

รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report)

งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดี
ของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567



จัดทำโดย: มหาวิทยาลัยบูรพา
เสนอต่อ: การรถไฟแห่งประเทศไทย

สารบัญ

งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567

สารบัญเนื้อหา		
บทที่	หัวข้อ	หน้า
บทที่ 1	บทนำ	
	1.1 หลักการและเหตุผล	1-1
	1.2 วัตถุประสงค์	1-2
	1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-2
	1.4 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	1-4
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-5
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
	2.1 แนวคิดด้านความพึงพอใจ	2-1
	2.2 แนวคิดความผูกพันของลูกค้า	2-7
	2.3 แนวคิดด้านการให้บริการ	2-9
	2.4 แนวคิดด้านความจงรักภักดี	2-12
	2.5 แนวคิดระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ	2-13
	2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	2-17
	2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย	2-22
บทที่ 3	วิธีการบริหารและวิธีการดำเนินงาน	
	3.1 วิธีการบริหารงาน	3-1
	3.2 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	3-11
บทที่ 4	สรุปผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร	
	4.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดี และ ความผูกพันของผู้ใช้บริการของ รฟท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร	4-2
	4.2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพัน ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-18

สารบัญเนื้อหา

บทที่	หัวข้อ	หน้า
บทที่ 5	4.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-32
	4.4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-56
	สรุปผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ด้านการขนส่งสินค้า	
	5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ	5-2
	5.2 พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ	5-4
	5.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ที่มีการให้บริการของ รฟท.	5-8
	5.4 ความผูกพันของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ที่มีการให้บริการของ รฟท.	5-13
	5.5 ความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ที่มีการให้บริการของ รฟท.	5-15
	5.6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ	5-18
	สรุปและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท.	
บทที่ 6	6.1 กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ	6-2
	6.2 กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	6-8
	6.3 กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	6-18
	6.4 กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า)	6-27
	บรรณานุกรม	A-1
ภาคผนวก ก	แบบสอบถาม	ก-1
ภาคผนวก ข	ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล	ข-1

ภาพที่	สารบัญภาพ ชื่อภาพ	หน้าที่
2.1-1	กระบวนการเกิดความพึงพอใจของบุคคล	2-3
2.3-1	สามเหลี่ยมแห่งบริการ	2-9
2.5-1	หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ	2-15
2.7-1	กรอบแนวคิดในการวิจัยงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567	2-22
3.1-1	การบริหารงานเชิงคุณภาพตามหลักการ “PDCA Cycle”	3-2
3.2-1	วิธีการปฏิบัติงานงานโครงการ	3-11
3.2-2	กลุ่มลูกค้า รฟท. (ประชากร) ในปัจจุบัน	3-13
3.2-3	การสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ	3-19
3.2-4	การสุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เส้นทางเดินรถสายเหนือ ตะวันออกเฉียงเหนือ ตะวันออก และแม่กลอง	3-21
3.2-5	การสุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เส้นทางเดินรถสายใต้	3-22
3.2-6	วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	3-25
3.2-7	ขั้นตอนการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ	3-27
3.2-8	ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ	3-30
3.2-9	ขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รฟท.	3-33
4.1-1	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี ของ รฟท. ประจำปี 2567	4-17
5.5-1	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภักดี และผูกพัน 3 อันดับแรก ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ที่มีต่อ รฟท.	5-18

ตารางที่	สารบัญตาราง ชื่อตาราง	หน้าที่
3.1-1	แผนการดำเนินงานงานโครงการ	3-4
3.1-2	ตัวอย่างเครื่องมือการบริหารงานโครงการ RACI Matrix	3-6
3.1-3	แผนการส่งมอบงานโครงการ	3-7
3.1-4	หน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในโครงการ	3-9
3.2-1	จำนวนผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ประจำปีงบประมาณ 2566	3-13
3.2-2	จำนวนผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ 2566	3-14
3.2-3	สรุปจำนวนประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และสูตรที่ใช้ในการคำนวณ	3-17
3.2-4	วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ	3-18
3.2-5	วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	3-20
3.2-6	สรุปพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลของสถานีรถไฟเชิงสังคม จำแนกตาม จำนวนผู้โดยสาร ระดับชั้นสถานี และเส้นทางการเดินรถของ รฟท.	3-23
3.2-7	วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	3-24
3.2-8	สรุปพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลของสถานีรถไฟเชิงพาณิชย์ จำแนกตาม จำนวนผู้โดยสาร ระดับชั้นสถานี และเส้นทางการเดินรถของ รฟท.	3-26
3.2-9	การแปลผลความพึงพอใจ	3-31
3.2-10	การแปลผลความผูกพัน	3-31
3.2-11	การแปลผลความภักดี	3-31
4.1-1	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-2
4.1-2	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม	4-5
4.1-3	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-11
4.2-1	เพศของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-18
4.2-2	อายุของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-18
4.2-3	อาชีพของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-19
4.2-4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-19
4.2-5	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-20
4.2-6	เส้นทางของสถานีรถไฟที่ผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ	4-20
4.2-7	วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-21
4.2-8	วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารในภาพรวม	4-21

ตารางที่	สารบัญตาราง ชื่อตาราง	หน้าที่
4.2-9	ความถี่ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-22
4.2-10	วันที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-22
4.2-11	ช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-23
4.2-12	เส้นทางการเดินรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ	4-23
4.2-13	ขบวนรถไฟที่ผู้ให้บริการรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ	4-23
4.2-14	วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-24
4.2-15	ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท.ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-24
4.2-16	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-25
4.2-17	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-25
4.2-18	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-26
4.2-19	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-26
4.2-20	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-27
4.2-21	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-27
4.2-22	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการจัดการข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-27
4.2-23	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-28
4.2-24	ผลการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-28
4.2-25	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-29

ตารางที่	สารบัญตาราง ชื่อตาราง	หน้าที่
4.2-26	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-29
4.2-27	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-30
4.2-28	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความราคาของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-30
4.2-29	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทางของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-31
4.2-30	ผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-31
4.3-1	เพศของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-32
4.3-2	อายุของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-32
4.3-3	อาชีพของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-33
4.3-4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-33
4.3-5	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-34
4.3-6	เส้นทางของสถานีรถไฟที่ผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคมใช้เป็นประจำ	4-34
4.3-7	วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-35
4.3-8	วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-35
4.3-9	ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-36
4.3-10	วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-36
4.3-11	ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-37
4.3-12	เส้นทางการเดินทางที่ผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคมใช้เป็นประจำ	4-37
4.3-13	ขบวนรถไฟที่ผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคมใช้เป็นประจำ	4-37
4.3-14	วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-38
4.3-15	ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท.ของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม	4-38
4.3-16	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-39

สารบัญตาราง		
ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้าที่
4.3-17	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร เชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-40
4.3-18	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถ โดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-40
4.3-19	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวน รถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-41
4.3-20	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวน รถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-40
4.3-21	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของ ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-42
4.3-22	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการ โดยสาร และอื่น ๆ ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่มาใช้บริการ ณ สถานี รถไฟ	4-42
4.3-23	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้ บริการสถานีรถไฟ	4-43
4.3-24	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-43
4.3-25	ตารางที่ 4.3-25 ผลการประเมินความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการ ขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-44
4.3-26	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถ โดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-44
4.3-27	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวน รถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-45
4.3-28	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวน รถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-45
4.3-29	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านราคาของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้ บริการขบวนรถไฟ	4-46
4.3-30	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถของ รฟท.	4-46

สารบัญตาราง		
ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้าที่
4.3-31	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-47
4.3-32	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้	4-47
4.3-33	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา	4-47
4.3-34	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-48
4.3-35	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-48
4.3-36	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-49
4.3-37	ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-49
4.3-38	เหตุผลที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมกลับมาใช้บริการ	4-50
4.3-39	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.	4-50
4.3-40	ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท. ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-51
4.3-41	บุคคลที่ต้องการแนะนำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ รฟท.	4-51
4.3-42	การแก้ต่างให้กับ รฟท. เมื่อผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง รฟท. ในทางที่ไม่เหมาะสม	4-51
4.3-43	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารของ รฟท. ในอนาคต	4-52
4.3-44	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการยอมรับให้ปรับขึ้นราคาอัตราค่าโดยสาร	4-52
4.3-45	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อบริการเสริมของ รฟท.	4-52
4.3-46	สรุปการใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกนะ” ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	4-53

ตารางที่	สารบัญตาราง ชื่อตาราง	หน้าที่
4.3-47	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมิ่นบอกระ” ของ รฟท.	4-53
4.4-1	เพศของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-56
4.4-2	อายุของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-56
4.4-3	อาชีพของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-57
4.4-4	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-57
4.4-5	วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-58
4.4-6	เส้นทางของสถานีรถไฟที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ	4-58
4.4-7	วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-58
4.4-8	วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-59
4.4-9	ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-59
4.4-10	วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-60
4.4-11	ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-60
4.4-12	เส้นทางการเดินรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ	4-60
4.4-13	ขบวนรถไฟที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ	4-61
4.4-14	ชั้นโดยสารที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ	4-61
4.4-15	วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-61
4.4-16	ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท.ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-62
4.4-17	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-63
4.4-18	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-63
4.4-19	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-64
4.4-20	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-64

ตารางที่	สารบัญตาราง ชื่อตาราง	หน้าที่
4.4-21	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-65
4.4-22	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-65
4.4-23	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียน และอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-65
4.4-24	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ	4-66
4.4-25	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-67
4.4-26	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการรถโดยสาร	4-68
4.4-27	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-68
4.4-28	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-69
4.4-29	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-69
4.4-30	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านราคาของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-70
4.4-31	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-70
4.4-32	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-71
4.4-33	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้	4-71
4.4-34	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา	4-71
4.4-35	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-72

สารบัญตาราง		
ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้าที่
4.4-36	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-72
4.4-37	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-73
4.4-38	ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-74
4.4-39	เหตุผลที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์กลับมาใช้บริการ	4-74
4.4-40	ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.	4-75
4.4-41	ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท. ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-75
4.4-42	การแก้ต่างให้กับ รฟท. เมื่อผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ได้ยื่นผู้อื่นกล่าวถึง รฟท. ในทางที่ไม่เหมาะสม	4-75
4.4-43	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารของ รฟท. ในอนาคต	4-76
4.4-44	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการยอมรับให้ปรับขึ้นราคาอัตราค่าโดยสาร	4-76
4.4-45	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อบริการเสริมของ รฟท.	4-77
4.4-46	สรุปการใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกนะ” ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-77
4.4-47	สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกนะ” ของ รฟท.	4-77
5.1-1	ประเภทกิจการที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.	5-2
5.2-1	กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า กับ รฟท.	5-4
5.2-2	ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รฟท.	5-4
5.2-3	เส้นทางการขนส่งสินค้าทางรถไฟที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ใช้เป็นประจำ	5-5
5.2-4	ระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ของแต่ละหน่วยงาน	5-5
5.2-5	สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.	5-6

สารบัญตาราง		
ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้าที่
5.2-6	ปริมาณการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในแต่ละครั้ง	5-7
5.2-7	เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า เลือกใช้บริการกับ รฟท.	5-7
5.3-1	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	5-9
5.3-2	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	5-9
5.3-3	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	5-10
5.3-4	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด	5-10
5.3-5	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม	5-10
5.3-6	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า	5-11
5.3-7	ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความล่าช้าของขบวนรถ	5-11
5.3-8	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ยอมรับได้	5-11
5.3-9	ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา	5-11
5.4-1	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	5-13
5.4-2	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	5-13
5.4-3	ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	5-14
5.5.1	สรุปผลความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท.	5-15
5.5.2	ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	5-15
5.5-3	เหตุผลของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท.	5-16
5.5-4	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.	5-16
5.5-5	บุคคลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ต้องการบอกต่อ/แนะนำ	5-17
5.5-6	ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท. ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	5-17
5.5-7	การแก้ต่างให้กับ รฟท. เมื่อผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง รฟท. ในทางที่ไม่เหมาะสม	5-17
6.1-1	ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดบริเวณสถานีรถไฟ	6-6

แผนภูมิที่	สารบัญญแผนภูมิ ชื่อแผนภูมิ	หน้าที่
3.1-1	ผู้รับผิดชอบดำเนินงานโครงการ	3-8
4.1-1	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-3
4.1-2	สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม	4-4
4.1-3	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม	4-6
4.1-4	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4-7
4.1-5	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการบนขบวนรถไฟ	4-8
4.1-6	สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม	4-9
4.1-7	สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม	4-10
4.1-8	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-12
4.1-9	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ	4-13
4.1-10	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ	4-14
4.1-11	สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-15
4.1-12	สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์	4-16
5.3-1	สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท.	5-8
5.3-2	สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท.	5-12
6.1-1	เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-2
6.1-2	เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-3
6.1-3	เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-5
6.2-1	เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-8

แผนภูมิที่	สารบัญแผนภูมิ ชื่อแผนภูมิ	หน้าที่
6.2-2	เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร เชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-10
6.2-3	ผลการประเมินความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท. ของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	6-11
6.2-4	เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รฟท. ซ้ำ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 - 2567	6-12
6.2-5	เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 - 2567	6-13
6.2-6	เปรียบเทียบผลการปกป้อง รฟท. ของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 - 2567	6-14
6.3-1	เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร เชิงพาณิชย์ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565- 2567	6-18
6.3-2	เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567	6-19
6.3-3	ผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	6-20
6.3-4	เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รฟท. ซ้ำ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567	6-21
6.3-5	เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567	6-22
6.4-1	เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567	6-27
6.4-2	เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 และ 2567	6-28
6.4-3	ผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	6-29
6.4-4	เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รฟท. ซ้ำ ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 - 2567	6-30
6.4-5	เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 - 2567	6-31
6.4-6	เปรียบเทียบผลการปกป้อง รฟท. ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 - 2567	6-32



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 1

บทนำ

ในบทนี้จะเป็นการเกริ่นนำโดยภาพรวมของการดำเนินงานโครงการ เพื่อให้ทราบถึงหลักการ ที่มาที่ไปของการดำเนินโครงการ และขอบเขตการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ตลอดจนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเมื่อการดำเนินงานแล้วเสร็จ โดยประกอบด้วยการนำเสนอประเด็นต่างๆ ได้แก่ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ ขอบเขตการดำเนินงาน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และนิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ ดังนี้

1.1 หลักการและเหตุผล

การรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคมที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร และสินค้าทางรถไฟ โดยมุ่งเน้นการให้บริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างรายได้และผลกำไรให้แก่องค์กร รวมถึงการพัฒนาประสิทธิภาพในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นทางเลือกในการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ และให้บริการขนส่งในเชิงสังคมเพื่อประโยชน์ส่วนรวมของประชาชนและประเทศและตอบสนองนโยบายในการให้บริการขนส่งราคาต่ำและมีประสิทธิภาพของภาครัฐ ตอบสนองนโยบายของรัฐในการพัฒนาขยาย และเชื่อมโยงโครงข่ายการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า ซึ่งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 มาตรา 9 (3) กำหนดให้ส่วนราชการต้องจัดให้มีการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติตามแผนปฏิบัติราชการตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ส่วนราชการกำหนดขึ้น และมาตรา 45 นอกจากการจัดให้มีการประเมินผลตามมาตรา 9 (3) แล้วให้ส่วนราชการจัดให้มีคณะผู้ประเมินอิสระดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติราชการของส่วนราชการเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ของภารกิจ คุณภาพการให้บริการความพึงพอใจของประชาชน ผู้รับบริการ รวมถึงเพื่อให้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดี และสอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ที่มอบหมายให้รัฐวิสาหกิจปฏิบัติตามระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจตามระบบประเมินผลใหม่ ซึ่งส่งเสริมให้รัฐวิสาหกิจตอบสนองกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินภารกิจ/ธุรกิจการแข่งขัน ความต้องการของผู้ใช้บริการและบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงนโยบายที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศด้วยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมด้วยการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้

ในการดำเนินโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รพท. ได้มีการกำหนดกรอบการสำรวจและประเมินจากมิติการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากการสำรวจไปใช้ประกอบการวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขการให้บริการของ รพท. ตลอดจนช่วยขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รพท. ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อสำรวจและประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของ รพท. ซึ่งครอบคลุมมิติการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านกระบวนการ ด้านเจ้าหน้าที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้โดยสาร/ผู้ประกอบการขนส่งสินค้ายอมรับได้ และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2.2 เพื่อให้ รพท. มีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการครอบคลุมมิติการดำเนินงานด้านต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รพท.

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาจะดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของ รพท. โดยมีรายละเอียดขอบเขตการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้

1.3.1 ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย หรือหลักการทางสถิติที่กำหนด เช่น การกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง ขนาดตัวอย่าง วิธีการสำรวจ การออกแบบ และการสร้างเครื่องมือในการสำรวจการประมวผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ฯลฯ ทั้งนี้ ในการกำหนดวิธีการสำรวจ (Methodology) แบบสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

1.3.2 สร้างเครื่องมือในการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของ รพท. โดยครอบคลุมมิติการดำเนินงานต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.3.2.1 ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

1.3.2.2 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

1.3.2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3.2.4 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

1.3.2.5 ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

1.3.2.6 ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร

1.3.2.7 ด้านความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้โดยสาร/ผู้ประกอบการขนส่งสินค้ายอมรับได้

1.3.2.8 ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3.3 สำรวจและประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ของ รฟท. ให้ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1.3.3.1 ด้านการขนส่งผู้โดยสาร

ครอบคลุมพื้นที่สถานีและขบวนรถตามเส้นทางการเดินรถของ รฟท. จำนวน 5 เส้นทาง คือ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายใต้ สายตะวันออก และสายแม่กลอง โดยดำเนินการสำรวจและประเมินฯ ออกเป็น 3 หัวข้อ/กลุ่ม ประกอบด้วย สถานีรถไฟ ขบวนรถโดยสารเชิงสังคม และขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

1.3.3.2 ด้านการขนส่งสินค้าเหมาคัน

ครอบคลุมพื้นที่สถานีหรือสถานที่ประกอบการของผู้ขนส่งสินค้ากับ รฟท. ตามเส้นทางการเดินรถของ รฟท. จำนวน 4 เส้นทาง คือ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายใต้ และสายตะวันออก โดยดำเนินการสำรวจและประเมินฯ กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้ากับ รฟท. (แต่ละประเภทสินค้า)

1.3.4 สรุปและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท. ตามผลที่ได้จากการสำรวจและประเมินฯ ตามข้อ 1.3.3 พร้อมเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา โดยสรุปผลการสำรวจในภาพรวม และแยกสรุปออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

- (1) กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ
- (2) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม
- (3) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์
- (4) กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า)

1.3.5 จัดทำรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รวมถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการตามข้อ 1.3.4 ให้แก่ รฟท. เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รฟท.

1.3.6 ช่วยชี้แจงและตอบข้อซักถามตามประเด็นที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้ต่อผู้บริหารของ รฟท. คณะกรรมการหรือคณะทำงานที่ รฟท. แต่งตั้ง และหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

1.4 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

การดำเนินงานโครงการนี้ ได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 ดังนิตารายที่ 1.4-1 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการงานโครงการ

คำศัพท์	คำนิยาม
1. ความพึงพอใจ (Satisfaction)	ความรู้สึกชอบ สบายใจ หรือสุขใจของผู้โดยสาร และผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่มาใช้บริการกับ รฟท. โดยประกอบด้วยความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ด้านความเพียงพอของจำนวนตู้โดยสาร ด้านราคา และด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง
2. ความภักดี (Royalty)	ทัศนคติที่ผู้โดยสาร หรือผู้ประกอบการขนส่งสินค้ามีต่อ รฟท. ส่งผลให้เกิดการนึกถึง เชื่อถือ และศรัทธา รวมทั้งพฤติกรรมในด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อกิจกรรมทางการตลาดของ รฟท. เช่น การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อหรือแนะนำ หรือการปกป้องภาพลักษณ์ของ รฟท. เป็นต้น
3. ขบวนการบริการเชิงสังคม (Public Service Obligation: PSO)	บริการซึ่งเป็นพันธะกรณีที่ รฟท. ถูกกำหนดให้ดำเนินการโดยรัฐ และมีวัตถุประสงค์เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ให้แก่สาธารณชน ทั้งนี้ ในการให้บริการดังกล่าวประเภทขบวนรถต่างๆ ได้แก่ รถชานเมือง รถท้องถิ่น รถรวม และรถธรรมดา
4. รถชานเมือง (Commuter Train)	ขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับส่งผู้โดยสารจาก/ถึงสถานีกรุงเทพ บางซื่อ สถานีธนบุรี มีระยะทางประมาณ 150 กม. รวมถึงขบวนรถระหว่างสถานีวงเวียนใหญ่-มหาชัย ด้วย
5. รถท้องถิ่น (Local (Rural) Commuter Train)	ขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับส่งผู้โดยสาร ระหว่างสถานีต่าง ๆ ที่ไม่ใช่สถานีกรุงเทพ หยุธรรับ-ส่งทุกสถานี รวมถึงขบวนรถระหว่างสถานีแม่กลอง-บ้านแหลม ด้วย
6. รถรวม (Mixed Train)	ขบวนรถที่มีทั้งตู้โดยสารและตู้สินค้า สำหรับขนส่งผู้โดยสารและสินค้าต่าง ๆ โดยหยุดรับส่งทุกสถานี

คำศัพท์	คำนิยาม
7. รถธรรมดา (Ordinary Train)	ขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับส่งผู้โดยสารระหว่างสถานีกรุงเทพ/บางซื่อ และสถานีปลายทางที่มีระยะทางมากกว่า 150 กม. และหยุดทุกสถานี
8. ขบวนรถบริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Service)	การให้บริการในเส้นทางที่สามารถทำกำไรได้ ประกอบด้วยประเภทขบวนรถต่างๆ ได้แก่ รถด่วนพิเศษ รถด่วน และรถเร็ว
9. รถด่วนพิเศษ (Special Express Train)	รถด่วนพิเศษเป็นขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับ – ส่งผู้โดยสารระยะทางไกล และหยุดสถานีน้อยแห่ง
10. รถด่วน (Express Train)	รถด่วนเป็นขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับ – ส่งผู้โดยสารระยะทางไกล และหยุดสถานีมากกว่าขบวนรถด่วนพิเศษ
11. รถเร็ว (Rapid Train)	รถเร็วเป็นขบวนรถโดยสารที่จัดไว้สำหรับรับ – ส่งผู้โดยสารระยะทางไกล และหยุดสถานีมากกว่าขบวนรถด่วน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้ทราบถึงผลการให้บริการประชาชน หรือลูกค้าในปีที่ผ่านมา ว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับใด มีสิ่งใดบ้างที่ควรปรับปรุงแก้ไข ช่วยให้ รฟท. สามารถนำผลการศึกษาดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไขการให้บริการที่สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของประชาชน

1.5.2 มีความสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้รัฐวิสาหกิจให้บริการแก่ประชาชน เพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็วในการรับบริการในด้านต่าง ๆ



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทนี้ ที่ปรึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานของหลักการศึกษางานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 ผลการศึกษาดังกล่าว จะทำให้ทราบถึงตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้ใช้บริการ ให้สามารถนำมาออกแบบเครื่องมือในการวิจัยได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การทบทวนวรรณกรรมในโครงการฯ นี้ ประกอบด้วยการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่ แนวคิดด้านความพึงพอใจ แนวคิดด้านความผูกพัน แนวคิดการให้บริการ แนวคิดด้านความจงรักภักดี แนวคิดระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดด้านความพึงพอใจ

2.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสินค้า หรือการบริการ (Kotler & Armstrong, 2009) ซึ่งจะเป็นปัจจัยบ่งชี้ที่ยอดเยี่ยมของการตัดสินใจซื้อซ้ำ หรือกลับมาใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้ ความพึงพอใจในการบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ประการ คือ (1) องค์ประกอบด้านการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า หรือการบริการคือ การที่ผู้รับบริการจะรับรู้ได้ว่าสินค้า หรือการบริการที่ได้รับมีลักษณะตามค่านิยมสัญญาของกิจกรรม หรือการบริการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด จึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และ (2) องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ คือ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ในการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้จึงเกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง (Gronroos, 1990) ดังนั้น หากธุรกิจอยากประสบความสำเร็จจึงควรตอบสนองความพึงพอใจด้านบวกให้เกิดกับผู้บริโภค (Gerpott, Rams & Schindler, 2001) เช่นเดียวกับแนวคิดของ เบญจมาภรณ์ ภิญญพรพาณิชย์ (2559: 29) ที่ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ความรู้สึกของผู้รับบริการ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นความประทับใจ หรือไม่ประทับใจ ภายหลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ และบริการ โดยเปรียบเทียบกับความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ดังความสัมพันธ์ดังนี้

$$\text{ความพึงพอใจของลูกค้า} = \text{ความคาดหวัง} - \text{บริการที่ได้รับ}$$

2.1.2 ความหมายของความไม่พึงพอใจ

เบญจมาภรณ์ ภิญญพรพาณิชย์ (2559: 29) ได้อธิบายว่า ความไม่พึงพอใจ หมายถึง ผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เสนอความรู้สึกทางลบ หรือความคิดเห็นไม่พึงพอใจต่อการให้บริการเพื่อเป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับบริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย นำมาวิเคราะห์เป็นสารสนเทศ เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งความไม่พึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยมีสาเหตุมาจากการปฏิบัติงานที่ไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้รับบริการ โดยในการวัดความไม่พึงพอใจนั้น จะต้องมีการสร้างกรอบว่าผู้รับบริการนั้นไม่พึงพอใจในเรื่องใดบ้าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเวลาในการให้บริการ การอำนวยความสะดวก การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน อรรถาธิบายในการให้บริการ และความผิดพลาดจากการปฏิบัติงาน เป็นต้น ทั้งนี้ ในการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของหน่วยงานนั้นจะพิจารณาจากประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- (1) ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ
- (2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
- (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
- (4) ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

- (5) ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม
- (6) ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร
- (7) ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ
- (8) ด้านความพึงพอใจของจำนวนผู้โดยสาร ด้านราคา
- (9) ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

โดยในแต่ละประเด็น ควรมีข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับบริบทของงานบริการอย่างน้อย 3 ข้อ เพื่อให้องค์ประกอบในแต่ละด้านมีความชัดเจนมากขึ้น

2.1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

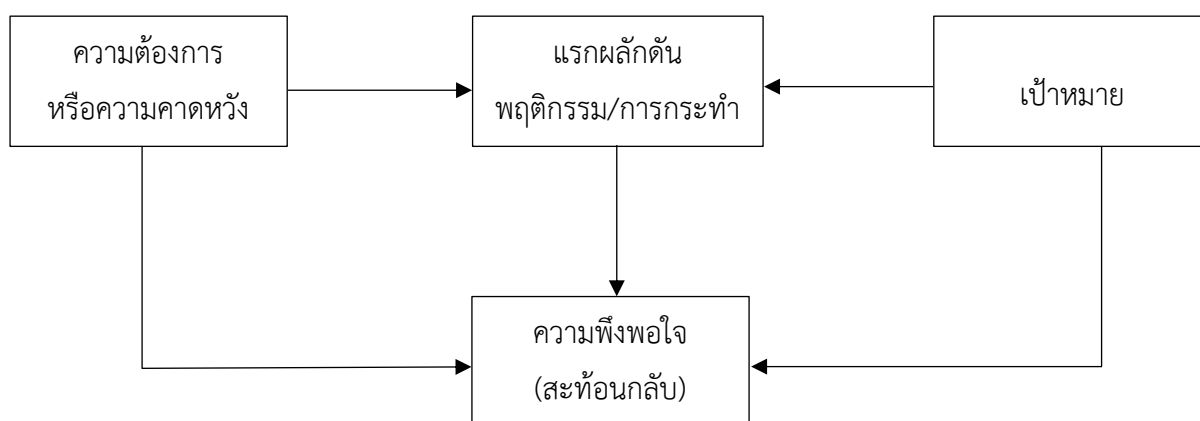
Mullins (1985) กล่าวถึงความพึงพอใจว่า เป็นผลมาจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ

2.1.3.1 ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคล

2.1.3.2 แรงผลักดันที่นำไปสู่การกระทำและพฤติกรรม

2.1.3.3 เป้าหมายที่ต้องการบรรลุในเรื่องนั้นเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้ว จะเกิดความพึงพอใจ

ดังภาพที่ 2.1-1



ภาพที่ 2.1-1 กระบวนการเกิดความพึงพอใจของบุคคล

2.1.4 ระบบการประเมินความพึงพอใจ

ระบบการประเมินความพึงพอใจเป็นวิธีการของการที่จะทำให้ศูนย์ราชการสะดวกได้รับข้อมูลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และคำร้องเรียนจากผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจำเป็นต้องจัดให้มีช่องทางในการวัดผลการให้บริการ รับข้อเสนอแนะ และแสดงความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่การรับฟังข้อมูลต่าง ๆ จากกลุ่มเป้าหมาย และนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงงานต่อไป

การให้บริการทั่วไปมักพบว่า ผู้รับบริการต้องการการบริการที่ตรงกับความต้องการ และยังต้องการการอำนวยความสะดวกเพื่อให้ได้รับการบริการที่รวดเร็ว ถูกต้องครบถ้วน อบอุ่น และมีการเอาใจใส่สนใจ และได้รับประโยชน์สูงสุด ดังนั้น การให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจจะต้องตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการอาจแสดงความต้องการโดยทางตรงจากคำพูด บอกกล่าว หรือ

ตั้งสมมติฐานเองว่าเจ้าหน้าที่ให้บริการทราบความคาดหวังของผู้รับบริการใน 3 ด้าน ดังนี้ (คณะกรรมการ
อำนวยการศูนย์ราชการสะดวก, 2559: 45-46)

(1) ด้านบุคลการ

ผู้รับบริการคาดหวังที่จะได้รับการตอบรับการดูแลอย่างกระตือรือร้น นอบน้อม พุดจา
ไพเราะ ให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจังและจริงใจ มีความรู้ในเรื่องที่จะให้บริการอย่างแท้จริง เมื่อมีข้อสงสัย
สามารถให้คำตอบชี้แจง รับฟังเรื่องที่เป็นปัญหา และช่วยแก้ไขปัญหให้ได้ ช่วยสร้างความมั่นใจได้ว่าจะได้รับ
การบริการที่มีคุณภาพ คุ่มค่า และถูกต้องสมบูรณ์

(2) ด้านสถานที่ เครื่องมือ และอุปกรณ์

ผู้รับบริการคาดหวังว่าจะได้เห็นหรือสัมผัสสถานที่ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด
มีป้ายชัดเจน แสดงวิธีการติดต่อ พื้นที่การบริการมีความทันสมัย และความคาดหวังที่จะได้เห็นสิ่งต่าง ๆ เพียงพอที่จะ
อำนวยความสะดวกได้

(3) ด้านการดำเนินการ

ผู้รับบริการต้องการได้รับความเชื่อมั่นว่าการดำเนินการนั้นเป็นไปอย่างมีขั้นตอน
เป็นระบบปฏิบัติได้ตามสัญญาที่วางไว้ มีความซื่อสัตย์สุจริตและเป็นธรรม ไม่คดโกง หรือเอาเปรียบผู้รับบริการ
และสังคม เพื่อให้ทราบข้อมูลการให้บริการที่แท้จริงจากผู้รับบริการ และนำไปใช้การปรับปรุงการให้บริการที่ดี
ขึ้น จำเป็นที่จะต้องทราบวิธีการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการโดยรวม และทราบวิธีการนำข้อมูล ความ
คิดเห็น และความพึงพอใจ รวมทั้งความไม่พึงพอใจนั้นมาจัดลำดับความสำคัญ เพื่อสร้างเป็นแบบแผนการ
ปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เป็นที่พึงพอใจของประชาชน

2.1.5 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ มีดังนี้ (ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ, 2558: 12)

2.1.5.1 สถานที่บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการยอม
ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการบริการ ท่าเลที่ตั้งและกระจายสถานที่บริการให้ทั่วถึง เพื่ออำนวยความสะดวก
แก่ลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญ

2.1.5.2 การส่งเสริมการแนะนำการบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการ
ได้ยินข้อมูลข่าวสาร หรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงของการบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกันกับความเชื่อก็
ก็จะมีความรู้สึกดีกับการบริการดังกล่าว อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้ความต้องการบริการตามมา

2.1.5.3 ผู้บริการและผู้ปฏิบัติกร ล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการ
ให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริการที่วางนโยบายการบริการ โดยคำนึงถึงความสำคัญของลูกค้าเป็น
หลัก ย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือ
พนักงานที่ตระหนักถึงลูกค้าสำคัญ แสดงพฤติกรรมบริการและสนองที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่
อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของบริการ

2.1.5.4 สภาพแวดล้อมของการบริการ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของการบริการจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ ความสวยงาม การให้สีสน และการจัดแบ่งพื้นที่สัดส่วน ตลอดจนการออกแบบวัสดุเครื่องใช้บริการให้มีความสวยงาม

2.1.5.5 ขบวนการบริการ มีวิธีการนำเสนอขบวนการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประสิทธิภาพของการจัดระบบบริการส่งผลให้การปฏิบัติการแก่ลูกค้ามีความคล่องตัว และสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

2.1.6 การวัดความพึงพอใจในการให้บริการ

Millet (2012) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการให้บริการ (Satisfactory Service) หรือความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ 5 ด้าน ดังนี้

2.1.6.1 การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service)

การให้บริการอย่างเสมอภาค หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานของที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกัน ดังนั้น ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในการให้บริการ ผู้ใช้บริการทุกคนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2.1.6.2 การให้บริการอย่างทันเวลา (Timely Service)

การให้บริการอย่างทันเวลา หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ถ้าไม่มีการตรงเวลาจะนำมาซึ่งการสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ

2.1.6.3 การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service)

การให้บริการอย่างเพียงพอ หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีจำนวนการให้บริการ และสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity at the Geographical) ซึ่ง Millet เห็นว่าความเสมอภาค หรือการตรงเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการ

2.1.6.4 การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service)

การให้บริการอย่างต่อเนื่อง หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ โดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ใช่ยึดความพอใจขององค์กรที่ให้บริการว่าจะให้ หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

2.1.6.5 การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progressive Service)

การให้บริการอย่างก้าวหน้า หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือการเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่ทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

นอกจากนั้นแล้ว นกตล ร่มโพธิ์ (2554: 28) ได้อธิบายว่า การวัดความพึงพอใจลูกค้านั้นวัดได้จาก 3R คือ Retain Repeat และ Refer ดังนี้

2.1.6.6 การรักษาลูกค้าเดิมไว้อย่างครบถ้วน (Retain) ไม่ให้ลูกค้าหนีหายไปไหน

2.1.6.7 การกระตุ้นกำลังซื้อ (Repeat) คือ เพิ่มกำลังจ่ายของลูกค้าเดิม

2.1.6.8 การอ้างอิง (Refer) หมายถึง การที่ลูกค้าเดิมมีความจงรักภักดีในสินค้าและบริการ จนเกิดการประชาสัมพันธ์บอกต่อ แต่ทว่า ในการวัดความพึงพอใจของลูกค้า นั้น องค์ประกอบสำคัญที่จะขาดไม่ได้เลยคือ นั่นคือ Validity และ Reliability ความถูกต้องของการวัด (Validity) เปรียบเสมือนประสิทธิภาพของการวัดอันชี้ชัดถึงผลที่ได้จากการวัดที่ตรงประเด็น ตรงหลักการ รวมถึงกระบวนการวัดที่มีความเป็นเหตุเป็นผลสามารถตรวจสอบได้ ความเที่ยง (Reliability) หมายถึง ผลที่ได้จากการวัดต้องสอดคล้องกันคงเส้นคงวา ไม่มีความแตกต่างกัน (Stable/Repeatable) ไม่ว่าจะมีการวัดกี่ครั้งก็ตาม ซึ่งอาจตีความหมายโดยนัยได้ว่า หากการวัดมี Reliability แล้วจะไม่มีปัจจัยอื่นใด เช่น คนที่ทำการวัดที่จะสามารถส่งผลกระทบต่อค่าที่ได้จากการวัดความพึงพอใจนั้นเลย

จากความหมายของความพึงพอใจในการบริการที่กล่าว สามารถสรุปได้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรมหรือการดำเนินการใดๆ เพื่อเป็นการให้ความสะดวกแก่บุคคลอื่น ซึ่งกิจกรรมนั้นไม่สามารถจับต้องได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับได้ และสามารถทำให้เกิดความประทับใจ หรือความพึงพอใจกับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งหลักการให้บริการประกอบไปด้วย การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการอย่างทันเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่องการให้บริการอย่างก้าวหน้า

2.2 แนวคิดความผูกพันของลูกค้า

ปัจจุบันการแข่งขันด้านการตลาดในอุตสาหกรรมมีสูงขึ้น เพื่อช่วงชิงลูกค้า และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับองค์กร โดยวิธีการตลาดวิธีหนึ่งที่มีการนำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพด้านการตลาดคือ การสร้างความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement) กับตราสินค้า (Brand) (Calder, 2008) ซึ่งนอกจากจะช่วยให้แบรนด์แข็งแกร่งขึ้นแล้ว ยังช่วยให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อแบรนด์อีกด้วย (Keller, 2008)

Hollebeek et al. (2014) ได้ศึกษาและพัฒนาแนวคิดเพื่อกำหนดมาตรวัด เพื่อนำมาใช้ในการวัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับผลิตภัณฑ์หรือการบริการ โดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด (Cognitive Processing) ความผูกพันทางอารมณ์ (Affection) และความผูกพันทางพฤติกรรม (Activation) ซึ่งได้มีการนำมาตรวัดนี้ไปวัดในงานวิจัย เช่น ความผูกพันด้านการบริการในงานวิจัยของ Islam et al. (2019) ที่พบว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) มีผลต่อความผูกพันของลูกค้า (Customer Engagement) และงานวิจัยของ Abror et al. (2019) ที่พบว่า คุณภาพการบริการส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าทั้งทางตรงและทางอ้อมโดยผ่านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดย Grewal et al. (2017) พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า และความผูกพันของลูกค้ามีความสัมพันธ์กัน ซึ่ง Carlson et al. (2017) ยืนยันว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้า

2.2.1 ความหมายของความผูกพันของลูกค้า

จากการศึกษา พบว่า มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามของความผูกพันของลูกค้าไว้ดังนี้ EIU (2007) กล่าวว่า ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง ความสัมพันธ์ระยะยาวอย่างใกล้ชิดกับลูกค้า ใช้เพื่ออธิบายการตลาดด้านความพึงพอใจ และความภักดี (EIU, 2007)

Forrester Consulting (2008) กล่าวว่า ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับลูกค้า เพื่อผลักดันการตัดสินใจซื้อ การมีปฏิสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วม ในช่วงเวลาหนึ่งของลูกค้า (Forrester Consulting, 2008)

Hollebeek (2011) กล่าวว่า ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง ระดับแรงจูงใจของลูกค้ารายบุคคลที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ และสภาพจิตใจของลูกค้าที่เฉพาะเจาะจงด้านความเข้าใจ อารมณ์ และพฤติกรรมของลูกค้าในการมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์โดยตรง (Hollebeek, 2011)

Monferrer et al. (2019) กล่าวว่า ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง การรวมกันของเหตุผลและอารมณ์ที่เกิดจากประสบการณ์ที่มีต่อแบรนด์หรือบริษัท ประสบการณ์ที่มีส่วนร่วม ในความสัมพันธ์ทางอารมณ์ที่แน่นแฟ้นกับบริษัท (Monferrer et al., 2019)

จากการศึกษาการให้คำนิยามความผูกพันของลูกค้าจากนักวิชาการต่าง ๆ สามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันของลูกค้า หมายถึง ความรู้สึกคุ้นเคย หรือรู้สึกได้ถึงการมีอยู่ของแบรนด์ โดยมีสาเหตุมาจากการประสบการณ์ที่มีการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หรือการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างการรับรู้ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคตามมา

2.2.2 องค์ประกอบความผูกพันของลูกค้า

2.2.2.1 ความผูกพันทางความคิด (Cognitive Processing)

ความผูกพันทางความคิดเป็นการระลึกถึงข้อมูล ประสบการณ์ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้มาก่อน ซึ่งเป็นการเรียกคืนข้อมูล รายละเอียดที่หลากหลาย ทั้งข้อเท็จจริงในแต่ละเรื่อง รวมถึงทฤษฎีต่าง ๆ โดยในความคิดนี้ยังหมายถึง ระดับความมุ่งมั่นของแต่ละบุคคลต่อตราสินค้าหรือบริการนั้น โดยให้ความสนใจไปยังสินค้า หรือบริการนั้น ในขณะที่มีปฏิสัมพันธ์กับตราสินค้า (Schaufeli et al., 2002) สอดคล้องกับแนวคิดของ Macleod & Clarke เป็นสิ่งที่บุคคลคิด มีความเชื่อ ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และการแสดงออกมาต่อค่านิยมขององค์กร ซึ่งจะแตกต่างออกไปในแต่ละบุคคล (MacLeod and Clarke, 2009)

2.2.2.2 ความผูกพันทางอารมณ์ (Affection)

เป็นการแสดงความสนใจและทัศนคติต่อสินค้าหรือบริการ โดยจะมีความรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าหรือบริการ มีความต้องการการมีส่วนร่วม อยากรู้ อยากเห็นในแต่ละกิจกรรม และเมื่อมีกิจกรรมทางการตลาดใหม่เกิดขึ้นจะมีความรู้สึกที่ดี หากสินค้าหรือบริการตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งความรู้สึกทางอารมณ์มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับความคาดหวัง หรือประสบการณ์ที่ได้รับผ่านมา (Fredricks et al., 2004; McEwen, 2005; Wara et al., 2018)

2.2.2.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม (Activation)

พฤติกรรมของลูกค้าเป็นการให้ความสนใจของลูกค้าในการใช้เวลา และความพยายาม ในกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้า (Patterson et al., 2006) อีกทั้งพฤติกรรมของลูกค้ายังมาจากสิ่งเร้าที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการ และมาจากประสบการณ์ที่เคยได้รับจากสินค้าหรือบริการ จึงแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละราย (Brakus et al., 2009) ซึ่งลูกค้าที่มีความไว้วางใจต่อตราสินค้าหรือบริการที่สูง ก็มักจะมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการมากขึ้น ทั้งการสนับสนุนสินค้าหรือบริการ การแสดงความคิดเห็นหรือการบอกต่ออย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับสินค้า หรือบริการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมบนสื่อสังคมออนไลน์ (Hinson et al., 2019)

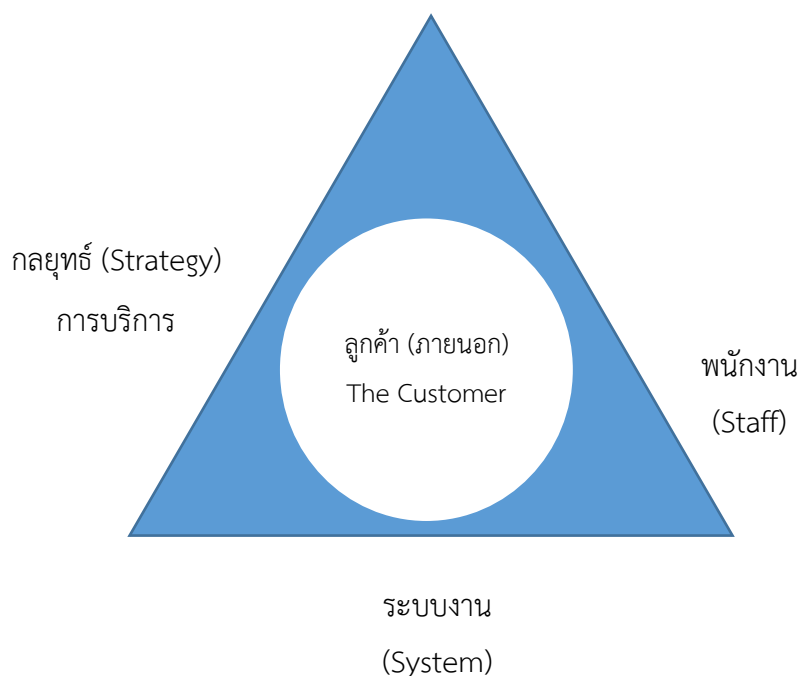
จากการศึกษาองค์ประกอบความผูกพันของลูกค้า สามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันของลูกค้า นั้น สามารถเกิดขึ้นได้ 3 รูปแบบ ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม โดยในแต่ละด้านนั้นจะมีปัจจัยที่มาเกี่ยวข้องอันเป็นผลให้เกิดความผูกพันกับแบรนด์ ได้แก่ การเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมขององค์กร การสื่อสารตราสินค้า และประสบการณ์ที่ได้รับ โดยความผูกพันที่เกิดขึ้นนี้ ยังส่งผลต่อพฤติกรรม ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นขององค์กรอีกด้วย ซึ่งการศึกษาแนวคิดนี้ จะนำไปกำหนดเป็นกรอบในการสร้างเครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2.3 แนวคิดด้านการให้บริการ

การบริการ หมายถึง ปฏิบัติการใดๆ ที่บุคคลกลุ่มหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ ไม่ได้ส่งผลถึงความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมีเป้าหมาย และความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้ (Kotler & Armstrong, 2010) โดยแนวคิดด้านการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานโครงการฯ สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.3.1 ทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งบริการ (Service Triangle)

Albrecht (2003) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญของการบริการที่ดีแก่ลูกค้า ว่าควรประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ปัจจัย ซึ่งแต่ละปัจจัยเปรียบเสมือนด้านแต่ละด้านของสามเหลี่ยม (ด้านเท่า) โดยภายในบรรจุวงกลมเหมือนลูกค้า หากขาดเสียซึ่งปัจจัยตัวใดตัวหนึ่ง สามเหลี่ยมรูปนั้นก็จะไม่ครบด้าน ซึ่งจะเป็นรูปสามเหลี่ยมต่อไปไม่ได้ นั่นคือจะไม่อาจให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าได้ และจำเป็นต้องมีปัจจัยสามด้านให้ครบในสัดส่วนที่เหมาะสมด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2.2-1



