



## ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32

กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ

Factors Affecting Customer Satisfaction of Special Express “Taksinarat” 31/32

Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok

วรรณัช อุไรรัตน์<sup>1</sup> ทรงวุฒิ ดีจงกิจ<sup>2</sup> และ บวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, E-mail: Wanvanat.june141@gmail.com

<sup>2</sup> อาจารย์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต, E-mail: songwut2737@gmail.com

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์เช่นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 7.006 และมีค่า Sig. เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 6.520 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนด จึงกล่าวได้ว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน

ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 พบว่า พฤติกรรมผู้ให้บริการด้านเหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 6.275 และมีค่า Sig. เท่ากับ .013 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า เหตุผลที่เลือกใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน และพฤติกรรมผู้ให้บริการด้านช่องทางในการจองตั๋วที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 4.893 และมีค่า Sig. เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนด จึงกล่าวได้ว่า ช่องทางใน



การจูงตัว ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32ฯ โดยรวมแตกต่างกัน และพฤติกรรมผู้ใช้บริการด้านสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32ฯ โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 14.306 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า ค่า Sig. ที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้ว่า สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32ฯ โดยรวมแตกต่างกัน และ พฤติกรรมผู้ใช้บริการด้านแรงจูงใจด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการรถด่วนฯ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32ฯ โดยรวมแตกต่างกัน โดยมีค่า F-Test เท่ากับ 18.655 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่ง น้อยกว่าค่า Sig. ที่กำหนดไว้ จึงกล่าวได้แรงจูงใจด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการรถด่วนฯ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32ฯ โดยรวมแตกต่างกัน

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บริการ, พฤติกรรมผู้บริโภค, รถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ

## ABSTRACT

A Research Study on “Factors Affecting Customer Satisfaction of Special Express “Taksinarat” 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok ” had the following objectives: 1. To study demographic characteristics such as gender, age, education level, occupation, monthly income, and status affecting customer satisfaction level of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok. 2. To study customer behavior of special express Taksinarat 31/32 affecting customer satisfaction level of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok. The sample was 400 customers of special express Taksinarat 31/32.

The results of this study indicated that demographic characteristics and personal factors of education level affect customer satisfaction level of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok overall difference. The F-Test value was 7.006 and the Sig. value was .001, which was less than the specified Sig. It can be said that different levels of education have customer satisfaction levels of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. Different personal monthly income factors affect customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 differently. The F-Test value was 6.520 and the Sig. value was .000, which is less than the specified Sig. It can be said that different monthly income affected the overall customer satisfaction level of special express Taksinarat 31/32 differently.

Regarding customer behavior of special express Taksinarat 31/32, it was found that the user behavior of the reason for choosing the service affected the satisfaction level of customers of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. The F-Test value was 6.275 and the Sig. value was .013, which was less than the specified Sig. It can be said that the reasons for choosing different services affect customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. User behavior on different booking channels affected customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-



Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. The F-Test was 4.893 and the Sig. was 0.008, which was less than the specified Sig. It can be said that different booking channels affect customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. Media service user behavior that received public relations information affected customer satisfaction of special express Taksirat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. The F-Test was 14.306 and the Sig. was .000, which was less than the specified Sig. It can be said that the media that received different public relations information affected customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. Technology service user behavior in the train was an incentive to choose the service, affecting customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently. The F-Test was 18.655 and the Sig. was .000, which was less than the specified Sig. It can be said that technology motivation for choosing different services affect customer satisfaction of special express Taksinarat 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok in overall differently.

