องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.
- บริษัทสยามทีวี จำกัด. (2539). **เอกสารประกอบคำบรรยาย Client service in action**. กรุงเทพฯ : บริษัทสยามแลนด์มาร์ค จำกัด.
- ประชัย เปี่ยมสมบูรณ์ .(2531). **ความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่อกระบวนการยุติธรรม**. การวิจัยและผลกระทบระดับยูนิเวอร์ไซต์ และ ระดับมัลติแวลูเอท กรุงเทพฯ :สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พจนีย์ แหยมเฟื่อง. (2546). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟไทยของผู้ใช้บริการรถไฟไทย** . สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- พรรณี ชูทัย เจนจิต . (2538). **จิตวิทยาการเรียนการสอน**. กรุงเทพฯ : บริษัทดันอ้อแกรมมี จำกัด.
- พิณ คงพล. (2529). **ความพึงพอใจที่มีต่อบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของคณะกรรมการการประถมศึกษาจังหวัด ใน 14 จังหวัดภาคใต้**.ปริญญาณิพนธ์ กศ.ม.(ประถมวัย).สงขลา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.ถ่ายเอกสาร.
- มนีวรรณ ต้นไทย. (2533). **พฤติกรรมการให้บริการของเจ้าหน้าที่กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาต่อประชาชนผู้มาติดต่อ**. วิทยานิพนธ์ ร.ม.(บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). (2543). **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9002 เสนอต่อองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ. มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

ล้วน, สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). **คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2544 , เมษายน) . "กลยุทธ์สู่ผลผลิตภาพ 2001" **ผู้จัดการรายวัน** . (19) : 7.

วีระพงษ์ เณลิมจิระรัตน์. (2538). **คุณภาพในงานบริการ**. กรุงเทพฯ : บริษัทดวงกมลสมัย จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และ คณะ. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.

_____. (2541). **การบริการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

สมชาติ กิจยรรยง. (2536). **สร้างบริการ สร้างความประทับใจ**. กรุงเทพฯ : เดช-เอนการพิมพ์.

สมพงษ์ ศิริโสภณศิลป์ (2541). **แบบจำลองวิเคราะห์การเลือกใช้รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร**.

ปริญญาณิพนธ์ วท.ม.(วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สรชัย พิศาลบุตร. (2542). **สถิติธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์วิทย์พัฒน์ จำกัด.

สุมา อยู่โพธิ์. (2532) . **ตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุทธิ ปันมา. (2535). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการของธนาคารกสิกรไทย สาขาภาพสินธุ์**.

วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.(ไทยคดีศึกษา-เน้นสังคมศาสตร์) มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

สุภา งามสันติกุล. (2543). **ความคิดเห็นของประชาชนต่อระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน: ศึกษาเฉพาะโครงการรถไฟฟ้ามหานคร**. ปริญญาณิพนธ์ วท.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารออมสิน**. สาขาขอนแก่น (ภาคคำ). วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ถ่ายเอกสาร.

เสรี วงศ์มณฑา . (2540). **กลยุทธ์ การตลาด, การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระ ฟิล์ม และ โซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : บริษัท วีระ ฟิล์ม และ โซเท็กซ์ จำกัด

อมรา ผูกบุญเขต. (2539). **เอกสารประกอบคำบรรยาย เรื่อง การบริการ**. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น

อ้อยทิพย์ กองสมบัติ. (2538). **ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด**

(มหาชน) สาขาเลิณนกทา และสาขามุกดาหาร. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนสังคม). กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

Bateson, John E.G. (1989). **Managing Service Marketing**. USA: Saunders College Publishing.

Cormick, C.A. (1947). **Leadership**. New York : Harmonds Worth.

Courtland L. Bovee And John V. Thill. (1992). **Marketing**. USA: York Graphic Service.

Cowell, Donald W. (1994). **Marketing of Service**. PP.666-667. USA: Market Book Publishing.

Elia, D. and G. M. Partrick. (1972, July). "The Determinants of Job Satisfaction Among Beginning Librarians" , **Library Quarterly**. 49(7): 283-302.