ภาพที่ 2.3-1 สามเหลี่ยมแห่งบริการ

จากภาพที่ 2.3-1 หลักสำคัญในการบรรลุเป้าหมายบริการ คือ การสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ผู้ใช้บริการ นั่นคือจะต้องจัดการหรือบริหารงาน เพื่อให้ปัจจัยแห่งสามเหลี่ยมแห่งบริการนี้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกัน ดังนี้คือ

2.3.1.1 กลยุทธ์ธุรกิจ (Strategy or Purpose)

กลยุทธ์หรือแนวทางในการปฏิบัติงานตามที่ได้กำหนดไว้ โดยให้มีความยืดหยุ่นตัวที่เพียงพอ มีความแม่นยำตรงเข้าเป้าหมายได้ดีกลยุทธ์ด้านบริการที่ควรจะเป็น Customer Driven Strategy

หรือกลยุทธ์ที่อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างจริงจังผู้บริหารขององค์กรต้องมีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้เต็มที่และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2.3.1.2 ระบบงาน (System or Process) จะต้องทำให้ระบบการให้บริการขององค์กรเป็นแบบ Customer Friendly System กล่าวคือ ควรเป็นระบบการทำงานที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อน

2.3.1.3 จัดองค์กรตามความจำเป็นของแต่ละหน้าที่ที่ต้องบริการให้ได้ดีที่สุด เป็นองค์กรลูกค้าเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย มีความคล่องตัวสูงและกฎระเบียบต่างๆ เอื้ออำนวยต่อการให้บริการที่ดีกับลูกค้า

2.3.1.4 พนักงาน (Staff or People) บรรดาพนักงานในทุก ๆ ระดับความรับผิดชอบที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องสรรหาและพัฒนาและปรับพฤติกรรม ตลอดจนสไตล์ (Style) การทำงานให้มีลักษณะ Service – Conscious คือ มีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี

2.3.2 ลักษณะการบริการ

การบริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการดังนี้ (Kotler & Armstrong, 2009)

2.3.2.1 ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ

2.3.2.2 ไม่แน่นอน มีความหลากหลาย (Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน และอย่างไร

2.3.2.3 ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) กล่าวคือ การบริโภคบริการจะเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ดังนั้น ผู้ให้บริการรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงหนึ่งเดียวในเวลาใดเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่เพียงเท่านั้น ผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การบริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา

2.3.2.4 ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) บริการไม่สามารถผลิตเก็บเอาไว้ได้ ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอการให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการมีไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหาคือบริการไม่ทัน หรือในบางกรณีก็ไม่มีลูกค้ามาใช้บริการ

2.3.3 การจัดการคุณภาพการให้บริการ

Etzel (2014) กล่าวว่าการจัดการคุณภาพการบริการขององค์กรนั้นควรคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

2.3.3.1 การตั้งความคาดหวังของผู้บริโภค

2.3.3.2 ควรวัดระดับความคาดหวังจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

2.3.3.3 พยายามรักษาคุณภาพการบริการให้เหนือกว่าระดับความคาดหวังของผู้บริโภค

2.3.4 เกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการ

นิติพล ภูตะโชติ (2551) ได้กล่าวถึงหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของงานบริการไว้ดังนี้

2.3.4.1 การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง การที่ผู้ให้บริการสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้ง่าย ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ด้านทำเลที่ตั้ง สถานที่ติดต่อ เวลา ขั้นตอนของการให้บริการ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้นักค้าต้องเสียเวลารอนาน เพราะอาจทำให้นักค้าเกิดความรู้สึกเบื่อ และเปลี่ยนไปใช้บริการจากที่อื่น

2.3.4.2 ความพึงพอใจของลูกค้า (Satisfaction) คือเป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้

2.3.4.3 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ (Expectation) เกิดขึ้นจากความแตกต่างของลักษณะลูกค้าแต่ละราย ซึ่งลูกค้าอาจมีความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น ลูกค้าย่อมมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่แตกต่างกัน

2.3.4.4 ความพร้อมในการให้บริการ (Readiness) ความพร้อมเป็นประสิทธิภาพของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการนั้น ๆ

2.3.4.5 ความรู้ของผู้ให้บริการ (Knowledge and competence) ความรู้ ความสามารถและความชำนาญของผู้ให้บริการจะเป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้

2.3.4.6 คุณค่าของการให้บริการ (Value) คุณค่าของงานบริการขึ้นอยู่กับสิ่งที่ลูกค้าได้รับการบริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะเกิดความรู้สึกประทับใจ และไม่เสียดายที่จะจ่ายเงินค่าบริการ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตรงตามที่ตามาคาดหวัง

2.3.4.7 ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) หมายถึง ความมีน้ำใจของพนักงาน ความจริงใจและรู้สึกยินดีที่จะต้อนรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

2.3.4.8 ให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อลูกค้านั้นเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ลูกค้ารู้สึกถูกละเลยหรือทอดทิ้ง ไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน

2.3.4.9 ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึง การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี มีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ สร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ

2.3.4.10 ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง การที่ลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ เทียบเท่ากับลูกค้ารายอื่น ๆ ซึ่งจะทำให้ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจเมื่อกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.3.4.11 การตอบสนองลูกค้า (Response) หมายถึง การให้บริการตอบสนองทันที เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการ หรือเมื่อเกิดปัญหา ก็สามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวดเร็ว ปัญหาต่าง ๆ ได้รับการแก้ไขอย่างถูกต้อง

2.3.4.12 ความปลอดภัย (Security) ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ

2.3.4.13 การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Understanding the Customer) ผู้ให้บริการต้องทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร ดังนั้น ต้องค้นหาสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมาบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ถ้าผู้ให้บริการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาตอบสนองเขาได้ ก็หมายถึงความมีประสิทธิภาพของบริการ

2.4 แนวคิดด้านความจงรักภักดี

Tsao & Chen (2005: 88) ให้ข้อสรุปที่สำคัญสองประการ คือ ประการแรก ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเฉพาะผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งเท่านั้น ผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในผลิตภัณฑ์ประเภทหนึ่ง อาจจะไม่มีความภักดีต่อตราสินค้าในผลิตภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งก็ได้และประการที่สอง ผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้า จะมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในระดับที่สูงกว่าผู้บริโภคที่ไม่มีหรือมีความจงรักภักดีต่ำต่อตราสินค้า (Quester et al., 2007: 35) ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (Brand loyalty) หมายถึง ความพึงพอใจที่สม่ำเสมอและ (หรือ) การซื้อตราสินค้าเดิมในผลิตภัณฑ์ของบริษัทใดบริษัทหนึ่ง (Schiffman & Kanuk, 2007: 220) เป็นการศึกษาถึงอุปนิสัยในการบริโภคของผู้ซื้อพบว่าตราสินค้าที่มีส่วนครองตลาดมากเพิ่มสูงขึ้นจะเป็นส่วนเดียวกันกับกลุ่มของผู้ซื้อที่มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้านั้น

Assael (1995: 345) ได้กล่าวว่า ความภักดีต่อตราสินค้าหมายถึง เป็นผลจากการเรียนรู้ของผู้บริโภคเองว่า ตราสินค้านั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ ก่อให้เกิดความพึงพอใจและเกิดเป็นทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้านั้นๆ จนเกิดความจงรักภักดีผู้บริโภคที่ภักดีต่อตราสินค้า ผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจงรักภักดีโดยไม่เลือกประเภทสินค้า (Product Category) ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าจะระบุที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product-Specific) ผู้บริโภคจะจงรักภักดีต่อตราสินค้าใน (Category) และภักดีต่อตราสินค้าอื่นน้อยต่อสินค้าประเภทนั้นลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มภักดีต่อตราสินค้า

2.4.1.1 เป็นผู้ที่มีแนวโน้มในเรื่องของความมั่นใจในตัวเองสูงในการเลือกซื้อสินค้า

2.4.1.2 ถึงความเสี่ยงของการซื้ออยู่ในระดับสูง และใช้การซื้อซ้ำในสินค้ายี่ห้อเป็นวิธีการช่วยลดความเสี่ยง

2.4.1.3 ผู้บริโภคที่จำกัดจำนวนร้านในการซื้อสินค้าก็จะจำกัดโอกาสในการลดความภักดีด้วยเช่นกัน

ดังนั้น ความภักดีต่อตราสินค้าจะเป็นตัวกำหนดความภักดีต่อตราสินค้าเพราะฉะนั้นการสร้างคุณค่าให้กับตราสินค้า คือ การสร้างความภักดีต่อตราสินค้าถ้าผู้บริโภคไม่มีความภักดีต่อตราสินค้าแล้วตราสินค้านั้นก็เป็นเพียงสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายทางการค้าเท่านั้น ดังนั้น การสร้างความแข็งแกร่งให้กับตราสินค้าก็คือ การสร้างความน่าเชื่อถือให้ตัวสินค้าหรือบริการแนวคิดการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำ แนวทางการวัดความภักดีต่อตราสินค้าจากพฤติกรรมการซื้อซ้ำนั้นสามารถแบ่งออกเป็นสองแนวคิดย่อย คือ การวัดโดยการแบ่งสัดส่วนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค (Proportion-of-purchase measure) และการวัดลำดับการซื้อสินค้า (Sequence-of-purchase measure)

2.5 แนวคิดระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ

2.5.1 หลักการของระบบ

ระบบประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ เป็นระบบที่นำมาใช้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ โดยให้มีการประเมินผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจแทนการควบคุมขั้นตอนการดำเนินงานโดยละเอียด รัฐจะประเมินผลการดำเนินงานของผู้บริหารและคณะกรรมการรัฐวิสาหกิจด้วยตัวชี้วัดชุดเดียวกัน ซึ่งต้องคำนึงถึงลักษณะเฉพาะของแต่ละรัฐวิสาหกิจ ทั้งนี้ รัฐจะผ่อนคลायกฎระเบียบต่าง ๆ ให้รัฐวิสาหกิจมีความคล่องตัวในการดำเนินงานมากขึ้น และจะมุ่งเน้นให้คณะกรรมการรัฐวิสาหกิจเป็นผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลรัฐวิสาหกิจ ให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรัฐจะประเมินผลงานจริงของรัฐวิสาหกิจตอนสิ้นปีเปรียบเทียบกับเป้าหมายของตัวชี้วัดต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ในบันทึกข้อตกลงการประเมินผลงานตอนต้นปี โดยจะแบ่งผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจออกเป็น 5 ระดับ มีการกำหนดผลตอบแทนที่สะท้อนระดับผลงาน และเร่งทยอยใช้ระบบประเมินผลกับรัฐวิสาหกิจ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2539

2.5.2 หลักการของระบบประเมินผลฯ มีดังนี้

2.5.2.1 เป็นการนำนโยบายของรัฐบาลมาช่วยในการผลักดันให้รัฐวิสาหกิจสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ชาติ

2.5.2.2 เป็นระบบที่ทำให้รัฐวิสาหกิจทราบถึงระดับความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

2.5.2.3 เป็นระบบที่มุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจโดยให้คณะกรรมการรัฐวิสาหกิจเป็นผู้รับผิดชอบต่อผลการดำเนินงาน

2.5.2.4 เป็นระบบที่มุ่งเน้นการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของฝ่ายบริหาร

2.5.2.5 ใช้แผนธุรกิจ / แผนกลยุทธ์ / แผนวิสาหกิจเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายและประเมินผล รวมถึงการติดตามผลการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจ

2.5.2.6 เป็นการกำหนดตัวชี้วัดหลัก ๆ ที่สะท้อนผลการดำเนินงาน โดยไม่ต้องพิจารณาในรายละเอียดมากเกินไป

2.5.2.7 เป็นการกำหนดเป้าหมายตัวชี้วัดโดยมุ่งเน้นให้รัฐวิสาหกิจมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับมาตรฐานสากลหรือ Industry Norm

2.5.2.8 เป็นการประสานงานอย่างใกล้ชิดระหว่างกระทรวงเจ้าสังกัด โดยคณะทำงานปรับปรุงประสิทธิภาพรัฐวิสาหกิจและกระทรวงการคลัง

2.5.3 หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ Enablers ของรัฐวิสาหกิจ (ฉบับปรับปรุงปี 2567)

พระราชบัญญัติ การพัฒนาการกำกับดูแลและบริหารรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2562 เป็นพระราชบัญญัติที่นำมากำกับดูแลรัฐวิสาหกิจในเชิงรุกอย่างมีประสิทธิภาพ โดยประเด็นสำคัญของกฎหมายนอกจากจะมีเรื่องหลักเกณฑ์การกำกับ และการพัฒนารัฐวิสาหกิจแล้ว ยังได้กำหนดกรอบในการประเมินผลรัฐวิสาหกิจอย่างชัดเจนเพื่อให้ทราบถึงแนวทางและหลักเกณฑ์ของการประเมินผลรัฐวิสาหกิจตามพระราชบัญญัติกำกับรัฐวิสาหกิจ ซึ่งหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นหลักเกณฑ์ที่ได้จัดทำขึ้นใหม่ที่เรียกว่า “หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ” โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายรัฐวิสาหกิจ (สคร.) ลักษณะของการประเมินจะมุ่งเน้นที่ผลงานมากกว่ากระบวนการ โดยแบ่งเกณฑ์การประเมินออกเป็นด้านต่างๆ จำนวน 8 ด้าน ได้แก่ การกำกับดูแลที่ดีและการนำองค์กร การวางแผนเชิงกลยุทธ์ การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและลูกค้า การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัล การบริหารทุนมนุษย์ การจัดการความรู้และนวัตกรรม การตรวจสอบภายใน ซึ่งได้นำมาใช้เป็นกรอบการประเมินรัฐวิสาหกิจทุกแห่ง ตั้งแต่ปีบัญชี 2563 เป็นต้นไป



ภาพที่ 2.5-1 หลักเกณฑ์การประเมินกระบวนการปฏิบัติงานและการจัดการ (Enablers) ของรัฐวิสาหกิจ

ทั้งนี้ ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้โดยตรง ได้แก่ การมุ่งเน้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และลูกค้า (Stakeholder & Customer : CSM) โดยจะแบ่งการพิจารณาเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

(1) ลูกค้า (Customer)

ก. การวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ด้านตลาดและลูกค้า และแปลงยุทธศาสตร์สู่แผนปฏิบัติการประจำปี ตลอดจนติดตามและประเมินผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์และระดับปฏิบัติ เพื่อทบทวนและปรับปรุงการดำเนินงานอย่างเหมาะสม

ข. การจำแนกลูกค้าที่มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ และยุทธศาสตร์ขององค์กร โดยใช้เครื่องมือและวิธีการที่ชัดเจน และมีการถ่ายทอด การบูรณาการ และการประเมินประสิทธิผลของการจำแนกลูกค้า

ค. กระบวนการรับฟังลูกค้า ที่มีการใช้เครื่องมือและวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจน เพื่อค้นหาความต้องการและความคาดหวัง สารสนเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการจากลูกค้า และมีการถ่ายทอด การบูรณาการ และการประเมินประสิทธิผลของกระบวนการรับฟังลูกค้า

ง. การกำหนดแนวทาง/วิธีการประเมินความพึงพอใจ ความภักดี และความไม่พึงพอใจของลูกค้า รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าคู่แข่ง โดยใช้แบบจำลองที่เป็นที่ยอมรับ และวิธีการประเมินที่เป็นไปตามหลักสถิติ

จ. การนำองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนา หรือนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการให้มีคุณลักษณะที่สามารถตอบสนองตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนสามารถขยายโอกาสทางการตลาดหรือทางธุรกิจได้

ฉ. การวิเคราะห์เพื่อกำหนดความต้องการ และความคาดหวังที่สำคัญของลูกค้าตลอดห่วงโซ่การบริโภค และพัฒนาเทคโนโลยีที่หลากหลายรวมถึงประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการให้บริการให้เป็นมาตรฐาน

ช. การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า ที่เริ่มจากการสร้างฐานข้อมูลลูกค้า โดยการจัดทำเป็นสารสนเทศที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวัง

ซ. การพัฒนานโยบายและระเบียบวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการข้อร้องเรียน ตลอดจนนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการให้มีประสิทธิผล และสามารถประมวลสารสนเทศเพื่อใช้ในการปรับปรุงทั่วทั้งองค์กรหรือสร้างนวัตกรรม

(2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)

ก. ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจ เป้าหมายทางธุรกิจ รวมถึงความท้าทายในด้านต่างๆ การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและการบริหารความเสี่ยง โดยมีช่องทางการเผยแพร่ที่เพียงพอ เพื่อให้การสื่อสารไปเป็นอย่างทั่วถึง และมีกระบวนการติดตามผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ได้ตามผลลัพธ์ที่กำหนด

ข. การบริหารจัดการผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีการบูรณาการกับการกำกับดูแลโครงสร้างของการทำงาน กระบวนการตัดสินใจของฝ่ายบริหารที่เกี่ยวข้อง และนโยบายและกระบวนการจัดทำยุทธศาสตร์ขององค์กร รวมทั้งการถ่ายทอดแผนงานและกระบวนการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้แก่ฝ่ายบริหารในระดับปฏิบัติการ

ค. กระบวนการของการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับการจัดทำ Profile และ Stakeholder Mapping รวมทั้งกำหนดระดับและวิธีการ/รูปแบบของการเชื่อมโยงสำหรับการพัฒนาแผนการเชื่อมโยง รวมทั้งกำหนดตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงผลกระทบของการเชื่อมโยง และองค์กรจะต้องเตรียมทรัพยากรที่ต้องการใช้ และระดับความสามารถ (Capacity) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ต้องการยกระดับ/สร้างขึ้นมาในการเชื่อมโยง รวมทั้งระบุและประเมินความเสี่ยงในการเชื่อมโยง อีกทั้งติดตามและประเมินผลคุณภาพของการเชื่อมโยงกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุรัตน์ อนันตนาธร และคณะ (2566) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รพท. ประจำปีงบประมาณ 2566 ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจมีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.07$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$) ในส่วนของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์นั้นพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจมีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$)

อนุรัตน์ อนันตนาธร และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รพท. ประจำปีงบประมาณ 2565 ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.12$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจมีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.12$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.12$) ในส่วนของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์นั้นพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจมีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.96$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$)

อนุรัตน์ อนันตนาธร และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รพท. ประจำปีงบประมาณ 2564 ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.09$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจมีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.05$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบน

ขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.13$) ในส่วนของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์นั้นพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.91$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.88$)

อนรรตน์ อนันทนาธร และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รฟท. ประจำปีงบประมาณ 2563 ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.01$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.01$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.02$) ในส่วนของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์นั้นพบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) แบ่งเป็น ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) และมีความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$)

อนรรตน์ อนันทนาธร และคณะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร (เชิงพาณิชย์และเชิงสังคม) และผู้ประกอบการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2562 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารของ รฟท. โดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้านราคามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 4.45$) รองลงมา คือ ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ($\bar{X} = 4.25$) ความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.36$) ความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์องค์กร ($\bar{X} = 4.30$) ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.29$) ความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดบนสถานีรถไฟ ($\bar{X} = 4.27$) ความพึงพอใจด้านความเพียงพอของจำนวนตู้โดยสาร ($\bar{X} = 4.25$) ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ($\bar{X} = 4.25$) ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ($\bar{X} = 4.19$) และความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดบนขบวนรถไฟ ($\bar{X} = 4.28$) ตามลำดับ

ชำนาญ งามมณีอุดม และคณะ (2561) ได้ศึกษาเรื่องโครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2561 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการโดยสารมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) ความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) ความพึงพอใจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ความพึงพอใจในด้านราคาค่าตัวโดยสารอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) ความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$)

เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญนิกิจ และคณะ (2561: 104) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในการให้บริการของการรถไฟโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X} = 3.54$) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 3.42$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.27$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.24$) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

สกล บุญสิน (2559: 119) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า 1) รฟท. ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่สถานี โดยภาพรวมตามลำดับ ได้แก่ ด้านความสะอาด ด้านเวลาในการให้บริการ ด้านพนักงาน ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านข้อมูลข่าวสาร และด้านอัตราค่าบริการ และ 2) รฟท. ควรปรับปรุงคุณภาพการให้บริการบนขบวนรถ โดยภาพรวมตามลำดับ ได้แก่ ด้านความสะอาด ด้านเวลาในการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัย ด้านพนักงาน และด้านข้อมูลข่าวสาร

จุฑามาศ บรรเจิดสุข (2555) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการกรณีศึกษาการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังต่อการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในภาพรวมทุกด้านในระดับมาก โดยที่ พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง ตัวโดยสารที่มีความชัดเจน และถูกต้องมากที่สุด ด้านความไว้วางใจ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง เมื่อใช้บริการรถไฟจะมีความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางมากที่สุด ด้านการตอบสนอง ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่อง สถานีรถไฟตั้งอยู่ในสถานที่ที่เหมาะสม สะดวกต่อการใช้บริการมากที่สุด ด้านความเอาใจใส่ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องมีการประกาศชื่อสถานีที่ขบวนรถกำลังจะเข้าเทียบขบวนขาลาที่ชัดเจนมากที่สุด และด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังเรื่องสถานีรถไฟมีป้ายบอกข้อมูลการเข้า และออกของขบวนรถไฟที่ชัดเจนมากที่สุด

ธีรภัทร วีระวัฒน์โสภณ (2555) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการ ของรถไฟฟรี เพื่อประชาชน ขบวนรถเร็ว กรุงเทพฯ – เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า โดยผู้โดยสารรถไฟฟรีฯ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการในด้านต่างๆ ภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมีด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และตามด้วยด้านพนักงานบนขบวนรถไฟ ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์นั้น ควรแก้ไขในเรื่องของความสะอาด เนื่องจากรถไฟฟรีนั้นมีผู้ใช้บริการต่อวันเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดความสกปรกได้ง่าย ด้านพนักงานบนขบวนรถนั้นพบว่า พนักงานที่ให้บริการยังไม่พอสอดคล้องความต้องการของผู้โดยสาร และยังไม่กระตือรือร้นเท่าที่ควร ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า ผู้โดยสารคำนึงเรื่องความปลอดภัยมากที่สุด ซึ่งผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจสูงในด้านนี้ แต่ในเรื่องความรวดเร็ว และตรงต่อเวลายังคงเป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข ด้านข้อมูลข่าวสารพบว่า ควรปรับปรุงในเรื่องการแจ้งข่าวสารด้านเวลาหากขบวนรถล่าช้าให้ดี และแน่นนอนมากยิ่งขึ้น และในด้านราคา

พบว่า ผู้โดยสารมีความพึงพอใจในส่วนของการราคาค่าธรรมเนียมมากที่สุด แต่ความพึงพอใจในเรื่องของความเหมาะสม ของราคาอาหารบนรถไฟยังไม่ดีเท่าที่ควร

สุรพล นิ่มนวล และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รถไฟสาย มหาชัย-วงเวียนใหญ่ ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการรถไฟมหาชัย – วงเวียนใหญ่ ณ สถานีมหาชัย โดยภาพรวมพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านความประหยัดค่าใช้จ่าย รองลงมาคือ ด้านความตรงต่อเวลา ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อย ด้านความปลอดภัย และด้านความสะอาด ตามลำดับ

พรทิพย์ นาเมือง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของสถานีขนส่ง ผู้โดยสารกรุงเทพ : สายใต้ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของสถานีขนส่ง ผู้โดยสาร กรุงเทพ : สายใต้ พบว่า โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจอันดับแรก คือ ด้านความประหยัด อันดับสอง คือ ด้านความสะดวก อันดับสาม คือ ด้านความสะอาด และอันดับสุดท้าย คือ ด้านความปลอดภัย

มาริสา เจริญไพศาลสัตย์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อการให้บริการ ของขบวนรถด่วนพิเศษนครพิงค์ กรุงเทพ-เชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความ พึงพอใจในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากการให้บริการอาหารบนรถเสียบ้างดำเนินการโดยเอกชน ทำให้ราคา กับคุณภาพนั้นยังไม่ดีเท่าที่ควร ในด้านของการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ ในระดับปานกลาง จากการที่การรถไฟประชาสัมพันธ์ภาพรวมขององค์กร ไม่ได้เน้นการให้ข้อมูล คุณภาพ และ การบริการของรถไฟ และในด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง จากการ จำหน่ายด้วยระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ และทางโทรศัพท์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ ให้ข้อเสนอแนะว่า การรถไฟควรเพิ่มการทำความสะอาดขบวนรถ และห้องสุขาให้มากขึ้น ปรับปรุงที่ทิ้งขยะภายในห้องสุขา และควรรักษาระยะเวลาในการเดินทาง พร้อมทั้งเพิ่มความเร็วของขบวนรถ เพื่อลดระยะเวลาในการเดินทาง เป็นต้น

ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อ การบริหารจัดการขบวนขานเมืองของการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของ ผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการพบว่า ด้านความเหมาะสมของสถานี ด้านความตรงต่อเวลาของขบวนรถไฟ ด้านสภาพรถโดยสาร และด้านการปฏิบัติงานของพนักงานเจ้าหน้าที่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการจัด จำหน่ายตั๋วรถไฟ อยู่ในระดับมาก

Haryono, Suharyono, Achmad Fauzi & Suyadi (2015) ศึกษาเรื่อง ผลของคุณภาพบริการของ สนามบิน Adisucipto International Airport ต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่ใช้บริการสนามบิน Adisucipto International Airport กลุ่มตัวอย่าง 100 คน ผลการวิจัยพบว่า (1) ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (2) ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ

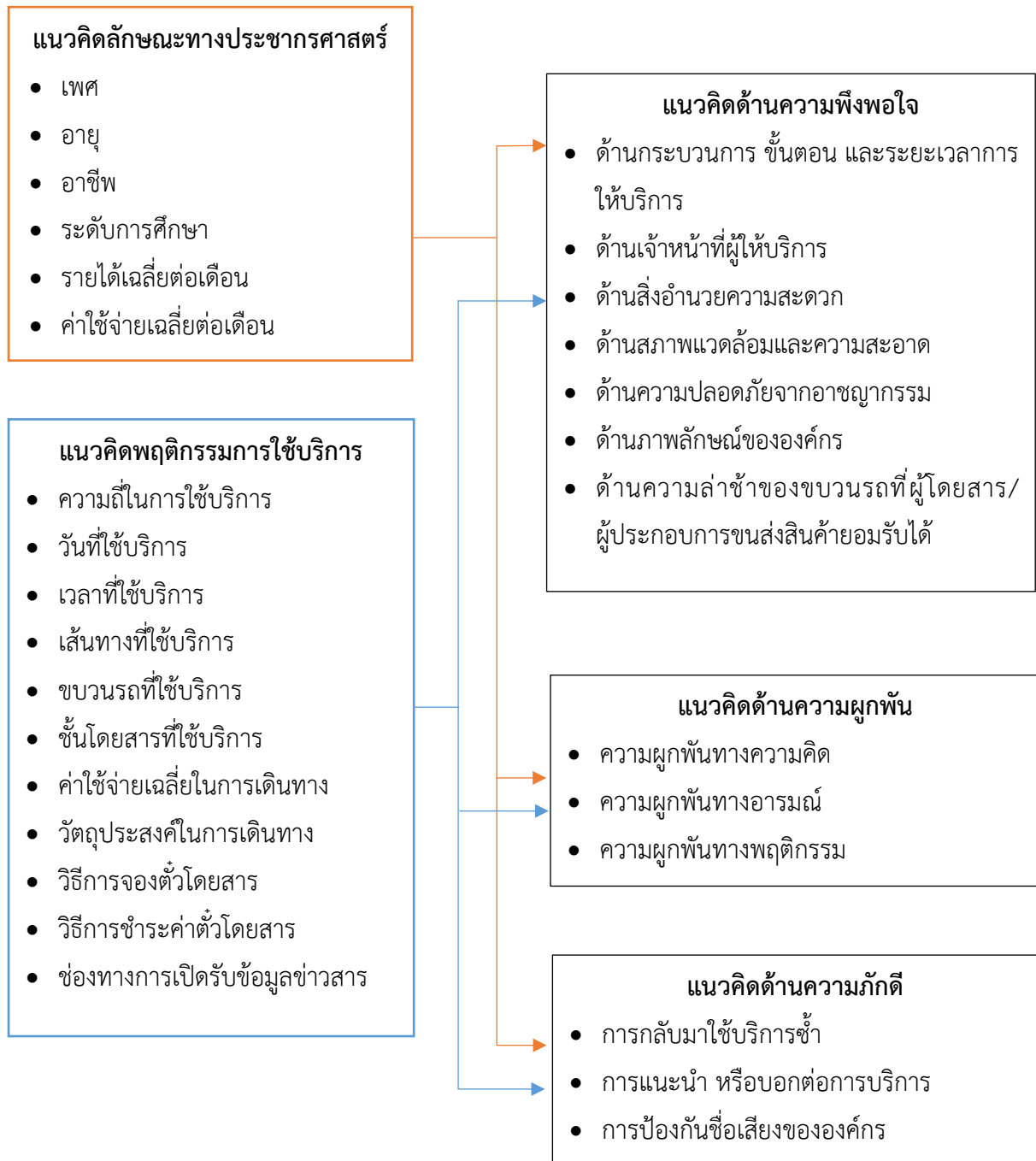
Anantha & Abdul (2013) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการ โทรคมนาคมเคลื่อนที่ในประเทศมาเลเซีย ได้พบข้อสรุปว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้บริโภคกับคุณภาพของการให้บริการ ซึ่งคุณภาพของการให้บริการจะสะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองจากการเอาใจใส่ ซึ่งอยู่ในรูปแบบของรูปธรรม ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเพิ่มมากขึ้นจากการรับรู้ได้ถึง คุณภาพของการให้บริการที่ดี คุณภาพของสินค้าที่ดี และราคาสินค้าที่เหมาะสม รวมถึงปัจจัยจากสถานการณ์ภายนอก และปัจจัยส่วนบุคคล

Vavra (2010: 142) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคว่า คือ ความยึดมั่นและเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำส่งสินค้า และบริการ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วยความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคเมื่อมีการสอบถามถึงผู้บริโภคถึงความรู้สึกพึงพอใจ คือการได้รับสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และทันต่อความต้องการ รวมทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งไม่ได้เป็นเรื่องของความรู้สึกเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของความสัมพันธ์อีกด้วย ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับความคาดหวังของผู้บริโภคด้วยการบริการให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจได้ นั้นต้องผ่านกระบวนการในการทำความเข้าใจในความคาดหวังของผู้บริโภคก่อนเสมอ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีขอบเขตเท่า ๆ กับความคาดหวังของผู้บริโภคได้ก็ต่อเมื่อผลประโยชน์ที่เป็นจริงเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค ปัญหาอยู่ที่ว่าความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นเรื่อง πουผู้บริโภคต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติเท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัทคือ จะสามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุดอย่างไร โดยไม่ต้องมีการเพิ่มทุนมากเกินไป

Christensen & Laegreid (2002: IV) ได้ศึกษาความเชื่อมั่นของประชาชนต่อการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐในประเทศนอร์เวย์ พบว่า ความเชื่อดังกล่าวได้รับอิทธิพลจากตัวแปรปัจจัยส่วนบุคคลและความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้ ตัวแปรต้นที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ 1) เพศ 2) อายุ 3) การศึกษา 4) อาชีพ 5) สถานะ 6) ระยะเวลา 7) ความพึงพอใจจากการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ 8) ความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ และ 9) ความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการตัวแปรตาม ได้แก่ ความเชื่อมั่นของผู้รับบริการต่อการดำเนินงานของสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่ปรึกษาได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ข้างต้น สามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดได้ในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 2.7-1 กรอบแนวคิดในการวิจัยงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 3

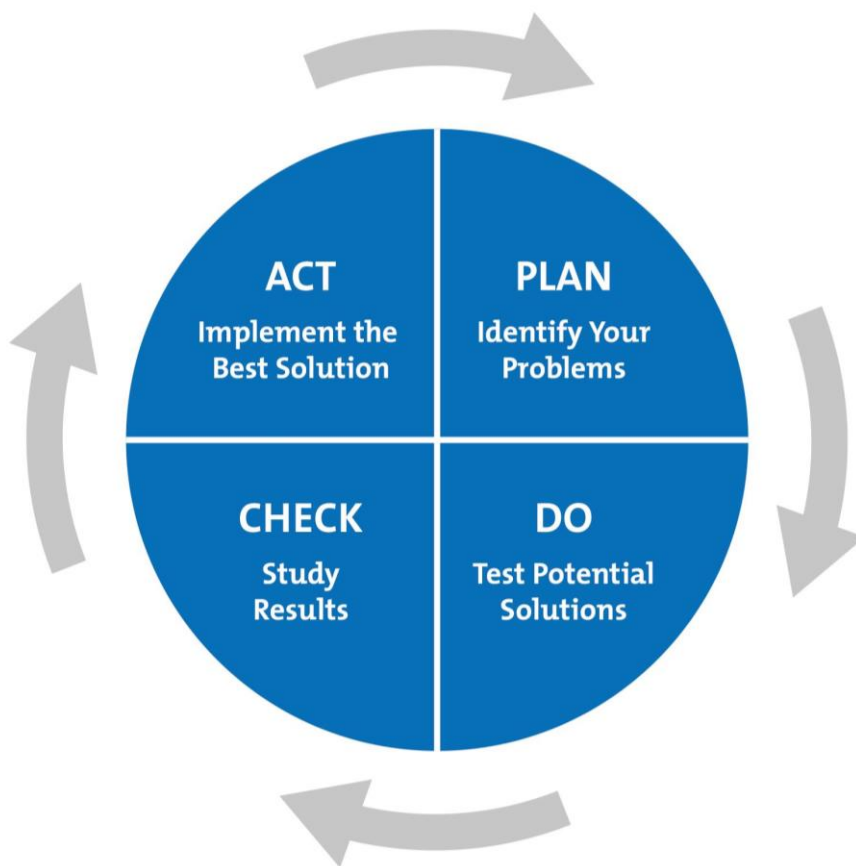
วิธีการบริหารและวิธีการดำเนินงาน

ในบทนี้ ที่ปรึกษาได้อธิบาย 2 ส่วน ได้แก่ (1) วิธีการบริหารงาน เป็นการบริหารจัดการโครงการโดยภาพรวมให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานโครงการ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างกรดำเนินงานโครงการ โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ทั้งในส่วนของบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) เทคโนโลยี (Technology) เวลา (Time) และงบประมาณ (Budget) ให้มีความคุ้มค่าและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด และ (3) วิธีการดำเนินงาน เป็นการอธิบายถึงกระบวนการ ขั้นตอน หรือกิจกรรมการดำเนินงาน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายดังที่ได้ระบุไว้ใน TOR ทั้งนี้ สามารถอธิบายเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

3.1 วิธีการบริหารงาน

3.1.1 หลักการบริหารงาน

ในการดำเนินงานโครงการฯ ที่ปรึกษาใช้หลักการบริหารงานเชิงคุณภาพ “PDCA Cycle” ในการบริหารจัดการโครงการ (Project Management) อย่างเป็นระบบ โดยประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างเหมาะสม (Act) เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามขอบเขตงานอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการฯ รวมทั้งสามารถตรวจสอบและปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างทันท่วงที หากพบว่ามีปัญหา หรืออุปสรรคต่างๆ ทั้งนี้ วิธีการบริหารจัดการโครงการตลอดทั้งโครงการสามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 3.1-1 การบริหารงานเชิงคุณภาพตามหลักการ “PDCA Cycle”

3.1.1.1 วางแผน (Plan: P)

เป็นขั้นตอนการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน รายละเอียดขอบเขตการดำเนินงานต่าง ๆ ตามขอบเขตงาน ตั้งแต่เริ่มต้น จนถึงสิ้นสุดการดำเนินงานโครงการ พร้อมกับพิจารณากำหนดผู้รับผิดชอบในส่วนงานต่าง ๆ ผลลัพธ์ที่ได้ และระยะเวลาการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถประเมินความเป็นไปได้ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต โดยในขั้นตอนนี้จะเริ่มต้นตั้งแต่กระบวนการจัดทำแผนการดำเนินงาน (Project schedule) ในรายงานการเริ่มงาน โดยหัวหน้าโครงการ และผู้เชี่ยวชาญในตำแหน่งต่าง ๆ ร่วมกันกำหนดกิจกรรม วิธีการดำเนินงาน ระยะเวลา และส่วนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง จากนั้น จึงนำแผนการดำเนินงานดังกล่าวนำเสนอในที่ประชุมเปิดโครงการ (Kickoff Meeting) เพื่อหารือและสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างทีมงาน ทั้งนี้ หากมีข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น หรือคำแนะนำต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์กับการดำเนินงานโครงการ ที่ปรึกษาจะนำข้อเสนอแนะต่าง ๆ เหล่านั้นมาปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3.1.1.2 ปฏิบัติ (Do: D)

เป็นขั้นตอนการปฏิบัติตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ในขั้นตอนวางแผนอย่างเป็นระบบ ตามกิจกรรมและช่วงระยะเวลาที่ได้กำหนดไว้ ในขั้นตอนนี้จึงประกอบด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่การศึกษา จัดกลุ่มหน่วยงาน คัดเลือกหน่วยงาน จัดทำข้อเสนอแนวทางและแผนการดำเนินงาน และจัดทำระบบต้นแบบ เป็นต้น

3.1.1.3 ตรวจสอบ (Check: C)

เป็นขั้นตอนภายหลังจากที่ได้มีการปฏิบัติงานจริง โดยที่ปรึกษาจะทำการติดตามผลการดำเนินงานโครงการในด้านต่าง ๆ เปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน ว่าเป็นไปตามแผนหรือไม่ มีปัญหาหรืออุปสรรคใดที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานโครงการ เพื่อให้สามารถเร่งดำเนินการแก้ไขได้อย่างทันท่วงที ดังนั้น ในขั้นตอนการตรวจสอบจึงครอบคลุมในทุก ๆ กิจกรรม ที่กำหนดไว้ในแผนการดำเนินงาน ทั้งนี้ การตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะ ๆ จะช่วยลดความเสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดข้อผิดพลาดจากการดำเนินงานลงได้ จากนั้น จึงทำการสรุปผลการดำเนินงาน เพื่อให้ทราบถึงสถานะปัจจุบัน และรายงานให้คณะกรรมการฯ พิจารณาต่อไป

3.1.1.4 ปรับปรุงการดำเนินงานอย่างเหมาะสม (Act: A)

เป็นขั้นตอนภายหลังจากที่ได้ทำการปฏิบัติ และตรวจสอบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ที่ปรึกษาจะนำผลการตรวจสอบ หรือข้อค้นพบต่าง ๆ เหล่านั้น มาดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้การดำเนินโครงการฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ผลสำเร็จของกิจกรรม และการจัดทำแผนเพื่อขยายผลการดำเนินงานในอนาคต

3.1.2 แผนการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงานโครงการ โดยประกอบด้วยกิจกรรม/ขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ ภายใต้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น จำนวน 6 เดือน ดังนี้

ตารางที่ 3.1-1 แผนการดำเนินงานงานโครงการ

ขั้นตอนการดำเนินงาน/กิจกรรม	ระยะเวลาการดำเนินงาน (ปี 2567)					
	เม.ย	พ.ค	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1. ศึกษาความเป็นมาของโครงการ จัดทำกรอบแนวคิด แผนการดำเนินงาน ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	→					
2. ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยและหลักการทางสถิติที่กำหนด		→				
3. สร้างเครื่องในการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้าของ รพท.		→				
4. สำรวจและประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ของ รพท. ให้ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการ			→	→		
5. สรุปและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ตามผลที่ได้จากการสำรวจและประเมินฯ พร้อมเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา โดยสรุปผลการสำรวจในภาพรวมและแยกสรุปออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 5.1 กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ 5.2 กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม 5.3 กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ 5.4 กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า			→	→		
6. จัดทำรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รวมถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้แก่ รพท. เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รพท.				→	→	
7. ช่วยชี้แจงและตอบข้อซักถามตามประเด็นที่ได้จากการสำรวจต่อผู้บริหารของ รพท.คณะกรรมการหรือคณะทำงานที่ รพท. แต่งตั้ง และหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง					→	→

3.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการบริหารงาน

3.1.3.1 โครงสร้างการแบ่งงาน (Work Breakdown Structure)

การจัดทำโครงสร้างการแบ่งงาน (WBS) เป็นการแบ่งแยกขอบเขตงานออกเป็นส่วนงานย่อยต่าง ๆ อย่างเป็นระบบตามลำดับชั้นของงาน ช่วยให้ทีมงานสามารถเห็นภาพได้อย่างชัดเจนว่าในการดำเนินงานโครงการประกอบด้วยส่วนงานใดบ้าง และในแต่ละส่วนงานนั้น ๆ ประกอบด้วยรายละเอียดย่อยอย่างไร รวมทั้งมีความสัมพันธ์กันอย่างไร ทั้งนี้ โครงสร้างการแบ่งงานจะประกอบด้วยส่วนงานที่สำคัญ ได้แก่ งานหลัก (Task) งานย่อย (Sub task) และชุดกิจกรรมย่อย (Work package) ดังนี้

(1) งานหลัก (Task) หมายถึง ส่วนงานสำคัญที่เป็นหัวข้อหลักตามที่ได้กำหนดไว้ใน TOR ให้ที่ปรึกษาดำเนินการตามขอบเขตงานที่ส่วนงานหลักนั้นกำหนด โดยส่วนมาก Task จะไม่ได้อธิบายถึงรายละเอียดของกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการอย่างเฉพาะเจาะจง แต่จะกล่าวถึงเพียงลักษณะการดำเนินงานกว้าง ๆ เท่านั้น เช่น จัดทำแผนการดำเนินงาน หรือศึกษามาตรฐานข้อมูล เป็นต้น โดยในแต่ละ Task นั้น จะประกอบด้วยหัวข้อย่อยต่าง ๆ ที่ได้ระบุถึงรายละเอียดของงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากขึ้น หรือที่เรียกว่า Sub task หรือส่วนงานย่อย หรือส่วนงานรอง

(2) งานย่อย (Sub task) หรืองานรอง คือ ส่วนงานที่เป็นส่วนหนึ่งของงานหลัก โดยจะมีรายละเอียดขอบเขตงานที่แสดงถึงกิจกรรมอย่างชัดเจนมากขึ้น ช่วยให้ที่ปรึกษาสามารถกำหนดกรอบในการทำงานได้อย่างชัดเจน

(3) ชุดกิจกรรมย่อย (Work package) เป็นส่วนหนึ่งของ Sub task โดยจะให้รายละเอียดของงานนั้น ๆ อย่างเฉพาะเจาะจง

3.1.3.2 RACI (Responsible, Accountable, Consulting and Informed)

RACI Matrix หรือ Lazy เป็นเครื่องมือการบริหารงานโครงการที่นำมาช่วยในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในทีมงาน เพื่อให้สมาชิกในโครงการทุกคนมีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเอง และผู้อื่น โดยในโครงการจะประกอบไปด้วยสมาชิกที่ประจำตำแหน่งต่าง ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก โดยในแต่ละคนล้วนมีบทบาทที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น การที่แต่ละคนได้รับรู้ เข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตน และกันอย่างชัดเจนจะส่งผลทำให้การทำงานเป็นไปด้วยความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

การกำหนดผู้รับผิดชอบใน RACI Matrix จะประกอบด้วยบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานโครงการที่แตกต่างกัน 4 ส่วน ได้แก่ เจ้าของงาน หรือผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จของงาน (Accountable) ผู้ดำเนินงาน (Responsible) ที่ปรึกษา (Consulted) และผู้ที่ต้องรับทราบสถานะของโครงการ (Informed) ดังนี้

(1) เจ้าของงาน หรือผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จของงาน (Accountable)

ผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จของงาน คือ บุคคลที่มีหน้าที่ในการกำหนดแนวทางหรือเป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ รวมไปถึงการกำหนดอำนาจหน้าที่ในกระบวนการปฏิบัติงานนั้น ๆ ทั้งนี้ในแต่ละกิจกรรมของ RACI Matrix จะประกอบด้วยผู้รับผิดชอบต่อความสำเร็จของงานเพียงบุคคลคนเดียวเท่านั้น ถือเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจสูงสุด

(2) ผู้ดำเนินงาน (Responsible)

ผู้ดำเนินงาน คือ ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในงานนั้น ๆ ให้แล้วเสร็จ ซึ่งอาจมีจำนวน 1 คน หรือมากกว่า 1 คน ก็ได้

(3) ที่ปรึกษา (Consulted)

ที่ปรึกษา คือ บุคคลที่มีหน้าที่ในการสนับสนุน ให้ความรู้และคำแนะนำต่าง ๆ ในกระบวนการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระบวนการปฏิบัติงานดังกล่าวมีประสิทธิภาพสูงสุด ในตำแหน่งนี้สามารถมีจำนวนมากกว่า 1 คนได้

(4) ผู้ที่ต้องรับทราบสถานะของโครงการ (Informed)

ผู้ที่ต้องรับทราบสถานะของโครงการ คือ บุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการปฏิบัติงานนั้น ๆ เพื่อให้ผู้บริหารสามารถแน่ใจได้ว่าพนักงานทุกคนที่เกี่ยวข้อง (แม้จะไม่ได้เป็นคนปฏิบัติงานดังกล่าว) รับรู้ถึงข้อมูลในส่วนข้อหน้าที่ความรับผิดชอบของกระบวนการนั้น ๆ ในตำแหน่งนี้สามารถมีจำนวนมากกว่า 1 คนได้

ตารางที่ 3.1-2 ตัวอย่างเครื่องมือการบริหารงานโครงการ RACI Matrix

บทบาทหน้าที่	ผู้รับผิดชอบ			
	ผู้จัดการโครงการ	นักวิจัย	ผู้ช่วยนักวิจัย	เลขานุการโครงการ
บริหารจัดการโครงการ	A	C	I	R
ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	C	A	R	I
กำหนดระเบียบวิธีวิจัย	C	A	R	I
วิเคราะห์ สรุปผล และอภิปรายผลการศึกษา	C	A	R	I
ประสานงาน และบริหารจัดการงานเอกสาร	C	I	R	A

R = Responsible

A = Accountable

C = Consulted

I = Informed

3.1.4 แผนการส่งมอบงาน

ที่ปรึกษาได้จัดทำแผนการส่งมอบงาน งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยจะดำเนินการส่งมอบงานเป็นรายงวด จำนวน 5 งวดงาน ตลอดระยะเวลาการดำเนินงานรวมทั้งสิ้น 6 เดือน ซึ่งในแต่ละงวดงานประกอบด้วยสิ่งส่งมอบ จำนวนสิ่งส่งมอบ และวันที่ส่งมอบรายงาน ดังนี้