**Keywords:** Satisfaction, Customer, Consumer Behavior, Factors Affecting Customer Satisfaction of Special Express “Taksinarat” 31/32 Bangkok-Hat Yai Junction-Bangkok

## 1. บทนำ

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการขยายตัวของเศรษฐกิจและสังคมโลก บวกกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของประชากรในยุคปัจจุบัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในการสนับสนุนเศรษฐกิจ สังคม และเป็นการกระจายความเจริญไปยังเมืองและพื้นที่ต่างๆ นอกจากนั้นยังเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้ดีขึ้นอีกด้วย (วารสารเศรษฐกิจและสังคม, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) โดยปัจจุบันประเทศไทย กำลังปรับเปลี่ยนเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมหรือที่เรียกว่า Thailand 4.0 การที่จะทำให้อโยบายประสบความสำเร็จนั้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งและการให้บริการที่ดีที่ทันสมัยครบวงจรนั้น เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งเป็นส่วนในการช่วยให้ประชากรทั้งภายในและภายนอกประเทศที่เดินทางเข้าออก สามารถเดินทางไปได้โดยสะดวก รวดเร็วและปลอดภัย รวมถึงช่วยให้ผู้คนเข้าถึงพื้นที่ที่อยู่ห่างไกลได้ง่ายยิ่งขึ้น และยังมีส่วนขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้านการแข่งขันของภาคธุรกิจต่างๆทั้งภายในและนอกประเทศ อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศอีกด้วย

ยานพาหนะถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเดินทางและขนส่งผู้โดยสาร ดังนั้นธุรกิจด้านการขนส่งนั้น การนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้ก็ล้วนเป็นสิ่งสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยในการตัดสินใจเลือกใช้รูปแบบการเดินทางของผู้คน ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ละคุณลักษณะ พฤติกรรมและวัตถุประสงค์ของผู้ใช้บริการ โดยในปัจจุบันระบบการขนส่งสาธารณะที่ให้บริการระหว่างจังหวัดภายในประเทศไทยนั้น ก็จะมีการขนส่งทางอากาศ หรือการโดยสารโดยเครื่องบิน การขนส่งทางถนนเช่น การให้บริการรถทัวร์และรถตู้โดยสารของบริษัทขนส่ง การขนส่งทางรางหรือการโดยสารโดยรถไฟ ซึ่งรูปแบบการขนส่งทั้ง 3 แบบในภาคธุรกิจนั้นก็มีการแข่งขันกันค่อนข้างรุนแรงในการดำเนินส่วนแบ่งทางการตลาด โดยเฉพาะธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำหรือ Low Cost Airline ที่ได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงมากเนื่องจาก สามารถตอบสนองความต้องการของคนส่วนใหญ่ได้ในปัจจุบัน คือมีราคาให้เลือกหลากหลาย มีช่วง



ราคาโปรโมชันสัมสมไม่แพ้ของที่ระลึกหรือใช้เป็นส่วนลดในการซื้อตั๋ว มีเวลาเที่ยวบินให้เลือกใช้บริการมากมาย แล้วยังมีความรวดเร็วในการไปถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งมีภาพลักษณ์ในเชิงบวก จึงถือว่าเป็นคู่แข่งตัวฉกาจของบริษัทขนส่งและการรถไฟไทยเป็นอย่างมาก