Fitzgerald, Michael R. and Robert F. Durant. (1980, November – December). "Citizen Evaluation and Urban Management: Service Delivery in an Era of Protest", *Public Administration Review*. 21 (48) : 585-594.

Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.

Kotlet, Philip. (1993). *Marketing Analysis, Planning, Implementation and Control*. New Jersey. Pentice Hall Inc.

Millet, John D. (1954). *Management in the Public Service*. New York : McGraw – Hill.

Morse, Nancy C. (1958). *Satisfaction in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan Press.

Parasuraman, A. , V.A. Zeithmal and L. Berry. (1985, February). "A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Research", *Journal of Marketing*. 49 (4): 79-84

Tom Reilly (1996). *Value-added Customer Service*. USA : Contemporary Books.

การรถไฟแห่งประเทศไทย. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<http://www.railway.co.th/about/about.html>. วันที่สืบค้น 19 มิถุนายน 2547.

กระทรวงคมนาคม. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<http://www.motc.go.th/traveldata.asp>. วันที่สืบค้น 17 มิถุนายน 2547.

กรมประชาสัมพันธ์ :

<http://www.prd.go.th/bts/alldata.php> วันที่สืบค้น 8 สิงหาคม 2547.

บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ รถไฟฟ้า BTS. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

<http://www.bts.co.th/th/corporate.asp> วันที่สืบค้น 24 มิถุนายน 2547

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นโดย นายสมชัย เจริญวรเกียรติ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามนี้มีความประสงค์ที่จะศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ได้รับบริการ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการด้านการให้บริการ ดังนั้นจึงขอความกรุณาจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามความเป็นจริง โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) จำนวน 32 ข้อ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ปรับปรุงบริการด้านต่าง ๆ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 20 ปี

() 20-29 ปี

() 30-39 ปี

() 40-49 ปี

() 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

() อนุปริญญาตรี / ปวส.

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

() นักเรียน / นิสิต/ นักศึกษา

() ข้าราชการ

() พนักงานรัฐวิสาหกิจ

() พนักงานบริษัทเอกชน

() เกษตรกร / ชาวสวน

() ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว

() แม่บ้าน / พ่อบ้าน

() ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ

5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท

() 5,001 - 10,000 บาท

() 10,001 - 15,000 บาท

() 15,001 - 20,000 บาท

() 20,001 - 25,000 บาท

() มากกว่า 25,000 บาท

6. สถานภาพสมรส

- () โสด () สมรส
() หย่า /หม้าย

7. ที่อยู่ปัจจุบัน

- () กรุงเทพมหานคร
() ปริมณฑล (นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี)
() ภาคเหนือ
() ภาคกลาง
() ภาคใต้
() ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
() ภาคตะวันออก
() ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ที่ใช้บริการของ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

1. จำนวนครั้งที่ใช้บริการ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

- () ประมาณ 1 - 5 ครั้งต่อเดือน () ประมาณ 6 -10 ครั้งต่อเดือน
() ประมาณ 11 -15 ครั้งต่อเดือน () ประมาณ 16 -20 ครั้งต่อเดือน
() มากกว่า 20 ครั้งต่อเดือน

2. ประเภทของบริการที่ได้รับ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

1. การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับเที่ยวและตารางการเดินทาง

- () ได้รับบริการ () ไม่ได้รับบริการ

2. การได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางรถไฟ

- () ได้รับบริการ () ไม่ได้รับบริการ

3. การได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความปลอดภัยในการเดินทาง

- () ได้รับบริการ () ไม่ได้รับบริการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ที่ใช้บริการต่อการให้บริการ ณ.สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างในตารางที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว และ กรุณาตอบคำถามทุกข้อ