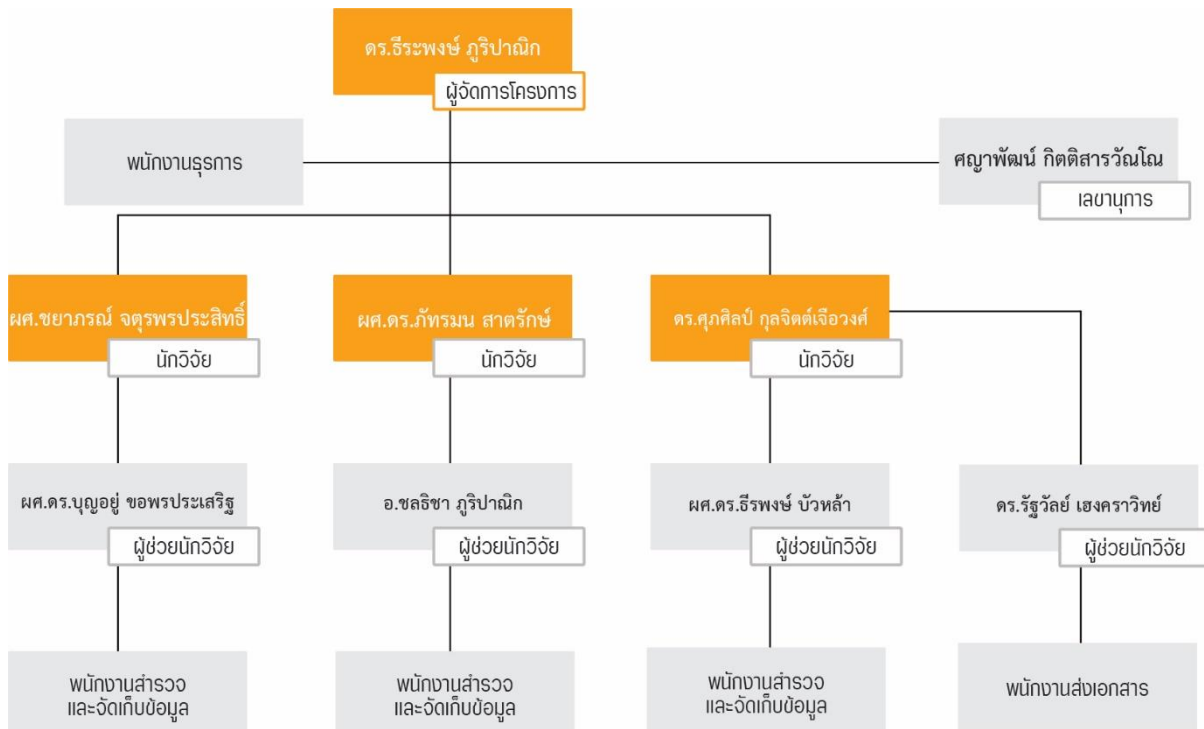
ตารางที่ 3.1-3 แผนการส่งมอบงานโครงการ

งวดที่	สิ่งส่งมอบ	จำนวน	วันที่ส่งมอบ
1	รายงานเบื้องต้น (Inception Report) ประกอบด้วย 1.1 ความเป็นมาของโครงการ 1.2 กรอบแนวคิด 1.3 แผนการดำเนินงาน 1.4 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน	5 ชุด พร้อมบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ ไฟล์ Word และ PDF	วันที่ 28 เมษายน 2567
2	รายงานเบื้องต้น (Progress Report) ประกอบด้วย 2.1 ระเบียบวิธีวิจัยและหลักการทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล 2.2 เครื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้าของ รฟท.	5 ชุด พร้อมบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ ไฟล์ Word และ PDF	วันที่ 28 พฤษภาคม 2567
3	รายงานขั้นกลาง (Interim Report) ประกอบด้วย 3.1 ผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ของ รฟท. 3.2 สรุปและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท.	5 ชุด พร้อมบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ ไฟล์ Word และ PDF	วันที่ 27 กรกฎาคม 2567
4	ร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Draft Final Report) ประกอบด้วย 4.1 ระเบียบวิธีวิจัยและหลักการทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล 4.2 เครื่องการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจและความภักดีของลูกค้าของ รฟท. 4.3 ผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า ของ รฟท. 4.4 สรุปและเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท.	5 ชุด พร้อมบันทึก ข้อมูลในรูปแบบ ไฟล์ Word และ PDF	วันที่ 26 สิงหาคม 2567

งวดที่	สิ่งที่ส่งมอบ	จำนวน	วันที่ส่งมอบ
	4.5 รายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รวมถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้แก่ รพท. เพื่อใช้ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รพท.		
5	5.1 รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) ซึ่งมีเนื้อหาตามข้อ 4.1 – 4.5 5.2 บทสรุปผู้บริหาร	40 ชุด พร้อมบันทึกข้อมูลในรูปแบบไฟล์ Word และ PDF	วันที่ 28 กันยายน 2567

3.1.5 โครงสร้างหน้าที่ของบุคลากร

ในการกำหนดผู้รับผิดชอบงาน หรือบุคลากรในการดำเนินงานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 นั้น ที่ปรึกษาพิจารณาผู้ที่มีความเหมาะสม มีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับส่วนงานที่ต้องรับผิดชอบ ซึ่งประกอบด้วย บุคลากรหลัก และบุคลากรสนับสนุน ดังแผนภูมิที่ 3.1-1 โดยมีหน้าที่ความรับผิดชอบในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 3.1-4



แผนภูมิที่ 3.1-1 ผู้รับผิดชอบดำเนินงานโครงการ

โดยบุคลากรดังกล่าว มีหน้าที่และความรับผิดชอบดังนี้
 ตารางที่ 3.1-4 หน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในโครงการ

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
ผู้จัดการโครงการ	- กำหนดกรรมวิธีและขั้นตอนการดำเนินงาน - ออกแบบวิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ - ติดตามความคืบหน้าโครงการ - บริหารจัดการทรัพยากรของโครงการ - ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโครงการ - ให้คำปรึกษาและร่วมดำเนินการในการประสานงานด้านรายละเอียดทั้งหมดในโครงการ - ตรวจสอบ และบริหารขอบเขตงานตามสัญญาฯ - เสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. - แก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินงานโดยผู้จัดการโครงการจะเข้าร่วมรับรู้ในรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการทั้งหมด
นักวิจัย	- ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยหรือหลักการทางสถิติที่กำหนด เช่น การกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง ขนาดตัวอย่าง วิธีการสำรวจ การออกแบบ และการสร้างเครื่องมือในการสำรวจการประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ฯลฯ - พัฒนาและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย - สำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าและผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่มีต่อการให้บริการของ รพท. - ควบคุมคุณภาพกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลให้เป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนด - วิเคราะห์ข้อมูล จัดทำข้อสรุป และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ตามผลที่ได้จากการสำรวจและประเมินฯ - จัดทำรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจ/ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า รวมถึงแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการ - ช่วยชี้แจงและตอบข้อซักถามตามประเด็นที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้ต่อผู้บริหารของ รพท. คณะกรรมการหรือคณะทำงานที่ รพท. แต่งตั้งและหรือหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง - งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ตำแหน่ง	หน้าที่ความรับผิดชอบ
ผู้ช่วยนักวิจัย	▪ พัฒนาและทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย ▪ เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่กำหนด ▪ เป็นผู้ช่วยนักวิจัยตามที่ได้รับมอบหมาย
เลขานุการ	▪ ประสานงานและสร้างความเข้าใจทั้งบุคลากรภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ▪ ติดตามและรายงานความก้าวหน้าโครงการให้ผู้จัดการโครงการได้รับทราบ ▪ จัดเตรียมการประชุมและรายงานการประชุม พร้อมสรุปผล ▪ งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย
พนักงานสำรวจและจัดเก็บข้อมูล	▪ เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ▪ คัดเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ▪ ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้ดำเนินการจัดเก็บ
พนักงานธุรการ	▪ จัดเตรียมเอกสาร ▪ ติดต่อประสานงานโครงการ ▪ งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

3.2 ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ที่ปรึกษาจะดำเนินงานตามขอบเขตงานดังที่ได้ระบุไว้ใน TOR โดยมีวิธีการปฏิบัติงาน ดังนี้



ภาพที่ 3.2-1 วิธีการปฏิบัติงานงานโครงการ

3.2.1 ขั้นตอนที่ 1 วางแผนงานโครงการ

การวางแผนงานโครงการเป็นขั้นตอนการจัดเตรียมทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้ขอบเขตงาน งบประมาณ และระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งการวางแผนงานโครงการจะประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1.1 กำหนดบุคลากร เป็นการกำหนดผู้ดำเนินงานในแต่ละส่วนงาน โดยจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ บุคลากรหลัก และบุคลากรสนับสนุน

3.2.1.2 กำหนดงบประมาณ เป็นการกำหนดรายรับ และรายการค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ต้องใช้ในแต่ละส่วนงาน ซึ่งต้องมีการบริหารจัดการให้มีความเหมาะสม เพื่อให้กระแสเงินสด (Cash flow) สามารถหมุนเวียนครอบคลุมการดำเนินงาน (Operating Activities) ต่าง ๆ ได้ทุกกิจกรรม

3.2.1.3 กำหนดระยะเวลา เป็นการกำหนดระยะเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดทั้งโครงการให้อยู่ภายใต้กรอบระยะเวลาที่ TOR กำหนด ทั้งนี้ หากบางกิจกรรมเกิดความล่าช้าไปจากเวลาที่กำหนด อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนบุคลากร และงบประมาณที่ต้องเพิ่มขึ้นได้

3.2.1.4 กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา เป็นการกำหนดวัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น คอมพิวเตอร์ ซอฟต์แวร์ทางคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เป็นต้น

3.2.2 ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ที่ปรึกษาได้ดำเนินการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย เครื่องมือในการวิจัย และขอบเขตด้านเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยแนวคิด ทฤษฎี ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ มีดังนี้

3.2.2.1 แนวคิดด้านความพึงพอใจ

3.2.2.2 แนวคิดด้านความเชื่อมั่น

3.2.2.3 แนวคิดด้านการให้บริการ

3.2.2.4 แนวคิดด้านความผูกพัน

3.2.2.5 แนวคิดด้านความจงรักภักดี

3.2.2.6 แนวคิดระบบการประเมินผลการดำเนินงานรัฐวิสาหกิจ

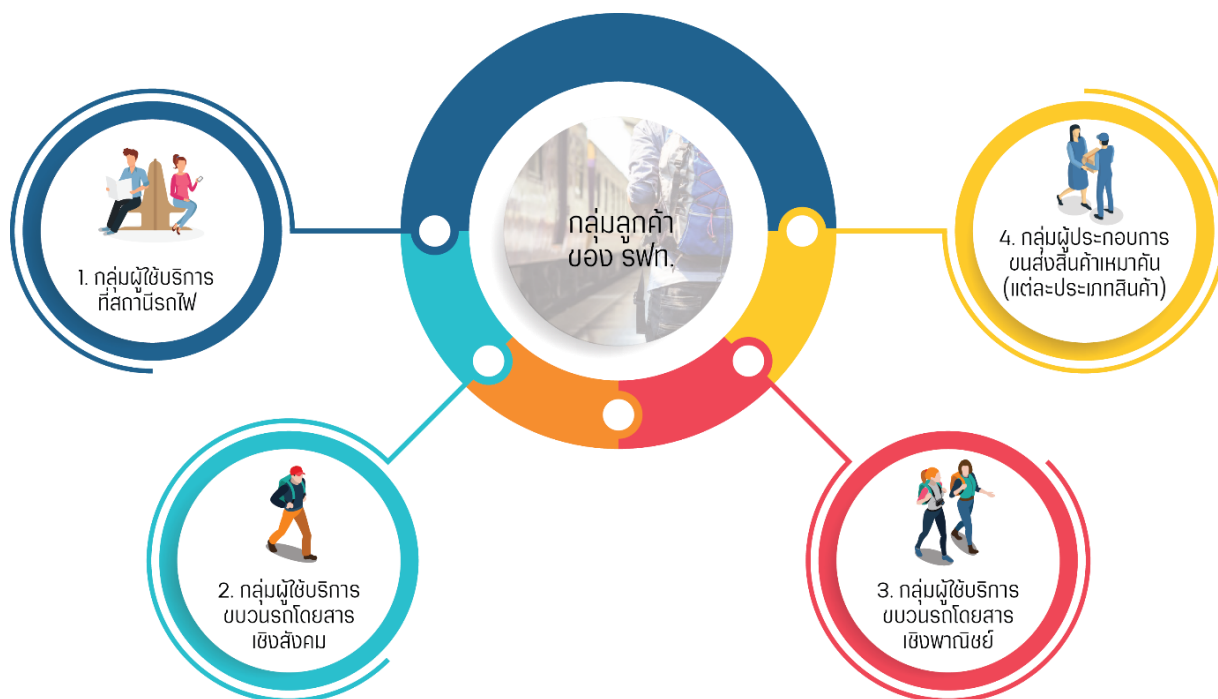
3.2.2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2.3 ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบระเบียบวิธีวิจัย

ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยเป็นการกำหนดแนวทาง หรือวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต้องการตามหลักการทางวิชาการ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ ครบถ้วน สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ ในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

3.2.3.1 การกำหนดประชากร

การศึกษาค้างนี้ ประกอบไปด้วยประชากร จำนวน 4 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ และกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ดังนี้



ภาพที่ 3.2-2 กลุ่มลูกค้า รฟท. (ประชากร) ในปัจจุบัน

(1) กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ

กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ คือ ผู้ใช้บริการของ รฟท. บนพื้นที่ ณ สถานีรถไฟ เพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รอรับ-ส่งผู้โดยสาร เข้าห้องน้ำ หรือซื้อสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น โดยในกลุ่มนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ทราบเพียงแค่ว่ามีจำนวนมาก

(2) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม คือ ผู้ใช้บริการขบวนรถบริการเชิงสังคม (Public Service Obligation: PSO) ของ รฟท. ซึ่งเป็นการให้บริการของ รฟท. ที่ถูกกำหนดให้ดำเนินการโดยรัฐ และมีวัตถุประสงค์เพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ให้แก่สาธารณชน ทั้งนี้ ในการให้บริการดังกล่าว แบ่งเป็นประเภทขบวนรถต่าง ๆ ได้แก่ รถรวม รถธรรมดา รถชานเมือง และรถท้องถิ่น โดยผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ประจำปีงบประมาณ 2566 มีทั้งสิ้นจำนวน 18,791,904 คน จำแนกตามประเภทขบวนรถและเส้นทางการเดินรถได้ดังนี้

ตารางที่ 3.2-1 จำนวนผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ประจำปีงบประมาณ 2566

ประเภทรถ	สายเหนือ	สายตะวันออกเฉียงเหนือ	สายตะวันออก	สายใต้	สายแม่กลอง	รวม
รถรวม	-	-	-	86,660	-	86,660
รถธรรมดา	1,504,979	471,277	1,981,671	1,134,037	-	5,091,964
รถชานเมือง	1,291,800	395,511	2,280,866	560,789	2,516,948	7,045,914
รถท้องถิ่น	790,125	2,861,667	-	2,606,102	309,472	6,567,366
รวม	3,586,904	3,728,455	4,262,537	4,387,588	2,826,420	18,791,904

ที่มา: การรถไฟแห่งประเทศไทย (2567)

(3) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ คือ ผู้ใช้บริการขบวนรถบริการเชิงพาณิชย์ (Commercial Service) ของ รฟท. ประกอบด้วยประเภทขบวนรถต่าง ๆ ได้แก่ รถด่วนพิเศษ รถด่วน รถเร็ว รถนำเที่ยว และรถพิเศษโดยสาร โดยผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ 2566 มีทั้งสิ้นจำนวน 9,001,475 คน จำแนกตามประเภทขบวนรถและเส้นทางการเดินรถได้ดังนี้ ตารางที่ 3.2-2 จำนวนผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ประจำปีงบประมาณ 2566

ประเภทรถ	สายเหนือ	สายตะวันออกเฉียงเหนือ	สายตะวันออก	สายใต้	สายแม่กลอง	รวม
รถด่วนพิเศษ	543,459	407,752	-	615,490	-	1,566,701
รถด่วนพิเศษดีเซลราง INTER CITY	255,814	213,190	-	334,683	-	803,687
รถด่วนพิเศษดีเซลราง ทานาแล้ง	-	7,496	-	140,917	-	148,413
รถด่วน	291,168	-	-	618,341	-	909,509
รถด่วนดีเซลราง INTER CITY	-	682,334	-	-	-	682,334
รถเร็ว	1,201,982	1,600,363	29,894	1,579,924	-	4,412,163
รถนำเที่ยว	8,070	40,482	10,786	103,978	-	163,316
รถพิเศษโดยสาร	-	-	6,107	309,245	-	315,352
รวม	2,300,493	2,951,617	46,787	3,702,578	-	9,001,475

ที่มา: การรถไฟแห่งประเทศไทย (2567)

(4) กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า คือ ผู้ประกอบการจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ที่ใช้บริการขนส่งสินค้าต่าง ๆ กับ รฟท. เช่น ก๊าซ แอลพีจี น้ำมันดิบ น้ำมัน ทั่วไป ปูนซีเมนต์ และคอนเทนเนอร์ทั่วไป เป็นต้น โดยมีผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทั้งสิ้น จำนวน 40 ราย

3.2.3.2 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะใช้หลักการทางสถิติที่มีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องตามหลักการทางวิชาการ โดยกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม จะใช้วิธีการคำนวณที่แตกต่างกัน ดังนี้

(1) กรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

ในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ของ W.G. Cochran ซึ่งกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 46) โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ที่ปรึกษากำหนด

โดยมีที่นิยมใช้กัน 2 ระดับ คือ

- ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z = 1.96

- ณ ระดับความเชื่อมั่น 99% Z = 2.58

กลุ่มที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรของ W.G. Cochran จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน จากสูตรการคำนวณ ดังนี้

กำหนดค่าร้อยละของการสุ่มตัวอย่างเป็น 50% หรือ .50 จากประชากรทั้งหมด ในระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(.50)(1-.50)1.96^2}{.05^2} \\ &= \frac{(.50)(.50)3.8416}{.0025} \\ &= \frac{.9604}{.0025} \\ &= 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน} \end{aligned}$$

(2) ในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) ดังสูตรการคำนวณต่อไปนี้

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

กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ค่าความคาดเคลื่อน (กำหนดให้เท่ากับ .05)

กลุ่มที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม และกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อนำมาคำนวณตามสูตรของ Taro Yamane จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 400 คน จากสูตรการคำนวณดังนี้

ก. กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม มีทั้งสิ้นจำนวน 18,791,904 คน ดังนั้น สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{18,791,904}{1 + 18,791,904(.05)^2} \\ &= \frac{18,791,904}{1 + 18,791,904(.0025)} \\ &= \frac{18,791,904}{46,980.76} \\ &= 399.99 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการสำรวจครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม จำนวน 400 คน

ข. กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ มีทั้งสิ้นจำนวน 9,001,475 คน
ดังนั้น สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตรดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{9,001,475}{1+9,001,475(.05)^2} \\ &= \frac{9,001,475}{1+9,001,475 (.0025)} \\ &= \frac{9,001,475}{22,504.68} \\ &= 399.98 \end{aligned}$$

ดังนั้น ในการสำรวจครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มผู้ให้บริการ
ขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ จำนวน 400 คน

จากจำนวนประชากรที่ระบุไว้ข้างต้น และการกำหนดวิธีการคำนวณขนาดตัวอย่าง
สามารถสรุปจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ได้จำนวน 1,225 ตัวอย่าง โดยสามารถแจกแจง
รายละเอียดดังได้นี้

ตารางที่ 3.2-3 สรุปจำนวนประชากร ขนาดกลุ่มตัวอย่าง และสูตรที่ใช้ในการคำนวณ

ประชากร	จำนวนประชากร	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	สูตรการคำนวณ
1. กลุ่มผู้ให้บริการ ที่สถานีรถไฟ	ไม่ทราบจำนวน ประชากร	385 คน	W.G. Cochran
2. กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสาร เชิงสังคม	18,791,904 คน	400 คน	Taro Yamane
3. กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสาร เชิงพาณิชย์	9,001,475 คน	400 คน	Taro Yamane
4. กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า	40 หน่วยงาน	-	-

หมายเหตุ: เนื่องจากกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีจำนวนน้อย ที่ปรึกษาจึงเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรทั้งหมด กลุ่มนี้
จึงไม่มีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง

3.2.3.3 การกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรในการวิจัยมีขนาดใหญ่ครอบคลุมทั่วประเทศ ดังนั้น เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสม สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ที่ปรึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบผสมผสานวิธีการ (Mix Method) โดยอาศัยเทคนิคการเลือกตัวอย่างที่หลากหลายวิธีอันเหมาะสมกับประชากร และพื้นที่ดำเนินการ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป ซึ่งวิธีการเลือกตัวอย่างมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

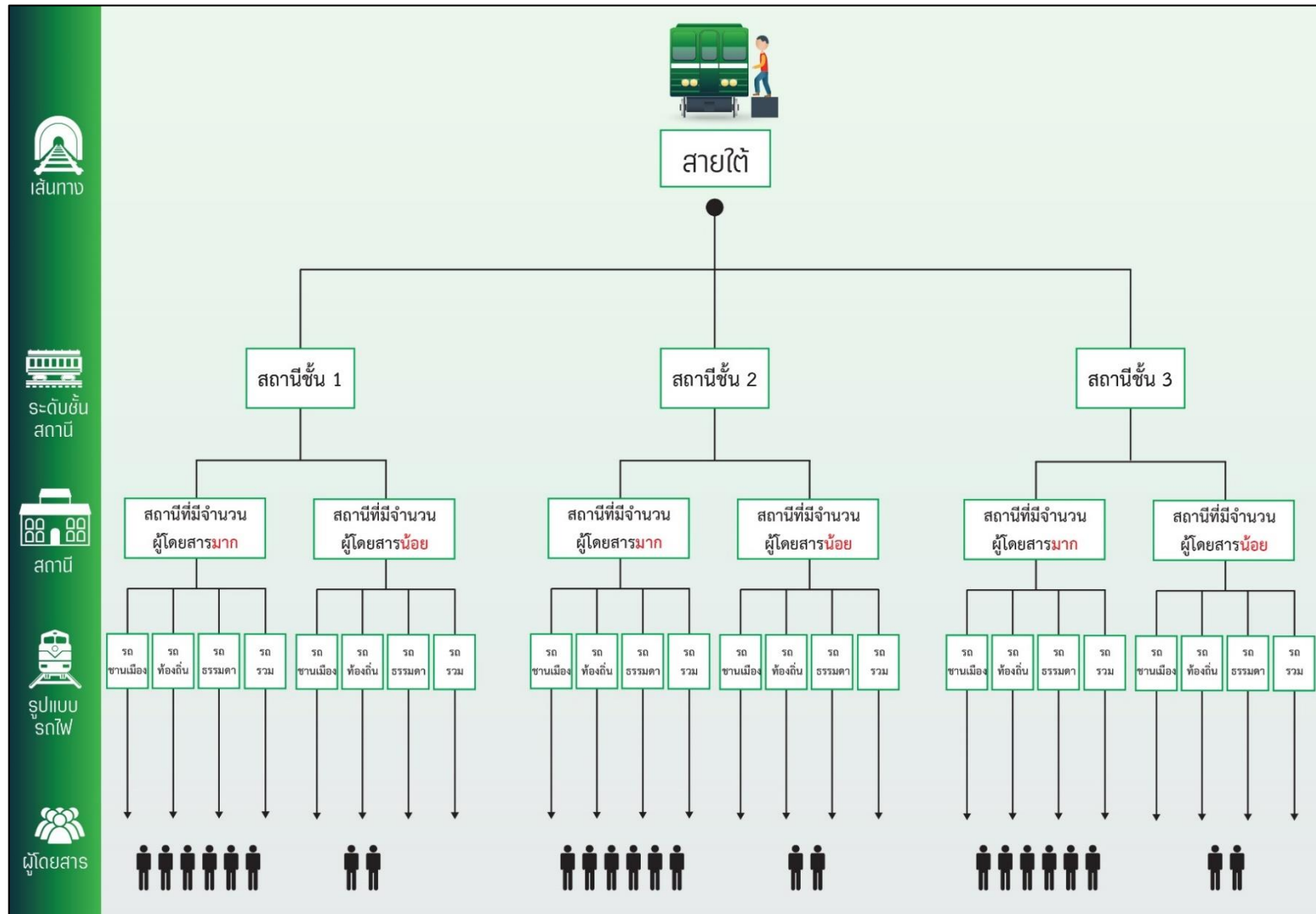
(1) กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ ที่ปรึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 3.2-4 วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ

กลุ่มตัวอย่าง	ประเภทการสุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่มตัวอย่าง
เส้นทางการเดินรถของ รฟท.	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งเส้นทางการเดินรถของ รฟท. ออกเป็น 5 เส้นทาง ครอบคลุมพื้นที่การใช้บริการของ รฟท. ได้แก่ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายใต้ สายตะวันออก และสายแม่กลอง
ระดับชั้นสถานี	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามสถานีชั้นต่างๆ จำนวน 3 ระดับ ได้แก่ สถานีชั้น 1 สถานีชั้น 2 และสถานีชั้น 3 จากนั้น จึงทำการสุ่มตัวอย่างระดับสถานีละ 2 แห่ง
สถานี	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการพิจารณาขนาดของสถานี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารมากที่สุด และสถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารน้อยที่สุด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย และรอบด้าน
ผู้โดยสาร	การสุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยคำนวณตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยเท่าเทียมกัน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

(2) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่ปรึกษาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้
ตารางที่ 3.2-5 วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

กลุ่มตัวอย่าง	ประเภทการสุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่มตัวอย่าง
เส้นทางการเดินรถของ รฟท.	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งเส้นทางการเดินรถของ รฟท. ออกเป็น 5 เส้นทาง ครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ รฟท. ได้แก่ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ สายใต้ สายตะวันออก และสายแม่กลอง
ระดับชั้นสถานี	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามสถานีชั้นต่างๆ จำนวน 3 ระดับ ได้แก่ สถานีชั้น 1 สถานีชั้น 2 และสถานีชั้น 3 จากนั้น จึงทำการสุ่มตัวอย่างระดับสถานีละ 2 แห่ง
สถานี	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการพิจารณาขนาดของสถานี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารมากที่สุด และสถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารน้อยที่สุด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย และรอบด้าน
รูปแบบรถไฟ	การสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยการแบ่งขบวนรถไฟออกเป็นรูปแบบต่างๆ ได้แก่ รถขบวนเมือง รถท้องถิ่น และรถธรรมดา รวมทั้งรถรวม (เฉพาะสายใต้)
ผู้โดยสาร	การสุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยคำนวณตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยเท่าเทียมกัน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ



ภาพที่ 3.2-5 การสุมตัวอย่างผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เส้นทางการเดินรถสายใต้

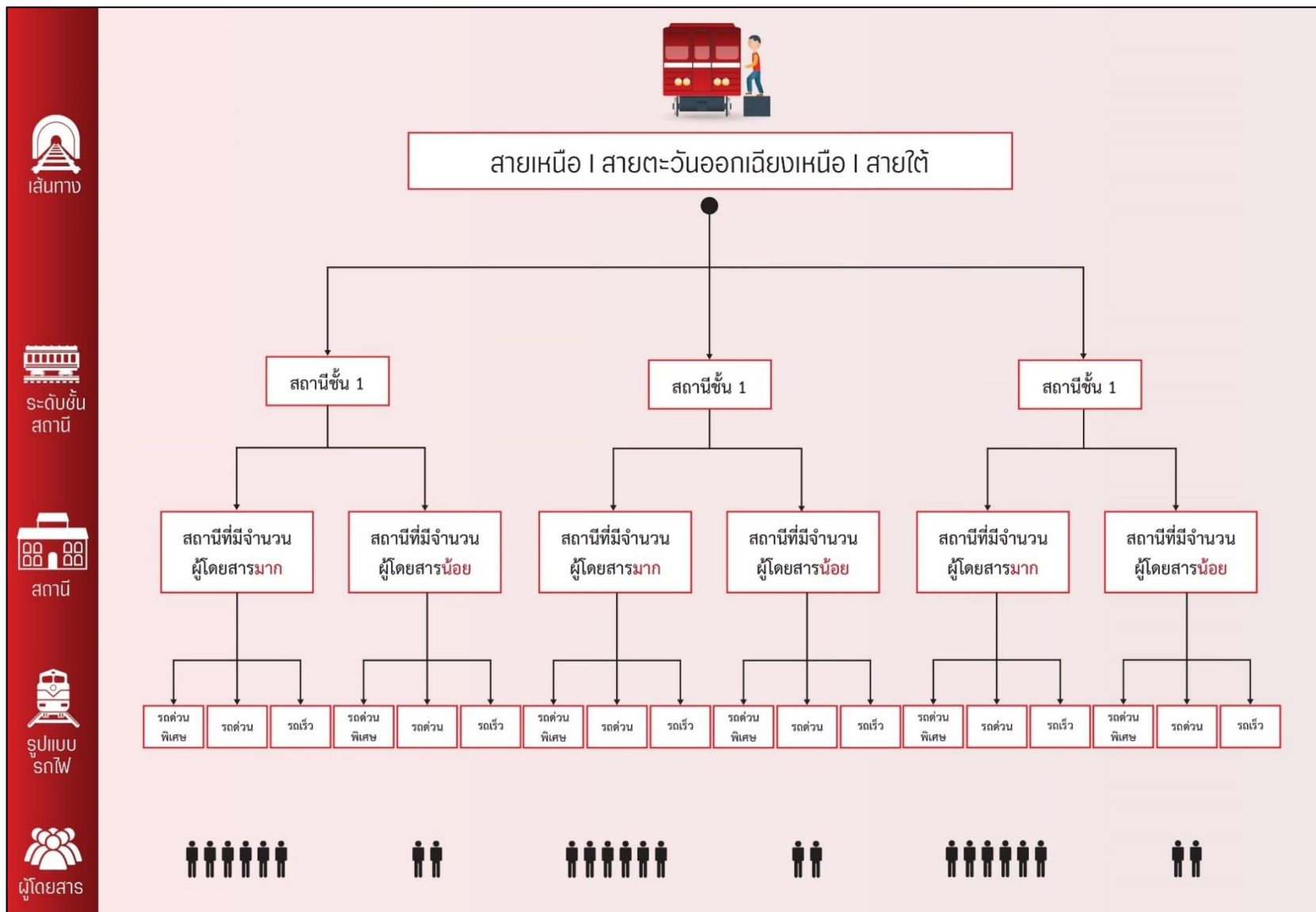
ตารางที่ 3.2-6 สรุปพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลของสถานีรถไฟเชิงสังคม จำแนกตาม จำนวนผู้โดยสาร ระดับชั้นสถานี และ เส้นทางการเดินทางของ รถฟท.

เส้นทางรถโดยสาร ของ รฟท. (ขบวนรถโดยสาร เชิงสังคม)	สถานีชั้น 1		สถานีชั้น 2		สถานีชั้น 3	
	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร มากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร มากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสารมากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด
1. สายเหนือ	ลพบุรี	แม่เมาะ	ชุมทาง บ้านดารา	ห้างฉัตร	วังกะพี้	แก่งหลวง
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	274,472	986	3,490	692	1,125	447
2. สายวันออก เฉียงเหนือ	นครราชสีมา	ปากช่อง	โนนสูง	จัตุรัส	สำราญ	บ้านเกาะ
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	209,089	11,734	38,751	29,183	1,182	895
3. สายใต้	ยะลา	ชะอำ	บางบำหรุ	ชุมทาง บ้านทุ่ง โพธิ์	บ้านดินลาน	เขาหัว ควาย
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	362,366	114	278,839	1,168	24,273	623
4. สายตะวันออก	ชุมทาง ฉะเชิงเทรา	ชลบุรี	กบินทร์บุรี	พัทลุง	โยทะกา	ชุมทาง เขาชีจรรย์
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	276,905	3,630	44,298	15,554	7,351	246
5. สายแม่กลอง	วงเวียนใหญ่	มหาชัย	ตลาดพลู	แม่กลอง	รางโพธิ์	บ้าน แหลม
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	377,571	343,603	147,731	98,142	52,644	44,635

(3) กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ มีวิธีการสุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ตารางที่ 3.2-7 วิธีการสุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

กลุ่มตัวอย่าง	ประเภทการสุ่มตัวอย่าง	วิธีการสุ่มตัวอย่าง
เส้นทางการเดินรถของ รฟท.	การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งเส้นทางการเดินรถของ รฟท. ออกเป็น 3 เส้นทางครอบคลุมพื้นที่การให้บริการของ รฟท. ได้แก่ สายเหนือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ และสายใต้
ระดับชั้นสถานี	การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามสถานีชั้นต่างๆ จำนวน 3 ระดับ ได้แก่ สถานีชั้น 1 สถานีชั้น 2 และสถานีชั้น 3 จากนั้น จึงทำการสุ่มตัวอย่างระดับสถานีละ 2 แห่ง
สถานี	การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการพิจารณาขนาดของสถานี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ สถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารมากที่สุด และสถานีที่มีจำนวนผู้โดยสารน้อยที่สุด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย และรอบด้าน
รูปแบบรถไฟ	การสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยการแบ่งขบวนรถไฟออกเป็นรูปแบบต่างๆ ได้แก่ รถด่วนพิเศษ รถด่วน รถเร็ว และรถวิ่งระหว่างเมืองใหญ่
ผู้โดยสาร	การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น	ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยคำนวณตามสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างโดยเท่าเทียมกัน จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ



ภาพที่ 3.2-6 วิธีการส่งตัวอย่างกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

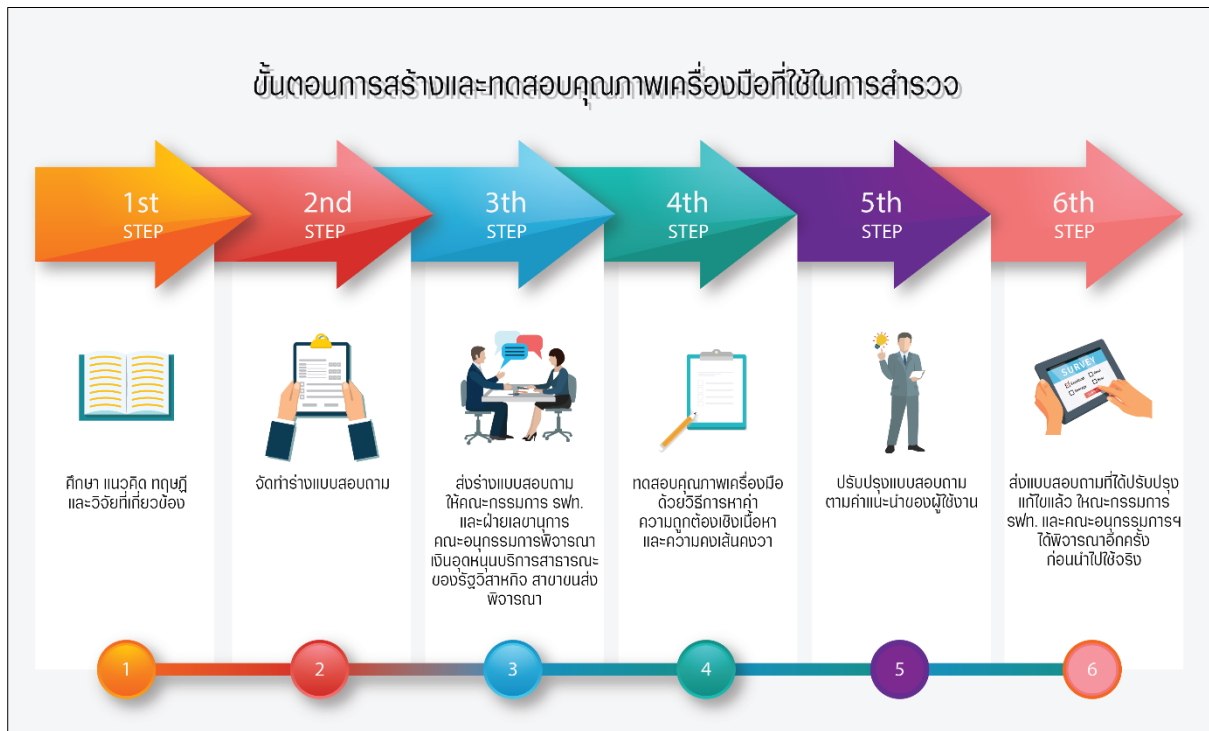
จากการกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ข้างต้น สามารถสรุปพื้นที่สำหรับการดำเนินงานเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ดังนี้
ตารางที่ 3.2-8 สรุปพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลของสถานีรถไฟเชิงพาณิชย์ จำแนกตาม จำนวนผู้โดยสาร ระดับชั้นสถานี และเส้นทางการเดินรถของ รฟท.

เส้นทางการเดินรถ ของ รฟท. (ขบวนรถโดยสาร เชิงพาณิชย์)	สถานีชั้น 1		สถานีชั้น 2		สถานีชั้น 3	
	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร มากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร มากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร มากที่สุด	สถานีที่มี จำนวน ผู้โดยสาร น้อยที่สุด
1. สายเหนือ	เชียงใหม่	ปากน้ำโพ	เชียงราก	ชุมทาง บ้านดารา	บ้านโคน	บ้านด่าน
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	174,796	438	338	3,461	1,223	480
2. สายวันออก เฉียงเหนือ	อุบลราชธานี	สีคิ้ว	เมืองพล	จักราช	โคกสูง	แก่งเสือ เต้น
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	231,246	4,945	6,419	3,491	661	555
3. สายใต้	สุราษฎร์ธานี	โพธาราม	ห้วยยอด	ชุมทาง เขาชุม ทอง	คลองจั่นดี	วัดช้างไห้
จำนวนผู้โดยสาร (คน)	179,361	86	11,111	99	12,651	4,757

(4) กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า
กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่ปรึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับ
ประชากรทั้งหมด จึงไม่มีการกำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่าง

3.2.3.4 การสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือ และทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้



ภาพที่ 3.2-7 ขั้นตอนการสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจ

(1) ศึกษาจากเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และการสังเคราะห์ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนดเป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม เช่น แนวคิดความพึงพอใจ แนวคิดความผูกพัน และแนวคิด ความจงรักภักดี เป็นต้น

(2) ประชุมหารือเพื่อพิจารณาถึงแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการสำรวจ ที่ปรึกษา ร่วมกับ เจ้าหน้าที่ของ รพท. ประชุมร่วมกันเพื่อหารือถึงวิธีการและแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการสำรวจความพึงพอใจ ที่เหมาะสม ครอบคลุมข้อมูล หรือประเด็นที่ต้องการสำรวจ และสอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายตามที่กำหนด จากนั้นจึงส่งให้ฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการพิจารณาเงินอุดหนุนบริการ สาธารณะของรัฐวิสาหกิจ สาขาขนส่ง พิจารณา

(3) ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้วยวิธีการหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try-out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง และ ใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้ ควรมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป

(4) ปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือตามผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ

(5) ส่งแบบสอบถามที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้วให้เจ้าหน้าที่ของ รพท.

และฝ่ายเลขานุการคณะอนุกรรมการพิจารณาเงินอุดหนุนบริการสาธารณะของรัฐวิสาหกิจ สาขาขนส่ง ได้พิจารณาอีกครั้ง ก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.2.3.5 การกำหนดสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติงานโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 ที่ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องไปวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้หลักการทางสถิติดังต่อไปนี้

(1) ร้อยละ (Percentage) มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{array}{lcl} P & = & \frac{f}{N} \\ \text{เมื่อ } P & = & \text{ร้อยละ} \\ F & = & \text{ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ} \\ N & = & \text{จำนวนความถี่ทั้งหมด} \end{array}$$

(2) ค่าเฉลี่ย (Mean) มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{array}{lcl} \bar{X} & = & \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{N} \\ \text{เมื่อ } \bar{X} & = & \text{ค่าเฉลี่ย} \\ \sum_{i=1}^N X_i & = & \text{ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด} \\ N & = & \text{จำนวนข้อมูลทั้งหมด} \end{array}$$

(3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: SD) มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$SD = \sqrt{\frac{\sum_{I=1}^N (X_t - \bar{X})^2}{N-1}}$$

เมื่อ SD	=	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ย
X_t	=	ค่าที่สามารถสังเกตได้ของตัวอย่างกลุ่มที่ 1 ถึงกลุ่ม
N	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum$	=	สัญลักษณ์ผลรวม

3.2.3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม ที่ปรัการศึกษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติต่าง ๆ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

ก. การวิจัยเอกสาร (Documentary research) ที่ปรัศึกษาจะทำการวิจัยเอกสารทั้งเอกสารปฐมภูมิ และเอกสารทุติยภูมิ เช่น แผนงานฯ งานวิจัย และเอกสารวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ที่ปรัศึกษาจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งจะบรรยายเนื้อหาของข้อความ หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ และเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) เชื่อมโยงไปยังกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.2.4 ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มี 2 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน ดังนี้

3.2.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม ที่ที่ปรึกษาได้พัฒนาขึ้น โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

(1) กำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสุ่มตัวอย่าง ตามที่ที่ปรึกษาได้ออกแบบระเบียบวิธีวิจัยไว้ข้างต้น

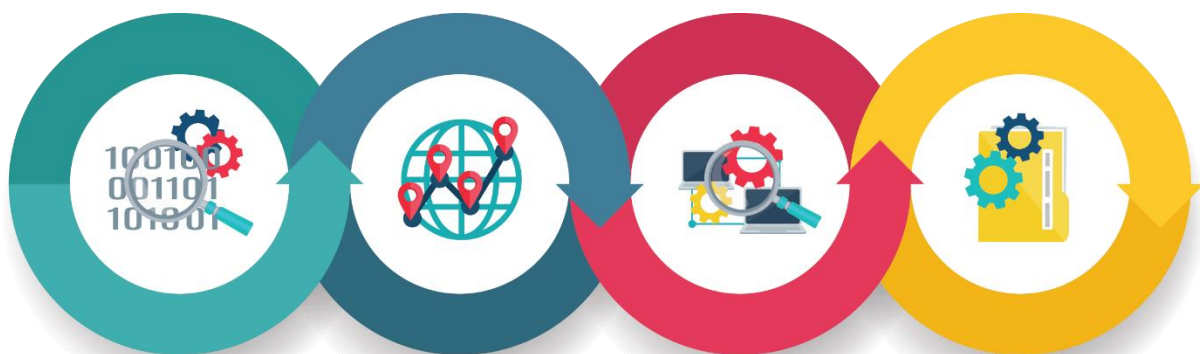
(2) กำหนดวัน เวลา และสถานที่ในการลงพื้นที่สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล

(3) ที่ปรึกษา และทีมงาน ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เนื่องจากหากมีประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามสงสัย หรือไม่เข้าใจ จะสามารถชี้แจงได้

(4) ตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ว่าได้ครบถ้วนตามจำนวนที่ต้องการ และผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้อย่างตรงประเด็น ทั้งนี้ หากตรวจสอบแล้วพบว่าการไม่ตอบในบางประเด็น จะต้องมีการติดตามเป็นการเฉพาะรายบุคคลอย่างเร่งด่วน แต่ถ้าไม่สามารถดำเนินการได้ หรือพิจารณาแล้วพบว่ามีความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล ให้นำข้อมูลชุดนั้นออกจากการวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ ที่ได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ เช่น บทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ หรือเอกสารของ รพท. เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการศึกษา กำหนดกรอบแนวคิด เครื่องมือการวิจัย และขอบเขตการศึกษาด้านต่าง ๆ ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ โดยสังเขปได้ดังนี้



1. กำหนดข้อมูลที่ต้องการ

2. กำหนดแหล่งข้อมูล

3. กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. เก็บรวบรวมข้อมูล

ภาพที่ 3.2-8 ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

3.2.5 ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

การวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลสามารถแบ่งออกเป็น 2 วิธี คือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.2.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมแบบสอบถาม ที่ปรักรษาใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติต่าง ๆ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

ตารางที่ 3.2-9 การแปลผลความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.80	ไม่พึงพอใจ
1.81 – 2.60	พึงพอใจน้อย
2.61 – 3.40	พึงพอใจปานกลาง
3.41 – 4.20	พึงพอใจมาก
4.21 – 5.00	พึงพอใจมากที่สุด

ตารางที่ 3.2-10 การแปลผลความผูกพัน

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 – 1.80	ไม่ผูกพัน
1.81 – 2.60	ผูกพันน้อย
2.61 – 3.40	ผูกพันปานกลาง
3.41 – 4.20	ผูกพันมาก
4.21 – 5.00	ผูกพันมากที่สุด

ตารางที่ 3.2-11 การแปลผลความภักดี

ร้อยละ	ความหมาย
1.00 – 20.00	ไม่ภักดี
20.01 – 40.00	ภักดีน้อย
40.01 – 60.00	ภักดีปานกลาง
60.01 – 80.00	ภักดีมาก
80.01 – 100.00	ภักดีมากที่สุด

3.2.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

(1) การวิจัยเอกสาร (Documentary research) ที่ปรึกษาจะทำการวิจัยเอกสาร ทั้งเอกสารปฐมภูมิ และเอกสารทุติยภูมิ เช่น แผนงานฯ งานวิจัย และเอกสารวิชาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

(2) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ที่ปรึกษาจะใช้วิธีการวิเคราะห์ เนื้อหา ซึ่งจะบรรยายเนื้อหาของข้อความ หรือเอกสารที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ และเน้นความเป็นวัตถุวิสัย (Objectivity) เชื่อมโยงไปยังกรอบทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.2.6 ขั้นตอนที่ 6 การเรียบเรียงและเขียนรายงานผลการศึกษา

การเรียบเรียงและเขียนรายงานผลการศึกษา มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.6.1 ศึกษาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของโครงการได้ครบทุกข้อ

3.2.6.2 วางโครงเรื่อง หรือการจัดลำดับเนื้อหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ถูกต้องตามหลักการทางวิชาการ ซึ่งต้องมีเนื้อหาครอบคลุมขอบเขตงานตามที่กำหนดใน TOR และมีความสัมพันธ์กันในแต่ละประเด็น

3.2.6.3 เรียบเรียงเนื้อหาตามโครงเรื่องที่กำหนด

3.2.6.4 ตรวจสอบการเรียบเรียงและเขียนรายงานผลการศึกษา

3.2.7 ขั้นตอนที่ 7 การจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท.

ในการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ที่ปรึกษาจะพิจารณาจาก 2 ประเด็น คือ (1) ด้านที่มีระดับค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ไม่สูงมาก และ (2) ยกระดับค่าเฉลี่ยของคะแนนเดิมที่สูงอยู่แล้ว ให้สูงมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มระดับความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของผู้รับบริการ รพท. ให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ จากทั้ง 2 ประเด็นดังกล่าว ที่ปรึกษามีขั้นตอนการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ดังนี้

3.2.7.1 ศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีในการใช้บริการสาธารณะของประชาชน รวมทั้งกรณีศึกษาอื่น ๆ (Best Practice) ในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้รับมาประยุกต์ใช้กับการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ต่อไป

3.2.7.2 พิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้รับบริการของ รพท. โดยปัจจัยดังกล่าว สามารถวิเคราะห์ผลได้จากการทดสอบสมมติฐาน ทำให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการของ รพท. มากที่สุด เพื่อนำปัจจัยดังกล่าวมากำหนดแนวทางในการให้บริการของ รพท. ต่อไป

3.2.7.3 พิจารณาจากข้อเสนอแนะ หรือแผนงานเดิม ที่ รพท. เคยจัดทำ หรืออยู่ระหว่างการดำเนินงาน ว่าผลดังกล่าวออกมาเป็นอย่างไร หากผลดังกล่าวสามารถช่วยส่งเสริม หรือยกระดับความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของผู้รับบริการของ รพท. ได้ ให้ดำเนินการต่อไป แต่หากไม่สามารถยกระดับความพึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้รับบริการของ รพท. ได้ ที่ปรึกษาจะเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. ใหม่

3.2.7.4 จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท. รวมทั้งแผนงานโครงการ โดยแบ่งออกเป็นระยะต่าง ๆ จากนั้นจึงนำเสนอให้เจ้าหน้าที่ รพท. และผู้ที่เกี่ยวข้องพิจารณาต่อไป



ภาพที่ 3.2-9 ขั้นตอนการจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการของ รพท.

3.2.8 การวิเคราะห์ความต้องการ ความจำเป็นเพื่อกำหนดความถี่ของการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า

รพท. กำหนดให้มีการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อนำผลการสำรวจที่ได้รับมาวิเคราะห์และปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ รวมทั้งจัดทำแผนงานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป ทั้งนี้ รพท. ได้พิจารณาแล้วว่า ความถี่ในการสำรวจที่กำหนดนั้นมีความเหมาะสมและสามารถนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ โดยได้ทำการวิเคราะห์จากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

การให้บริการของ รพท. จัดอยู่ในประเภทสินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods) หรือเป็นสินค้าที่ลูกค้าต้องซื้อเป็นประจำ ราคาไม่สูงมาก หากไม่มีการให้บริการของ รพท. ก็สามารถใช้บริการอื่นทดแทนได้ พฤติกรรมของลูกค้าจึงไม่ซับซ้อนมากนัก เพราะโดยส่วนมากจะตัดสินใจใช้บริการจากปัจจัยด้านราคา คุณสมบัติ และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บริการ โดยจะแตกต่างกับสินค้าประเภทสินค้าเจาะจงซื้อ (Specialty Goods) ที่ลูกค้ามักจะมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ซับซ้อนกว่า ซึ่งนอกจากปัจจัยด้านคุณค่าของการบริการที่ได้รับจะส่งผลต่อการใช้บริการแล้ว ยังมีปัจจัยด้านจิตวิทยาอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วย เช่น ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ภาพลักษณ์ของลูกค้าเมื่อใช้บริการ หรือค่านิยมทางสังคม เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของลูกค้า

ผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการของ รพท. มีความใกล้เคียงกันทุกปี ทั้งในด้านของการบริการที่เลือกใช้ วัตถุประสงค์ของการใช้บริการ ความถี่และช่วงเวลาในการใช้บริการ รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า รพท. มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวนี้ ก็จะมีพฤติกรรมการใช้บริการในรูปแบบเดิม ๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล

3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการด้านตลาด

รพท. มุ่งเน้นการรักษาฐานลูกค้าเดิม ยังไม่ได้มีการขยายไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่มากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าฯ ซึ่งโดยส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการรายเดิม ที่มีการทำสัญญาในการใช้บริการกับ รพท. ในระยะยาว ทำให้ รพท. มีความเข้าใจในพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม รพท. มีการขยายฐานลูกค้าเพิ่มเติมเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพ และมีโอกาสในการเติบโตทางธุรกิจ เช่น ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว รพท. ยังได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ในกรณีที่ รพท. มีการให้บริการใหม่ ๆ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรม ความต้องการ หรือความคาดหวังของลูกค้า เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพการให้บริการที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป เช่น การให้บริการขบวนรถไฟฟ้าท่องเที่ยวพิเศษ KIHA 183, Royal Blossom หรือรถจักรไอน้ำขบวนพิเศษนำเที่ยวโอกาสพิเศษประจำปี เป็นต้น



“งานวิจัยที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 4

สรุปผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร

การสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของผู้ใช้บริการของ รฟท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้โดยสารขบวนรถโดยสารเชิงสังคม และกลุ่มผู้โดยสารขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มละ 400 คน ใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) และไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เพื่อให้ทุกหน่วยของประชากรได้มีโอกาสได้รับการคัดเลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยเท่าเทียมกัน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม จากนั้น จึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การศึกษาในส่วนนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของผู้ใช้บริการของ รฟท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร (2) สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจของผู้โดยสารรถโดยสารในภาพรวม (3) สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี ของผู้โดยสารรถโดยสารเชิงสังคม และ (4) สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี ของผู้โดยสารรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

4.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความรักดี และความผูกพันของผู้ใช้บริการของ รพท. ด้านการขนส่งผู้โดยสาร

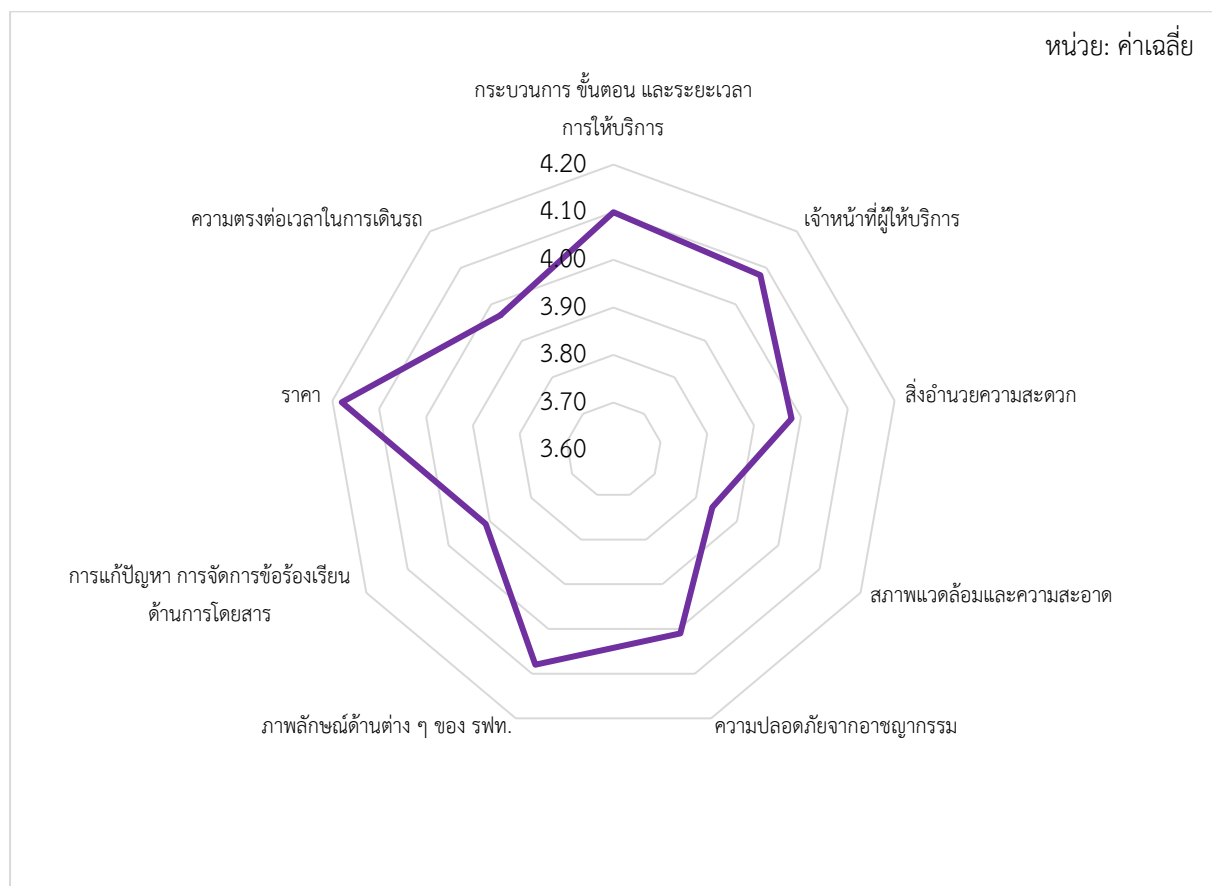
4.1.1 ผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

4.1.1.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถในภาพรวม

ตารางที่ 4.1-1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4.01	0.65	พึงพอใจมาก
ก. กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	4.14	0.59	พึงพอใจมาก
ข. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.08	0.62	พึงพอใจมาก
ค. ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รพท.	4.08	0.61	พึงพอใจมาก
ง. ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3.99	0.67	พึงพอใจมาก
จ. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.98	0.67	พึงพอใจมาก
ฉ. การแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร	3.91	0.69	พึงพอใจมาก
ช. สภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.88	0.69	พึงพอใจมาก
(2) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ	4.02	0.65	พึงพอใจมาก
ก. ราคา	4.18	0.58	พึงพอใจมาก
ข. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.08	0.62	พึงพอใจมาก
ค. กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	4.05	0.62	พึงพอใจมาก
ง. ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	4.02	0.64	พึงพอใจมาก
จ. สิ่งอำนวยความสะดวก	3.98	0.66	พึงพอใจมาก
ฉ. ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง	3.97	0.68	พึงพอใจมาก
ช. สภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.79	0.73	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม (สถานีรถไฟ และขบวนรถไฟ)	4.01	0.65	พึงพอใจมาก

แผนภูมิที่ 4.1-1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม



จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม ที่มีต่อการให้บริการของ รฟท. ปี 2567 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารมีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 แบ่งเป็นความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ราคา รองลงมาคือ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ความปลอดภัยจากอาชญากรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และสภาพแวดล้อมและความสะอาด ตามลำดับ

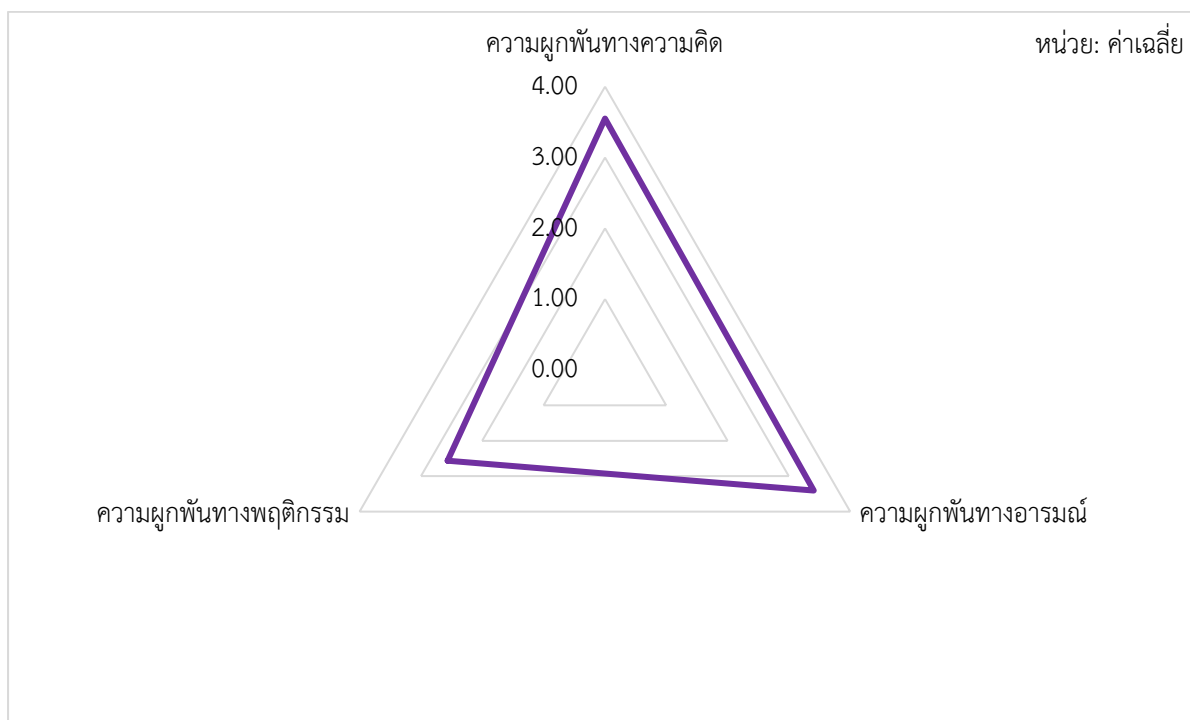
4.1.1.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

เนื่องจากการประเมินผลความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการ รฟท. เป็นการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งไม่สามารถนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยได้ ดังนั้น ผลการศึกษาในส่วนนี้ ที่ปรึกษาจึงขออธิบายโดยการจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม และผู้ให้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะขออธิบายไว้ในหัวข้อที่ 4.1.2.2 และ 4.1.3.2 ต่อไป

4.1.1.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม ที่มีต่อ รฟท. ปี 2567 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารมีความผูกพันต่อ รฟท. อยู่ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 โดยผู้ใช้บริการรถโดยสารมีความผูกพันทางความคิดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.1-2 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม



4.1.1.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

เนื่องจากการประเมินผลความภักดีของผู้ใช้บริการ รฟท. เป็นการศึกษาโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งไม่สามารถนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยได้ ดังนั้น ผลการศึกษาในส่วนนี้ ที่ปรึกษาจึงขออธิบายโดยการจำแนกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม และผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ซึ่งจะขออธิบายไว้ในหัวข้อที่ 4.1.2.4 และ 4.1.3.4 ต่อไป

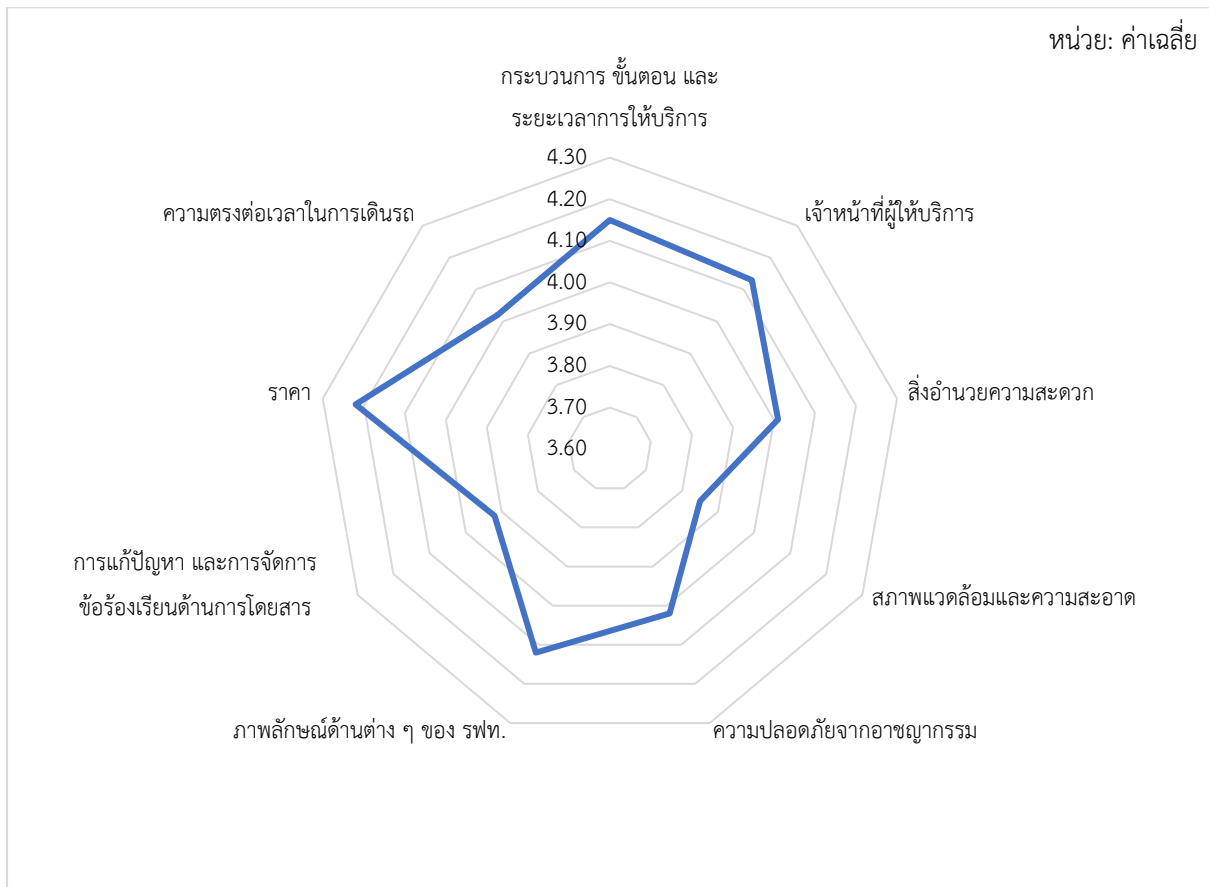
4.1.2 ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

4.1.2.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

ตารางที่ 4.1-2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ	4.03	0.61	พึงพอใจมาก
ก. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลา การให้บริการ	4.19	0.55	พึงพอใจมาก
ข. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.12	0.56	พึงพอใจมาก
ค. ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.	4.12	0.56	พึงพอใจมาก
ง. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.00	0.64	พึงพอใจมาก
จ. ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3.99	0.65	พึงพอใจมาก
ฉ. ด้านการแก้ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร	3.92	0.64	พึงพอใจมาก
ช. ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.89	0.67	พึงพอใจมาก
(2) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ	4.05	0.61	พึงพอใจมาก
ก. ด้านราคา	4.22	0.55	พึงพอใจมากที่สุด
ข. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.14	0.57	พึงพอใจมาก
ค. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	4.12	0.56	พึงพอใจมาก
ง. ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม	4.04	0.64	พึงพอใจมาก
จ. ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ	4.02	0.62	พึงพอใจมาก
ฉ. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.02	0.61	พึงพอใจมาก
ช. ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.80	0.70	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.04	0.61	พึงพอใจมาก

แผนภูมิที่ 4.1-3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม



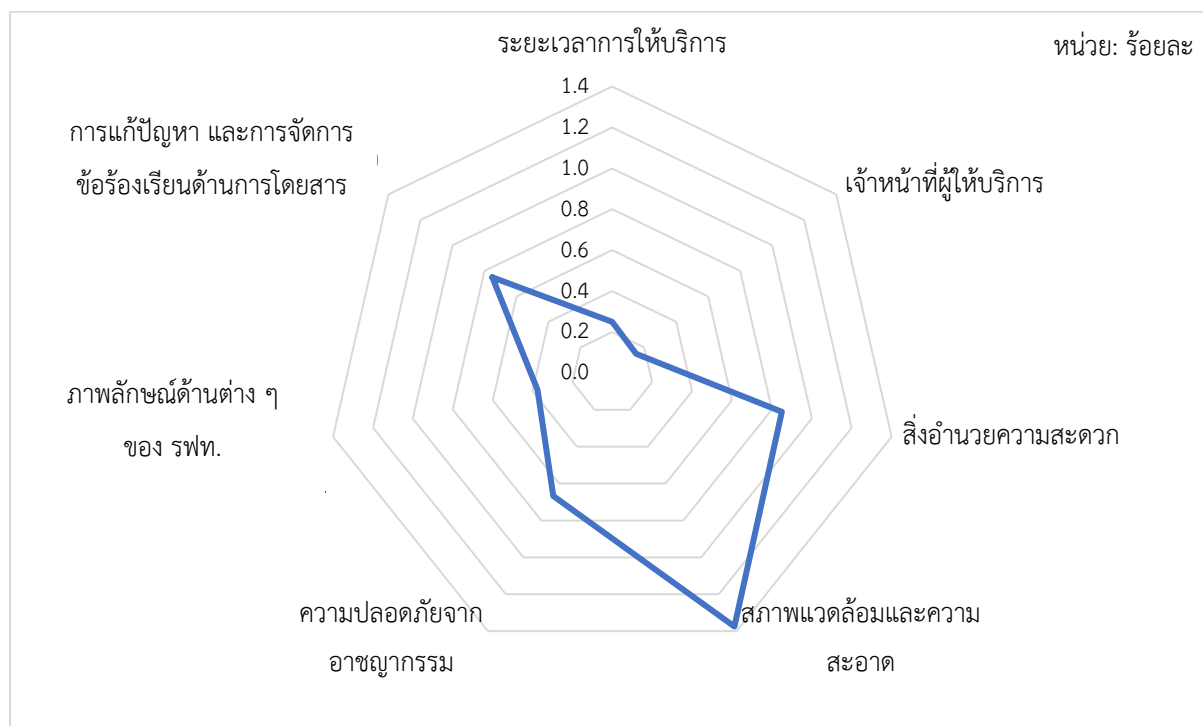
จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ที่มีต่อการให้บริการของ รพท. ปี 2567 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารมีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 แบ่งเป็นความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ราคา รองลงมาคือ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รพท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ความปลอดภัยจากอาชญากรรม สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมและความสะอาด และการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และ ตามลำดับ

4.1.2.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

(1) ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ตามลำดับ

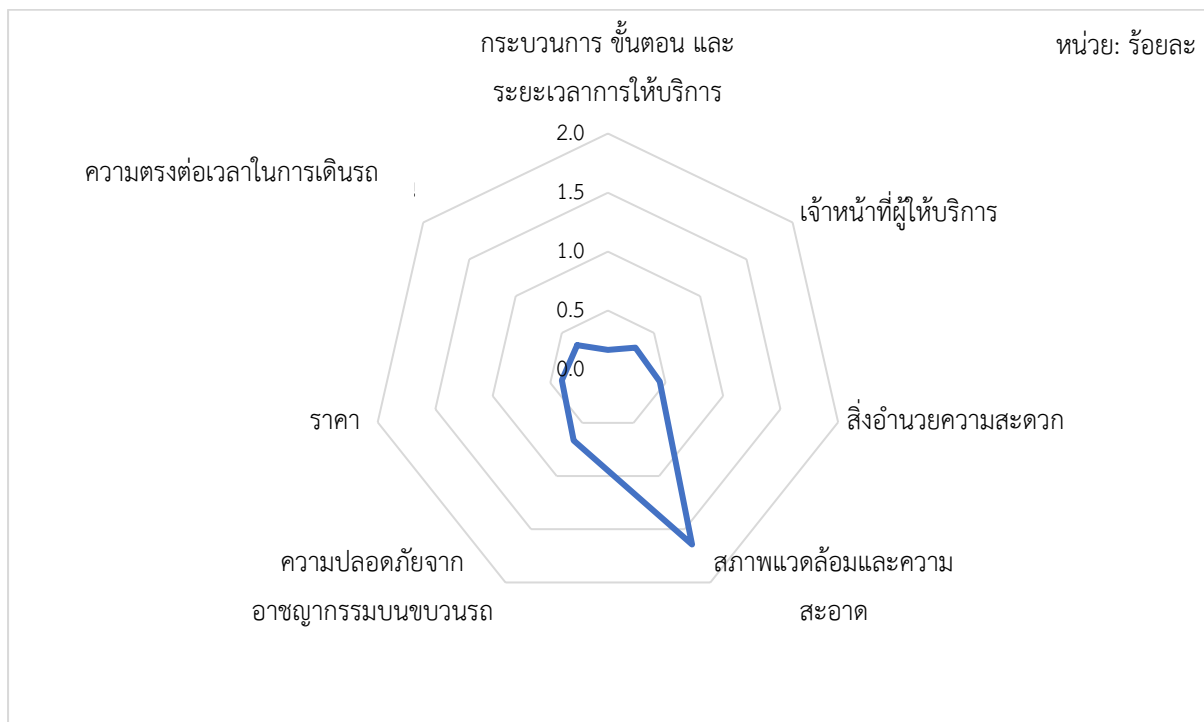
แผนภูมิที่ 4.1-4 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ



(2) ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.6 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคา ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

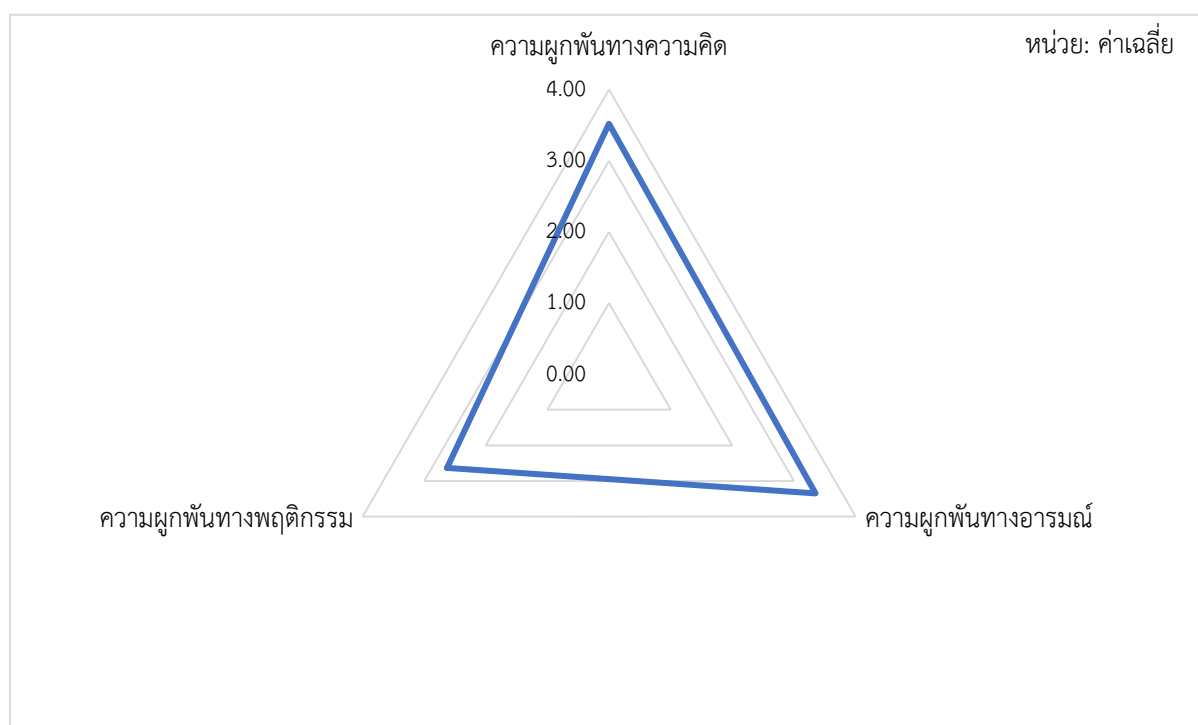
แผนภูมิที่ 4.1-5 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการบนขบวนรถไฟ



4.1.2.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 โดยมีความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

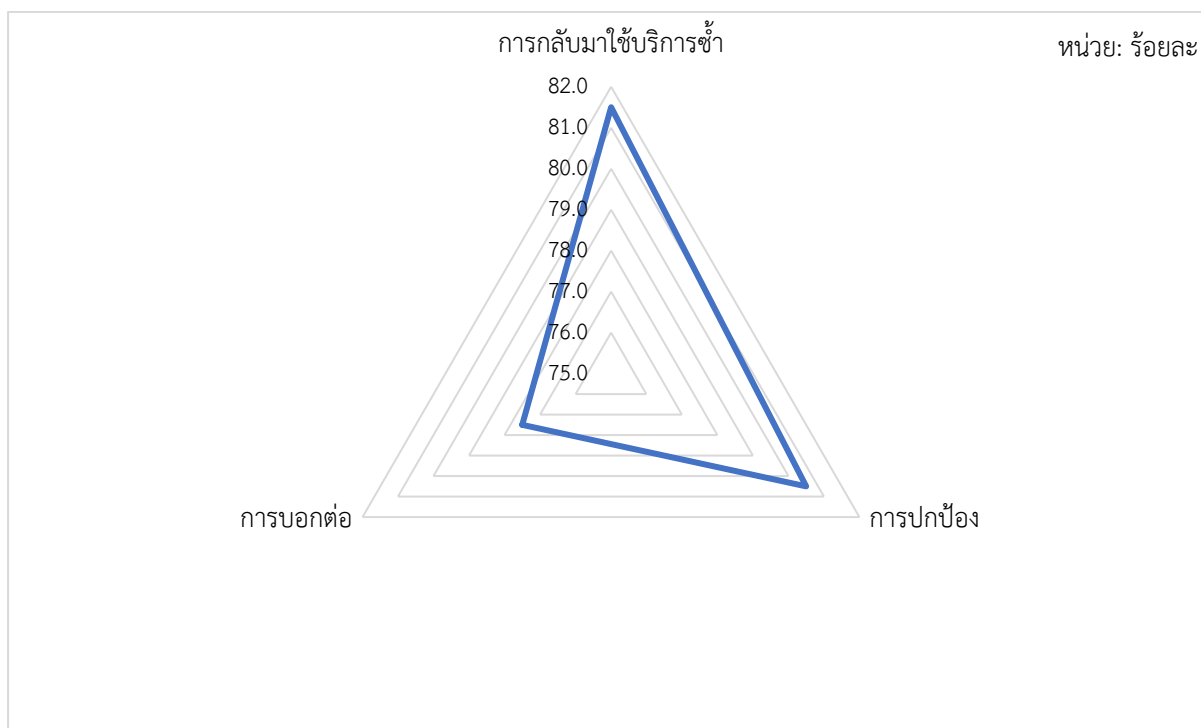
แผนภูมิที่ 4.1-6 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม



4.1.2.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ที่มีต่อ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความภักดีด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ มากที่สุด (ร้อยละ 81.5) รองลงมาคือ การปกป้อง (ร้อยละ 80.5) และการบอกต่อ (ร้อยละ 77.5) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.1-7 สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม



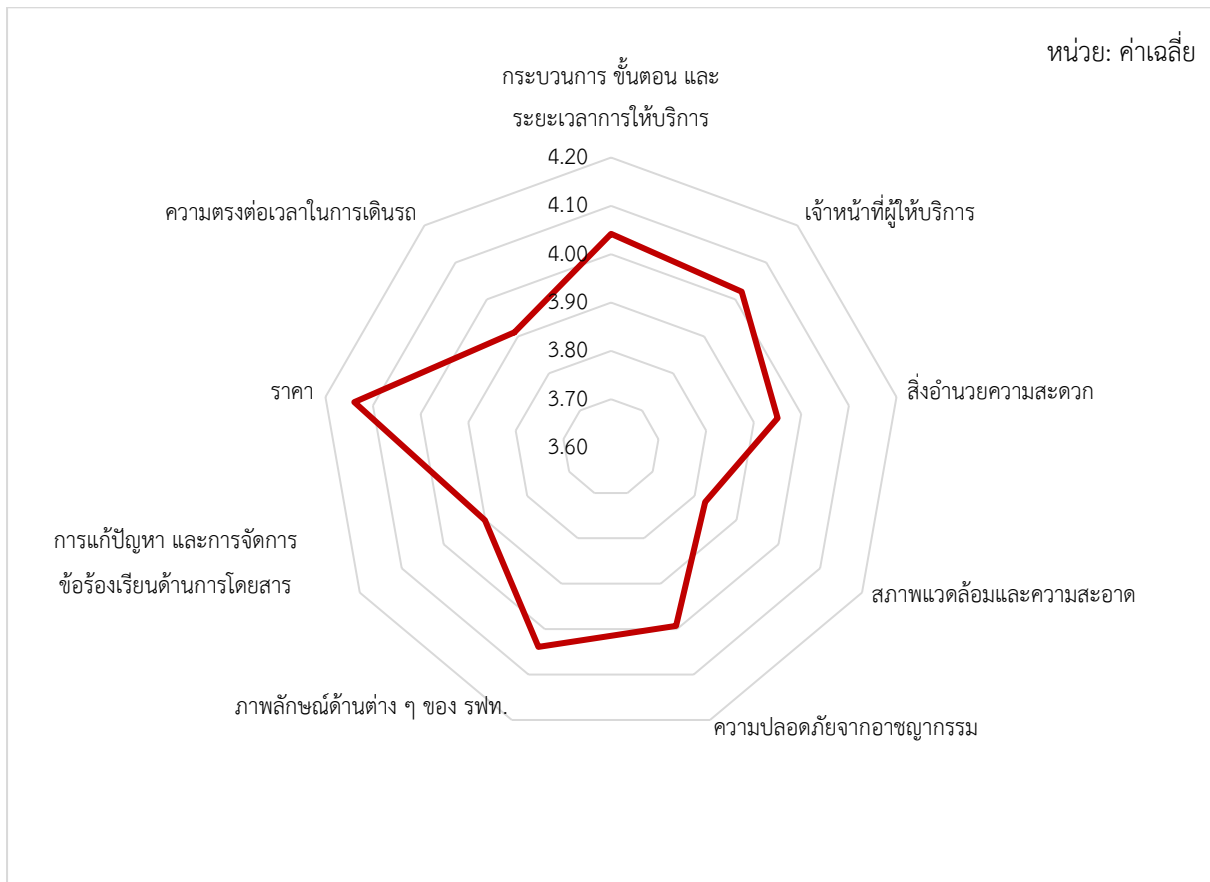
4.1.3 ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

4.1.3.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ตารางที่ 4.1-3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ	3.99	0.68	พึงพอใจมาก
ก. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	4.10	0.63	พึงพอใจมาก
ข. ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.	4.04	0.65	พึงพอใจมาก
ค. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.03	0.67	พึงพอใจมาก
ง. ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3.99	0.70	พึงพอใจมาก
จ. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.97	0.69	พึงพอใจมาก
ฉ. ด้านการแก้ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร	3.90	0.73	พึงพอใจมาก
ช. ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.87	0.71	พึงพอใจมาก
(2) ความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ	3.97	0.69	พึงพอใจมาก
ก. ด้านราคา	4.14	0.62	พึงพอใจมาก
ข. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	4.01	0.67	พึงพอใจมาก
ค. ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3.99	0.64	พึงพอใจมาก
ง. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	3.98	0.69	พึงพอใจมาก
จ. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.93	0.71	พึงพอใจมาก
ฉ. ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง	3.91	0.75	พึงพอใจมาก
ช. ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด	3.79	0.75	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม (สถานีรถไฟ และขบวนรถไฟ)	3.98	0.69	พึงพอใจมาก

แผนภูมิที่ 4.1-8 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์



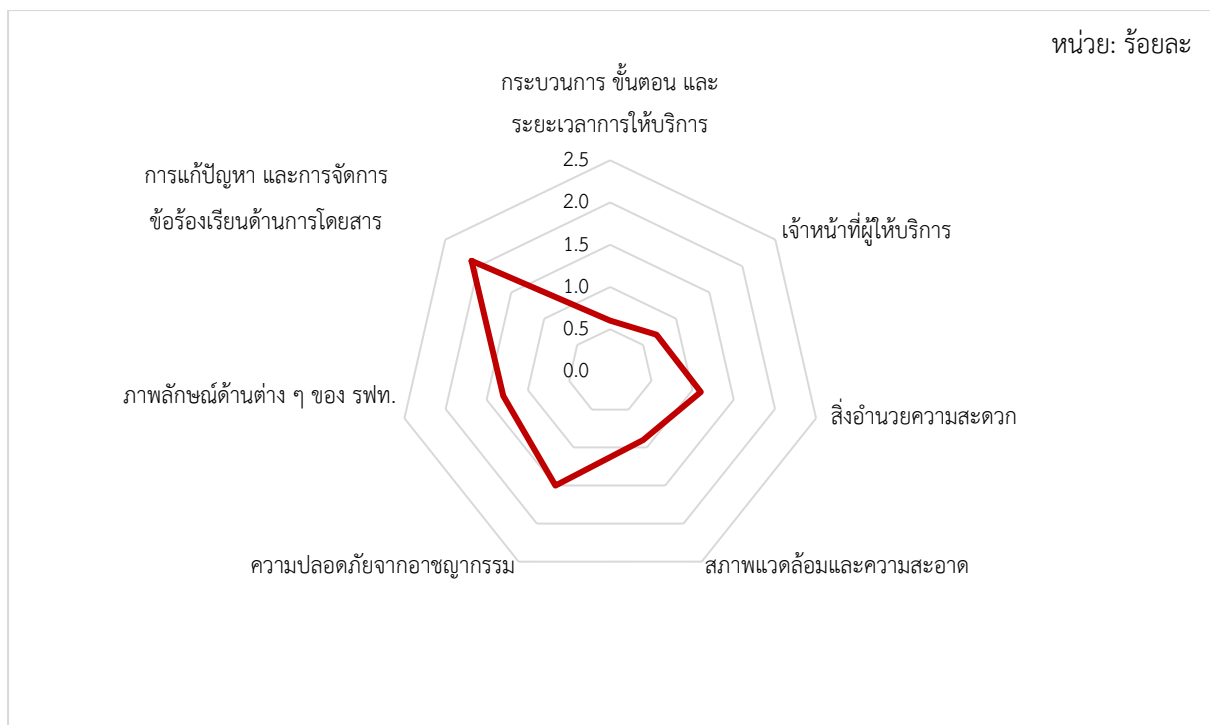
จากการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มีต่อการให้บริการของ รฟท. ปี 2567 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารมีความพึงพอใจในการให้บริการอยู่ในระดับมาก หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 แบ่งเป็นความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และความพึงพอใจที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ราคา รองลงมาคือ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ความปลอดภัยจากอาชญากรรม สิ่งอำนวยความสะดวก ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และสภาพแวดล้อมและความสะอาด ตามลำดับ

4.1.3.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

(1) ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ในขณะที่ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจนั้น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบน ณ สถานีรถไฟ “ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รถพ. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

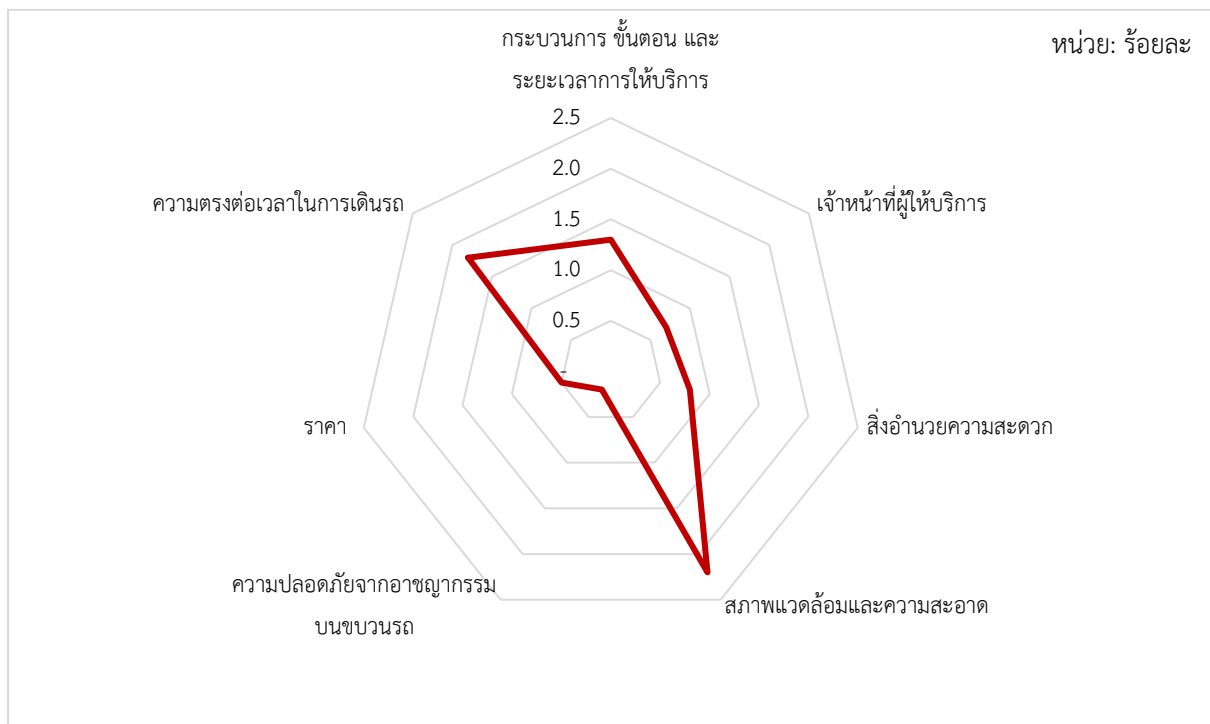
แผนภูมิที่ 4.1-9 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ



(2) ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

ผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟ ใน “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.2 รองลงมา คือ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม และตามลำดับ

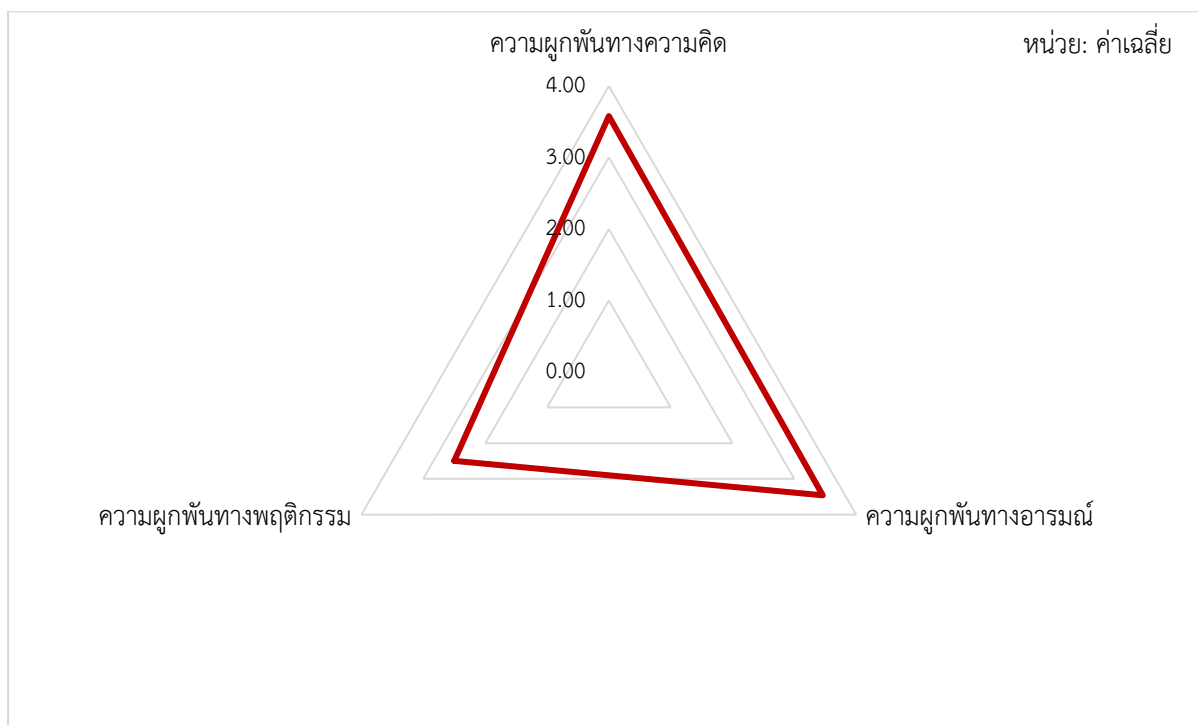
แผนภูมิที่ 4.1-10 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ



4.1.3.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 โดยมีความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิด มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.50) ตามลำดับ

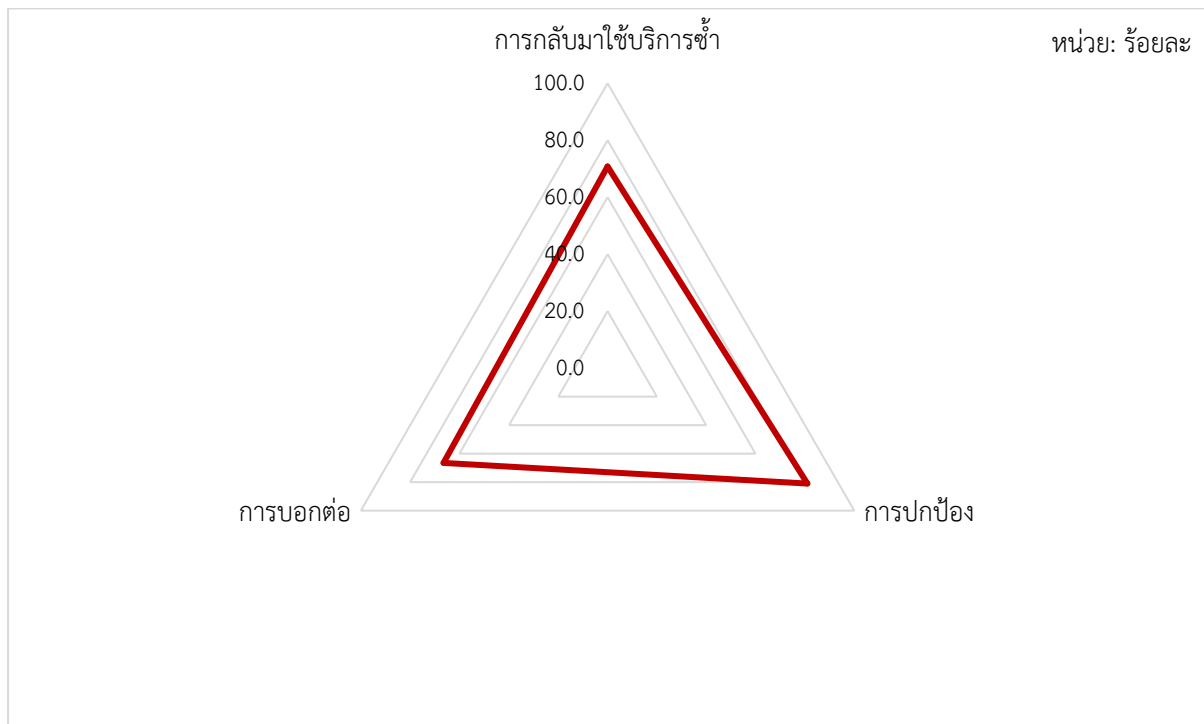
แผนภูมิที่ 4.1-11 สรุปผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์