แต่เนื่องจากวิสัยทัศน์เชิงการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศปัจจุบันนี้รัฐบาลมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบรางเป็นพิเศษ ดังจะเห็นได้จากโครงการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงและรถไฟทางคู่ไทย-จีน และไทย-ญี่ปุ่นที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพราะการพัฒนาระบบขนส่งทางรางของประเทศมุ่งให้การขนส่งระบบรางเป็นระบบการขนส่งหลักที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการขนส่งและเชื่อมต่อกับจุดเชื่อมต่ออื่นๆ ได้ จึงจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับการขนส่งทางรางให้มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ให้เกิดความตรงต่อเวลา สะดวกและปลอดภัย รวมถึง การสนับสนุนให้ใช้การขนส่งทางรางที่สามารถลดต้นทุน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศประเด็นต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่รัฐบาลคำนึงถึง เพื่อให้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมในครั้งนี้นำไปประสบความสำเร็จและมีประโยชน์สูงสุดต่อประเทศชาติ ถึงแม้ตอนนี้รถไฟรางคู่ และรถไฟความเร็วสูงจะยังไม่แล้วเสร็จและเปิดให้บริการ แต่ทางรัฐบาลและการรถไฟก็ได้พยายามจัดหารูปแบบการให้บริการ อย่างการเปิดให้บริการขบวนรถด่วนพิเศษรุ่นใหม่สำหรับบริการเชิงพาณิชย์ โดยให้บริการระหว่างสถานีกรุงเทพ – เชียงใหม่, อุบลราชธานี, หนองคาย และหาดใหญ่ เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของตลาด และให้สอดคล้องกับแผนการก่อสร้างทางคู่ระยะเร่งด่วนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งเป็นการเพิ่มรูปแบบทางการแข่งขันทางด้านส่วนแบ่งทางการตลาดกับบริษัทขนส่ง ที่ถือว่าเป็นคู่แข่งที่ค่อนข้างสูสี ณ ขณะนี้ ซึ่งบรรดารถทัวร์เองนั้นก็ได้มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น เข้ามาปรับใช้เพื่อให้บริการ ดังนั้นเราจะเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการที่เป็นส่วนช่วยในด้านการแข่งขันที่สำคัญ และหากในอนาคตรถไฟรางคู่และรถไฟความเร็วสูงเปิดให้บริการแบบครบวงจร อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในภาคธุรกิจการขนส่งก็เป็นได้ ซึ่งเราอาจเห็นการแข่งขันแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดระหว่างสายการบินต้นทุนต่ำกับรถไฟความเร็วสูงของการรถไฟที่ดูเดือดร้อน และอาจส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจที่เป็นการขนส่งทางถนนในอนาคต (<http://www.railway.co.th>)

ดังนั้นผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความสำคัญของการให้บริการทางรางเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงได้ทำการวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 โดยเลือกทำ 1 เส้นทางจากทั้งหมด 4 เส้นทาง คือเส้นทางสายใต้ กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ โดยได้การทำแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการ ซึ่งจะถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการใช้ เหตุผลในการเลือกใช้ประเภทตัวโดยสารที่เลือกใช้และข้อความอื่นๆ และแบบสอบถามในส่วนในระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการด้านการจัดจำหน่ายตั๋ว การให้บริการด้านขบวนรถโดยสาร การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ เพื่อที่จะได้ทราบว่าผู้คนที่แต่ละเพศแต่ละช่วงอายุ ฯลฯ นั้น ให้ความสำคัญกับด้านไหนมากน้อยเพียงใด กลุ่มคนที่ใช้บริการส่วนใหญ่มีลักษณะอย่างไร พฤติกรรมผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในด้านการให้บริการแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อให้องค์กรได้สามารถนำไปปรับปรุงการให้บริการในด้านนั้นๆ ได้ หรือการทำการบริการให้ดียิ่งขึ้นไป เป็นต้น



## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์เช่นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ

## 3. การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เป็นผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เนื่องจากประชากรเป็นกลุ่มที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรที่ไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (1953) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550, น. 74) โดยการกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 โดยได้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 384.16 คน

### 3.1 การสุ่มตัวอย่าง ใช้หลักการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) ทำการเลือกแจก แบบสอบถามกับผู้ที่รอขึ้นใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31 และ 32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีกำหนดแบบโควตา (Quota Sampling) โดยการ กำหนดสัดส่วนสำหรับการสำรวจแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยได้สุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31 คือรอบขบวนต้นทางจากสถานีกรุงเทพไปจุดหมายปลายทางสิ้นสุดที่สถานีชุมทางหาดใหญ่ และจากผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 32 คือรอบขบวนต้นทางจากสถานีชุมทางหาดใหญ่ไปจุดหมายปลายทางสิ้นสุดที่สถานีกรุงเทพ

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 ได้แก่ วัตถุประสงค์ เหตุผลที่เลือกใช้บริการ ช่องทางในการจองตั๋ว ประเภทตั๋วโดยสาร ช่องทางรับข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจด้านเทคโนโลยีภายในขบวนรถ