ข้อ ที่	ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้บริการ
		พึงพอใจ มาก	ค่อนข้าง พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อย พึงพอใจ	ไม่พึง พอใจเลย	
ด้านบริการต่าง ๆ ที่มีในสถานี							
1	ความพึงพอใจเมื่อซื้อตั๋วเดินทาง						
2	ความพึงพอใจเมื่อมารับ - ส่ง ผู้ที่เดินทาง ณ.บริเวณชานชาลา						
3	ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องน้ำ						
4	ความพึงพอใจจากการใช้บริการฝากสัมภาระ						
5	ความพึงพอใจจากการสอบถามข้อมูลการเดินทาง และข้อมูลการท่องเที่ยว โรงแรม และที่พัก						
6	ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้โทรศัพท์สาธารณะ						
7	ความพึงพอใจจากการใช้บริการไปรษณีย์						
8	ความพึงพอใจจากการใช้บริการรับสัมภาระ						
9	ความพึงพอใจจากการใช้บริการร้านค้า ร้านอาหาร						
10	ความพึงพอใจจากการใช้บริการตู้กดเงินอัตโนมัติ (ATM)						
11	ความพึงพอใจต่อการใช้สถานที่ท่ารถ						
12	ความพึงพอใจต่อการใช้ที่พักรถชั่วคราว (ตู้พักรถฉุกเฉิน)						
13	ความพึงพอใจจากการใช้บริการห้องพยาบาล						
14	ความพึงพอใจจากการให้บริการรับ - ส่ง สินค้า และ พัสดุ						

ข้อ ที่	ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้บริการ
		พึงพอใจ มาก	ค่อนข้าง พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อย พึงพอใจ	ไม่พึง พอใจเลย	
ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ							
15	ความพึงพอใจต่อค่าโดยสารในการเดินทาง						
16	ความพึงพอใจต่อราคาสินค้า และ ราคาค่าอาหาร ภายในสถานี						
17	ความพึงพอใจต่อค่าบริการการขนส่งสัมภาระ						
18	ความพึงพอใจต่อค่าบริการในการใช้ห้องน้ำ						
ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานีรถไฟกรุงเทพ(หัวลำโพง)							
19	ความพึงพอใจต่อการจัดพื้นที่ การ ตกแต่ง และบรรยากาศภายใน สถานี						
20	ความพึงพอใจต่อความสะอาดภายใน สถานี						
21	ความพึงพอใจต่อความปลอดภัย ภายในสถานี						
22	ความพึงพอใจต่อ สถานที่จอดรถ เพื่อ รับ – ส่ง ผู้ที่จะเดินทาง						
23	ความพึงพอใจต่อทางเดิน ที่ สามารถเชื่อมต่อกับระบบรถไฟฟ้า ได้ดี ทันที						
ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร							
24	ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูล ข่าวสาร จากการกระจายเสียง						
25	ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูล ข่าวสารจาก เอกสาร แผ่นพับ						
26	ความพึงพอใจต่อการได้รับข้อมูล ข่าวสารต่าง จากบอร์ด ป้าย ต่าง ๆ ภายในสถานี						
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ							
27	ความพึงพอใจต่อการให้คำแนะนำ ของพนักงาน						

28	ความพึงพอใจต่อการแก้ไขปัญห ของพนักงาน						
ข้อ ที่	ข้อคำถาม	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคย ใช้บริการ
		พึงพอใจ มาก	ค่อนข้าง พึงพอใจ	เฉย ๆ	ไม่ค่อย พึงพอใจ	ไม่พึง พอใจเลย	
29	ความพึงพอใจต่ออัยยาศัย กิริยา สุภาพอ่อนน้อม ในการให้บริการ ของพนักงาน						
30	ความพึงพอใจต่อความรวดเร็ว ใน การให้บริการของพนักงาน						
ด้านความก้าวหน้าทันสมัยของการบริการ							
31	ความพึงพอใจต่อการใช้ระบบ คอมพิวเตอร์ในการออกตั๋ว และ จองตั๋วเดินทาง						
32	ความพึงพอใจต่อการใช้บอร์ดไฟ ฟ้า แสดงตารางเดินรถ แสดงเวลา รถไฟ เข้า – ออก						

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเสนอแนะที่จะให้ รถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) นำไปปรับปรุงการบริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้การบริการดีขึ้น

1.ด้านบริการต่างๆที่มีภายในสถานี

.....

.....

.....

.....

2.ด้านราคาค่าบริการต่าง ๆ

.....

.....

.....

.....

3.ด้านลักษณะทางกายภาพของสถานี

.....