4.1.3.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มีต่อ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความภักดีด้านการปกป้องมากที่สุด (ร้อยละ 81.0) รองลงมาคือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ (ร้อยละ 70.8) และการบอกต่อ (ร้อยละ 66.5) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 4.1-12 สรุปผลการประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์





ภาพที่ 4.1-1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี ของ รฟท. ประจำปี 2567

4.2 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการโดยสาร แบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.2.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.2-1 เพศของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	321	40.13
หญิง	395	49.38
เพศทางเลือก	84	10.50
รวม	800	100.0

4.2.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.2-2 อายุของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือน้อยกว่า	204	25.5
21-30 ปี	266	33.3
31-40 ปี	147	18.4
41-50 ปี	90	11.3
51-60 ปี	46	5.8
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	47	5.9
รวม	800	100.0

4.2.1.3 อาชีพ

ตารางที่ 4.2-3 อาชีพของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	303	37.9
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	83	10.4
ลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน	162	20.3
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	107	13.4
ทำไร่/ทำนา/ทำสวน	72	9.0
ข้าราชการบำนาญ	21	2.6
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	37	4.6
อื่น ๆ	15	1.9
รวม	800	100.0

4.2.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.2-4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	361	45.1
10,001-20,000 บาท	279	34.9
20,001-30,000 บาท	111	13.9
30,001-40,000 บาท	33	4.1
40,001-50,000 บาท	11	1.38
50,001 บาทขึ้นไป	5	0.6
รวม	800	100.0

4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการโดยสารรถไฟ

4.2.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร และวิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.2-5 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ซื้อตั๋วโดยสาร	725	90.6
เข้าห้องน้ำ	191	23.9
ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ	99	12.4
รอรับ-ส่งญาติพี่น้อง/เพื่อน	246	30.8
ใช้บริการอื่น ๆ ของ รฟท.	95	11.9
อื่น ๆ	105	13.1

(2) เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.2-6 เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ

เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	240	30.0
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	218	27.2
สายใต้	203	25.4
สายแม่กลอง	69	8.6
สายตะวันออก	70	8.8
รวม	800	100.0

(3) วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 4.2-7 วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ	12	1.5
ซื้อกับพนักงานบนขบวนรถ	15	1.9
ซื้อตั๋วโดยสารที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ	20	2.5
ซื้อตั๋วโดยสารที่สถานีรถไฟ	693	86.6
ตัวแทนจำหน่าย	5	0.6
เว็บไซต์ www.railway.co.th	12	1.5
ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center 1690)	8	1.0
แอปพลิเคชัน D-Ticket	35	4.4
รวม	800	100.0

(4) วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 4.2-8 วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารในภาพรวม

วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเงินสด ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี	629	78.6
ชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี	59	7.4
ชำระเงินสดกับพนักงานที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ	23	2.9
ชำระเงินสดกับพนักงานบนขบวนรถ	13	1.6
ชำระผ่านเครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ	11	1.4
ชำระผ่านบัตรเครดิต (VISA/Master card/JCB)	10	1.3
ชำระผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)	55	6.9
รวม	800	100.0

4.2.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการสถานีรถไฟ วันที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ ขบวนรถไฟที่ให้บริการเป็นประจำ วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟ. โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) ความถี่ในการใช้บริการสถานีรถไฟ

ตารางที่ 4.2-9 ความถี่ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

ความถี่ในการใช้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการทุกวัน	113	14.1
สัปดาห์ละ 5 ครั้ง	108	13.5
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	140	17.5
เดือนละครั้ง	166	20.8
3 เดือนต่อครั้ง	97	12.1
6 เดือนต่อครั้ง	63	7.9
ปีละครั้ง	93	11.6
อื่น ๆ	18	2.3
รวม	800	100.0

(2) วันที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.2-10 วันที่ใช้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

วันที่ใช้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันศุกร์	256	32.0
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	163	20.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	75	9.4
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	306	38.3
รวม	800	100.0

(3) ช่วงเวลาที่ให้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.2-11 ช่วงเวลาที่ให้บริการสถานีรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

ช่วงเวลาที่ให้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า)	313	39.1
09.01 - 16.30 น.	286	35.8
16.31 - 19.30 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น)	118	14.8
19.31 - 24.00 น.	66	8.3
24.01 - 05.59 น.	17	2.1
รวม	800	100.0

(4) เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.2-12 เส้นทางการเดินทางที่ใช้บริการขบวนรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ

เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	240	30.0
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	218	27.3
สายใต้	203	25.4
สายตะวันออก	70	8.8
สายแม่กลอง	69	8.6
รวม	800	100.0

(5) ขบวนรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำ

ตารางที่ 4.2-13 ขบวนรถไฟที่ผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมใช้เป็นประจำ

ขบวนรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
รถธรรมดา	246	30.76
รถชานเมือง	51	6.38
รถท้องถิ่น	69	8.6
รถรวม	34	4.3
รถเร็ว	266	33.3
รถด่วน	79	9.9
รถด่วนพิเศษ	55	6.9
รวม	800	100.0

(6) วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.2-14 วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	380	47.5
เรียนหนังสือ	192	24
ทำงาน/ทำธุรกิจ	212	26.5
กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ	372	46.5
อื่น ๆ	25	3.1

(7) ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่าช่องทางที่ผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ. 5 อันดับแรก ได้แก่ สถานีรถไฟ สื่อสังคมออนไลน์ บุคคล โทรทัศน์ และเว็บไซต์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2-15 ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ.ของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
สถานีรถไฟ	620	77.5
สื่อสังคมออนไลน์	267	33.4
บุคคล	137	17.1
โทรทัศน์	106	13.2
เว็บไซต์	54	6.8
วิทยุ	54	6.8
วารสารรถไฟ	50	6.2
หนังสือพิมพ์	46	5.8
แผ่นพับ	35	4.4
อื่น ๆ	10	1.3

4.2.3 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของ รฟท. ในภาพรวม

4.2.3.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมและความสะอาด ความปลอดภัยจากอาชญากรรม ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และการแก้ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.2-16 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. การซื้อตั๋วที่สถานีรถไฟมีความสะดวก	4.15	0.04	พึงพอใจมาก
ข. การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารมีความรวดเร็ว	4.13	0.06	พึงพอใจมาก
ค. มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำจุดบริการ	4.15	0.06	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.14	0.59	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.2-17 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม	4.15	0.59	พึงพอใจมาก
ข. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.08	0.61	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.09	0.61	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	4.07	0.63	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า	3.98	0.64	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.08	0.62	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.2-18 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. เก้าอี้สำหรับนั่งพักรอมีความเพียงพอ	3.95	0.66	พึงพอใจมาก
ข. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.92	0.69	พึงพอใจมาก
ค. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่ตั้งของจุดให้บริการอย่างชัดเจน	4.07	0.63	พึงพอใจมาก
ง. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ สตรีมีครรภ์ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น หรือทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา	3.95	0.68	พึงพอใจมาก
จ. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการเดินทาง	4.02	0.67	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.98	0.67	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.2-19 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.64	0.77	พึงพอใจมาก
ข. ถึงขยะมีจำนวนเพียงพอ	3.84	0.72	พึงพอใจมาก
ค. แสงสว่างภายในสถานีรถไฟมีความเพียงพอ	4.00	0.64	พึงพอใจมาก
ง. ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	4.00	0.64	พึงพอใจมาก
จ. ทางเข้า-ออกสะดวกสบาย ไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจรโดยรอบสถานีรถไฟ	4.03	0.63	พึงพอใจมาก
ฉ. เจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ มีเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	3.77	0.73	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.88	0.69	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.2-20 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม
ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวัง ความปลอดภัย	4.06	0.63	พึงพอใจมาก
ข. มีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดต่าง ๆ	3.96	0.70	พึงพอใจมาก
ค. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ	3.96	0.68	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.99	0.67	พึงพอใจมาก

(6) ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.2-21 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบันของผู้ใช้บริการ
รถโดยสารในภาพรวม ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
ก. ภาพลักษณ์องค์กร รฟท.	4.12	0.60	พึงพอใจมาก
ข. ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ	4.12	0.59	พึงพอใจมาก
ค. ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟ	4.09	0.61	พึงพอใจมาก
ง. ภาพลักษณ์ของขบวนรถไฟ	4.00	0.63	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.08	0.16	พึงพอใจมาก

(7) การแก้ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร

ตารางที่ 4.2-22 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการจัดการข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้
บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
ก. การรับฟังข้อร้องเรียนของลูกค้าด้วยความเต็มใจ	3.95	0.67	พึงพอใจมาก
ข. ความสะดวกในการแจ้งเรื่องร้องเรียน ด้านการโดยสาร	3.87	0.70	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.91	0.69	พึงพอใจมาก

4.2.3.2 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเมื่อมาใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อมและความสะอาด ความปลอดภัยจากอาชญากรรม ราคา และความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.2-23 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ขั้นตอนการจัดที่นั่งให้ตรงกับตัวโดยสาร	4.03	0.62	พึงพอใจมาก
ข. ขั้นตอนการแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนขบวนรถไฟ	4.07	0.62	พึงพอใจมาก
ค. การให้คำแนะนำข้อมูลการเดินทาง เช่น เส้นทาง การเดินทาง จุดจอดสถานีรถไฟ	4.03	0.63	พึงพอใจมาก
ง. มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำขบวนรถ	4.03	0.68	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.05	0.62	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.2-24 ผลการประเมินความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม	4.14	0.60	พึงพอใจมาก
ข. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.06	0.63	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.08	0.62	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	4.07	0.61	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร	4.03	0.63	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.08	0.62	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.2-25 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ที่นั่งมีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน	3.98	0.64	พึงพอใจมาก
ข. การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มบนรถไฟ	3.93	0.68	พึงพอใจมาก
ค. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งเลขที่นั่ง และเลขตู้โดยสารชัดเจน	3.99	0.65	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.98	0.66	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.2-26 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ความสะอาดของห้องน้ำ/อ่างล้างหน้า	3.61	0.82	พึงพอใจมาก
ข. ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ	3.66	0.80	พึงพอใจมาก
ค. ความสะอาดของที่นั่งบนขบวนรถไฟ	3.83	0.74	พึงพอใจมาก
ง. ความสะอาดของเพดาน และชั้นวางของ	3.89	0.68	พึงพอใจมาก
จ. แสงสว่างบนขบวนรถไฟมีความเหมาะสม	3.83	0.67	พึงพอใจมาก
ฉ. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ	3.89	0.68	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.79	0.73	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.2-27 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำขบวนรถ	4.05	0.62	พึงพอใจมาก
ข. การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	4.00	0.65	พึงพอใจมาก
ค. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย	4.00	0.65	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.02	0.64	พึงพอใจมาก

(6) ราคา

ตารางที่ 4.2-28 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความราคาของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ราคาตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.20	0.58	พึงพอใจมาก
ข. ราคาตัวโดยสารของ รฟท. ถูกกว่าการเดินทางประเภทอื่น	4.19	0.58	พึงพอใจมาก
ค. บริการที่ รฟท. ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการมีความคุ้มค่ากับราคาตัวโดยสาร	4.15	0.59	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.18	0.58	พึงพอใจมาก

(7) ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

ตารางที่ 4.2-29 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทางของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ขบวนรถไฟออกจากสถานีตามเวลาที่กำหนดไว้	4.01	0.65	พึงพอใจมาก
ข. ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางของท่านตามเวลาที่กำหนดไว้	3.91	0.71	พึงพอใจมาก
ค. มีการแจ้งข่าวสารล่วงหน้าในกรณีที่ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด	3.97	0.68	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.97	0.68	พึงพอใจมาก

4.2.4 ความผูกพันของผู้ใช้บริการที่มีต่อการใช้บริการของ รฟท. ในภาพรวม

ตารางที่ 4.2-30 ผลการประเมินความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารในภาพรวม

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ความผูกพันทางความคิด	3.55	0.56	ผูกพันมาก
ความผูกพันทางอารมณ์	3.41	0.13	ผูกพันมาก
ความผูกพันทางพฤติกรรม	2.57	0.06	ผูกพันน้อย

4.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี ของผู้ใช้บริการ ขบวนการโดยสารเชิงสังคม

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการแบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

4.3.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.3-1 เพศของผู้ใช้บริการขบวนการโดยสารเชิงสังคม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	148	37.0
หญิง	193	14.7
เพศทางเลือก	59	48.3
รวม	400	100.0

4.3.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.3-2 อายุของผู้ใช้บริการขบวนการโดยสารเชิงสังคม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือน้อยกว่า	92	23.0
21-30 ปี	134	33.5
31-40 ปี	72	18.0
41-50 ปี	48	12.0
51-60 ปี	30	7.5
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	24	6.0
รวม	400	100.0

4.3.1.3 อาชีพ

ตารางที่ 4.3-3 อาชีพของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	135	33.8
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	36	9.0
ลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน	91	22.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	60	15.0
ทำไร่/ทำนา/ทำสวน	39	9.8
ข้าราชการบำนาญ	12	3.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	19	4.8
อื่น ๆ	8	2.0
รวม	400	100.0

4.3.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.3-4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	191	47.8
10,001-20,000 บาท	134	33.5
20,001-30,000 บาท	58	14.5
30,001-40,000 บาท	11	2.8
40,001-50,000 บาท	4	1.0
50,001 บาทขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100.0

4.3.2 พฤติกรรมการใช้บริการโดยสารรถไฟ

4.3.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร และวิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

(1) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.3-5 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ซื้อตั๋วโดยสาร	367	91.8
เข้าห้องน้ำ	112	28.0
ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ	62	15.5
รอรับ-ส่งญาติพี่น้อง/เพื่อน	147	36.8
ใช้บริการอื่น ๆ ของ รฟท.	45	11.3
อื่น ๆ	47	11.8

(2) เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.3-6 เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมใช้เป็นประจำ

เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	93	23.3
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	84	21.0
สายแม่กลอง	75	18.8
สายตะวันออก	64	16.0
สายใต้	84	21.0
รวม	400	100.0

(3) วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 4.3-7 วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

วิธีการซื้อตั๋วโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อตั๋วโดยสารที่สถานีรถไฟ	353	88.3
ซื้อตั๋วโดยสารที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ	20	5.0
ซื้อตั๋วกับพนักงานบนขบวนรถ	15	3.8
ซื้อที่เครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติ	12	3.0
ซื้อตั๋วรายเดือน	0	0.0
รวม	400	100.0

(4) วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 4.3-8 วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

วิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเงินสด ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี	325	81.3
ชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี	28	7.0
ชำระเงินสดกับพนักงานที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ	23	5.8
ชำระเงินสดกับพนักงานบนขบวนรถ	13	3.3
เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ	11	2.8
รวม	400	100.0

4.3.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ ขบวนรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำ วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ และช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท. โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ

ตารางที่ 4.3-9 ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม

ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการทุกวัน	45	11.3
สัปดาห์ละ 5 ครั้ง	47	11.8
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	92	23.0
เดือนละครั้ง	102	25.6
3 เดือนต่อครั้ง	49	12.3
6 เดือนต่อครั้ง	23	5.8
ปีละครั้ง	34	8.6
อื่น ๆ	8	2.0
รวม	400	100.0

(2) วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.3-10 วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถไฟโดยสารเชิงสังคม

วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันศุกร์	119	29.8
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	105	26.3
วันหยุดนักขัตฤกษ์	40	10.0
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	136	34.0
รวม	400	100.0

(3) ช่วงเวลาที่ให้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.3-11 ช่วงเวลาที่ให้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ช่วงเวลาที่ให้บริการโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า)	156	39.0
09.01 - 16.30 น.	165	41.3
16.31 - 19.30 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น)	51	12.8
19.31 - 24.00 น.	20	5.0
24.01 - 05.59 น.	8	2.0
รวม	400	100.0

(4) เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.3-12 เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมเป็นประจำ

เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	93	23.3
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	84	21.0
สายใต้	88	22.0
สายตะวันออก	66	16.5
สายแม่กลอง	69	17.3
รวม	400	100.0

(5) ขบวนรถไฟที่ให้บริการเป็นประจำ

ตารางที่ 4.3-13 ขบวนรถไฟที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมเป็นประจำ

ขบวนรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
รถธรรมดา	246	61.5
รถชานเมือง	51	12.8
รถท้องถิ่น	69	17.3
รถรวม	34	8.5
รวม	400	100.0

(6) วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.3-14 วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	205	51.3
กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ	187	26.8
ทำงาน/ทำธุรกิจ	112	28.0
เรียนหนังสือ	78	19.5
อื่น ๆ	11	2.8

(7) ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ. (ตอบได้

มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ. พบว่า ช่องทางที่ผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ. มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ สถานีรถไฟ สื่อสังคมออนไลน์ บุคคล โทรทัศน์ และวารสารรถไฟ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3-15 ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ.ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รถฟ.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
สถานีรถไฟ	312	78.0
สื่อสังคมออนไลน์	189	47.3
บุคคล	89	22.3
โทรทัศน์	70	17.5
วารสารรถไฟ	41	10.3
วิทยุ	40	10.0
หนังสือพิมพ์	33	8.3
เว็บไซต์	32	8.0
แผ่นพับ	27	6.8
อื่น ๆ	6	1.5

4.3.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการใช้บริการของ รฟท.

4.3.3.1 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด (5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (6) ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และ (7) การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.3-16 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. การซื้อตั๋วที่สถานีรถไฟมีความสะดวก	4.19	0.57	พึงพอใจมาก
ข. การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารมีความรวดเร็ว	4.18	0.54	พึงพอใจมาก
ค. มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำจุดบริการ	4.18	0.54	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.19	0.55	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.3-17 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม	4.22	0.54	พึงพอใจมากที่สุด
ข. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.13	0.55	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.12	0.56	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	4.13	0.56	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า	3.99	0.61	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.12	0.56	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.3-18 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ความพึงพอใจประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. เก้าอี้สำหรับนั่งพักรอมีความเพียงพอ	3.94	0.62	พึงพอใจมาก
ข. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.90	0.67	พึงพอใจมาก
ค. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่ตั้งของจุดให้บริการอย่างชัดเจน	4.12	0.60	พึงพอใจมาก
ง. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ สตรีมีครรภ์ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น หรือทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา	3.97	0.67	พึงพอใจมาก
จ. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการเดินรถ	4.06	0.64	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.00	0.64	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.3-19 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ	3.54	0.77	พึงพอใจมาก
ข. ถังขยะมีจำนวนเพียงพอ	3.85	0.73	พึงพอใจมาก
ค. แสงสว่างภายในสถานีรถไฟมีความเพียงพอ	4.08	0.61	พึงพอใจมาก
ง. ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟมีความสะอาดและเป็นระเบียบ	4.06	0.59	พึงพอใจมาก
จ. ทางเข้า-ออกสะดวกสบาย ไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจรโดยรอบสถานีรถไฟ	4.12	0.59	พึงพอใจมาก
ฉ. เจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ มีเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	3.72	0.74	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.89	0.67	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.3-20 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย	4.07	0.61	พึงพอใจมาก
ข. มีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดต่าง ๆ	3.96	0.69	พึงพอใจมาก
ค. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ	3.95	0.64	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.99	0.65	พึงพอใจมาก

(6) ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.3-21 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ภาพลักษณ์องค์กร รฟท.	4.14	0.55	พึงพอใจมาก
ข. ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ	4.15	0.56	พึงพอใจมาก
ค. ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟ	4.15	0.57	พึงพอใจมาก
ง. ภาพลักษณ์ของขบวนรถไฟ	4.04	0.57	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.12	0.56	พึงพอใจมาก

(7) การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ

ตารางที่ 4.3-22 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ความสะดวกในการแจ้งเรื่องร้องเรียนด้านการโดยสาร	3.97	0.63	พึงพอใจมาก
ข. ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา	3.88	0.65	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.92	0.64	พึงพอใจมาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจ “ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการ” มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของ รฟท. ตามลำดับ

ในขณะที่ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจนั้น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ “ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3-23 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ด้าน	ความถี่	ร้อยละ
สภาพแวดล้อมและความสะอาด	33	1.4
สิ่งอำนวยความสะดวก	17	0.9
ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	8	0.7
การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร	6	0.8
ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.	6	0.4
กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	3	0.3
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	3	0.2

4.3.3.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

การประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด (5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (6) ราคา และ (7) ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.3-24 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. การแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ	4.10	0.57	พึงพอใจมาก
ข. เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำขบวนรถ	4.16	0.55	พึงพอใจมาก
ค. การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสาร บนรถไฟมีความสะดวก	4.11	0.56	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.12	0.56	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.3-25 ผลการประเมินความพึงพอใจเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม	4.22	0.54	พึงพอใจมากที่สุด
ข. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.14	0.58	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.14	0.58	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	4.15	0.56	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร	4.06	0.59	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.14	0.57	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.3-26 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ที่นั่งมีความสมบูรณ์พร้อมใช้งาน	4.06	0.56	พึงพอใจมาก
ข. ที่นั่งมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.97	0.63	พึงพอใจมาก
ค. ตู้โดยสารมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.98	0.61	พึงพอใจมาก
ง. การให้บริการที่นั่งสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ ภูมิชนสามเณร หรือสตรีมีครรภ์	3.96	0.66	พึงพอใจมาก
จ. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งเลขที่นั่ง และเลขตู้โดยสารชัดเจน	4.13	0.59	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.02	0.61	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.3-27 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ความสะอาดของห้องน้ำ/อ่างล้างหน้า	3.53	0.77	พึงพอใจมาก
ข. ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ	3.62	0.76	พึงพอใจมาก
ค. ความสะอาดของที่นั่งบนขบวนรถไฟ	3.91	0.67	พึงพอใจมาก
ง. ความสะอาดของเพดาน และชั้นวางของ	3.91	0.69	พึงพอใจมาก
จ. ความสะอาดของบานหน้าต่าง	3.71	0.68	พึงพอใจมาก
ฉ. แสงสว่างบนขบวนรถไฟมีความเหมาะสม	4.01	0.66	พึงพอใจมาก
ช. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ	3.92	0.69	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.80	0.70	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.3-28 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำขบวนรถ	4.08	0.62	พึงพอใจมาก
ข. การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	4.01	0.66	พึงพอใจมาก
ค. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย	4.03	0.64	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.04	0.64	พึงพอใจมาก

(6) ราคา

ตารางที่ 4.3-29 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านราคาของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.26	0.53	พึงพอใจมากที่สุด
ข. ราคาตั๋วโดยสารของ รฟท. ถูกกว่าการเดินทางประเภทอื่น	4.23	0.55	พึงพอใจมากที่สุด
ค. บริการที่ รฟท. ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการ มีความคุ้มค่ากับราคาตั๋วโดยสาร	4.17	0.57	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.22	0.55	พึงพอใจมากที่สุด

(7) ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

ตารางที่ 4.3-30 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทางของ รฟท.

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ขบวนรถไฟออกจากสถานีตามเวลาที่กำหนดไว้	4.07	0.57	พึงพอใจมาก
ข. ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางของท่านตามเวลาที่กำหนดไว้	3.95	0.66	พึงพอใจมาก
ค. มีการแจ้งข่าวสารในกรณีที่ขบวนรถไฟออกจากสถานีไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนดไว้	4.04	0.62	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.02	0.62	พึงพอใจมาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการใช้บริการขบวนรถไฟ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจ “ด้านราคา” มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

ในขณะที่ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจนั้น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.6 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคา ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3-31 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

ด้าน	ความถี่	ร้อยละ
สภาพแวดล้อมและความสะอาด	46	1.6
ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	10	0.7
สิ่งอำนวยความสะดวก	9	0.5
ราคา	6	0.4
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	6	0.3
ความตรงต่อเวลาในการเดินรถ	5	0.3
กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	2	0.2

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถมีข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ รถฟ. จึงได้ดำเนินการสำรวจ “ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้” โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4.3-32 และ 4.3-33

ตารางที่ 4.3-32 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้

ความล่าช้าต่ำสุด	ความล่าช้าสูงสุดที่ยอมรับได้	ความล่าช้าเฉลี่ยที่ยอมรับได้
1 นาที	60 นาที	14.5 นาที

ตารางที่ 4.3-33 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา

ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับได้	ความถี่	ร้อยละ
1 – 30 นาที	393	98.0
31 – 60 นาที	7	2.0
รวม	400	100.0

4.3.4 ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท.

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 โดยสามารถวิเคราะห์ผลการศึกษาจำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

4.3.4.1 ความผูกพันทางความคิด

ตารางที่ 4.3-34 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความคิดถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นอันดับแรก	3.45	0.82	ผูกพันมาก
(2) การจดจำตราสินค้าของ รฟท.	3.28	1.19	ผูกพันปานกลาง
(3) การตอบสนองความต้องการในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.57	0.77	ผูกพันมาก
(4) รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า	3.77	0.74	ผูกพันมาก
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.52	0.21	ผูกพันมาก

4.3.4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

ตารางที่ 4.3-35 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.	3.54	0.62	ผูกพันมาก
(2) ความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.	3.57	0.55	ผูกพันมาก
(3) ความรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี	2.96	0.08	ผูกพันปานกลาง
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.35	0.13	ผูกพันปานกลาง

4.3.4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

ตารางที่ 4.3-36 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) การเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นของลูกค้า	4.23	0.85	ผูกพันมากที่สุด
(2) การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของ รฟท.	1.76	0.95	ไม่ผูกพัน
(3) ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท.	1.89	0.81	ผูกพันน้อย
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	2.63	0.07	ผูกพันปานกลาง

4.3.5 ความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ รฟท.

การประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ การปกป้อง โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

4.3.5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

(1) ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 4.3-37 ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้อย่างแน่นอน	326	81.5
อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ	68	17.0
อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว	6	1.5
ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน	0	0.0
รวม	400	100.0

(2) เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาเหตุผลของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. พบว่า เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. 5 อันดับแรก ได้แก่ ราคา ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความตรงต่อเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก และความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร ตามลำดับ ตารางที่ 4.3-38 เหตุผลที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมกลับมาใช้บริการ

เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รฟท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ราคา	321	80.3
ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	226	56.5
สิ่งอำนวยความสะดวก	145	36.3
ความตรงต่อเวลา	157	39.3
การรักษาความปลอดภัย	91	22.8
ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร	142	35.5
เจ้าหน้าที่	135	33.8
การปรับปรุงภูมิทัศน์	114	28.5
การปรับปรุงสถานีใหม่	74	18.5
การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถที่ทันสมัย	59	14.8
การก่อสร้างทางคู่	59	14.8
อื่น ๆ	3	0.75

4.3.5.2 การบอกต่อ

(1) ความคิดเห็นในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

ตารางที่ 4.3-39 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

การบอกต่อ	จำนวน	ร้อยละ
บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน	310	77.5
อาจจะบอกต่อ/แนะนำ	80	20.0
อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ	7	1.8
ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน	3	0.8
รวม	400	100.0

(2) ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รพท.

ตารางที่ 4.3-40 ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รพท. ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รพท.	จำนวน	ร้อยละ
พูดคุยต่อหน้า	225	56.3
ไลน์ (LINE)	70	17.5
เฟซบุ๊ก (Facebook)	53	13.3
อินสตาแกรม (Instagram)	14	3.5
ยูทูบ (YouTube)	3	0.8
เอ็กซ์ (X)	4	1.0
ติ๊กต็อก (TikTok)	11	2.8
โทรศัพท์	13	3.3
ช่องทางอื่น ๆ	3	0.8
ไม่สะดวกให้ข้อมูล	4	1.0
รวม	400	100.0

(3) การแนะนำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ รพท. ให้ผู้อื่นได้รับทราบ

ตารางที่ 4.3-41 บุคคลที่ต้องการแนะนำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ รพท.

บุคคลที่ต้องการแนะนำข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ รพท.	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของสินค้า	29	7.3
บุคคลในองค์กร	155	38.8
ผู้ประกอบการขนส่งรายอื่น	73	18.3
อื่น ๆ	143	35.8
รวม	400	100.0

4.3.5.3 การปกป้อง

ตารางที่ 4.3-42 การแก้ต่างให้กับ รพท. เมื่อผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง รพท. ในทางที่ไม่เหมาะสม

การปกป้อง	จำนวน	ร้อยละ
ยินดีที่จะแก้ต่างให้	322	80.5
ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้	78	19.5
รวม	400	100.0

4.3.6 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ รฟท.

4.3.6.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นของ รฟท. ในอนาคต

ตารางที่ 4.3-43 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารของ รฟท. ในอนาคต

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	63	15.8
ไม่เห็นด้วย	91	22.8
ไม่แน่ใจ	96	24.0
เห็นด้วย	134	33.5
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	16	4.0
รวม	400	100.0

4.3.6.2 อัตราค่าโดยสารที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้

ตารางที่ 4.3-44 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการยอมรับให้ปรับขึ้นราคาอัตราค่าโดยสาร

อัตราค่าโดยสารที่ยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า ร้อยละ 1	94	23.5
ร้อยละ 1 - 10	154	38.5
ร้อยละ 11 - 20	9	2.3
ร้อยละ 21 - 30	19	4.8
ร้อยละ 31 - 40	0	0.0
ร้อยละ 41 - 50	1	0.3
ไม่แน่ใจ	123	30.8
รวม	400	100.0

4.3.6.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อบริการเสริมในระหว่าง

การเดินทางจากสถานีรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำไปยังจุดหมายปลายทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.3-45 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อบริการเสริมของ รฟท.

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ต้องการบริการเสริม	172	43.0
บริการข้อมูลเกี่ยวกับรถโดยสารสาธารณะ/รถเช่า	141	35.3
จัดจุดบริการรถสาธารณะรับ - ส่งผู้โดยสาร	142	35.5
จัดจุดบริการรถยนต์ส่วนบุคคลรับ - ส่งผู้โดยสารโดยเฉพาะ	64	16.0
อื่น ๆ	11	2.8

4.3.6.4 การใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ” ของ รพท.

ตารางที่ 4.3-46 สรุปการใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ” ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

การใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ”	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	75	18.8
ไม่เคยใช้	325	81.2
รวม	400	100.0

4.3.6.5 ความคิดเห็นของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการนำแอปพลิเคชัน

“เหม็นบอกระ” มาช่วยปรับปรุงกระบวนการรักษาความสะอาดของห้องน้ำของ รพท.

ตารางที่ 4.3-47 สรุปความคิดเห็นของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ” ของ รพท.

ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ”	จำนวน	ร้อยละ
สะอาดขึ้นกว่าเดิมมาก	21	28.0
สะอาดขึ้นกว่าเดิมบ้าง	32	42.7
ไม่แน่ใจ	22	29.3
ไม่น่าจะสะอาดขึ้นกว่าเดิม	0	0.0
รวม	75	100.0

4.3.7 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

4.3.7.1 ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

1) ควรมีการตรวจสอบผู้โดยสารก่อนขึ้น เพราะบางคนอาจมีพฤติกรรมก้าวร้าว หรือเมาสุรา อาจทำให้เกิดอันตรายต่อผู้โดยสารท่านอื่น

4.3.7.2 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

1) ควรเพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่บนขบวนรถให้มากกว่านี้ เพราะเวลาเกิดปัญหาจะหาเจ้าหน้าที่ได้ยากมาก

2) ควรมีการบริหารจัดการบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับช่วงเทศกาลที่มีผู้ให้บริการเป็นจำนวนมาก

3) ควรอบรมเจ้าหน้าที่จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานีให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในด้านการพูดจา การจำหน่ายตั๋วโดยสาร และการให้บริการโดยทั่วไป

4) เจ้าหน้าที่จำหน่ายตั๋วที่สถานีเชียงใหม่ควรมีมารยาท และให้บริการด้วยความตั้งใจ

4.3.7.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- 1) ควรติดเครื่องปรับอากาศบนขบวนรถสายวงเวียนใหญ่ มหาชัย
- 2) ควรมีการจัดจำหน่ายบัตรทางไกลผ่านแอปพลิเคชัน D-Ticket เหมือนรถไฟทางไกล เพราะในบางครั้งหน้าเคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารเปิดขายเพียงครึ่งชั่วโมงก่อนรถออก
- 3) ควรเพิ่มพื้นที่วางสัมภาระ
- 4) จำนวนห้องน้ำในสถานีพัฒนามีน้อยเกินไป
- 5) ควรเพิ่มเก้าอี้นั่งพักในบริเวณสถานี
- 6) ควรมีบริการไวไฟ (wi-fi) และที่ชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือให้บริการที่สถานี
- 7) ควรติดตั้งพัดลมให้มีจำนวนที่เหมาะสมกับปริมาณผู้โดยสาร
- 8) การซื้อตั๋วโดยสารควรชำระผ่านระบบคิวอาร์โค้ด หรือพร้อมเพย์ได้
- 9) ควรมีการเพิ่มที่นั่งสำหรับผู้หญิง และพระภิกษุ
- 10) ควรพัฒนาแอปพลิเคชันติดตามสถานะการให้บริการแบบเรียลไทม์
- 11) ควรมีพื้นที่สำหรับการให้จอดรถ

4.3.7.4 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

- 1) ควรจัดระเบียบการจำหน่ายสินค้าบนขบวนรถไฟ ไม่ให้แม่ค้า พ่อค้า ขึ้นมาขายของ จนก่อความรำคาญให้กับผู้โดยสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บนขบวนรถโดยสาร 407 จากอุตรดิตถ์ ถึงเด่นชัย มีแม่ค้านำทุเรียนขึ้นมาขาย ส่งกลิ่นเหม็นเป็นอย่างมาก
- 2) ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้องน้ำ (ประตูปิดไม่สนิท ส่งกลิ่นเหม็น) หน้าต่าง พัดลม และที่นั่งบนขบวนรถไฟ ซึ่งมีฝุ่นเยอะมาก ทั้งนี้ผู้โดยสารยินดีให้ รฟท. เรียกเก็บค่าบริการห้องน้ำเพิ่มเติม (5 บาท) หากทำให้ห้องน้ำมีความสะอาดมากขึ้น
- 3) ไม่ควรปล่อยให้มีการสูบบุหรี่ในบริเวณพื้นที่ของ รฟท.

4.3.7.5 ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ควรมีตำรวจรถไฟเหมือนเดิม เพื่อเพิ่มความปลอดภัยให้มากขึ้น

4.3.7.6 ด้านราคา

ควรควบคุมราคาค่าอาหารบนขบวนรถไฟให้ถูกลง

4.3.7.7 ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ

ควรให้บริการที่ตรงต่อเวลาตามที่กำหนด

4.3.7.8 ด้านอื่น ๆ

- 1) ควรเพิ่มความถี่ในการเดินรถ หรือเพิ่มขบวนรถให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสายวงเวียนใหญ่ มหาชัย
- 2) การคืนตั๋วโดยสาร ไม่ควรหักค่าธรรมเนียมมากเกินไป
- 3) ควรเพิ่มตู้โดยสารชั้น 2 ในขบวนรถโดยสารท้องถิ่น
- 4) ควรมีการจัดขบวนรถท่องเที่ยวให้มากขึ้น

- 5) ควรมีการให้บริการขบวนรถโดยสาร ไป-กลับ จากกรุงเทพ-จุกเสม็ด วันละ 4 เที่ยว (ไป 2 กลับ 2 เที่ยว) เพราะปัจจุบันมีจำนวนเที่ยวน้อยเกินไป ไม่ค่อยสะดวก
- 6) ควรเพิ่มจำนวนการให้บริการในสายตะวันออก หัวลำโพง และจุกเสม็ดให้มากขึ้น
- 7) ควรปรับปรุงขบวนรถไฟสายท่องเที่ยวให้ทันสมัย สะอาด มีป้ายที่ชัดเจน พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- 8) ควรเพิ่มรอบการเดินทาง ในรถไฟสายตะวันออก ชานเมือง สาย กรุงเทพ-ฉะเชิงเทรา ให้มีบริการถึงเวลา 21:00 น. เป็นรอบสุดท้าย

4.4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความรักดี ความผูกพัน และความรักดี ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

4.4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการแบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

4.4.1.1 เพศ

ตารางที่ 4.4-1 เพศของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	173	43.2
หญิง	202	50.5
เพศทางเลือก	25	6.3
รวม	400	100.0

4.4.1.2 อายุ

ตารางที่ 4.4-2 อายุของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 ปี หรือน้อยกว่า	112	28.0
21-30 ปี	132	33.0
31-40 ปี	75	18.8
41-50 ปี	42	10.5
51-60 ปี	16	4.0
ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

4.4.1.3 อาชีพ

ตารางที่ 4.4-3 อาชีพของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	168	42.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	47	11.8
ลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน	71	17.8
ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	47	11.8
ทำไร่/ทำนา/ทำสวน	33	8.3
ข้าราชการบำนาญ	9	2.3
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	18	4.5
อื่น ๆ	7	1.8
รวม	400	100.0

4.4.1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.4-4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	170	42.5
10,001-20,000 บาท	145	36.3
20,001-30,000 บาท	53	13.3
30,001-40,000 บาท	22	5.5
40,001-50,000 บาท	7	1.8
50,001 บาทขึ้นไป	3	0.8
รวม	400	100.0

4.4.2 พฤติกรรมการใช้บริการโดยสารรถไฟ

4.4.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ วิธีการจอง หรือซื้อตั๋วโดยสาร และวิธีการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.4-5 วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ในการใช้บริการสถานีรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ซื้อตั๋วโดยสาร	358	89.5
เข้าห้องน้ำ	79	19.8
ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ	37	9.3
รอรับ-ส่งญาติพี่น้อง/เพื่อน	99	24.8
ใช้บริการอื่น ๆ ของ รฟท.	50	12.5
อื่น ๆ	58	14.5

(2) เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.4-6 เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เป็นประจำ

เส้นทางของสถานีรถไฟที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	149	37.3
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	133	33.3
สายใต้	118	29.5
รวม	400	100.0

(3) วิธีการจอง หรือซื้อตั๋วโดยสาร

ตารางที่ 4.4-7 วิธีการซื้อตั๋วโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

วิธีการจอง หรือซื้อตั๋วโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
สถานีรถไฟ	340	85.0
ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center 1690)	8	2.0
ตัวแทนจำหน่ายตั๋ว	5	1.25
เว็บไซต์ www.railway.co.th	12	3.0
แอปพลิเคชัน D-Ticket	35	8.8
รวม	400	100.0

(4) วิธีการชำระเงินค่าตัวโดยสาร

ตารางที่ 4.4-8 วิธีการชำระเงินค่าตัวโดยสารของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

วิธีการชำระเงินค่าตัวโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเงินสด	304	76.0
ชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	31	7.8
ชำระผ่านบัตรเครดิต (VISA/Master card/JCB)	10	2.5
ชำระผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code)	55	13.8
รวม	400	100.0

4.4.2.2 พฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ

การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็นผลการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ ขบวนรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำ ชั้นโดยสารที่ผ่านใช้บริการเป็นประจำ วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท. โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

(1) ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ

ตารางที่ 4.4-9 ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ความถี่ในการใช้บริการขบวนรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการทุกวัน	68	17.0
สัปดาห์ละ 5 ครั้ง	61	15.3
สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง	48	12.0
เดือนละครั้ง	64	16.0
3 เดือนต่อครั้ง	48	12.0
6 เดือนต่อครั้ง	40	10.0
ปีละครั้ง	59	14.8
อื่น ๆ (ได้แก่ ไม่นั่งนอน แล้วแต่โอกาส)	12	3.0
รวม	400	100.0

(2) วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.4-10 วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

วันที่ใช้บริการโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – วันศุกร์	137	34.3
วันเสาร์ – วันอาทิตย์	58	14.5
วันหยุดนักขัตฤกษ์	35	8.8
ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส	170	42.5
รวม	400	100.0

(3) ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่

ตารางที่ 4.4-11 ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ช่วงเวลาที่ใช้บริการโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า)	157	39.3
09.01 - 16.30 น.	121	30.3
16.31 - 19.30 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น)	67	16.8
19.31 - 24.00 น.	46	11.5
24.01 - 05.59 น.	9	2.3
รวม	400	100.0

(4) เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ

ตารางที่ 4.4-12 เส้นทางการเดินทางที่ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เป็นประจำ

เส้นทางการเดินทางที่ใช้เป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สายเหนือ	147	36.8
สายตะวันออก	4	1.0
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	134	33.5
สายใต้	115	28.8
รวม	400	100.0

(5) ขบวนรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำ

ตารางที่ 4.4-13 ขบวนรถไฟที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ

ขบวนรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
รถเร็ว	266	66.5
รถด่วน	79	19.8
รถด่วนพิเศษ	55	13.8
รวม	400	100.0

(6) ชั้นโดยสารที่ท่านใช้บริการเป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.4-14 ชั้นโดยสารที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ใช้เป็นประจำ

ชั้นโดยสาร	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
รถปรับอากาศนั่งและนอนชั้นที่ 1	62	15.5
รถปรับอากาศนั่งและนอนชั้นที่ 2	56	14.0
รถโบกี้ที่นั่งและนอนชั้นที่ 2 นอนพัสดลม	23	5.8
รถปรับอากาศชั้นที่ 2 นั่งปรับอากาศ	39	9.8
รถโบกี้ชั้นที่ 2 นั่งพัสดลม	110	27.5
รถโบกี้ชั้นที่ 3	180	45.0

(7) วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.4-15 วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ในการเดินทางโดยสารรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
พักผ่อน/ท่องเที่ยว	175	43.8
เรียนหนังสือ	114	28.5
ทำงาน/ทำธุรกิจ	100	25.0
กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ	185	46.3
อื่น ๆ	14	3.5

(8) ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท. (ตอบได้

มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 4.4-16 ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท.ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ช่องทางที่ได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
สถานีรถไฟ	308	77.0
วิทยุ	14	3.5
โทรทัศน์	36	9.0
เว็บไซต์	22	5.5
สื่อสังคมออนไลน์	108	27.0
หนังสือพิมพ์	13	3.3
แผ่นพับ	8	2.0
วารสารรถไฟ	9	2.3
บุคคล	48	12.0
อื่น ๆ	4	1.0

4.4.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการใช้บริการของ รฟท.