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 โดยคำถามแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1.การให้บริการด้านจัดจำหน่ายตั๋ว 2.การให้บริการด้านขบวนรถโดยสาร 3.การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์

โดยเก็บรวบรวมตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ทำการคีย์ข้อมูลลงในระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อหาค่าทางสถิติเพื่อสรุปผลลัพธ์

### 3.3 การทดสอบเครื่องมือ



ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้

1. ความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity) เป็นการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาว่าแบบสอบถามที่ใช้สามารถวัดปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ โดยพิจารณาในด้านความเที่ยงตรง ความเหมาะสมของเนื้อหา (Content Validity) ความเหมาะสมในการใช้ภาษา และความชัดเจนของคำถามในแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย

2. ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับผู้ใช้บริการรถไฟภายในสถานีหัวลำโพง จำนวน 30 ตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบราค โดยค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.942

#### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. ข้อมูลในแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถด่วน และส่วนที่ 3 ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การทดสอบสมมติฐานระหว่างข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถด่วนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 ที่มีส่งต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 โดยใช้การวิเคราะห์ T-test ซึ่งจะใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม และ F-test (One-way Analysis of Variance ANOVA)

3. การทดสอบสมมติฐานระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรถด่วนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ ที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 โดยใช้การวิเคราะห์ การวิเคราะห์ F-test (One-way Analysis of Variance ANOVA) ซึ่งจะใช้ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปเป็นสถิติในการทดสอบ เพื่อทดสอบว่าข้อมูลในแต่ละกลุ่มที่จำแนกนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญหรือไม่

#### 4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศชาย จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 และ เพศหญิง จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 136 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.00 รองลงมาอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ต่อมาคือ 36-45 ปี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 46-55 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รองมาตามลำดับส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคืออายุ 56 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุดคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.30 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ



29.50 รองลงมา ข้าราชการ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 ต่อมาคือ นักเรียน/ นิสิต/นักศึกษา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ว่างงาน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 งานอิสระ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 เจ้าของกิจการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 อื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 รอง มาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ เกษียณอายุ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีรายได้เฉลี่ยรวมต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมา มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ต่อมาคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 20,001-30,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ 30,001-40,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 มีสถานภาพการสมรสเป็น โสด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 รองลงมา สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.70 รองมา ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ คือ ไปท่องเที่ยวพักผ่อน จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา กลับภูมิลำเนา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 ต่อมาคือ ไปเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ไปทำงาน/ทำธุรกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ไปศึกษาเล่าเรียน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 รองมาตามลำดับ ส่วน กลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ อื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 เหตุผลที่เลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ คือ ความสะอาดและทันสมัย จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา ความสะดวกในด้านสัมภาระ จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 ต่อมาคือ ความปลอดภัย จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 ราคาเหมาะสม จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 สถานีอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ความสะดวกด้านกายภาพ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 4.90 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ อื่นๆ จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 2.20 ช่องทางการจองตั๋วโดยสารรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ คือ ไปจองที่สถานี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา จองผ่านระบบจองตั๋วออนไลน์ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.70 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ โทรจองผ่านคอลเซ็นเตอร์ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ประเภทตั๋วโดยสารรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ ที่เลือกคือ ตั๋วโดยสารชั้นที่ 2 เพียงลำ จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.80 รองลงมา ตั๋วโดยสารชั้นที่ 1 เพียงลำ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 ต่อมาคือ ตั๋วโดยสารชั้นที่ 1 เหม่าห้อง จำนวน 41 คน คิด เป็นร้อยละ 10.40 ตั๋วโดยสารชั้นที่ 2 เพียงบน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ ตั๋วโดยสารชั้นที่ 1 เพียงบน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 สื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการให้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ คือ ทางสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมา ทางเว็บไซต์การรถไฟแห่งประเทศไทย จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 33.60 ต่อมาคือ ป้าย บอร์ดประชาสัมพันธ์ตามสถานีรถไฟ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90 ศูนย์บริการลูกค้าสัมพันธ์หรือคอลเซ็นเตอร์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.60 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุดคือ อื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70 เทคโนโลยีภายในขบวนเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัถย์ที่ 31/32 พบว่า เป็น