.....

.....

.....

4.ด้านการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร

.....

.....

.....

5.ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

.....

.....

.....

.....

6.ด้านความก้าวหน้าทันสมัยในการให้บริการ

.....

.....

.....

.....

ผู้ทำการวิจัยต้องขอขอบคุณที่ท่านได้ให้ความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม และจะนำข้อมูลนี้ไปใช้เพื่อการ
ศึกษา และ เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจต่อไป

ภาคผนวก ข
หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศธ 0519.12/10-4 2

วันที่ 13 ตุลาคม 2547

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายสมชัย เจริญวรเกียรติ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)” โดยมี อาจารย์วรรางคณา อศิสรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ อาจารย์ธเนศวรศักดิ์ กริธิวาณิชย์ และ อาจารย์สุวิชา โกมลทัต เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นายสมชัย เจริญวรเกียรติ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเชชากุล)

คณะบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ที่ ศธ 0519.12/10๒๕๐



บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

13 ตุลาคม 2547

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เพื่อการวิจัย

เรียน ผู้จัดการสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถาม

เนื่องด้วย นายสมชัย เจริญวรเกียรติ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง)” โดยมี อาจารย์วรรางคณา อิศรประเสริฐ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ นิสิตมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยขอให้ผู้ใช้บริการสถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการได้รับบริการ ณ สถานีรถไฟกรุงเทพ (หัวลำโพง) ในระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2547

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ นายสมชัย เจริญวรเกียรติ ได้เก็บข้อมูลในการทำสารนิพนธ์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 02-664-1000 ต่อ 5618, 5731

หมายเหตุ : ต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ นิสิต โทรศัพท์ 02-6771014 มือถือ 01-4363483



ที่ ปส.1/220/2547

การรถไฟแห่งประเทศไทย
รองเมือง ปทุมวัน กทม. 10330

วันที่ 4 ตุลาคม พ.ศ. 2547

เรื่อง อนุญาตให้เก็บแบบสอบถามเพื่อการทำสารนิพนธ์

เรียน รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ตามที่ท่านได้มีหนังสือ ลงวันที่ 22 กันยายน 2547 เกี่ยวกับการขอความอนุเคราะห์ให้ นายสมชัย เจริญวรเกียรติ นิสิตปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด (ภาคพิเศษ) คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เก็บแบบสอบถามเพื่อทำสารนิพนธ์ เรื่อง "ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการรับบริการ" บริเวณสถานีรถไฟกรุงเทพ ระหว่างวันที่ 1 - 30 พฤศจิกายน 2547 นั้น

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ การรถไฟแห่งประเทศไทย พิจารณาแล้วเห็นควรให้ดำเนินการได้ตามที่ขอมา และหลังจากดำเนินการแล้วเสร็จเป็นสถิติ ขอให้จัดส่งข้อมูลที่ได้จัดทำเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้กองประชาสัมพันธ์ทราบ เพื่อจะได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ตามความเหมาะสมต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสุขุมลย์ ศิริตุลา)

หัวหน้ากองประชาสัมพันธ์

กองประชาสัมพันธ์ สำนักผู้ว่าการ

โทรศัพท์ 0-2222-0175

ภาคผนวก ค
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
อาจารย์ ดร. ธนัยวงศ์ กรีติวณิชย์	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิชา โกมลทัต	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายสมชัย เจริญวรเกียรติ
วันเดือนปีเกิด	5 สิงหาคม 2509
สถานที่เกิด	จังหวัด กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	3/112 ถนนอิสรภาพ เขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพฯ ฯ 10600
ประวัติการศึกษา	
2547	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2537	เกษตรศาสตรมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2531	ศิลปบัณฑิต คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2528	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนทวีธาภิเศก
ประวัติการทำงาน	
2544	ผู้จัดการออกแบบร้านค้าปลีก ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท บริษัทซีเมนต์ไทยการตลาด จำกัด (เครือซีเมนต์ไทย)
2548	ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป สำนักบริหารการตลาด บริษัท ซีพี เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) (เครือเจริญโภคภัณฑ์)