4.4.3.1 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด (5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (6) ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และ (7) การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.4-17 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการ ขบวนการโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. การซื้อตั๋วมีความสะดวก	4.11	0.63	พึงพอใจมาก
ข. การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารมีความรวดเร็ว	4.08	0.63	พึงพอใจมาก
ค. มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำจุดบริการ	4.11	0.62	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.10	0.63	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.4-18 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนการโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม	4.09	0.65	พึงพอใจมาก
ข. มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.03	0.66	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.05	0.67	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	4.01	0.69	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า	3.98	0.66	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.03	0.67	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.4-19 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. เก้าอี้สำหรับนั่งพักมีความเพียงพอ	3.96	0.70	พึงพอใจมาก
ข. มีที่จอดรถเพียงพอ	3.94	0.72	พึงพอใจมาก
ค. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่ตั้งของจุดให้บริการอย่างชัดเจน	4.02	0.66	พึงพอใจมาก
ง. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ สตรีมีครรภ์ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น หรือทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา	3.94	0.68	พึงพอใจมาก
จ. มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการเดินรถ	3.97	0.71	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.97	0.69	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.4-20 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ห้องน้ำสะอาดถูกสุขลักษณะ	3.73	0.77	พึงพอใจมาก
ข. ถังขยะมีจำนวนเพียงพอ	3.82	0.71	พึงพอใจมาก
ค. แสงสว่างภายในสถานีรถไฟมีความเพียงพอ	3.92	0.67	พึงพอใจมาก
ง. ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบสถานีรถไฟมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	3.94	0.70	พึงพอใจมาก
จ. ทางเข้า-ออกสะดวกสบาย ไม่มีสิ่งกีดขวางการสัญจรโดยรอบสถานีรถไฟ	3.95	0.67	พึงพอใจมาก
ฉ. เจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ มีเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า	3.83	0.72	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.87	0.71	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.4-21 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย	4.05	0.66	พึงพอใจมาก
ข. มีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดต่าง ๆ	3.95	0.71	พึงพอใจมาก
ค. มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ	3.97	0.72	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.99	0.70	พึงพอใจมาก

(6) ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตารางที่ 4.4-22 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ภาพลักษณ์องค์กร รฟท.	4.09	0.64	พึงพอใจมาก
ข. ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ	4.08	0.63	พึงพอใจมาก
ค. ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟ	4.03	0.66	พึงพอใจมาก
ง. ภาพลักษณ์ของขบวนรถไฟ	3.96	0.69	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.04	0.65	พึงพอใจมาก

(7) การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ

ตารางที่ 4.4-23 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียน และอื่น ๆ ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ความสะดวกในการแจ้งเรื่องร้องเรียนด้านการโดยสาร	3.94	0.72	พึงพอใจมาก
ข. ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา	3.86	0.75	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.90	0.73	พึงพอใจมาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจ “ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ” มากที่สุด รองลงมา คือ ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ตามลำดับ

ในขณะที่ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจนั้น พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบน ณ สถานีรถไฟ “ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4-24 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ด้าน	ความถี่	ร้อยละ
การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร	17	2.1
ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	18	1.5
ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.	20	1.3
สิ่งอำนวยความสะดวก	22	1.1
สภาพแวดล้อมและความสะอาด	21	0.9
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	14	0.7
กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	7	0.6

4.4.3.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

การประเมินความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการบนขบวนรถไฟ แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ (2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด (5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (6) ราคา และ (7) ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

(1) กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 4.4-25 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ขั้นตอนการจัดที่นั่งให้ตรงกับตัวโดยสาร	3.97	0.68	พึงพอใจมาก
ข. ขั้นตอนการแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนขบวนรถไฟ	3.99	0.69	พึงพอใจมาก
ค. การให้คำแนะนำข้อมูลการเดินทาง เช่น เส้นทาง การเดินทาง จุดจอดสถานีรถไฟ	3.95	0.70	พึงพอใจมาก
ง. มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำขบวนรถ	4.03	0.68	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.98	0.69	พึงพอใจมาก

(2) เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.4-26 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการรถโดยสาร

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีความสุภาพ	4.06	0.66	พึงพอใจมาก
ข. มีบุคลิกภาพ และการแต่งกายอย่างเหมาะสม	3.98	0.69	พึงพอใจมาก
ค. ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	4.02	0.67	พึงพอใจมาก
ง. สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน	3.99	0.66	พึงพอใจมาก
จ. มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร	4.00	0.67	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.01	0.67	พึงพอใจมาก

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4.4-27 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มาใช้บริการขบวนรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ที่นั่งมีความสมบูรณ์พร้อมใช้งาน	3.91	0.71	พึงพอใจมาก
ข. การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มบนรถไฟ	3.90	0.72	พึงพอใจมาก
ค. มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งเลขที่นั่ง และเลขตู้โดยสารชัดเจน	4.00	0.70	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.93	0.71	พึงพอใจมาก

(4) สภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 4.4-28 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ความสะอาดของห้องน้ำ/อ่างล้างหน้า	3.69	0.87	พึงพอใจมาก
ข. ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ	3.69	0.83	พึงพอใจมาก
ค. ความสะอาดของที่นั่งบนขบวนรถไฟ	3.75	0.80	พึงพอใจมาก
ง. ความสะอาดของเพดาน และชั้นวางของ	3.86	0.68	พึงพอใจมาก
จ. แสงสว่างบนขบวนรถไฟมีความเหมาะสม	3.94	0.66	พึงพอใจมาก
ฉ. ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ	3.78	0.70	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.79	0.75	พึงพอใจมาก

(5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 4.4-29 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. มีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำขบวนรถ	4.02	0.63	พึงพอใจมาก
ข. การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	3.99	0.65	พึงพอใจมาก
ค. มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย	3.97	0.66	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.99	0.64	พึงพอใจมาก

(6) ราคา

ตารางที่ 4.4-30 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านราคาของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.14	0.63	พึงพอใจมาก
ข. ราคาตั๋วโดยสารของ รฟท. ถูกกว่าการเดินทางประเภทอื่น	4.14	0.62	พึงพอใจมาก
ค. บริการที่ รฟท. ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการมีความคุ้มค่ากับราคาตั๋วโดยสาร	4.14	0.61	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	4.14	0.62	พึงพอใจมาก

(7) ความตรงต่อเวลาในการเดินรถ

ตารางที่ 4.4-31 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
ก. ขบวนรถไฟออกจากสถานีตามเวลาที่กำหนดไว้	3.96	0.74	พึงพอใจมาก
ข. ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางของท่านตามเวลาที่กำหนดไว้	3.88	0.76	พึงพอใจมาก
ค. มีการแจ้งข่าวสารล่วงหน้าในกรณีที่ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด	3.90	0.74	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.91	0.75	พึงพอใจมาก

ผลการสำรวจความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการให้บริการบนขบวนรถไฟ สามารถสรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจ “ด้านราคา” มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการตามลำดับ

ในขณะที่ผลการสำรวจความไม่พึงพอใจนั้น โดยพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟใน “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.2 รองลงมา คือ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม และตามลำดับ

ตารางที่ 4.4-32 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

ด้าน	ความถี่	ร้อยละ
สภาพแวดล้อมและความสะอาด	61	2.2
ความตรงต่อเวลาในการเดินรถ	27	1.8
กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ	15	1.3
สิ่งอำนวยความสะดวก	16	0.8
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	13	0.7
ราคา	8	0.5
ความปลอดภัยจากอาชญากรรม	3	0.2

ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถมีข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ รฟท. จึงได้ดำเนินการสำรวจ “ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้” โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 4.4-33 และ 4.4-34

ตารางที่ 4.4-33 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้

ความล่าช้าต่ำสุด	ความล่าช้าสูงสุดที่ยอมรับได้	ความล่าช้าเฉลี่ยที่ยอมรับได้
1 นาที	120 นาที	19.4 นาที

ตารางที่ 4.4-34 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา

ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับได้	ความถี่	ร้อยละ
1 – 30 นาที	364	91%
31 – 60 นาที	31	8%
ตั้งแต่ 60 นาที ขึ้นไป	5	1%
รวม	400	100.0

4.4.4 ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท.

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 โดยสามารถวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

4.4.4.1 ความผูกพันทางความคิด

ตารางที่ 4.4-35 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความคิดถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นอันดับแรก	3.56	0.84	ผูกพันมาก
(2) การจดจำตราสินค้าของ รฟท.	3.64	1.15	ผูกพันมาก
(3) การตอบสนองความต้องการในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.54	0.79	ผูกพันมาก
(4) รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า	3.60	0.84	ผูกพันมาก
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.58	0.91	ผูกพันมาก

4.4.4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

ตารางที่ 4.4-36 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.	3.46	0.61	ผูกพันมาก
(2) ความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.	3.62	0.78	ผูกพันมาก
(3) ความรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี	3.32	0.85	ผูกพันปานกลาง
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.46	0.13	ผูกพันมาก

4.4.4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

ตารางที่ 4.4-37 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) การเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นของลูกค้า	4.13	0.89	ผูกพันมาก
(2) การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของ รฟท.	1.62	0.97	ไม่ผูกพัน
(3) ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท.	1.75	0.90	ไม่ผูกพัน
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	2.50	0.05	ผูกพันน้อย

4.4.5 ความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ รพท.

การประเมินความภักดีของผู้ใช้บริการในการใช้บริการ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ การปกป้อง โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

4.4.5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

(1) ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 4.4-38 ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้อย่างแน่นอน	283	70.8
อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ	113	28.3
อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว	3	0.8
ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน	1	0.3
รวม	400	100.0

(2) เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รพท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาเหตุผลของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่กลับมาใช้บริการของ รพท. พบว่า เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รพท. 5 อันดับแรก ได้แก่ ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ เจ้าหน้าที่ และความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4-39 เหตุผลที่ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์กลับมาใช้บริการ

เหตุผลที่กลับมาใช้บริการของ รพท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ราคา	295	73.8
สิ่งอำนวยความสะดวก	211	52.8
ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	133	33.3
เจ้าหน้าที่	110	27.5
ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร	81	20.3
การรักษาความปลอดภัย	72	18.0
การปรับปรุงภูมิทัศน์	57	14.3
ความตรงต่อเวลา	50	12.5
การปรับปรุงสถานีใหม่	35	8.8
การพัฒนากระบวนรถตามขบวนรถที่ทันสมัย	34	8.5
การก่อสร้างทางคู่	28	7.0
อื่น ๆ	3	0.8

4.4.5.2 การบอกต่อ

(1) ความคิดเห็นในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

ตารางที่ 4.4-40 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

การบอกต่อ	จำนวน	ร้อยละ
บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นนอน	266	66.5
อาจจะบอกต่อ/แนะนำ	125	31.3
อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ	6	1.5
ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นนอน	3	0.8
รวม	400	100.0

(2) ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

ตารางที่ 4.4-41 ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท. ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.	จำนวน	ร้อยละ
พูดคุยต่อหน้า	299	74.8
เฟซบุ๊ก (Facebook)	41	10.3
ไลน์ (LINE)	36	9.0
โทรศัพท์	8	2.0
อินสตาแกรม (Instagram)	6	1.5
ไม่สะดวกให้ข้อมูล	4	1.0
ติ๊กต็อก (TikTok)	3	0.8
ช่องทางอื่น ๆ	2	0.5
เอ็กซ์ (X)	1	0.3
รวม	400	100.0

4.4.5.3 การปกป้อง

ตารางที่ 4.4-42 การแก้ต่างให้กับ รฟท. เมื่อผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง รฟท. ในทางที่ไม่เหมาะสม

การปกป้อง	จำนวน	ร้อยละ
ยินดีที่จะแก้ต่างให้	324	81.0
ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้	76	19.0
รวม	400	100.0

4.4.6 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ รฟท.

4.4.6.1 ความคิดเห็นที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นของ รฟท. ในอนาคต

ตารางที่ 4.4-43 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการปรับอัตราค่าโดยสารของ รฟท. ในอนาคต

ระดับความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	72	18.0
ไม่เห็นด้วย	63	15.8
ไม่แน่ใจ	108	27.0
เห็นด้วย	105	26.3
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	52	13.0
รวม	400	100.0

4.4.6.2 อัตราค่าโดยสารที่ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้

ตารางที่ 4.4-44 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการยอมรับให้ปรับขึ้นราคาอัตราค่าโดยสาร

อัตราค่าโดยสารที่ยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้	จำนวน	ร้อยละ
ร้อยละ 1 - 10	147	36.8
ร้อยละ 11 - 20	3	0.8
ร้อยละ 21 - 30	2	0.5
ร้อยละ 31 - 40	2	0.5
ร้อยละ 41 - 50	3	0.8
ตั้งแต่ร้อยละ 51 ขึ้นไป	5	1.3
ไม่แน่ใจ	103	25.8
รวม	265	100.0

4.4.6.3 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อบริการเสริมในระหว่างการเดินทางจากสถานีรถไฟที่ใช้บริการเป็นประจำไปยังจุดหมายปลายทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 ตารางที่ 4.4-45 สรุปความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อบริการเสริมของ รฟท.

ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ต้องการบริการเสริม	148	37.0
บริการข้อมูลเกี่ยวกับรถโดยสารสาธารณะ/รถเช่า	151	37.8
จัดจุดบริการรถสาธารณะรับ – ส่งผู้โดยสาร	177	44.3
จัดจุดบริการรถยนต์ส่วนบุคคลรับ – ส่งผู้โดยสารโดยเฉพาะ	122	30.5
อื่น ๆ	5	1.3

4.4.6.4 การใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ” ของ รฟท.
 ตารางที่ 4.4-46 สรุปการใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ” ของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ”	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	52	13.0
ไม่เคยใช้	348	87.0
รวม	400	100.0

4.4.6.5 ความคิดเห็นของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการนำแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ” มาช่วยปรับปรุงกระบวนการรักษาความสะอาดของห้องน้ำของ รฟท.
 ตารางที่ 4.4-47 สรุปความคิดเห็นของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ” ของ รฟท.

ความคิดเห็นที่มีต่อการใช้บริการแอปพลิเคชัน “หมื่นบอกระ”	จำนวน	ร้อยละ
สะอาดขึ้นกว่าเดิมมาก	20	38.5
สะอาดขึ้นกว่าเดิมบ้าง	17	32.7
ไม่แน่ใจ	11	21.2
ไม่น่าจะสะอาดขึ้นกว่าเดิม	4	7.7
รวม	52	100.0

4.4.7 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

4.4.7.1 ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

- 1) ควรเพิ่มรอบการเดินรถให้มากขึ้น
- 2) ควรเปิดให้จองที่นั่งได้ทุกตู้ของขบวนรถ ผ่าน Application ของ รฟท. หรือระบบ D-Ticket

3) การจองที่นั่งนอนชั้น 1 ทำได้ยากมาก ควรเพิ่มให้มีความเหมาะสมกับปริมาณผู้โดยสาร

4.4.7.2 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

- 1) พนักงานจำหน่ายตั๋วโดยสารควรมีความกระตือรือร้นเมื่อมีผู้ใช้บริการมาซื้อตั๋ว
- 2) ควรปรับปรุงให้เจ้าหน้าที่ประจำขบวนบางคนมีมารยาทให้มากขึ้น รวมทั้งมีความเต็มใจในการให้บริการ

4.4.7.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

- 1) ควรเปลี่ยนเบาะที่นั่งให้ดีขึ้นในทุกขบวนรถ
- 2) ตู้เสบียงควรมีในทุกขบวนรถ ไม่ควรมีแค่บางขบวน และไม่ควรมีราคาสูงจนเกินไป
- 3) แก้วน้ำชั้น 2 ควรปรับปรุงให้มีความสบายมากขึ้น
- 4) ควรเพิ่มป้ายตารางการเดินรถให้มีความชัดเจน (สถานีเชียงใหม่)
- 5) ควรเพิ่มที่นั่งรอรถไฟให้มากขึ้น
- 6) ควรมีที่ชาร์จแบตเตอรี่โทรศัพท์มือถือไว้ให้บริการ
- 7) บริเวณจุดจำหน่ายตั๋วโดยสาร ควรมีข้อมูลแจ้งให้ทราบว่าเหลือรถไฟชั้นไหนเวลาที่ใกล้จะออก และควรมีผังที่นั่งบอกตรงจุดซื้อตั๋ว
- 8) ควรจัดทำศูนย์อาหาร และร้านสะดวกซื้อเพื่อให้บริการในระหว่างรอรถไฟ
- 9) ควรมีการประกาศเที่ยวขบวนให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการแจ้งรอบขบวนต่อผู้โดยสาร และลดอัตราการตกขบวนของผู้โดยสาร
- 10) ควรมีการให้บริการที่นอนเสริมแก่ผู้โดยสารที่เดินทางระยะไกลและใช้ระยะเวลาในการเดินทางนานกว่า 7-8 ชั่วโมง

4.4.7.4 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

- 1) ควรปรับปรุงห้องน้ำให้มีความสะอาดและดูใหม่มากขึ้น รวมทั้งมีพื้นที่ใหญ่ขึ้น
- 2) ควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมในเวลากลางคืนให้มีความสว่างมากขึ้น
- 3) ควรติดเครื่องปรับอากาศในขบวนรถตู้โดยสารชั้น 3
- 4) ไม่ควรให้พ่อค้าแม่ค้ามาจำหน่ายสินค้าในบริเวณสถานีและขบวนรถไฟ เพราะทำให้ไม่มีความเป็นระเบียบ

- 5) ไม่ควรให้มีการสูบบุหรี่บนขบวนรถไฟ
- 6) ขบวนรถไฟชั้น 3 มีฝุ่นละอองค่อนข้างมาก
- 7) ควรเพิ่มจำนวนถังขยะประจำจุดต่าง ๆ ให้มากขึ้น
- 8) เมื่อถึงสถานีรถไฟ ประตูรถไฟควรเปิดทุกประตู เพื่อไม่ให้ผู้โดยสารเดินไกล

จนเกินไป

- 9) ห้องน้ำไม่มีน้ำใช้ และอ่างล้างหน้าไม่มีไหล
- 10) ควรทำความสะอาดขบวนรถไฟให้ดูใหม่ และน่าใช้มากขึ้น
- 11) ควรตัดต้นไม้ใหญ่ในบริเวณพื้นที่ของ รฟท. เพื่อเมื่อเกิดลมแรง อาจโค่นล้มทับ

ผู้ให้บริการหรือสิ่งของได้

- 12) ควรมีการรณรงค์ให้รักษาความสะอาดบนขบวนรถไฟ เพราะผู้โดยสารบางคนไม่

ใส่ใจในเรื่องดังกล่าว

- 13) สถานีปากน้ำโพควรมีบริการรถสาธารณะ หรือมีรถรับ-ส่ง
- 14) ควรปรับปรุงทัศนียภาพของสถานีให้ดูมีความสวยงาม โดยอาจเริ่มดำเนินการจากสถานี

ที่มีขนาดใหญ่ก่อน

4.4.7.5 ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

- 1) ควรเพิ่มความถี่ในการตรวจสอบความปลอดภัยบนขบวนรถไฟและบริเวณสถานีให้
- มากขึ้น
- 2) ควรปรับปรุงสถานีให้เป็นระบบปิด และให้เฉพาะผู้ที่มีตั๋วโดยสารสามารถเข้าชาน
- ชาลาได้เท่านั้น
- 3) ควรเพิ่มจำนวนกล้องวงจรปิดเพื่อความปลอดภัยให้มากขึ้น
- 4) ไม่ควรปล่อยให้คนสติไม่ดีเข้ามาในบริเวณพื้นที่ของ รฟท. เพราะจะทำให้

ภาพลักษณ์ดูไม่ดี และมีความกังวลเรื่องความปลอดภัย

4.4.7.6 ด้านราคา

- 1) สามารถขึ้นราคาตั๋วโดยสารได้ แต่ควรปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีความ
- คุ้มค่า
- 2) มีการหักค่าธรรมเนียมในกรณีที่ขอคืนตั๋วโดยสารมากเกินไป

4.4.7.7 ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

- 1) การให้บริการควรมีความตรงต่อเวลามากขึ้น (โดยเฉพาะอย่างยิ่งขบวน 109)

4.4.7.8 ด้านอื่น ๆ

1) ขบวนรถไฟโดยสารท่องเที่ยวเต็มเร็วมาก ควรเพิ่มรอบการเดินทางให้มีความเหมาะสมกับปริมาณผู้โดยสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวันศุกร์

- 2) ควรเพิ่มขบวนรถไฟเร็วในการเดินทาง เพื่อให้มีความสะดวกมากขึ้น
- 3) ช่วงเทศกาลจองตั๋วรถไฟค่อนข้างยาก

- 4) ควรปรับปรุงเรื่องเลขที่นั่งบนขบวนรถที่ไม่ตรงกับที่นั่งโดยเร่งด่วน เช่น จองตัวที่นั่ง
ริมหน้าต่าง แต่บนรถระบุว่าที่นั่งริมทางเดิน เป็นต้น
- 5) ขบวนรถไฟควรมีการรักษาโรคทั่วไปเพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยในเบื้องต้น



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 5

สรุปผลการสำรวจและประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ด้านการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า)

การสำรวจครั้งนี้ ได้สำรวจกับประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า จำนวนทั้งสิ้น 40 ราย
จำแนกตามกลุ่มสินค้าประเภทต่าง ๆ ได้แก่ กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม กลุ่มคอนเทนเนอร์ และกลุ่มสินค้าอื่น ๆ
และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล จากนั้น จึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่
ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการสำรวจ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า พฤติกรรมการ
ใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการ
ขนส่งสินค้า ความผูกพันของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อการ
ให้บริการของ รฟท. และข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ประกอบการขนส่งสินค้า
โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ประกอบด้วย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประเภทกิจการ และหน่วยงาน/องค์กร โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ประเภทกิจการ

ตารางที่ 5.1-1 ประเภทกิจการที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.

ประเภทกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เอกชน	40	100.0
รัฐวิสาหกิจ	0	0.0
หน่วยงานราชการ	0	0.0
อื่น ๆ	0	0.0
รวม	40	100.0

5.1.2 หน่วยงาน/องค์กรที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.

หน่วยงาน/องค์กร ประกอบด้วย บริษัทฯ ต่าง ๆ ที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในปัจจุบัน มีดังต่อไปนี้

- (1) บริษัท อาร์ แอนด์ ซี อินเตอร์ทรานส์ จำกัด
- (2) บริษัท เอ็น.ดี.ซี. โลจิสติกส์ จำกัด
- (3) บริษัท อาณาจักร โลจิสติกส์ จำกัด
- (4) บริษัท หาดใหญ่ศุภสารทรานสปอร์ต จำกัด
- (5) บริษัท ศรีตรังโลจิสติกส์ จำกัด
- (6) บริษัท แก้วเจริญ เทรน ทรานสปอร์ต จำกัด
- (7) บริษัท วินสเป็ค โลจิสติกส์(ประเทศไทย) จำกัด
- (8) บริษัท เพ็ญ ทรานสปอร์ต จำกัด
- (9) บริษัท บางกอก เทอร์มินอล โลจิสติกส์ จำกัด
- (10) บริษัท เอส โอ เอส โลจิสติกส์ จำกัด
- (11) บริษัท จงตั้งเจริญ ทรานสปอร์ตกรุ๊ป จำกัด
- (12) บริษัท มิตรชัยแอนด์ โค โกลบอล โลจิสติกส์ แอนด์ อินซัวรันซ์ (ไทยแลนด์) จำกัด
- (13) บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล๊อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)
- (14) บริษัท บัวเพชร โลจิสติกส์ จำกัด
- (15) บริษัท จีซี โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด
- (16) บริษัท เคซี เทรน ทรานสปอร์ต จำกัด
- (17) บริษัท เคที เทรน จำกัด
- (18) บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด

- (19) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
- (20) บริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)
- (21) บริษัท ซีพีไอ โลจิสติกส์ จำกัด
- (22) บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด
- (23) บริษัท ปตท.สผ.สยาม จำกัด
- (24) บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
- (25) บริษัท เอสโซ่แอสตันดาร์ด ประเทศไทย จำกัด
- (26) บริษัท ทริฟเฟิล ไอ โลจิสติกส์ จำกัด
- (27) บริษัท ช.เชิดศักดิ์ จำกัด
- (28) บริษัท เอ็น.อี. (1992) จำกัด
- (29) บริษัท สปีด อินเตอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด
- (30) บริษัท ลีจี้แลนด์โลจิสติกส์ จำกัด
- (31) บริษัท เคเอสแอล อะโกร แอนด์ เทรตติ้ง
- (32) บริษัท เคอรี่ สยามซีพอร์ต จำกัด
- (33) บริษัท เอเวอร์กรีน คอนเทนเนอร์ เทอร์มินอล (ประเทศไทย) จำกัด
- (34) บริษัท เอ็น.วาย.เค.ดิสทริบิวชั่น เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด
- (35) บริษัท ไทยฮันจิน โลจิสติกส์ จำกัด
- (36) บริษัท ทิฟฟา ไอซีดี จำกัด
- (37) บริษัท สยามชอร์ไซด์ เซอร์วิส จำกัด
- (38) บริษัท อีสเทิร์นซี แพลมบับ เทอร์มินอล จำกัด
- (39) บริษัท โอเชียน เน็ตเวิร์ค เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด
- (40) บริษัท ไทยเรล โลจิสติกส์ จำกัด

5.2 พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ (1) กลุ่มผู้ให้บริการ (2) ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รฟท. (3) เส้นทางขนส่งสินค้าทางรถไฟที่ใช้เป็นประจำ (4) ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท. (5) ปริมาณการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในแต่ละครั้ง และ (6) เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเลือกใช้บริการกับ รฟท. โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

5.2.1 กลุ่มผู้ให้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 5.2-1 กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้า กับ รฟท.

กลุ่มผู้ให้บริการ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมัน ปูนซีเมนต์ผง ปูนซีเมนต์ถุง	4	11.43
กลุ่มคอนเทนเนอร์ เช่น คอนเทนเนอร์ ไอซีดี ลาดกระบัง คอนเทนเนอร์ทั่วไป คอนเทนเนอร์ Land Bridge คอนเทนเนอร์อินเตอร์ สปป.ลาว	29	82.86
กลุ่มสินค้าอื่น ๆ เช่น สินค้าราชการ สินค้าทั่วไป	2	5.71

5.2.2 ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 5.2-2 ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รฟท.

ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รฟท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูป (Petroleum)	0	0.0
น้ำมันดิบ (Crude Oli)	1	2.86
น้ำมันทั่วไป	1	2.86
ก๊าซ แอลพีจี. (Gas LPG.)	1	2.86
ปูนซีเมนต์ผง, ปูนซีเมนต์ถุง	1	2.86
คอนเทนเนอร์ ไอซีดี ลาดกระบัง	0	0.0
คอนเทนเนอร์ทั่วไป	18	51.43
คอนเทนเนอร์มาตาพุด-แหลมฉบัง	0	0.0
คอนเทนเนอร์ Land Bridge	4	11.43
คอนเทนเนอร์อินเตอร์ สปป.ลาว	7	20.0
สินค้าราชการ	0	0.0
สินค้าทั่วไป	2	5.71

5.2.3 เส้นทางขนส่งสินค้าทางรถไฟที่ใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตารางที่ 5.2-3 เส้นทางขนส่งสินค้าทางรถไฟที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ใช้เป็นประจำ

เส้นทางขนส่งสินค้าทางรถไฟ	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
สายเหนือ	9	22.5
สายตะวันออกเฉียงเหนือ	12	30.0
สายใต้	18	45.0
สายตะวันออก	12	30.0

5.2.4 ระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.

ตารางที่ 5.2-4 ระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ของแต่ละหน่วยงาน

หน่วยงาน/องค์กรที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.	ระยะเวลาในการใช้บริการ
1. บริษัท อาร์ แอนด์ ซี อินเทอร์เน็ต จำกัด	ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป
2. บริษัท เอ็น.ดี.ซี. โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป
3. บริษัท อาณาจักร โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 15-20 ปี
4. บริษัท หาดใหญ่ศุภสารทราณสปอร์ต จำกัด	ตั้งแต่ 15-20 ปี
5. บริษัท ศรีตรังโลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 20-30 ปี
6. บริษัท แก้วเจริญ เทรน ทราณสปอร์ต จำกัด	ตั้งแต่ 10-15 ปี
7. บริษัท วินสเป็ค โลจิสติกส์(ประเทศไทย) จำกัด	ตั้งแต่ 10-15 ปี
8. บริษัท เพ็ญ ทราณสปอร์ต จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการให้บริการ
9. บริษัท บางกอก เทอร์มินอล โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 5-10 ปี
10. บริษัท เอส โอ เอส โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 5-10 ปี
11. บริษัท จงตั้งเจริญ ทราณสปอร์ตกรุ๊ป จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการให้บริการ
12. บริษัท มิตรชัยแอนด์ โค โกลบอล โลจิสติกส์ แอนด์ อินซัวรันซ์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ตั้งแต่ 5-10 ปี
13. บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเมนต์ จำกัด (มหาชน)	ตั้งแต่ 15-20 ปี
14. บริษัท บัวเพชร โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 10-15 ปี
15. บริษัท จีซี โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการให้บริการ
16. บริษัท เคซี เทรน ทราณสปอร์ต จำกัด	ตั้งแต่ 4-5 ปี
17. บริษัท เคที เทรน จำกัด	ตั้งแต่ 4-5 ปี
18. บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ โลจิสติก จำกัด	ตั้งแต่ 20-30 ปี
19. บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	ไม่ระบุระยะเวลาการให้บริการ
20. บริษัท ยูนิค เอ็นจิเนียริง แอนด์คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน)	ตั้งแต่ 15-20 ปี
21. บริษัท ซีทีไอ โลจิสติกส์ จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการให้บริการ

หน่วยงาน/องค์กรที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.	ระยะเวลาในการใช้บริการ
22. บริษัท ทีพีไอ โพลีน จำกัด	ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป
23. บริษัท ปตท.สผ.สยาม จำกัด	ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป
24. บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
25. บริษัท เอสโซ่แสดนดาร์ด ประเทศไทย จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
26. บริษัท ทริเพิล โอ โลจิสติกส์ จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
27. บริษัท ช.เชิดศักดิ์ จำกัด	ตั้งแต่ 2-3 ปี
28. บริษัท เอ็น.อี. (1992) จำกัด	ตั้งแต่ 2-3 ปี
29. บริษัท สปีด อินเตอร์ ทรานสปอร์ต จำกัด	ตั้งแต่ 5-10 ปี
30. บริษัท ลิงค์แลนด์โลจิสติกส์ จำกัด	ตั้งแต่ 2-3 ปี
31. บริษัท เคเอสแอล อะโกร แอนด์ เทรดิง	ตั้งแต่ 10-15 ปี
32. บริษัท เคอรี่ สยามซีพอร์ต จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
33. บริษัท เอเวอร์กรีน คอนเทนเนอร์ เทอร์มินอล (ประเทศไทย) จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
34. บริษัท เอ็น.วาย.เค.ดิสทริบิวชั่น เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
35. บริษัท ไทยฮันจิน โลจิสติกส์ จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
36. บริษัท ทิฟฟา ไอซีดี จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
37. บริษัท สยามซอร์ไซด์ เซอร์วิส จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
38. บริษัท อีสเทิร์นซี แพลมมบง เทอร์มินอล จำกัด	ตั้งแต่ 2-3 ปี
39. บริษัท โอเชียน เน็ตเวิร์ค เอ็กซ์เพรส (ประเทศไทย) จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ
40. บริษัท ไทยเรล โลจิสติกส์ จำกัด	ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ

ตารางที่ 5.2-5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.

ระยะเวลาในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับ รฟท.	ความถี่	ร้อยละ
ตั้งแต่ 2-3 ปี	4	10.0
ตั้งแต่ 4-5 ปี	2	5.0
ตั้งแต่ 5-10 ปี	4	10.0
ตั้งแต่ 10-15 ปี	4	10.0
ตั้งแต่ 15-20 ปี	4	10.0
ตั้งแต่ 20-30 ปี	2	5.0
ตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป	4	10.0
ไม่ระบุระยะเวลาการใช้บริการ	16	40.0
รวม	40	100.0

5.2.5 ปริมาณการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในแต่ละครั้ง

ตารางที่ 5.2-6 ปริมาณการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในแต่ละครั้ง

ปริมาณการขนส่งสินค้ากับ รฟท. ในแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 2,000 ตัน/เดือน	16	40.0
ตั้งแต่ 2,001 – 5,000 ตัน/เดือน	6	15.0
ตั้งแต่ 5,001 – 8,000 ตัน/เดือน	4	10.0
ตั้งแต่ 8,001 ตัน/เดือนขึ้นไป	14	35.0
รวม	40	100.0

5.2.6 เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า เลือกใช้บริการกับ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

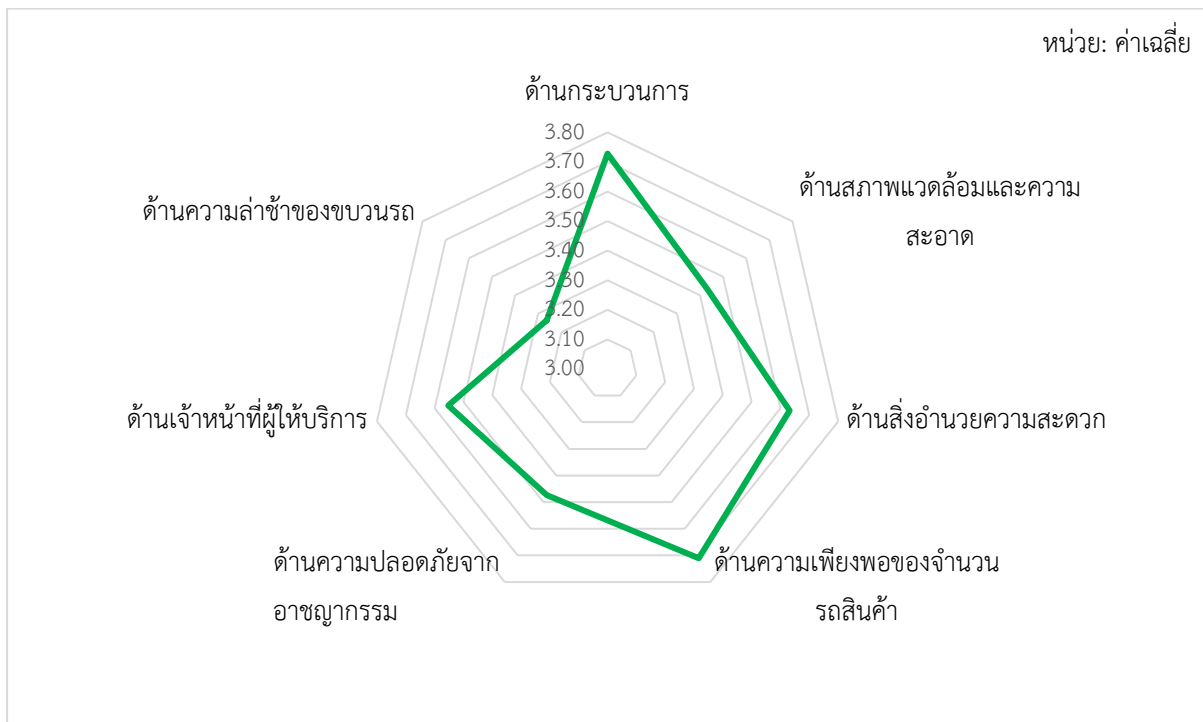
ตารางที่ 5.2-7 เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า เลือกใช้บริการกับ รฟท.

เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเลือกใช้บริการกับ รฟท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ปลอดภัย	16	40.0
ราคาถูก	16	40.0
สะดวก	14	35.0
บรรทุกได้จำนวนมาก	12	30.0
เชื่อมโยงการขนส่งระหว่างประเทศ	12	30.0
ช่วยลดมลภาวะ	0	0.0
อื่น ๆ	0	0.0

5.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อการให้บริการของ รฟท.

การวิเคราะห์ผลความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ (2) ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด (5) ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม (6) ด้านความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า และ (7) ด้านความล่าช้าของขบวนรถ โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 5.3-1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท.



5.3.1 ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ตารางที่ 5.3-1 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ขั้นตอนการติดต่อและประสานงานด้านการให้บริการขนส่งสินค้าจากเจ้าหน้าที่ รพท.	3.79	0.79	พึงพอใจมาก
(2) ขั้นตอนการติดตามสถานะของขบวนรถจากเจ้าหน้าที่ รพท.	3.68	0.82	พึงพอใจมาก
(3) ความตรงต่อเวลาของขบวนรถสินค้า	3.55	0.89	พึงพอใจมาก
(4) กระบวนการขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย	3.89	0.66	พึงพอใจมาก
(5) ขั้นตอนการให้บริการต่าง ๆ โดยภาพรวมเป็นไปด้วยความรวดเร็ว	3.72	0.83	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.73	0.80	พึงพอใจมาก

5.3.2 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ตารางที่ 5.3-2 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) มีความสุภาพ	3.53	0.84	พึงพอใจมาก
(2) มีบุคลิกภาพ และการแต่งกายอย่างเหมาะสม	3.32	1.11	พึงพอใจมาก
(3) ช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี	3.63	1.07	พึงพอใจมาก
(4) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ	3.21	1.08	พึงพอใจปานกลาง
(5) มีเจ้าหน้าที่ดูแลประสานงานแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที	3.47	0.90	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.43	1.00	พึงพอใจมาก

5.3.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 5.3-3 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความชัดเจนของป้ายที่ให้คำแนะนำการบริการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า	3.68	0.95	พึงพอใจมาก
(2) มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางที่ดีขึ้น	3.53	0.96	พึงพอใจมาก
(3) มีพื้นที่ย่านขนส่งสินค้าที่เหมาะสมและเพียงพอ	3.68	1.00	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.63	0.97	พึงพอใจมาก

5.3.4 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

ตารางที่ 5.3-4 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความสะอาดของย่านขนส่งสินค้า	3.58	0.90	พึงพอใจมาก
(2) พื้นที่ย่านขนส่งสินค้าสะดวกต่อการขนถ่ายสินค้า	3.79	0.85	พึงพอใจมาก
(3) ทางเข้า-ออกย่านขนส่งสินค้ามีความสะดวก	3.68	0.95	พึงพอใจมาก
(4) แสงสว่างภายในย่านขนส่งสินค้าเพียงพอ	3.79	0.71	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.71	0.85	พึงพอใจมาก

5.3.5 ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ตารางที่ 5.3-5 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) กล้องวงจรปิดประจำจุดต่าง ๆ	3.47	0.90	พึงพอใจมาก
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ	3.47	0.90	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.47	0.90	พึงพอใจมาก

5.3.6 ด้านความพึงพอใจของจำนวนรถสินค้า

ตารางที่ 5.3-6 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความพึงพอใจของจำนวนรถสินค้า

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ	3.53	0.96	พึงพอใจมาก
(2) รถสินค้ามีสภาพสมบูรณ์	3.58	0.96	พึงพอใจมาก
ความพึงพอใจเฉลี่ยในภาพรวม	3.55	0.96	พึงพอใจมาก

5.3.7 ความล่าช้าของขบวนรถ

ตารางที่ 5.3-7 ผลการประเมินความพึงพอใจด้านความล่าช้าของขบวนรถ

ประเด็นความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ขบวนรถไฟสามารถขนส่งสินค้าไปถึงจุดหมายปลายทางได้ตามเวลาที่กำหนด	3.26	0.93	พึงพอใจปานกลาง

ทั้งนี้ เพื่อให้มีข้อมูลประกอบการวิเคราะห์ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ รฟท. จึงได้ดำเนินการสำรวจ “ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ยอมรับได้” โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตารางที่ 5.3-8 และ 5.3-9

ตารางที่ 5.3-8 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ยอมรับได้

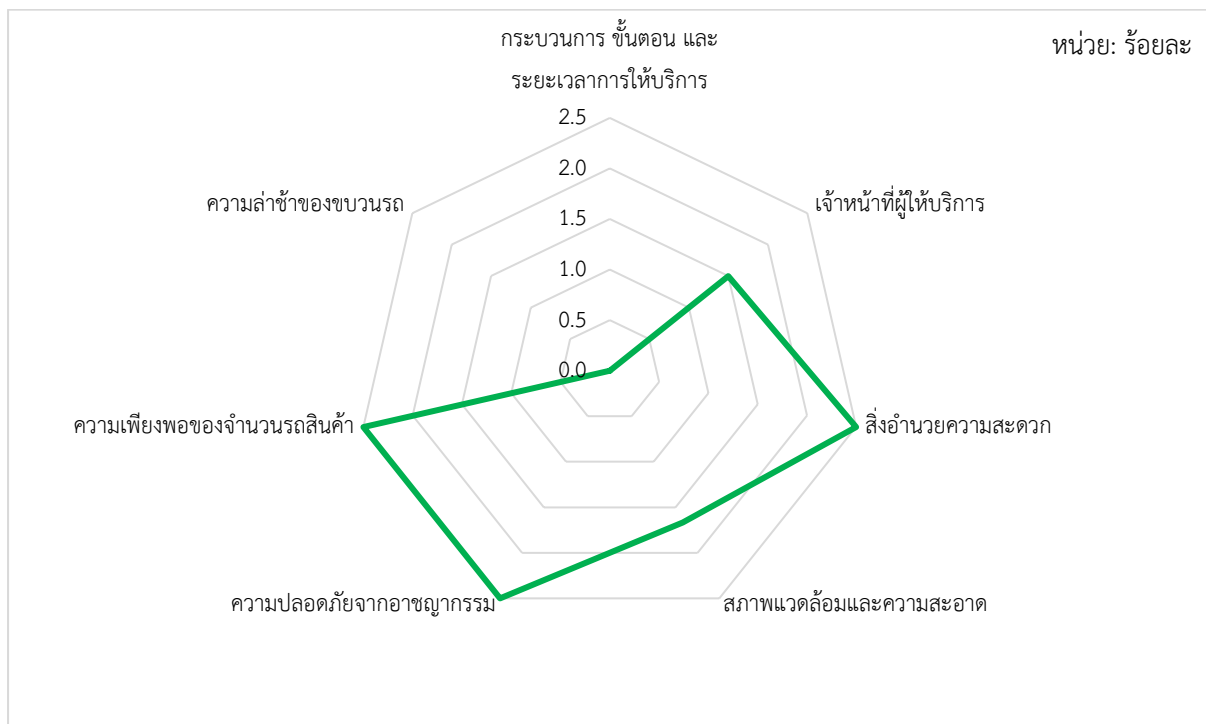
ความล่าช้าต่ำสุด	ความล่าช้าสูงสุดที่ยอมรับได้	ความล่าช้าเฉลี่ยที่ยอมรับได้
5 นาที	360 นาที	61.5 นาที

ตารางที่ 5.3-9 ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ยอมรับได้ จำแนกตามช่วงเวลา

ความล่าช้าของขบวนรถที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ยอมรับได้	ความถี่	ร้อยละ
ไม่เกิน 30 นาที	28	70.0
ตั้งแต่ 31 – 60 นาที	8	20.0
ตั้งแต่ 61 นาทีขึ้นไป	4	10.0
รวม	40	100.0

จากตารางสรุปผลความพึงพอใจข้างต้นจะเห็นได้ว่า ผลการประเมินในแต่ละด้านนั้นส่วนใหญ่จะอยู่ที่ระดับพึงพอใจปานกลาง - พึงพอใจมาก จึงไม่ปรากฏให้เห็นผลความไม่พึงพอใจในการประเมินด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ทราบถึงผลความไม่พึงพอใจในการประเมินครั้งนี้ ที่ปรึกษาจึงใช้สถิติรูปแบบอื่นมาทำการทดสอบ คือ ร้อยละ เพื่อให้ทราบค่าความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อ รพท. ในด้านต่าง ๆ โดยจากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความไม่พึงพอใจการให้บริการของ รพท. ในด้านต่าง ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 2.5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (ร้อยละ 2.5) ความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า (ร้อยละ 2.5) และสภาพแวดล้อมและความสะอาด (ร้อยละ 1.7) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ร้อยละ 1.5) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 5.3-2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รพท.



5.4 ความผูกพันของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อการให้บริการของ รฟท.

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 โดยสามารถวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จำแนกตามรายด้านได้ดังนี้

5.4.1 ความผูกพันทางความคิด

ตารางที่ 5.4-1 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความคิดถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นอันดับแรก	3.56	0.84	ผูกพันมาก
(2) การจดจำตราสินค้าของ รฟท.	3.64	1.15	ผูกพันมาก
(3) การตอบสนองความต้องการในการให้บริการแก่ลูกค้า	3.54	0.79	ผูกพันมาก
(4) รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า	3.60	0.84	ผูกพันมาก
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.58	0.91	ผูกพันมาก

5.4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

ตารางที่ 5.4-2 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางอารมณ์ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
(1) ความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.	3.46	0.61	ผูกพันมาก
(2) ความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.	3.62	0.78	ผูกพันมาก
(3) ความรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี	3.32	0.85	ผูกพันปานกลาง
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	3.46	0.13	ผูกพันมาก

5.4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

ตารางที่ 5.4-3 ผลการประเมินความผูกพันด้านความผูกพันทางพฤติกรรมของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ

ประเด็นความผูกพัน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ความหมาย
(1) การเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นของลูกค้า	4.13	0.89	ผูกพันมาก
(2) การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของ รฟท.	1.62	0.97	ไม่ผูกพัน
(3) ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท.	1.75	0.90	ไม่ผูกพัน
ความผูกพันเฉลี่ยในภาพรวม	2.50	0.05	ผูกพันน้อย

5.5 ความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อการให้บริการของ รพท.

การประเมินความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ในการใช้บริการ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ ดังนี้

ตารางที่ 5.5.1 สรุปผลความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รพท.

ความภักดี	ร้อยละ	ความหมาย
(1) การกลับมาใช้บริการซ้ำ	45.0	ภักดีปานกลาง
(2) การบอกต่อ	25.0	ภักดีน้อย
(3) การปกป้อง	100.0	ภักดีมากที่สุด

5.5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

(1) ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ตารางที่ 5.5.2 ความคิดเห็นในการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาใช้อย่างแน่นอน	18	45.0
อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ	22	55.0
อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว	0	0.0
ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน	0	0.0
รวม	40	100.0

(2) เหตุผลของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาเหตุผลของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. พบว่า เหตุผลส่วนใหญ่ที่ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท. ได้แก่ ราคา ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

ตารางที่ 5.5.3 เหตุผลของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท.

เหตุผลของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่กลับมาใช้บริการของ รฟท.	จำนวน	ร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง
ราคา	14	35.0
ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ	8	20.0
สิ่งอำนวยความสะดวก	6	15.0
ความตรงต่อเวลา	4	10.0
การรักษาความปลอดภัย	2	5.0
การก่อสร้างทางคู่	2	5.0
เจ้าหน้าที่	2	5.0
ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร	2	5.0
อื่น ๆ	2	5.0
การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถที่ทันสมัย	0	0.0
การปรับปรุงสถานีใหม่	0	0.0
การปรับปรุงภูมิทัศน์	0	0.0

5.5.2 การบอกต่อ

(1) ความคิดเห็นในการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

ตารางที่ 5.5-4 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า การบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

การบอกต่อ	จำนวน	ร้อยละ
บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน	10	25.0
อาจจะบอกต่อ/แนะนำ	30	75.0
อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ	0	0.0
ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน	0	0.0
รวม	40	100.0

(2) บุคคลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ต้องการบอกต่อ/แนะนำ

ตารางที่ 5.5-5 บุคคลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ต้องการบอกต่อ/แนะนำ

บุคคลที่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ต้องการบอกต่อ/แนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ประกอบการขนส่งรายอื่น	26	65.0
เจ้าของสินค้า	8	20.0
บุคคลในองค์กร	4	10.0
อื่น ๆ	2	5.0
รวม	40	100.0

(3) ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.

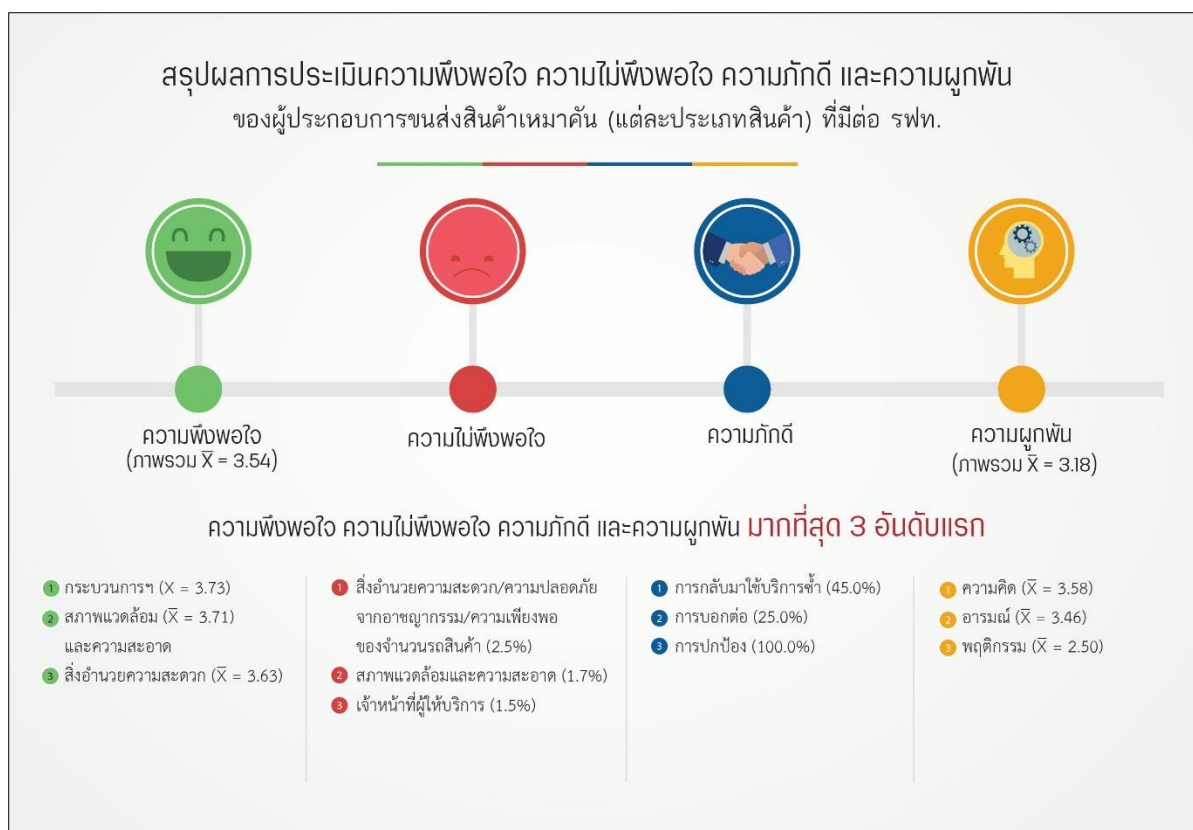
ตารางที่ 5.5-6 ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท. ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ

ช่องทางในการบอกต่อ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการของ รฟท.	จำนวน	ร้อยละ
พูดคุยต่อหน้า	28	70.0
อินสตาแกรม (Instagram)	8	20.0
โทรศัพท์	2	5.0
เฟซบุ๊ก (Facebook)	2	5.0
ไลน์ (LINE)	0	0.0
ช่องทางอื่น ๆ	0	0.0
รวม	40	100.0

5.5.3 การปกป้อง

ตารางที่ 5.5-7 การแก้ต่างให้กับ รฟท. เมื่อผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ได้ยินผู้อื่นกล่าวถึง รฟท. ในทางที่ไม่เหมาะสม

การปกป้อง	จำนวน	ร้อยละ
ยินดีที่จะแก้ต่างให้	40	100.0
ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้	0	0.0
รวม	40	100.0



ภาพที่ 5.5-1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความภาคภูมิใจ และผูกพัน 3 อันดับแรก
ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รพท.