แรงจูงใจปานกลางที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมา เป็นแรงจูงใจมากที่สุดที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองมาตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างน้อยสุด คือ เป็นแรงจูงใจน้อยที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตอนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.77$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D. = 0.62) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้าน ขบวนรถโดยสาร โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ( $\bar{X}= 4.00$ ) รองลงมาคือ ด้านจัดจำหน่ายตั๋ว ( $\bar{X}= 3.73$ ) ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยสุดคือ ด้านข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ( $\bar{X}= 3.60$ )

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่า F-Test เท่ากับ 7.006 และมีค่า Sig. เท่ากับ .001 และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่า F-Test เท่ากับ 6.520 มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ แตกต่างกันได้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้ใช้บริการ พบว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่า F-Test เท่ากับ 6.275 และมีค่า Sig. เท่ากับ .013 ช่องทางการจองตั๋วที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่า F-Test เท่ากับ 4.893 และมีค่า Sig. เท่ากับ .008 แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งมีค่า F-Test เท่ากับ 14.306 และมีค่า Sig. เท่ากับ .000 และ แรงจูงใจด้านเทคโนโลยีที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการรถด่วนฯ ที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ แตกต่างกันได้

## 5. การอภิปรายผล

ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32 กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แสดงว่าที่ผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตย์ที่ 31/32ฯ ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ตนเองต้องการ หรือได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการอย่างเต็มที่ สอดคล้องกับแนวคิดของปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2549, หน้า 43) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจะรับรู้ความพึงพอใจจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมรอบตัว และหากสิ่งที่ได้รับเป็นไปตามความต้องการก็จะก่อให้เกิดความพึงพอใจ

ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้แนวทางความคิดของ Millet (1954, pp.397-400) ที่ได้กล่าวเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริการ (Satisfactory Service) ความสามารถที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นเป็นที่พึงพอใจหรือไม่โดยทำการวัดจากปัจจัยดังต่อไปนี้ การให้บริการอย่างเท่าเทียม (Equitable Service) ความเสมอภาคและเสมอหน้า (Equality Service) การให้บริการที่รวดเร็วทันต่อเวลา (Timely Service) การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) และการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Progressive Service) ซึ่งเป็นตัวอย่างแนวคิดในการตั้งคำถามเพื่อวัดระดับความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้านคือ การให้บริการด้านจัดจำหน่ายตั๋ว การให้บริการด้านขบวนรถโดยสาร และการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิจัยของ อัจฉรา สมประสา (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย : ศึกษากรณีเส้นทางสายใต้ (กรุงเทพ-หัวหิน) ผลวิจัย การให้บริการฯ พบว่า ควรพัฒนาด้านขบวนรถไฟ ความสะอาดของขบวนรถไฟ ด้านขั้นตอนการให้บริการ การติดป้ายประกาศหรือแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ





ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างสุภาพ และความรู้ความสามารถในการให้บริการ เช่น สามารถตอบคำถาม ชี้แจงข้อสงสัยให้คำแนะนำได้ ด้านเวลาในการเดินทาง ความเหมาะสมของระยะเวลาการเดินทางและความตรงต่อเวลาของการเดินทาง เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบว่าระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ งานวิจัยของ สิริวัฒน์ มีแสงแพรว (2553) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของสายการบินไทยสมายล์ พบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการให้บริการสายการบินไทยสมายล์แตกต่างกัน และตามแนวคิดของ เสรีวงษ์มณฑา (2548, น. 32-46) ที่ได้กล่าวไว้ว่าผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่างๆ ซึ่งมีผลมาจากความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อและใช้บริการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐนันท์ พุกภักดี (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการชาวไทยที่มีต่อสายการบินไทย พบว่า ผู้โดยสารที่ช่องทางในการจองตั๋วที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสายการบินที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 6. สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ มีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์เช่นเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 ที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ เพื่อให้องค์กรได้สามารถนำข้อมูลไปปรับปรุงการให้บริการในด้านนั้นๆได้ หรือนำข้อมูลไปใช้ในด้านการบริหารจัดการด้านการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยรวมต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ที่เลือกใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ คือ ไปท่องเที่ยวพักผ่อน มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ ความสะอาด และทันสมัย ช่องทางการจองตั๋วส่วนใหญ่คือ คือ ไปจองที่สถานี ประเภทตั๋วโดยสาร คือ ตั๋ว โดยสารชั้นที่ 2 เพียงค่าโดยสาร รับทราบข้อมูลข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เทคโนโลยีภายในขบวนเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พบว่า ด้าน ขบวนรถโดยสาร โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด นอกจากนี้สมมุติฐานการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน เหตุผลในการเลือกใช้บริการ ช่องทางการจองตั๋ว แหล่งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ และเทคโนโลยีภายในขบวนที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 กรุงเทพมหานคร-ชุมทางหาดใหญ่-กรุงเทพฯ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา คือ

1. การให้บริการด้านจัดจำหน่ายตั๋ว ควรมีการวางแผนด้านบุคลากรที่ประจำเคาเตอร์จำหน่ายตั๋วที่สถานีและวางแผนระบบเทคโนโลยีให้เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ มีระบบชำระเงินที่หลากหลายเช่น เคาน์เตอร์เซอร์วิส หรือมีตู้จำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ อีกทั้งควรมีสื่อการสอนวิธีการจองตั๋วออนไลน์ตามบอร์ดประชาสัมพันธ์ตามสถานีรถไฟหรือสื่อภาพเคลื่อนไหวเช่น เผยแพร่ใน Youtube ฯ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้โดยสารที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีแต่ไม่รู้วิธีการจองตั๋ว และควรมีนโยบายด้านโปรโมชั่นส่วนลดต่างๆ ในช่วงเทศกาลหรือปิดภาคเรียน มุ่งเน้นทำโปรโมชั่นด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก มีการวางแผนด้านการตลาดหากผู้โดยสารต้องการยกเลิกตั๋วหรือเลื่อนเที่ยวการเดินทางเป็นเวลานาน เป็นต้น
2. การให้บริการด้านขบวนรถโดยสาร ภายในขบวนควรมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยใช้งานได้ เช่น WIFI ระบบให้ความบันเทิงเช่นทีวี เป็นต้น ควรเพิ่มตู้โบกี้โดยสารที่ผู้โดยสารส่วนใหญ่เลือกใช้บริการหรือเพิ่มรอบการเดินทางให้เป็นไปตามความต้องการของผู้โดยสาร เพิ่มความสะดวกสบายด้านความสะอาดและด้านสัมภาระ เป็นต้น
3. การให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ ควรมีการอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับการใช้บริการรถด่วนขบวนพิเศษทักษิณารัตน์ที่ 31/32 อยู่เสมอ เพิ่มช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารให้มากขึ้น ศูนย์คอลเซ็นเตอร์ควรติดต่อได้ตลอดเวลา

#### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับบริหารและวิจัย*. (น. 74). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2561). *ด่วนพิเศษทักษิณารัตน์ กรุงเทพ-ชุมทางหาดใหญ่ ขบวน 31/32*. สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.railway.co.th>
- ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2549). *การบริหารงานวิชาการ*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพมหานคร.
- สิริวัฒน์ มีแสงแพรว. (2558). ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการของสายการบินไทยสมายล์. *Southeast Bangkok Journal*, 1(2) (July-December 2015), 23-37.
- อัครา สมประชา (2559). *การให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย : ศึกษากรณีเส้นทางสายใต้ (กรุงเทพฯ-หัวหิน)* (Unpublished Independent Study). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพมหานคร.
- Millet, J. D. (1954). *Management in the Public Service. The Quest for Effective Performance*. New York: McGraw-Hill.