5.6 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีข้อเสนอแนะดังนี้

- 1) การบริหารจัดการด้านการตลาดและการขายยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ รวมทั้ง รพท. ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก ปัญหาด้านการขนส่งที่เกิดขึ้น ยังไม่มีแผนรองรับที่ชัดเจน มุ่งเน้นการแก้ไขเฉพาะหน้าจากผู้ที่อยู่หน้างานเป็นส่วนใหญ่ เช่น กรณีรถไฟตกรางหรือล่าช้า อุปกรณ์และเครื่องมือไม่เพียงพอ ส่งผลให้ต้องใช้แรงงานคนในการยกของ เป็นต้น สะท้อนให้เห็นถึงการบริหารอัตรากำลังการขนส่งที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ แต่รับงานเกินความสามารถที่ รพท. จะบริหารจัดการได้
- 2) ขาดการดูแลและเยี่ยมเยียนลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
- 3) เครื่องมือและอุปกรณ์ยังไม่พร้อมสำหรับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- 4) ควรมีความตรงต่อเวลามากกว่านี้ ทั้งนี้เพราะเมื่อสินค้ามาถึงไม่ตรงเวลา ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นไปอีก โดยเฉพาะแล้วการขนส่งกับ รพท. เกิดความล่าช้าประมาณ 30-60 นาที หรือครึ่งวัน ควรมีความตรงต่อเวลาให้มากขึ้น เนื่องจากสินค้าที่ขนส่งเป็นสินค้าเกษตร อาจส่งผลให้เกิดความเสียหายได้
- 5) เมื่อเกิดความเสียหายใด ๆ ขึ้นขณะขนส่งสินค้ากับ รพท. การทำเรื่องเคลมสินค้าควรเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ไม่ใช้เวลานานจนเกินไป และควรมีการติดตามสถานะการดำเนินงานมากกว่าช่องทางที่มีอยู่ในปัจจุบัน (ไลน์)

6) ควรมีการปรับปรุงอัตราค่าบริการให้มีความเหมาะสม หรือใกล้เคียงกับค่าบริการของรถบรรทุก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ค่าใช้จ่ายในการข้ามสะพานมิตรภาพไทย-ลาว ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

7) เนื่องจากการขนส่งทางรถไฟจะต้องจัดส่งสินค้าให้ตรงตามเวลาตารางเดินรถไฟ จึงไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าของทางบริษัท ที่ผลิตและไหลดงานในทุกวัน และด้วยปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานประจำวัน (Daily Operation) ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการแก้ไขนาน การขนส่งทางรถไฟจึงไม่เหมาะสม และด้วยเรื่องของเวลา การขนส่งทางบก Inland transportation (Truck) จึงมีความเหมาะสมกว่าและทำได้ดีกว่า ทั้งนี้ การขนส่งทางรถไฟอาจจะเหมาะสำหรับการขนส่งระหว่าง ICD ไป Main Port (LCB) มากกว่า

8) ควรเลือกใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น รถไฟฟ้า เป็นต้น

9) ควรขยายเส้นทางการเดินรถและการขนส่งสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ มากขึ้น

10) ควรมีการนำระบบติดตามตู้คอนเทนเนอร์แบบเรียลไทม์มาประยุกต์ใช้ เพื่อพัฒนาระบบการจัดการตารางเดินรถให้มีความแม่นยำมากขึ้น รวมทั้งช่วยให้สามารถวางแผนการขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ

11) ควรมีการพัฒนาระบบการขนส่งแบบ “Door-to-Door” โดยใช้รถไฟเป็นหลัก

12) ควรเพิ่มหัวรถจักร กับแม่แคร่บรรทุกตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งมีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอ ทำให้เกิดความล่าช้าในการขนส่ง

13) ควรแก้ไขปัญหารื่องพนักงานเกษียณอายุราชการ เพราะจะทำให้บุคลากรมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท.

ในบทนี้ ที่ปรึกษาได้ทำการสรุปผลจากการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดี โดยจำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ และกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า) โดยทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่าง ปี 2565 - 2567 รวมทั้งได้จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการของ รฟท. ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อช่วยยกระดับผลการประเมินความพึงพอใจในปีถัดไปให้สูงขึ้น ทั้งนี้ ในบทนี้ประกอบด้วยประเด็นการศึกษาในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

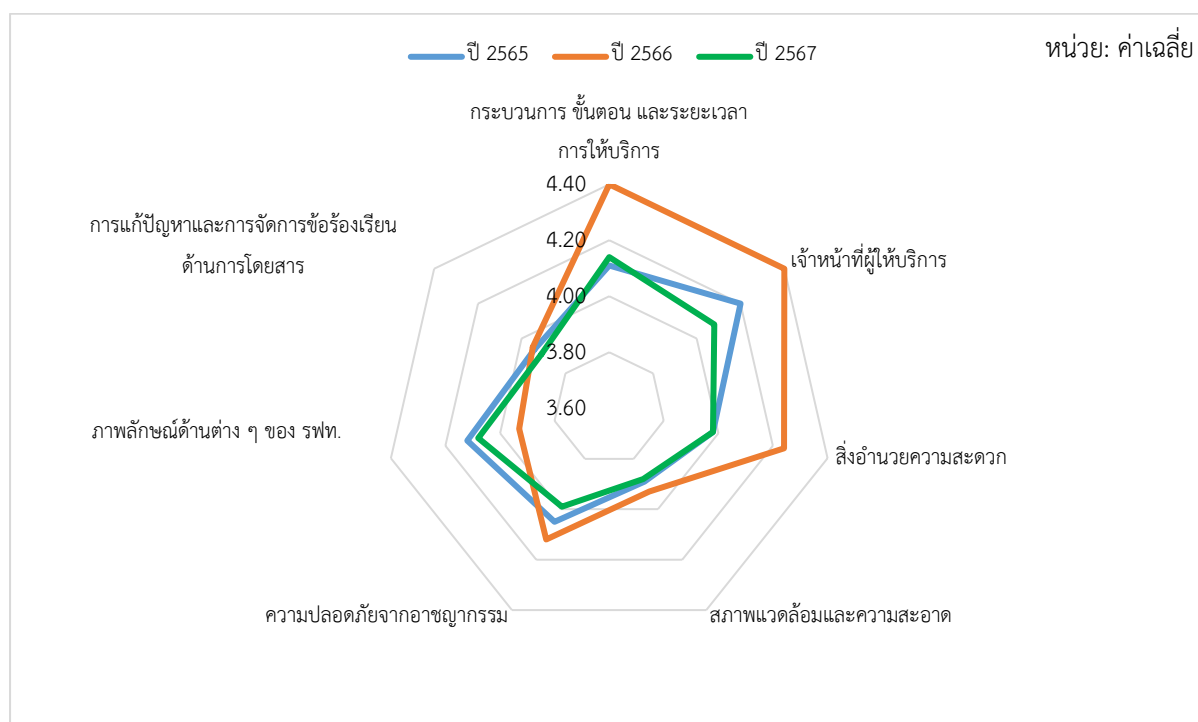
6.1 กลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ

6.1.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ

การศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการสถานีรถไฟมีความพึงพอใจในการให้บริการของ รฟท. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมา จะพบว่า มีเพียงความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพียงด้านเดียวเท่านั้นที่มีระดับความพึงพอใจเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่า รฟท. ได้มีการปรับปรุง/พัฒนารถไฟและรูปแบบการให้บริการใหม่ เพื่อนำมาใช้ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น รถไฟคิฮะ (KIHA 183) หรือรถไฟชนิดนั่งปรับอากาศ ฮามานะสุ (Hamanasu) จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้มีการปรับปรุงให้ดูมีความใหม่ สวยงาม หรรษา และมีความร่วมสมัยมากขึ้น ภายใต้การให้บริการของ รฟท. ที่ชื่อว่า “SRT Royal Blossom” โดยจะแตกต่างจากรถไฟในรูปแบบเดิมที่จะมุ่งเน้นความคลาสสิก (Classic) มากกว่า ส่งผลทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีความแตกต่างกันไปอย่างสิ้นเชิง ประกอบกับการช่วยนำเสนอ (Review) จากบุคคลที่ชื่อเสียงภายนอก ซึ่งมีผู้ติดตามผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ที่ได้มาทดลองใช้รถไฟดังกล่าว ทำให้การให้บริการของ รฟท. เป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

แผนภูมิที่ 6.1-1 เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567



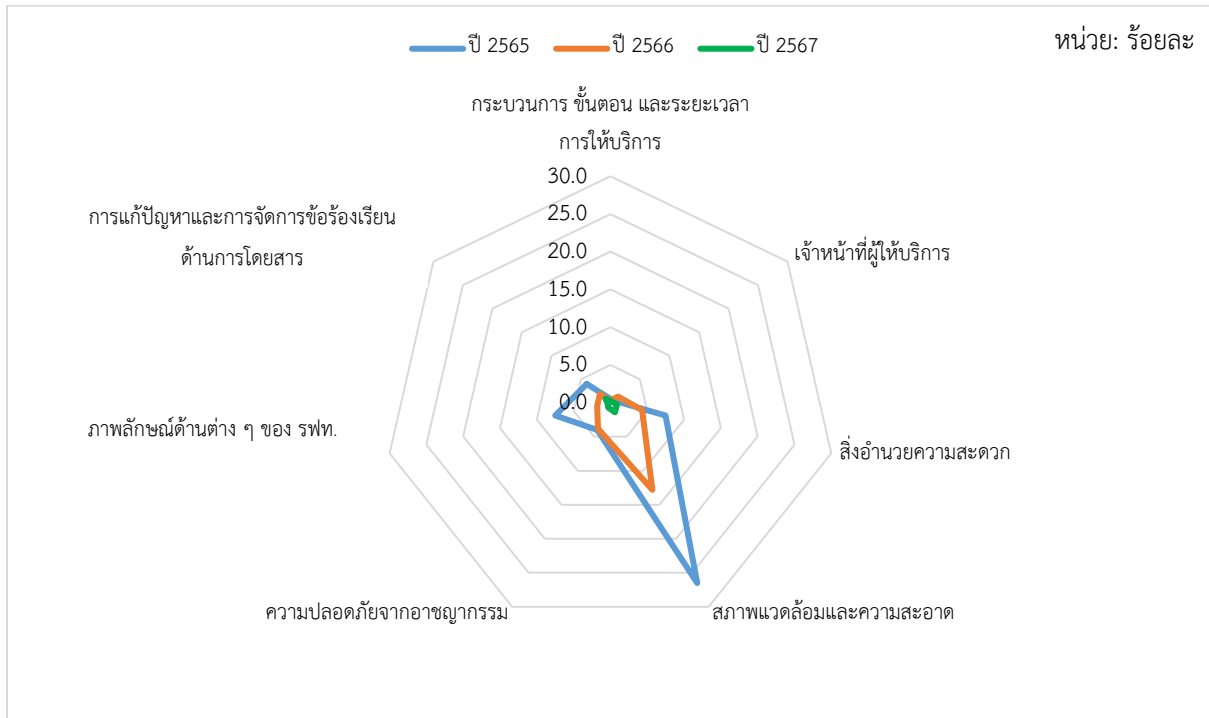
6.1.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการที่สถานีรถไฟ

6.1.2.1 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียน ด้านการโดยสาร ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมา จะพบว่า ความไม่พึงพอใจนั้นมีสัดส่วนที่ลดลงเกือบทุกด้าน โดยมีเพียงด้านเดียวที่ความไม่พึงพอใจมีระดับเท่ากัน คือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในปีที่ผ่านมา รฟท. ได้มีการปรับปรุงผลการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน ทั้งในด้านของความรวดเร็ว ความตรงต่อเวลา และการอำนวยความสะดวกสบาย เช่น การบำรุงรักษาทางอาณัติสัญญาณและสิ่งปลูกสร้าง การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถไฟและจัดการงานขนส่งสินค้า หรือการซ่อมบำรุงและตรวจสภาพรถจักรและล้อเลื่อน เป็นต้น การปรับปรุงการให้บริการดังกล่าว ย่อมส่งผลทำให้คุณภาพการให้บริการดีขึ้น และทำให้ความไม่พึงพอใจจากผู้ใช้บริการลดลง

แผนภูมิที่ 6.1-2 เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567

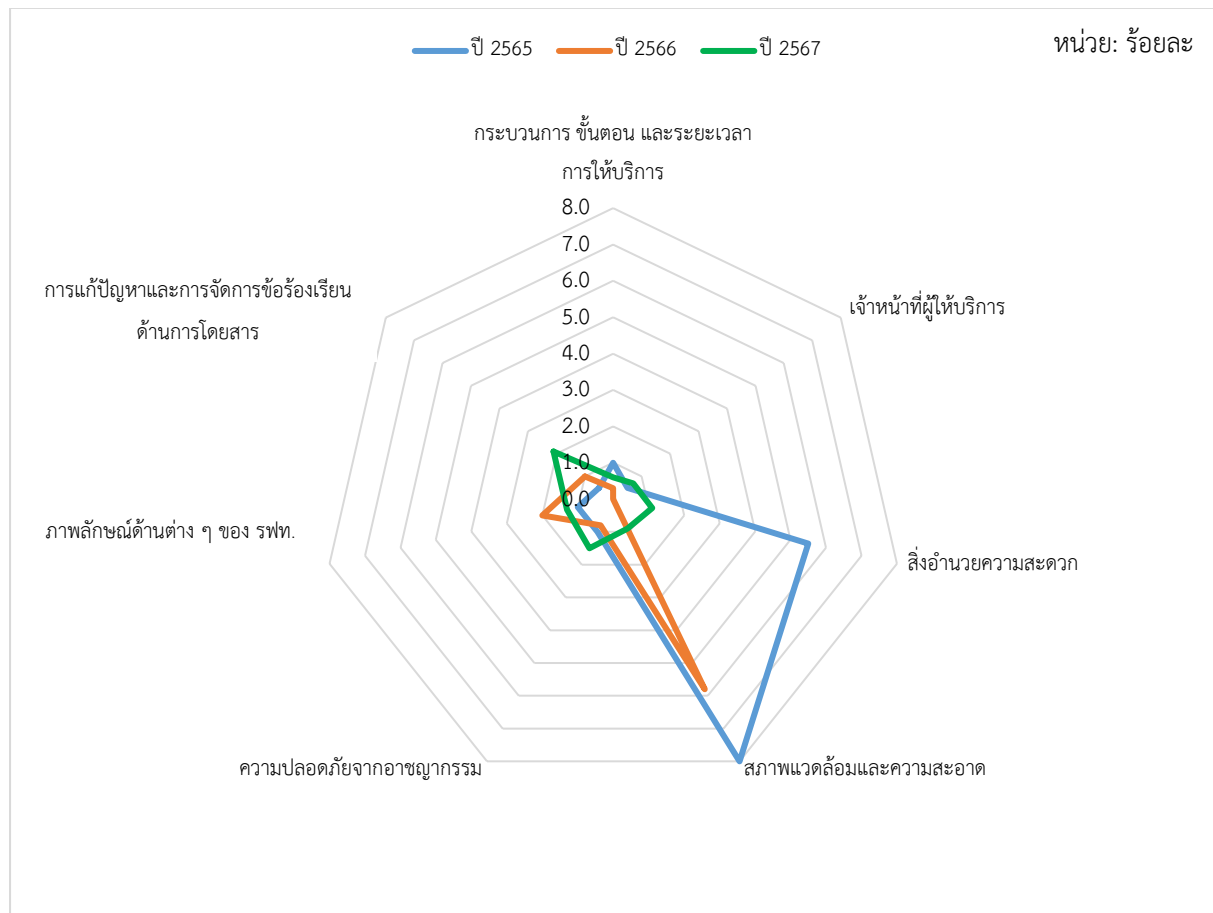


6.1.2.2 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ผลการศึกษา ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนรถ สถานีรถไฟ “ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมา จะพบว่า มีผลการดำเนินงานหลายด้านที่ความไม่พึงพอใจมีระดับเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม และด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ซึ่งเป็นด้านที่มีระดับความไม่พึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า กระบวนการจัดการข้อร้องเรียนของ รฟท. อาจยังมีความล่าช้า หากเทียบกับความคาดหวังของผู้ร้องเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากเป็นปัญหาสำคัญ หรือเร่งด่วน ยิ่งทำให้ความคาดหวังที่มีต่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าวสูงขึ้นตามลำดับ ประกอบกับหากการบริหารจัดการข้อร้องเรียนนั้น ขาดการแจ้งเตือนสถานะผลการดำเนินงานให้ผู้ร้องเรียนได้รับทราบ จะสะท้อนให้เห็นถึงความละเลย หรือไม่เต็มใจในการแก้ไขปัญหา โดยจะส่งผลทำให้ความไม่พึงพอใจในด้านนี้เพิ่มมากขึ้น

แผนภูมิที่ 6.1-3 เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567



6.1.3 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาข้างต้น ได้นำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อปิดช่องว่างการดำเนินงาน และยกระดับความพึงพอใจในปีถัดไปให้สูงขึ้น ดังนี้

(1) ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

ก. ควรมีการพัฒนาการดำเนินงานที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมและความสะอาดของ รฟท. ในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านของบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และเทคโนโลยี (Technology) โดยในส่วนทางด้านของบุคลากร ควรมีการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มรอบในการทำความสะดวกมากขึ้น โดยสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของการจ้างดำเนินการเอง หรือจ้างบุคลากรภายนอก (Outsource) ด้านกระบวนการ จะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดระยะเวลาในการรอคอยเพื่อทำความสะอาดห้องน้ำนาน โดยจะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เช่น ปกติใช้เวลาในการทำความสะดวกอยู่ที่ประมาณ 30 นาที ปรับลดลงเหลือ 15 นาที และ 10 นาที ตามลำดับ และประเด็นสุดท้ายในด้านของเทคโนโลยี ควรมีการจัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมและความสะอาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีนอกจากจะช่วยสนับสนุนให้กระบวนการปฏิบัติงานสั้นลงแล้ว

ยังสามารถช่วยจัดการกับสิ่งสกปรกต่าง ๆ ได้เป็นอย่างมาก เช่น อุปกรณ์ตรวจปัสสาวะแบบไม่ต้องใช้มือจับ การใช้รังสีอัลตราไวโอเลต (Ultraviolet) ในการทำความสะอาดถังซักโคร่งและกำจัดแบคทีเรีย หรือก๊อกน้ำแบบเซ็นเซอร์เพื่อลดการสัมผัส เป็นต้น

ข. ควรกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการกำกับดูแลพ่อค้า แม่ค้า ที่เข้ามาขายของในบริเวณพื้นที่ของ รพท. ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และไม่เกะกะขวางทางผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร เช่น จัดพื้นที่และช่วงเวลาในการจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

ค. ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ในพื้นที่และบริเวณรอบพื้นที่ของ รพท. ให้สวยงามและมีความปลอดภัย เช่น ปรับแต่ง หรือตัดต้นไม้ให้มีขนาดที่เหมาะสม หรือตกแต่งอาคารสถานที่ของ รพท. ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว ควรมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมและความสะอาดในด้านต่าง ๆ โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 6.1-1 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดบริเวณสถานีรถไฟ

ด้าน	ข้อเสนอแนะ
ห้องน้ำ	• ควรให้อยู่ในสภาพที่สะอาด น่าใช้งาน • ควรซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ในห้องน้ำให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน เช่น ก๊อกน้ำ กลอนประตู และอ่างล้างหน้า เป็นต้น • ควรจัดหาให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อการใช้งานของลูกค้า
แสงสว่าง	• ควรซ่อมแซมหรือติดตั้งหลอดไฟเพิ่มเติมในบริเวณที่มีมืด หรือแสงสว่างส่องไม่ถึง
ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบสถานี	• ควรจัดหาที่นั่งให้มีความเพียงพอกับลูกค้า • ที่นั่งควรอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ แข็งแรงทนทาน และพร้อมใช้งาน • ควรกำกับดูแลไม่ให้มีการใช้ที่นั่งผิดวัตถุประสงค์ เช่น ใช้เป็นที่นอนของคนจรจัด หรือใช้เป็นที่ตั้งขายของของพ่อค้า แม่ค้า เป็นต้น

(2) ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ

ก. ควรมีการปรับปรุงกระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี เพื่อปรับลดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยนาน

ข. กระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ ควรมี คู่มือการปฏิบัติงาน หรือ Workflow ที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เช่น ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นต้น

ค. ควรมีการฝึกฝนทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างมืออาชีพ

ง. ควรนำผลการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนในแต่ละครั้งมาสรุป และนำเสนอในรูปแบบของการถอดบทเรียน (Lesson Learn) พร้อมทั้งเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในองค์กรได้รับทราบ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

จ. ในกรณีที่การแก้ไขปัญหาต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานนาน ควรมีการติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานให้กับลูกค้าได้ทราบเป็นระยะ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาอย่างสุดความสามารถ

(3) ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.

ก. ควรดำเนินการปรับปรุงภาพลักษณ์ของ รฟท. อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความปลอดภัยและด้านความสะอาด ซึ่งเป็นด้านที่ รฟท. ยังทำได้ไม่ดีนัก และยังเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

ข. ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมและบริหารจัดการข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม เช่น เทคโนโลยีการรับฟังความเห็นจากโลกออนไลน์ (Social Listening) ที่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้ากล่าวถึง รฟท. อย่างไร ช่วงเวลาไหน และมีพฤติกรรมบนโลกออนไลน์อย่างไร ทำให้ รฟท. สามารถสื่อสารได้อย่างตรงประเด็นในช่วงเวลาและช่องทางที่เหมาะสม เป็นต้น

(4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

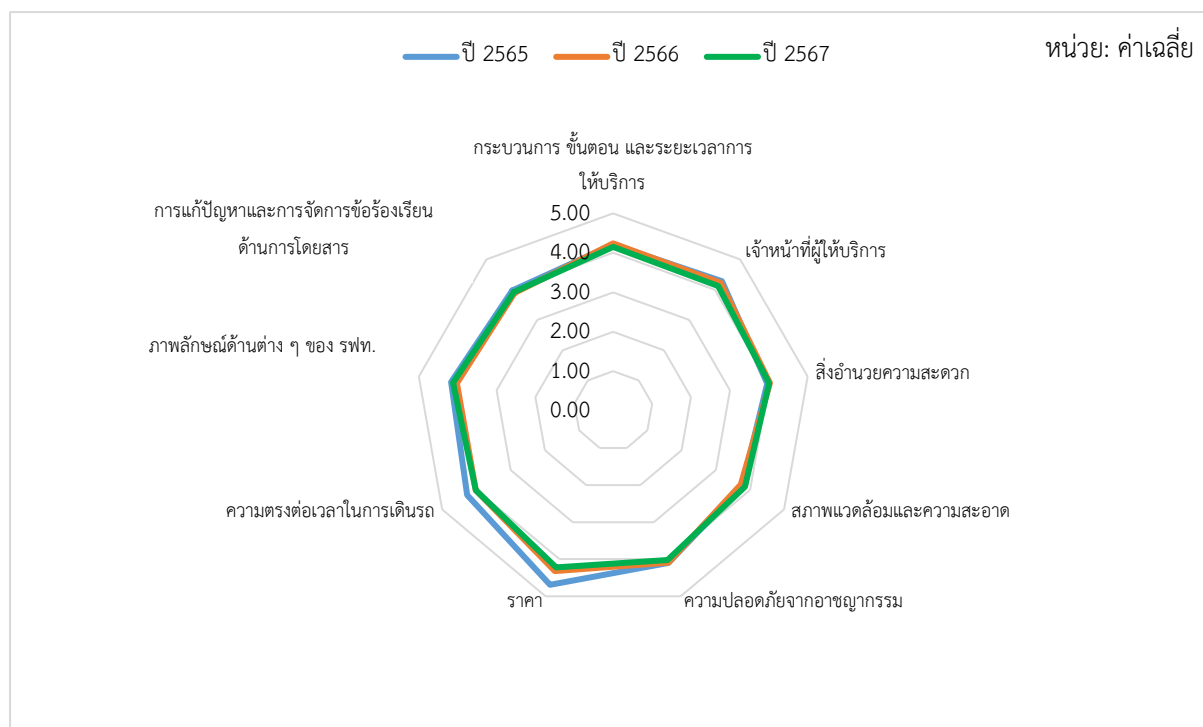
ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระหว่างที่รอรถโดยสาร ได้แก่ ปลั๊กไฟ อุปกรณ์ชาร์จโทรศัพท์มือถือ ที่นั่งพัก และร้านสะดวกซื้อ

6.2 กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

6.2.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม โดยภาพรวมพบว่า ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจในการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีความพึงพอใจในการให้บริการของ รฟท. “ด้านราคา” มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการแก้ปัญหาและการจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.2-1 เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567



ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมา จะพบว่า การดำเนินงานของ รฟท. 3 ด้าน มีระดับความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การดำเนินงานด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีผลการประเมินความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า รฟท. ได้มีการปรับปรุง/พัฒนารถไฟและรูปแบบการให้บริการใหม่ เพื่อนำมาใช้ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น รถไฟคิฮะ (KIHA 183) หรือรถไฟชนิดนั่งปรับอากาศ ฮามานะสุ (Hamanasu) จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งได้มีการปรับปรุงให้ดูมีความใหม่ สวยงาม หรูหรา

และมีความร่วมสมัยมากขึ้น ภายใต้การให้บริการของ รฟท. ที่ชื่อว่า “SRT Royal Blossom” โดยจะแตกต่างจากรถไฟในรูปแบบเดิมที่จะมุ่งเน้นความคลาสสิก (Classic) มากกว่า ส่งผลทำให้ภาพลักษณ์นั้นมีความแตกต่างกันไปอย่างสิ้นเชิง ประกอบกับการช่วยนำเสนอ (Review) จากบุคคลที่ชื่อเสียงภายนอก ซึ่งมีผู้ติดตามผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก ที่ได้มาทดลองใช้รถไฟดังกล่าว ทำให้การให้บริการของ รฟท. เป็นที่รู้จักมากขึ้น จึงส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

6.2.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

การศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ และความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

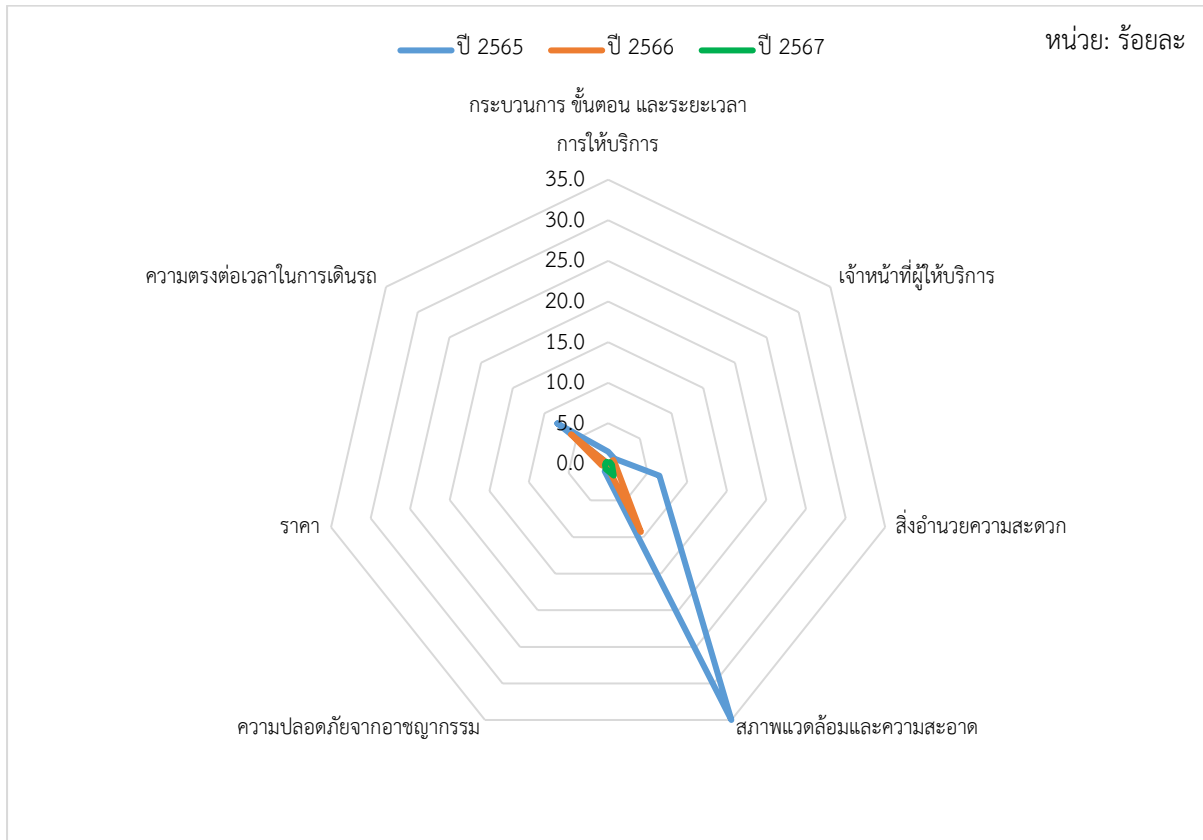
6.2.2.1 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการ ณ สถานีรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.4 รองลงมา คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียน ด้านการโดยสาร ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ตามลำดับ

6.2.2.2 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมเมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟ “ด้านของสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 1.6 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านราคา ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.2-2 เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567

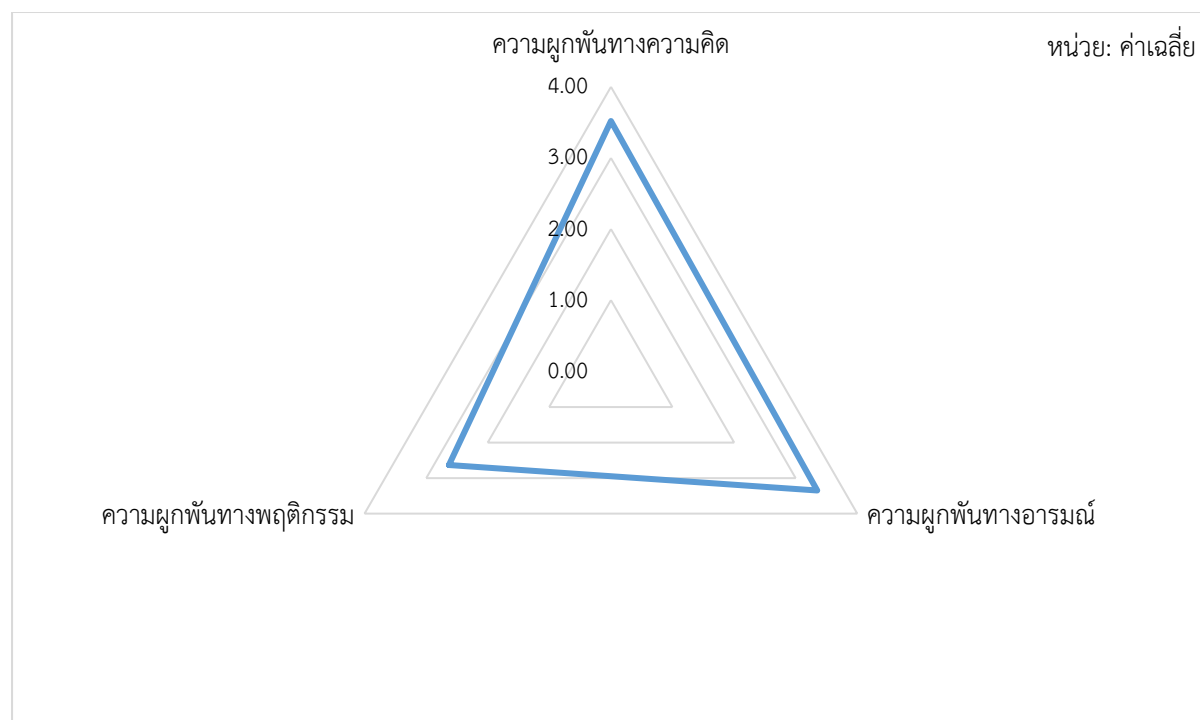


ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมา จะพบว่า ส่วนมากการดำเนินงานของ รพท. ในด้านต่าง ๆ มีระดับความไม่พึงพอใจที่ลดลง โดยจะมีเพียง 2 ด้าน ที่มีระดับความไม่พึงพอใจมากขึ้น ได้แก่ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ซึ่งมีระดับความไม่พึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า พื้นที่การให้บริการของ รพท. มีลักษณะเป็นสถานีเปิด จึงไม่สามารถควบคุมและกำกับดูแลการเข้า - ออก ของ บุคคลในพื้นที่ได้อย่างรัดกุม ที่ผ่านมามีผู้ที่ไร้บ้านมาอาศัยนอนในบริเวณพื้นที่ของ รพท. ส่งผลทำให้ ผู้ใช้บริการมีความกังวลด้านความปลอดภัยที่อาจจะก่อให้เกิดอันตรายต่อตนเอง และคนรอบข้างได้

6.2.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รพท. ของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ที่มีต่อ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคมมีความผูกพันกับ รพท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 โดยมีความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.52) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.35) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.63) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.2-3 ผลการประเมินความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รพท. ของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม



6.2.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม

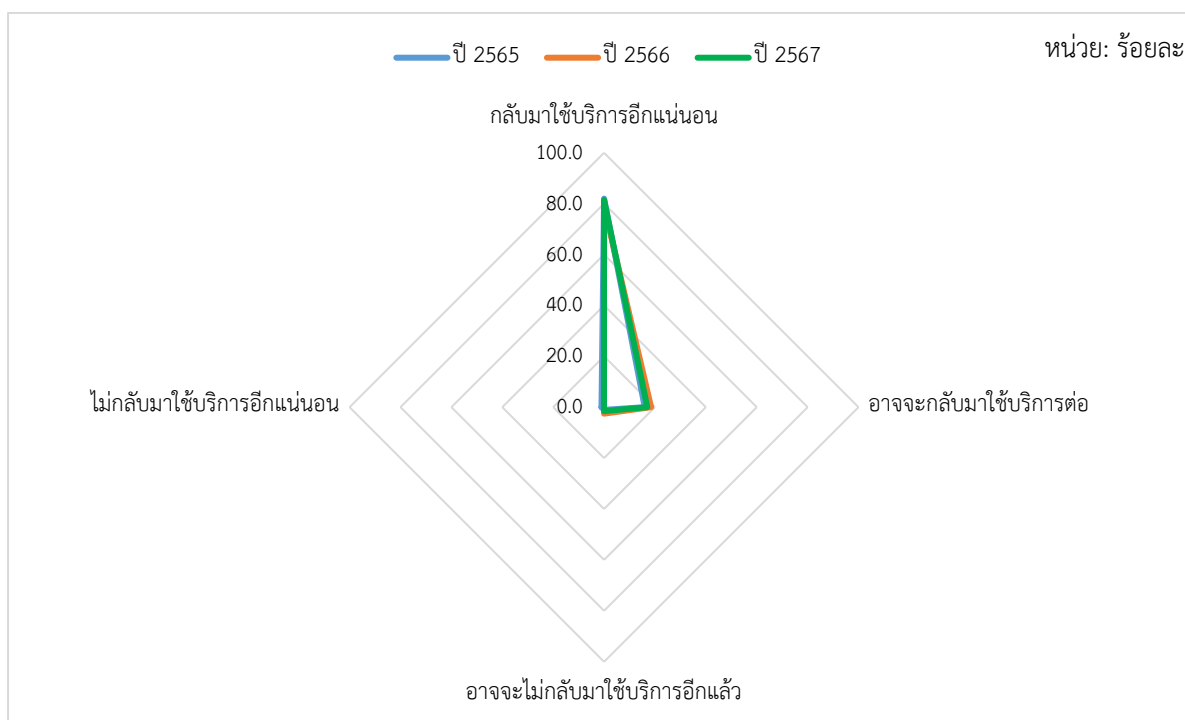
การศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

6.2.4.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

การศึกษาลักษณะการกลับมาใช้บริการของ รฟท. ซ้ำ ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการกับ รฟท. อีกแน่นอน (ร้อยละ 81.5) อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ร้อยละ 17.0) อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว (ร้อยละ 1.5) และไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน (ร้อยละ 0.0) โดยปัจจัยสำคัญที่เป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมกลับมาใช้บริการกับ รฟท. นั้น คือ ปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความตรงต่อเวลา สิ่งอำนวยความสะดวก และความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร ตามลำดับ

นอกจากนั้นแล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการกับ รฟท. อีกแน่นอน ในระดับที่เพิ่มขึ้น ดังแผนภูมิที่ 6.2-3 ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีอัตราค่าบริการที่ค่อนข้างถูก หากเทียบกับการขนส่งประเภทอื่น ๆ ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย ประกอบกับการโดยสารรถไฟฟ้ายังมีการให้บริการที่ครอบคลุมหลายเส้นทาง จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

แผนภูมิที่ 6.2-4 เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รฟท. ซ้ำ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 - 2567

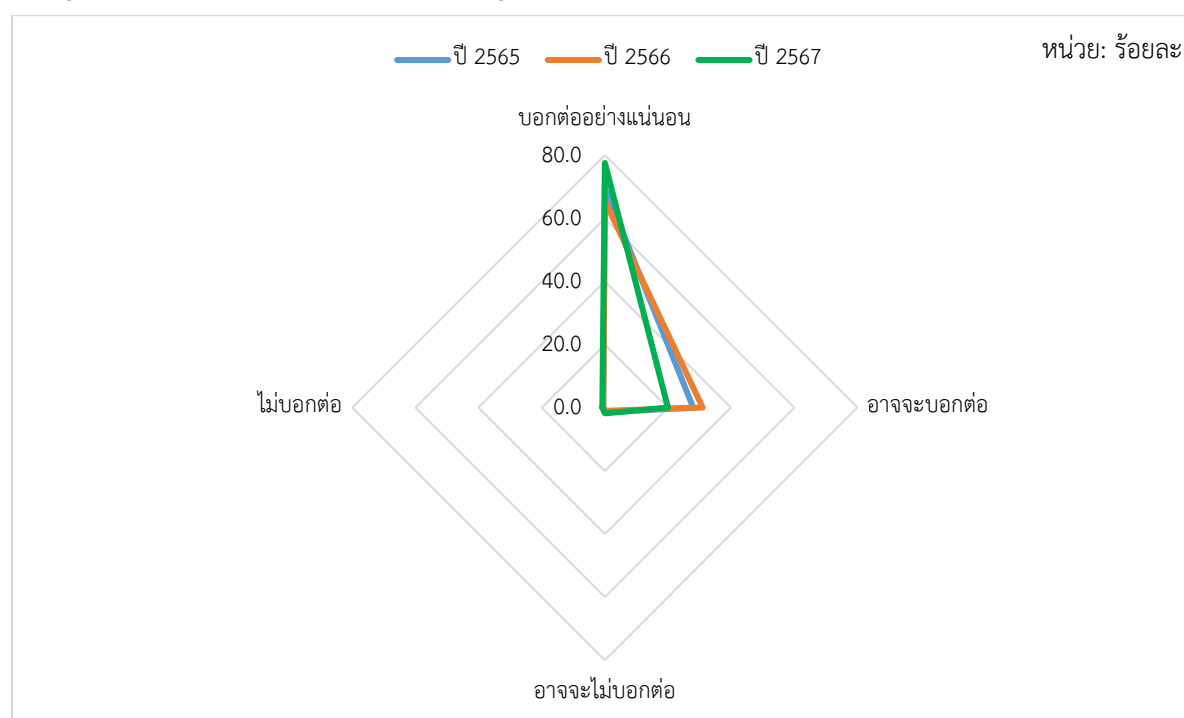


6.2.4.2 การบอกต่อ

การศึกษาการบอกต่อของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะช่วยบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลอื่น ๆ ได้มาใช้บริการของ รฟท. (ร้อยละ 77.5) อาจจะบอกต่อ หรือแนะนำต่อ (ร้อยละ 20.0) อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ (ร้อยละ 1.8) ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน (ร้อยละ 0.8) ผ่านช่องทางในการบอกต่อ ได้แก่ พูดคุยต่อหน้า ไลน์ (LINE) และเฟซบุ๊ก (Facebook) ตามลำดับ

นอกจากนั้นแล้ว เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีแนวโน้มที่จะบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการกับ รฟท. ในระดับที่มากขึ้น ดังแผนภูมิที่ 6.2-4 ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) การดำเนินงานของ รฟท. มีแนวโน้มการพัฒนาคุณภาพการให้บริการที่ดีขึ้น หรือสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ และตัดสินใจบอกต่อให้บุคคลใกล้ชิดมาใช้บริการ และ 2) การเข้ามามีบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้มีช่องทางในการสื่อสารได้สะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย การบอกต่อหรือแนะนำข้อมูลข่าวสารใด ๆ จึงทำได้ไม่ยาก

แผนภูมิที่ 6.2-5 เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 - 2567

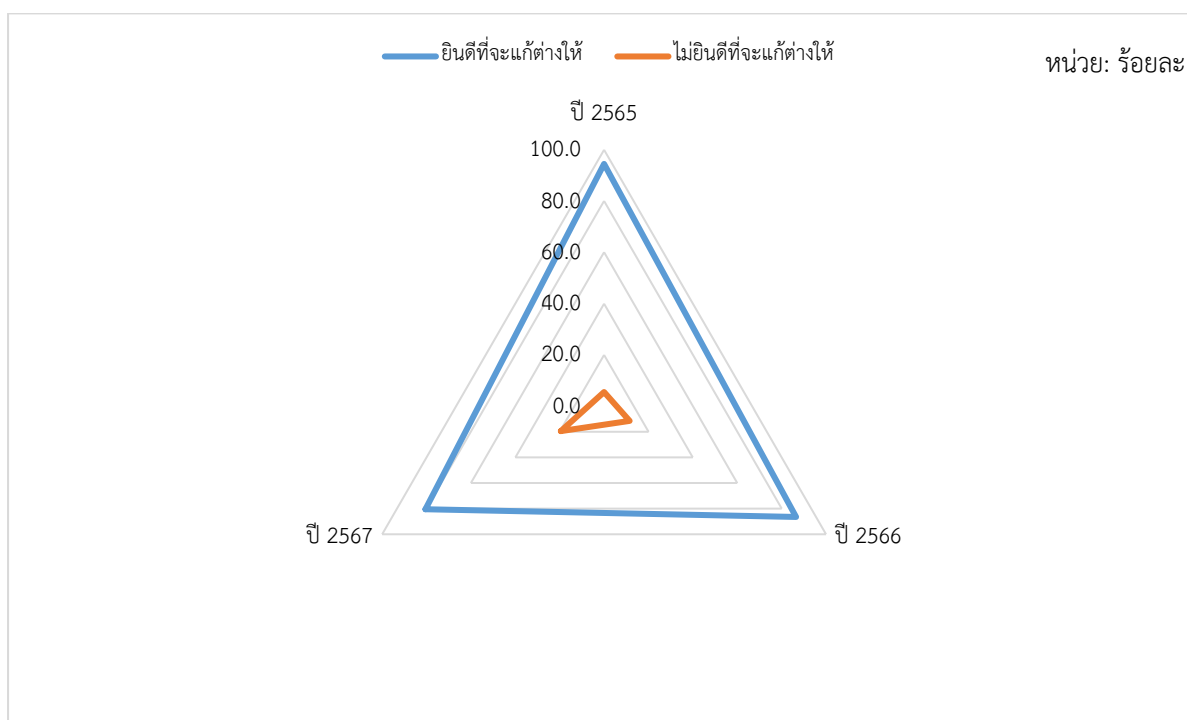


6.2.4.3 การปกป้อง

ผลการศึกษาการปกป้อง รพท. ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคม พบว่าหากมีบุคคลอื่นกล่าวถึง รพท. ในทางที่ไม่เหมาะสม หรือไม่ใช่ข้อเท็จจริง ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมส่วนใหญ่มั่นใจที่จะช่วยแก้ต่างให้ รพท. (ร้อยละ 80.5) และมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ไม่มั่นใจที่จะแก้ต่างให้ รพท. (ร้อยละ 19.5)

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงสังคมมีแนวโน้มในการปกป้อง รพท. ลดลง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการอาจมีความรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการของ รพท. ในเบื้องต้น บริการของ รพท. สามารถช่วยแก้ไขปัญหาด้านการเดินทางได้ แต่ไม่ได้มีความศรัทธาในแบรนด์ รพท. อย่างเข้มแข็ง และ 2) ผู้ใช้บริการไม่มีข้อมูลสำหรับการยืนยันความถูกต้อง หรือช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพท. ได้ จึงไม่สามารถช่วยแก้ต่างให้ได้

แผนภูมิที่ 6.2-6 เปรียบเทียบผลการปกป้อง รพท. ของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงสังคม ระหว่างปี 2565 – 2567



6.2.5 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาข้างต้น ได้นำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อปิดช่องว่างการดำเนินงาน และยกระดับความพึงพอใจในปัดไปให้สูงขึ้น โดยการพิจารณาจากประเด็น ด้านความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. และด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ดังนี้

6.2.5.1 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

(1) ควรมีการพัฒนาการดำเนินงานที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมและความสะอาด ของ รฟท. ในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านของบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และเทคโนโลยี (Technology) โดยในส่วนทางด้านของบุคลากร ควรมีการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มรอบในการทำ ความสะอาดมากขึ้น โดยสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของการจ้างดำเนินการเอง หรือจ้างบุคลากรภายนอก (Outsource) ด้านกระบวนการ จะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อไม่ให้ เกิดระยะเวลาในการรอคอยเพื่อทำความสะอาดห้องน้ำน่าน โดยจะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการเป็นประจำ อย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เช่น ปกติใช้เวลาในการทำทำความสะอาดอยู่ที่ประมาณ 30 นาที ปรับลดลงจนเหลือ 15 นาที และ 10 นาที ตามลำดับ และประเด็นสุดท้ายในด้านของเทคโนโลยี ควรมีการ จัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมและความสะอาดให้มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีนอกจากจะช่วยสนับสนุนให้กระบวนการปฏิบัติงานสั้นลงแล้ว ยังสามารถช่วยจัดการกับสิ่งสกปรกต่าง ๆ ได้เป็นอย่างมาก เช่น อุปกรณ์ตรวจสอบแบบไม่ต้องใช้มี้อจับ การใช้รังสีอัลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet) ในการทำความสะอาดโถชักโครงและกำจัดแบคทีเรีย หรือก้อนน้ำ แบบเซ็นเซอร์เพื่อลดการสัมผัส เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว ยังควรมีการปรับปรุงการเดินทางให้มีความตรงต่อเวลามาก ขึ้น ทั้งนี้เพราะจะส่งผลต่อกระบวนการทำความสะอาดห้องน้ำและขบวนรถ กล่าวคือ เมื่อขบวนรถมาถึงสถานี ไม่ตรงต่อเวลา ทำให้เกิดความเร่งรีบในการให้บริการผู้โดยสาร โดยอาจจะเลยการทำความสะอาด หรือทำได้ เพียงผิวเผิน ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนั้น ความตรงต่อเวลาในการเดินทางจึงมีความสัมพันธ์โดยตรง กับสภาพแวดล้อมและความสะอาด รวมทั้งควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาด ห้องน้ำอยู่เสมอ เช่น ปืนน้ำ ท่อน้ำ และแทงค์น้ำใต้ท้องรถโดยสาร เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าอุปกรณ์ ต่าง ๆ เหล่านั้น อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และไม่ชำรุด เพื่อให้ผู้โดยสารและเจ้าหน้าที่บนขบวนรถสามารถใช้ น้ำทำความสะอาดห้องน้ำได้

(2) ควรกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการกำกับดูแลพ่อค้า แม่ค้า ที่เข้ามา ขายของในบริเวณพื้นที่ของ รฟท. ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และไม่เกะกะขวางทางผู้ให้บริการขบวนรถ โดยสาร เช่น จัดพื้นที่และช่วงเวลาในการจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

6.2.5.2 ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ

(1) ควรมีการปรับปรุงกระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี เพื่อปรับลดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหา ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยนาน

(2) กระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ ควรมีคู่มือการปฏิบัติงาน หรือ Workflow ที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เช่น ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นต้น

(3) ควรมีการฝึกฝนทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ควรนำผลการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนในแต่ละครั้งมาสรุป และนำเสนอในรูปแบบของการถอดบทเรียน (Lesson Learn) พร้อมทั้งเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในองค์กรได้รับทราบ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

(5) ในกรณีที่การแก้ไขปัญหาต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานนาน ควรมีการติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานให้กับลูกค้าได้ทราบเป็นระยะ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่และความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาอย่างสุดความสามารถ

6.2.5.3 ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท.

(1) ควรดำเนินการปรับปรุงภาพลักษณ์ของ รฟท. อย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านความปลอดภัยและด้านความสะอาด ซึ่งเป็นด้านที่ รฟท. ยังทำได้ไม่ดีนัก และยังเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจเป็นอย่างมาก

(2) ควรมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการเก็บรวบรวมและบริหารจัดการข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ วางแผน และดำเนินกิจกรรมเสริมสร้างภาพลักษณ์ได้อย่างเหมาะสม เช่น เทคโนโลยีการรับฟังความเห็นจากโลกออนไลน์ (Social Listening) ที่สามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ว่าลูกค้ากล่าวถึง รฟท. อย่างไร ช่วงเวลาไหน และมีพฤติกรรมบนโลกออนไลน์อย่างไร ทำให้ รฟท. สามารถสื่อสารได้อย่างตรงประเด็นในช่วงเวลาและช่องทางที่เหมาะสม เป็นต้น

6.2.5.4 ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ

(1) ควรปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการเดินรถให้ตรงต่อเวลา หรืออยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ ซึ่งควรเร่งดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพราะความตรงต่อเวลาในการเดินรถนอกจากจะเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการแล้ว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจและภาพลักษณ์องค์กร รวมทั้งยังเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดของ รฟท. ด้วย

(2) ควรมีการจัดหา ซ่อมแซม หรือบริหารจัดการจำนวนตู้โดยสารและหัวรถจักร ให้มีความเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า เพื่อมิให้ลูกค้ามีระยะการรอคอยขบวนรถไฟที่นานจนเกินไป จนนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในระดับที่สูงขึ้น

6.2.5.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระหว่างโดยสารรถไฟ ได้แก่ ปลั๊กไฟ และอุปกรณ์ชาร์จโทรศัพท์มือถือ

6.2.5.6 ด้านอื่น ๆ

(1) ควรมุ่งเน้นการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้า กับ รฟท. เพื่อเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำได้หลายวิธี เช่น เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การเสนอบริการที่มีคุณค่าจนเกินความคาดหวังของลูกค้า หรือการให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของ รฟท. เป็นต้น

(2) ควรประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันหมื่นบอกระ ให้กับบุคลากรของ รฟท. และลูกค้าได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้มีจำนวนผู้ใช้งานมากขึ้น

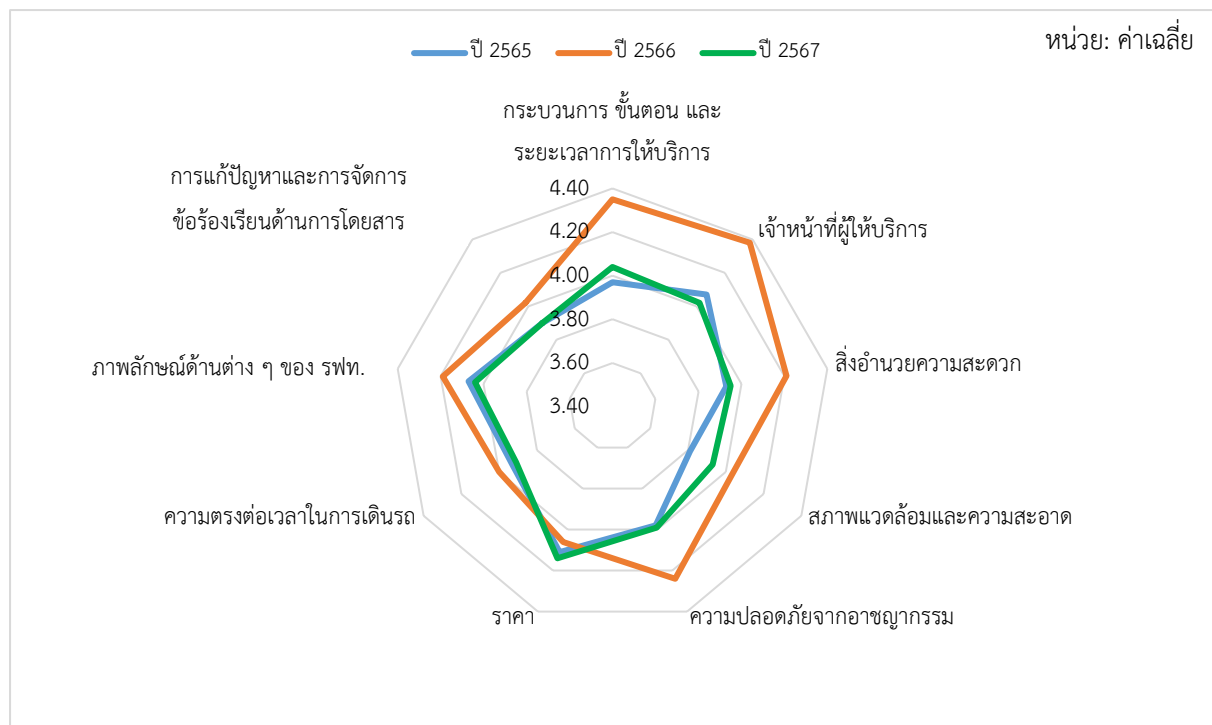
(3) ควรมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เช่น ระบบการสนทนาอัตโนมัติ (Chat BOT) ผู้ช่วยเสมือน (Virtual Assistant) หรือการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นต้น

6.3 กลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

6.3.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ โดยภาพรวมพบว่า ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจในการให้บริการของ รฟท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจในการให้บริการของ รฟท. “ด้านราคา” รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินรถ ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.3-1 เปรียบเทียบผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565- 2567



ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมีระดับที่ลดลง กล่าวคือ ในปี 2566 ผู้ให้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความพึงพอใจคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ในขณะที่ปี 2567 มีความพึงพอใจคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และเมื่อจำแนกเป็นรายด้านแล้ว พบว่า มีเพียงความพึงพอใจด้านราคาเท่านั้น ที่มีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การคิดอัตราค่าบริการของ รฟท. ค่อนข้างมีราคาถูก หากเทียบกับการขนส่งประเภทอื่น ๆ ประกอบกับที่ผ่านมา รฟท. ยังได้มีการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้คุณค่าการให้บริการของ รฟท. มีมากขึ้น จึงเป็นแรงจูงใจที่ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่มากขึ้นได้

6.3.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ และความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

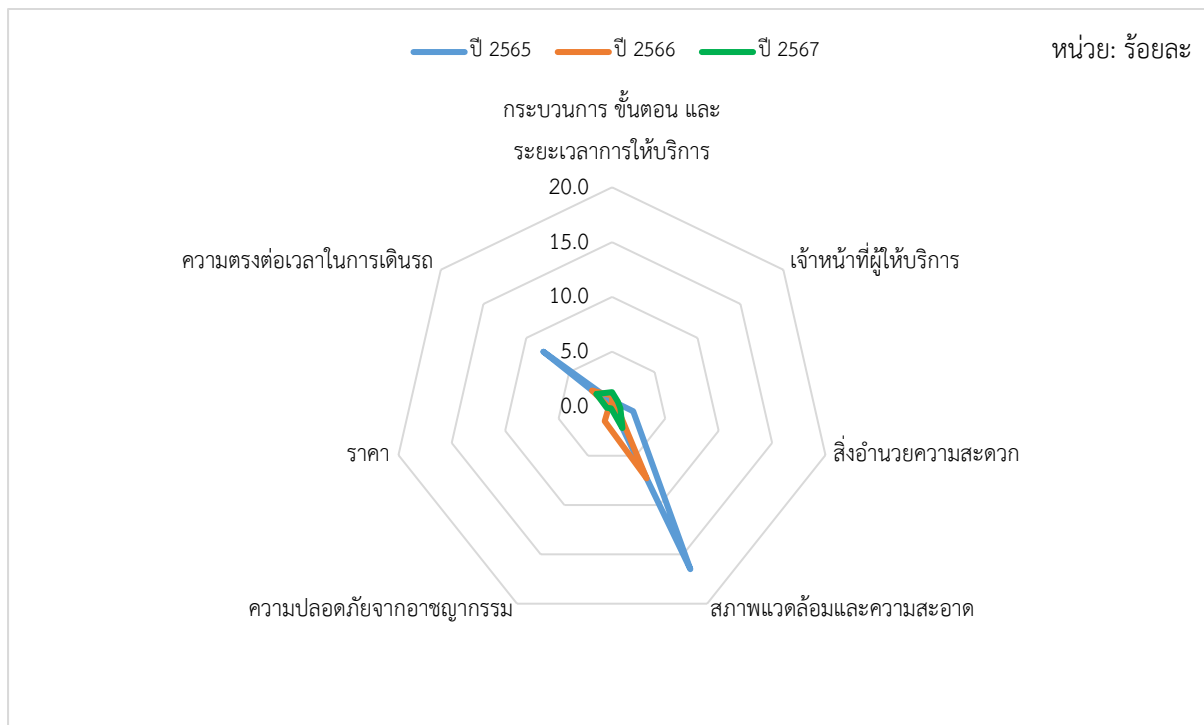
6.3.2.1 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบน ณ สถานีรถไฟ “ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 2.1 รองลงมา คือ ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ตามลำดับ

6.3.2.2 ความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ เมื่อมาใช้บริการขบวนรถไฟ พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความไม่พึงพอใจการให้บริการบนขบวนรถไฟใน “ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด” มากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 15.3 รองลงมา คือ ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม และตามลำดับ

แผนภูมิที่ที่ 6.3-2 เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567

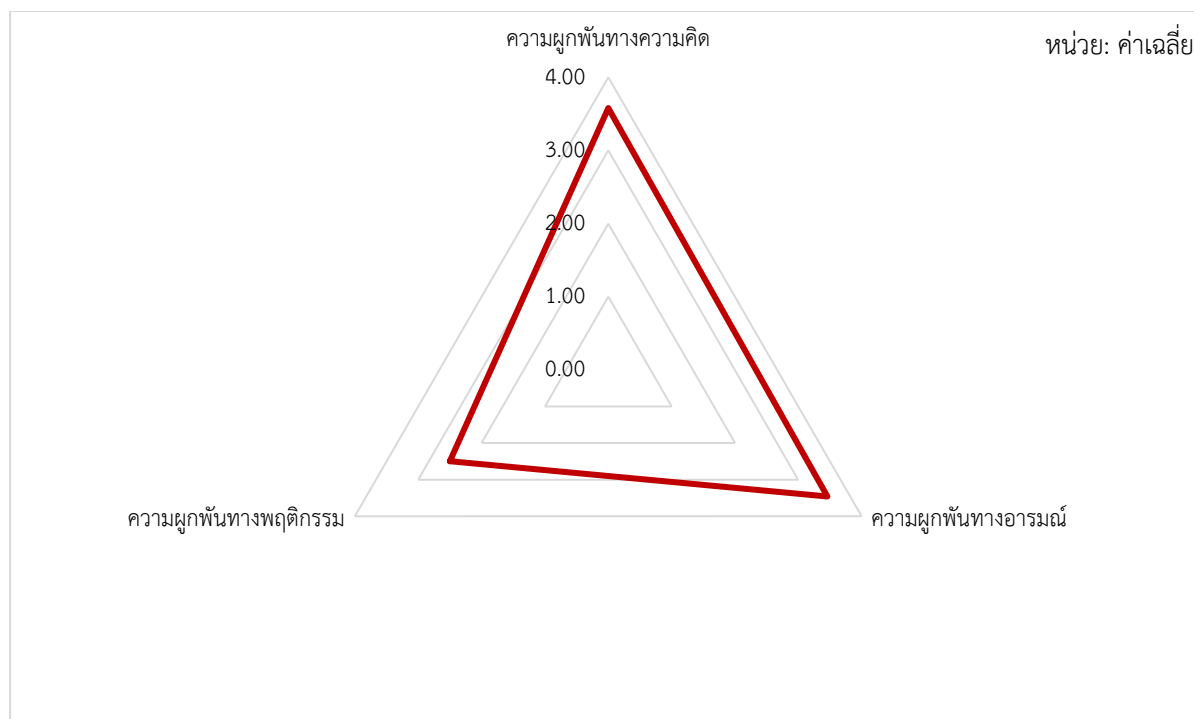


ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้วการดำเนินงานของ รพท. ในด้านต่าง ๆ มีระดับความไม่พึงพอใจที่มากขึ้นหลายด้าน แต่อยู่ในระดับที่ไม่มากนัก โดยมีเพียง 2 ด้าน ที่มีระดับความไม่พึงพอใจลดลง ซึ่งได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด และด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาดที่มีระดับความไม่พึงพอใจลดลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา (ร้อยละ 16.5, ร้อยละ 7.3 และร้อยละ 2.2 ตามลำดับ) สะท้อนให้เห็นว่า รพท. มีการปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมและความสะอาดที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการประยุกต์ใช้แอปพลิเคชัน “ همین بگونه ” การเพิ่มรอบการทำความสะอาด หรือการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลให้มีความเหมาะสม เป็นต้น

6.3.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ที่มีต่อ รพท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีความผูกพันกับ รพท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 โดยมีความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.58) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.46) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.50) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.3-3 ผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์



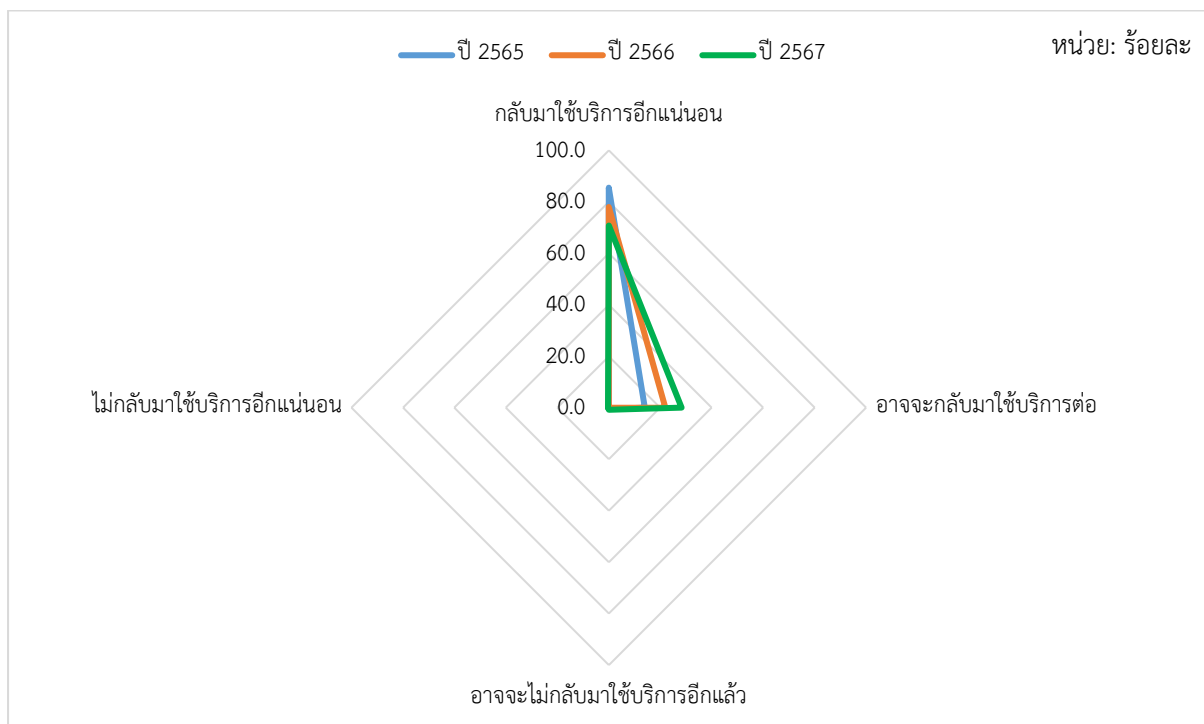
6.3.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของกลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์

การศึกษาความภักดีของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

6.3.4.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

การศึกษาผลการกลับมาใช้บริการของ รฟท. ซ้ำ ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการกับ รฟท. อีกแน่นอน (ร้อยละ 70.8) อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ร้อยละ 28.3) อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว (ร้อยละ 0.8) และไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน (ร้อยละ 0.3) โดยปัจจัยสำคัญที่เป็นเหตุผลทำให้ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์กลับมาใช้บริการกับ รฟท. นั้น คือ ปัจจัยด้านราคา สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย จากอุบัติเหตุ เจ้าหน้าที่ และการรักษาความปลอดภัย

แผนภูมิที่ 6.3-4 เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รฟท. ซ้ำ ผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567

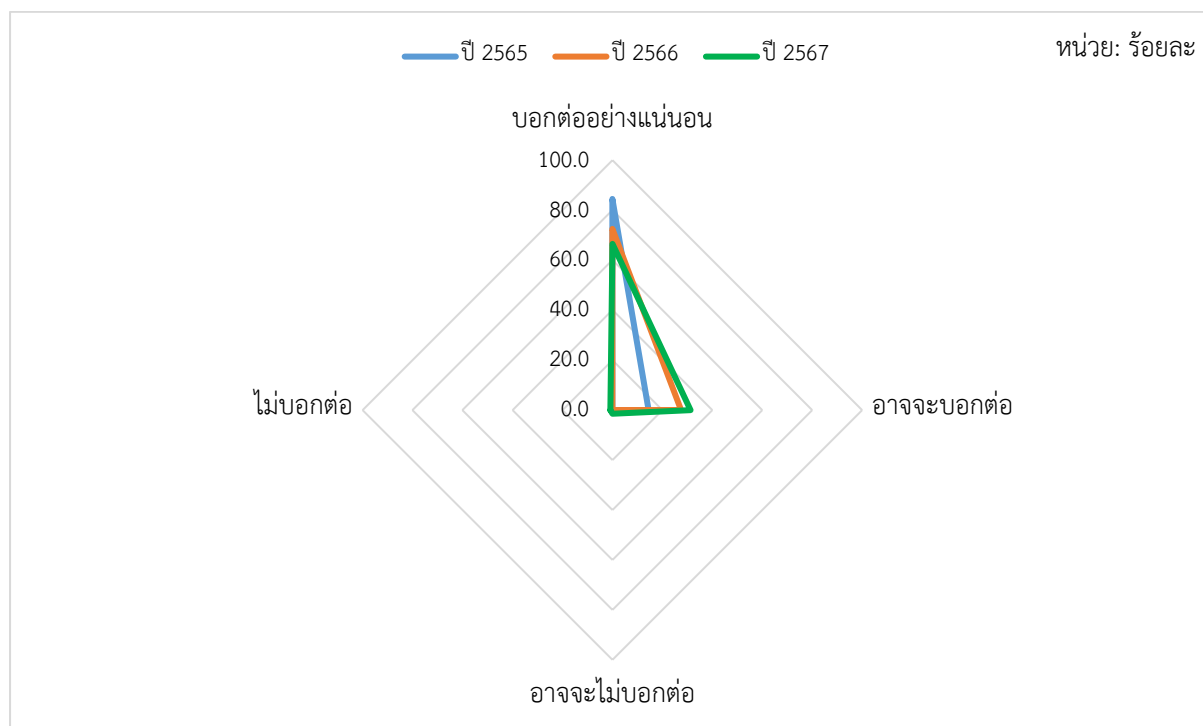


ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า การกลับมาใช้บริการของผู้ใช้บริการมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ผู้ใช้บริการเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการ หรือมีความคาดหวังสูงกว่าการบริการที่ได้รับ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ซึ่งได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ เจ้าหน้าที่ และการรักษาความปลอดภัย และ 2) การแข่งขันในอุตสาหกรรมขนส่งที่สูงขึ้น ทั้งในด้านของจำนวนผู้ให้บริการรูปแบบต่าง ๆ การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริการมาใช้งาน ทำให้ผู้บริการมีตัวเลือกในการใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น แนวโน้มในการกลับมาใช้บริการของ รฟท. ต่อจึงลดลง

6.3.4.2 การบอกต่อ

การศึกษาการบอกต่อของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ พบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะช่วยบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลอื่น ๆ ได้มาใช้บริการของ รฟท. (ร้อยละ 66.5) อาจจะบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลอื่น ๆ ได้มาใช้บริการของ รฟท. (ร้อยละ 31.3) อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ (ร้อยละ 1.5) ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน (ร้อยละ 0.8) ด้วยวิธีการพูดคุยต่อหน้า สื่อสารผ่านช่องทางไลน์ (LINE) และเฟซบุ๊ก (Facebook)

แผนภูมิที่ 6.3-5 เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567

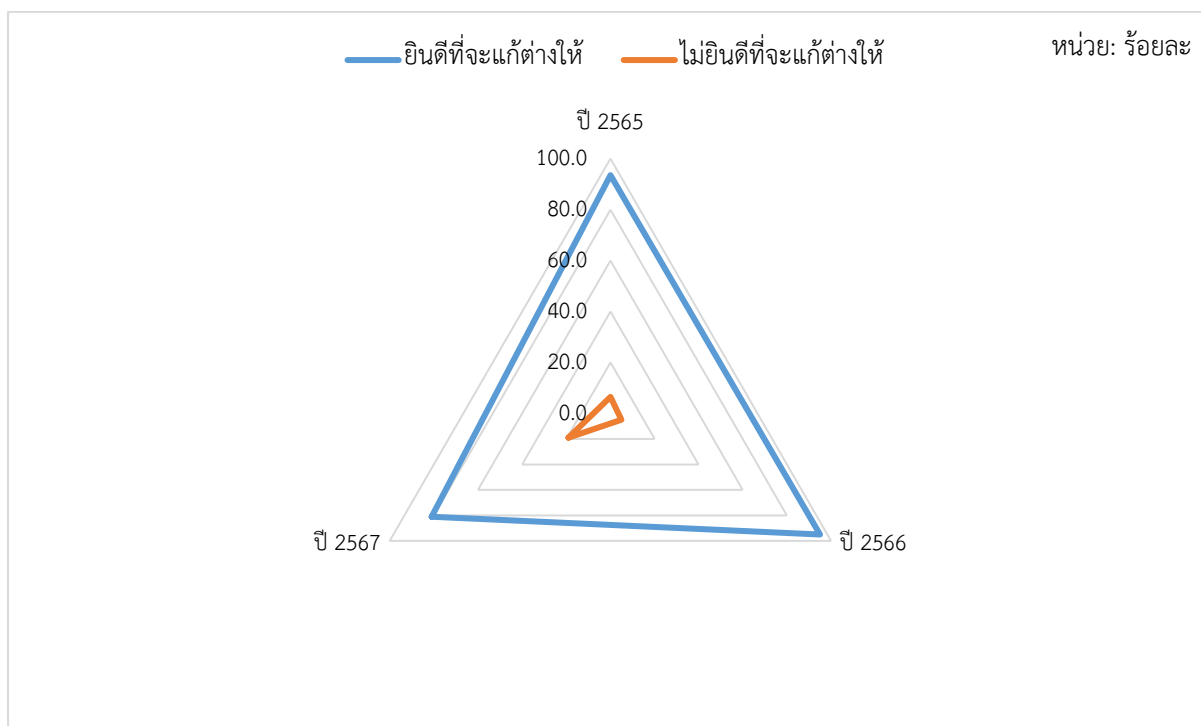


ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีแนวโน้มในการบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลอื่น ๆ ได้มาใช้บริการของ รฟท. ลดลง ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ผู้ใช้บริการอาจเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจเมื่อมาใช้บริการ หรือมีความคาดหวังสูงกว่าการบริการที่ได้รับจาก รฟท. จึงไม่กล้าที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ เพราะเกรงว่าผู้อื่นจะได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจนเสียความรู้สึกได้

6.3.4.3 การปกป้อง

การศึกษาการปกป้อง รพท. ของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ผลการศึกษาพบว่า หากมีบุคคลอื่นกล่าวถึง รพท. ในทางที่ไม่เหมาะสม หรือไม่ใช่ข้อเท็จจริง ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์ส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ รพท. (ร้อยละ 81.0) และมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้ รพท. (ร้อยละ 19.0) ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีแนวโน้มในการปกป้อง รพท. มากขึ้น

แผนภูมิที่ 6.3-5 เปรียบเทียบผลการปกป้อง รพท. ของผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์ ระหว่างปี 2565 - 2567



ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสารเชิงพาณิชย์มีแนวโน้มในการปกป้อง รพท. ลดลง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ผู้ใช้บริการอาจมีความรู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการของ รพท. ในเบื้องต้น บริการของ รพท. สามารถช่วยแก้ไขปัญหาด้านการเดินทางได้ แต่ไม่ได้มีความศรัทธาในแบรนด์ รพท. อย่างเข้มแข็ง และ 2) ผู้ใช้บริการไม่มีข้อมูลสำหรับการยืนยันความถูกต้อง หรือช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีแก่ รพท. ได้ จึงไม่สามารถช่วยแก้ต่างให้ได้

6.3.5 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาข้างต้น ได้นำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อปิดช่องว่างการดำเนินงาน และยกระดับความพึงพอใจในปีถัดไปให้สูงขึ้น โดยการพิจารณาจากประเด็น ด้านความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ และด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ดังนี้

6.3.5.1 ด้านความตรงต่อเวลาในการเดินทาง

(1) ควรปรับปรุงการบริหารจัดการด้านการเดินทางให้ตรงต่อเวลา หรืออยู่ในระดับที่ลูกค้าสามารถยอมรับได้ ซึ่งควรเร่งดำเนินการอย่างเร่งด่วน เพราะความตรงต่อเวลาในการเดินทางนอกจากจะเป็นหัวใจสำคัญของการให้บริการแล้ว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและภาพลักษณ์องค์กร รวมทั้งยังเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดของ รฟท. ด้วย

(2) ควรมีการจัดหา ซ่อมแซม หรือบริหารจัดการจำนวนตู้โดยสารและหัวรถจักร ให้มีความเพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า เพื่อมิให้ลูกค้ามีระยะเวลาการรอคอยขบวนรถไฟที่นานจนเกินไป จนนำไปสู่ความไม่พึงพอใจในระดับที่สูงขึ้น

6.3.5.2 ด้านการแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร และอื่น ๆ

(1) ควรมีการปรับปรุงกระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี เพื่อปรับลดระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาลง ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการรอคอยนาน

(2) กระบวนการ/ขั้นตอนการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนต่าง ๆ ควรมีคู่มือการปฏิบัติงาน หรือ Workflow ที่แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เช่น ขั้นตอนการปฏิบัติงาน ผู้รับผิดชอบ หรือระยะเวลาในการดำเนินงาน เป็นต้น

(3) ควรมีการฝึกฝนทักษะการปฏิบัติงานของบุคลากรเป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญ และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ควรนำผลการแก้ปัญหา และการจัดการข้อร้องเรียนในแต่ละครั้งมาสรุป และนำเสนอในรูปแบบของการถอดบทเรียน (Lesson Learn) พร้อมทั้งเผยแพร่ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง ในองค์กรได้รับทราบ ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ขององค์กรที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก

(5) ในกรณีที่การแก้ไขปัญหาต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินงานนาน ควรมีการติดตาม และรายงานผลการดำเนินงานให้กับลูกค้าได้ทราบเป็นระยะ เพื่อแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ และความตั้งใจในการแก้ไขปัญหาอย่างสุดความสามารถ

6.3.5.3 ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด

(1) ควรมีการพัฒนาการดำเนินงานที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมและความสะอาดของ รพท. ในทุก ๆ ด้าน ทั้งในด้านของบุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และเทคโนโลยี (Technology) โดยในส่วนทางด้านของบุคลากร ควรมีการจัดหาบุคลากรเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มรอบในการทำความสะดวกมากขึ้น โดยสามารถทำได้ทั้งในรูปแบบของการจ้างดำเนินการเอง หรือจ้างบุคลากรภายนอก (Outsource) ด้านกระบวนการ จะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น เพื่อไม่ให้เกิดระยะเวลาในการรอคอยเพื่อทำความสะอาดห้องน้ำนาน โดยจะต้องมีการปรับปรุงกระบวนการเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น เช่น ปกติใช้เวลาในการทำความสะดวกอยู่ที่ประมาณ 30 นาที ปรับลดลงจนเหลือ 15 นาที และ 10 นาที ตามลำดับ และประเด็นสุดท้ายในด้านของเทคโนโลยี ควรมีการจัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมและความสะอาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเทคโนโลยีนอกจากจะช่วยสนับสนุนให้กระบวนการปฏิบัติงานสั้นลงแล้วยังสามารถช่วยจัดการกับสิ่งสกปรกต่าง ๆ ได้เป็นอย่างมาก เช่น อุปกรณ์ตรวจจับสวะแบบไม่ต้องใช้มือจับ การใช้รังสีอัลตราไวโอเล็ต (Ultraviolet) ในการทำความสะอาดถังซักโครงและกำจัดแบคทีเรีย หรือก้อนน้ำแบบเซ็นเซอร์เพื่อลดการสัมผัส เป็นต้น

นอกจากนั้นแล้ว ยังควรมีการปรับปรุงการเดินรถให้มีความตรงต่อเวลามากขึ้น ทั้งนี้เพราะจะส่งผลต่อกระบวนการทำความสะอาดห้องน้ำและขบวนรถ กล่าวคือ เมื่อขบวนรถมาถึงสถานีไม่ตรงต่อเวลา ทำให้เกิดความเร่งรีบในการให้บริการผู้โดยสาร โดยอาจจะเลยการทำความสะอาด หรือทำได้เพียงผิวเผิน ไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด ดังนั้น ความตรงต่อเวลาในการเดินรถจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับสภาพแวดล้อมและความสะอาด รวมทั้งควรมีการตรวจสอบอุปกรณ์สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการทำความสะอาดห้องน้ำอยู่เสมอ เช่น บิมน้ำ ท่อน้ำ และแท่งน้ำใต้ท้องรถโดยสาร เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าอุปกรณ์ต่าง ๆ เหล่านั้น อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งาน และไม่ชำรุด เพื่อให้ผู้โดยสารและเจ้าหน้าที่บนขบวนรถสามารถใช้น้ำทำความสะอาดห้องน้ำได้

(2) ควรกำหนดมาตรการ หรือแนวทางในการกำกับดูแลพ่อค้า แม่ค้า ที่เข้ามาขายของในบริเวณพื้นที่ของ รพท. ให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และไม่เกะกะขวางทางผู้ให้บริการขบวนรถโดยสาร เช่น จัดพื้นที่และช่วงเวลาในการจำหน่ายสินค้า เป็นต้น

6.3.5.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าในระหว่างโดยสารรถไฟ ได้แก่ ปลั๊กไฟ และอุปกรณ์ชาร์จโทรศัพท์มือถือ

6.3.5.5 ด้านอื่น ๆ

(1) ควรมุ่งเน้นการสร้างความรู้ความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้า กับ รพท. เพื่อเป็นการรักษฐานลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำได้หลายวิธี เช่น เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การเสนอบริการที่มีคุณค่าจนเกินความคาดหวังของลูกค้า หรือการให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของ รพท. เป็นต้น

(2) ควรประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชัน همین بونه ให้กับบุคลากรของ รพท. และลูกค้าได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพื่อให้มีจำนวนผู้ใช้งานมากขึ้น

(3) ควรมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เช่น ระบบการสนทนาอัตโนมัติ (Chat BOT) ผู้ช่วยเสมือน (Virtual Assistant) หรือการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นต้น

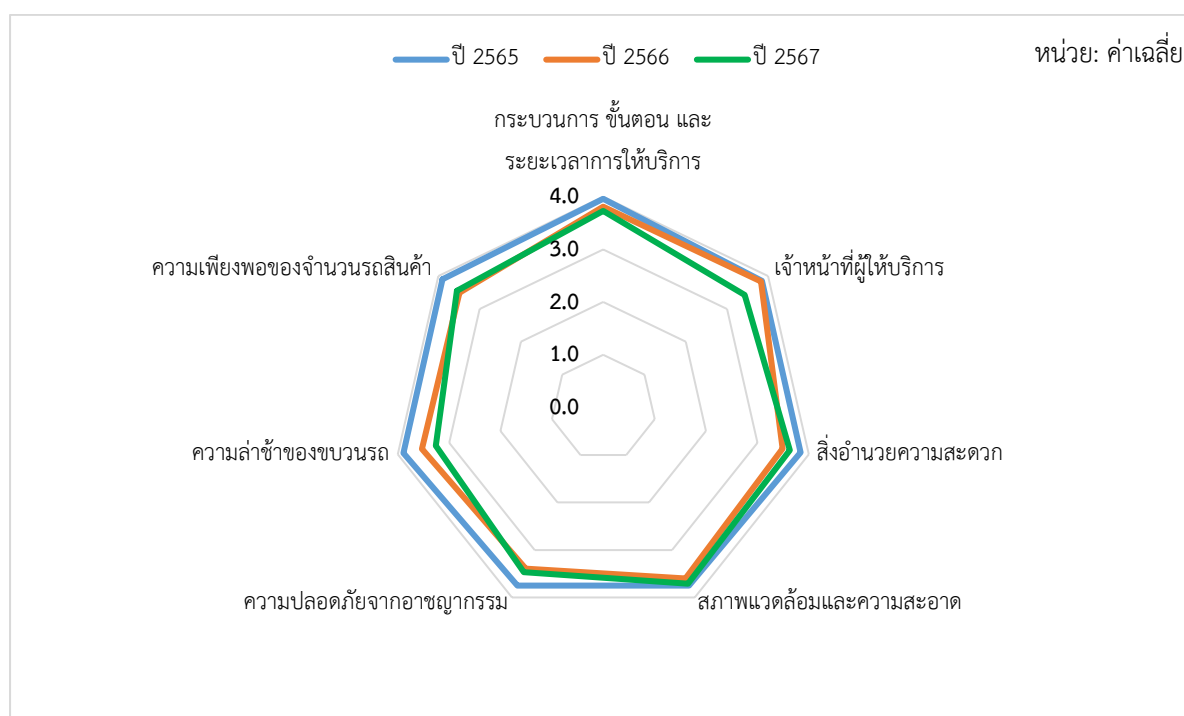
6.4 กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า)

6.4.1 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า โดยภาพรวมพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความพึงพอใจในการให้บริการของ รพท. อยู่ในระดับ “พึงพอใจมาก” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณาเป็นรายได้ พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความพึงพอใจในการให้บริการของ รพท. “ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ” มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมและความสะอาด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านความล่าช้าของขบวนรถ ตามลำดับ

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาศึกษาปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมีระดับลดลง กล่าวคือ ในปี 2566 ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความพึงพอใจคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ในขณะที่ปี 2567 มีความพึงพอใจคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วจะพบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยลดลง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ และด้านความล่าช้าของขบวนรถ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าความพึงพอใจจะมีระดับที่ลดลง แต่ก็เป็นการลดลงเพียงเล็กน้อย ไม่ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญมากนัก โดยประเด็นที่น่าสนใจคือ หากพิจารณาข้อมูลจากปี 2565 ประกอบ จะพบว่า ด้านที่มีระดับความพึงพอใจอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ซึ่งล้วนเป็นด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคลากรของ รพท. ทั้งสิ้น ดังนั้น รพท. ควรจะต้องพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรเป็นหลัก เพื่อยกระดับความพึงพอใจให้มากขึ้น

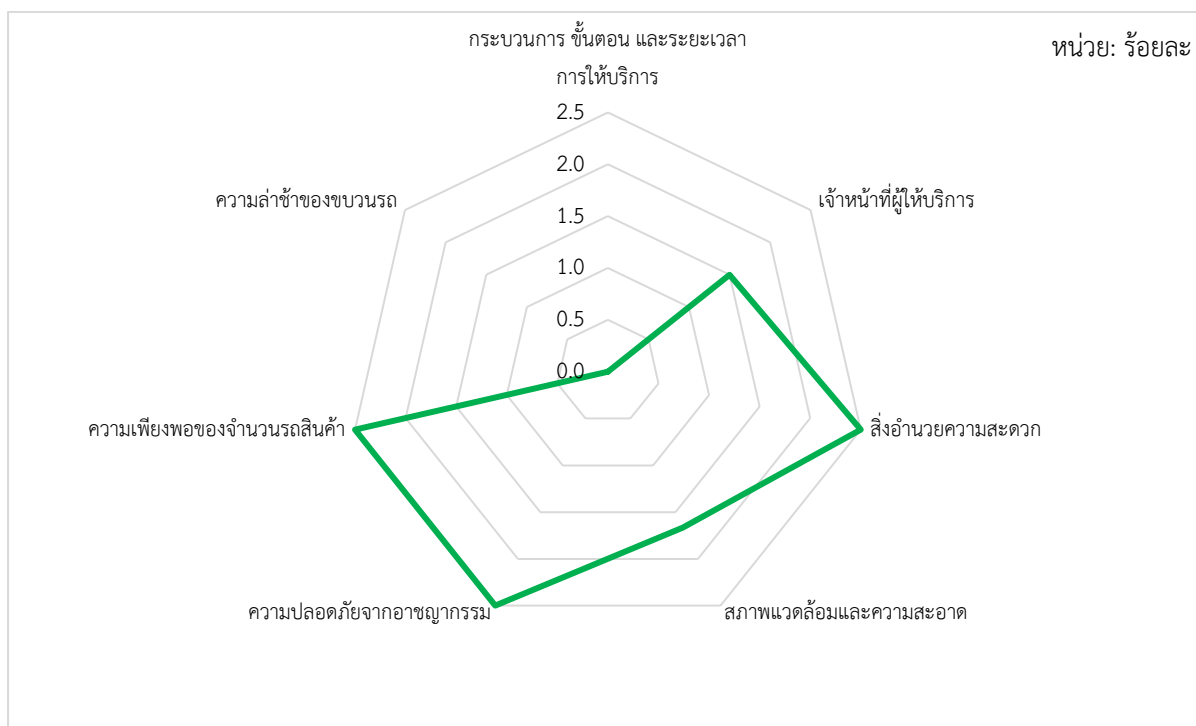
แผนภูมิที่ 6.4-1 เปรียบเทียบผลการศึกษาศึกษาความพึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า จำแนกตามรายด้าน ระหว่างปี 2565 - 2567



6.4.2 สรุปผลการประเมินความไม่พึงพอใจของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความไม่พึงพอใจการให้บริการของ รฟท. ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 2.5) ความปลอดภัยจากอาชญากรรม (ร้อยละ 2.5) ความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า (ร้อยละ 2.5) สภาพแวดล้อมและความสะอาด (ร้อยละ 1.7) และเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (ร้อยละ 1.5) โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

แผนภูมิที่ 6.4-2 เปรียบเทียบผลการศึกษาความไม่พึงพอใจของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 และ 2567

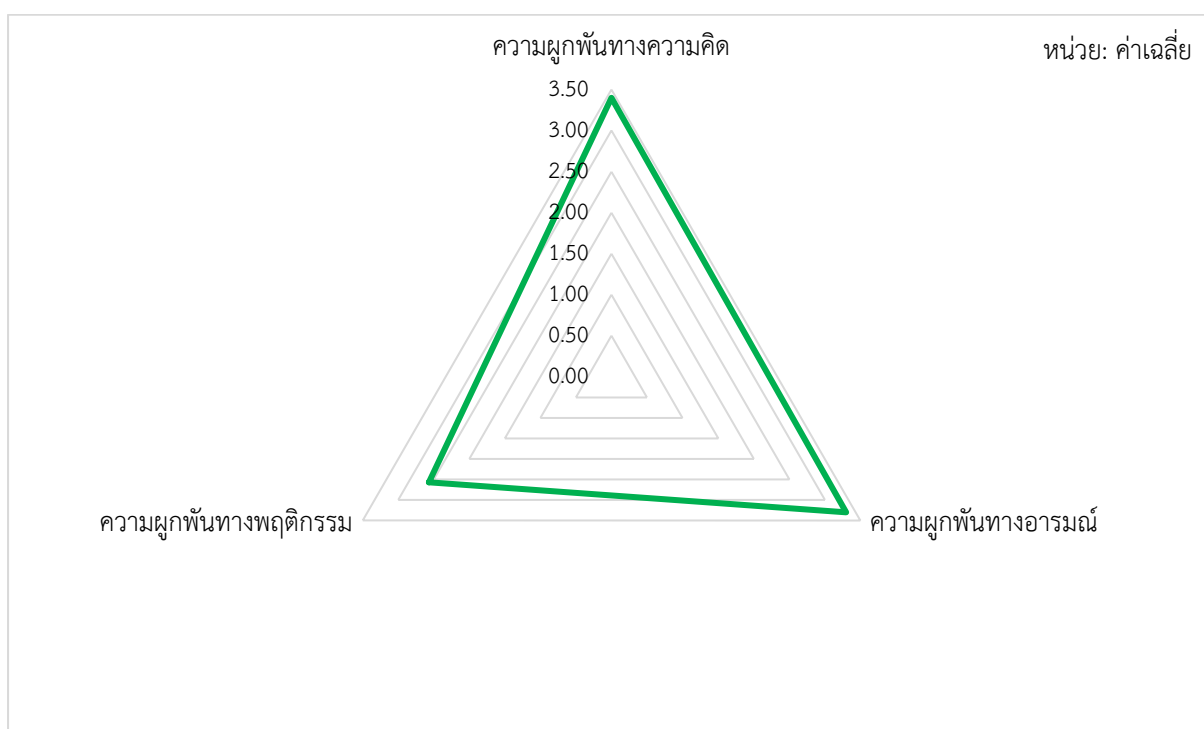


ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ระดับความไม่พึงพอใจที่ได้รับจากการให้บริการของ รฟท. สูงขึ้นเกือบทุกด้าน (ปี 2565 และ 2566 ไม่มีผู้เกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ) แต่เป็นเพียงการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อการทำงานอย่างมีนัยสำคัญมากนัก โดยมีเพียง 2 ด้าน ที่ระดับความพึงพอใจไม่สูงขึ้น ได้แก่ ด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ และด้านความล่าช้าของขบวนรถ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายเดิมที่ใช้บริการอย่างต่อเนื่องยาวนานหลายปี ทำให้ทราบและมีความเข้าใจในบริบทของการดำเนินงาน และข้อจำกัดของ รฟท. เป็นอย่างดี ทั้งในด้านของกระบวนการ และความล่าช้าของขบวนรถ จนสามารถยอมรับได้

6.4.3 สรุปผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท.

การสำรวจและวิเคราะห์ผลความผูกพันของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ที่มีต่อ รฟท. แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันทางความคิด ความผูกพันทางอารมณ์ และความผูกพันทางพฤติกรรม ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้ามีความผูกพันกับ รฟท. ใน “ระดับปานกลาง” หรือคิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 โดยมีความผูกพันด้านความผูกพันทางความคิดมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.40) รองลงมาคือ ความผูกพันทางอารมณ์ (ค่าเฉลี่ย 3.30) และความผูกพันทางพฤติกรรม (ค่าเฉลี่ย 2.57) ตามลำดับ

แผนภูมิที่ 6.4-3 ผลการประเมินความผูกพันของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า



6.4.4 สรุปผลการประเมินความภักดีของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ

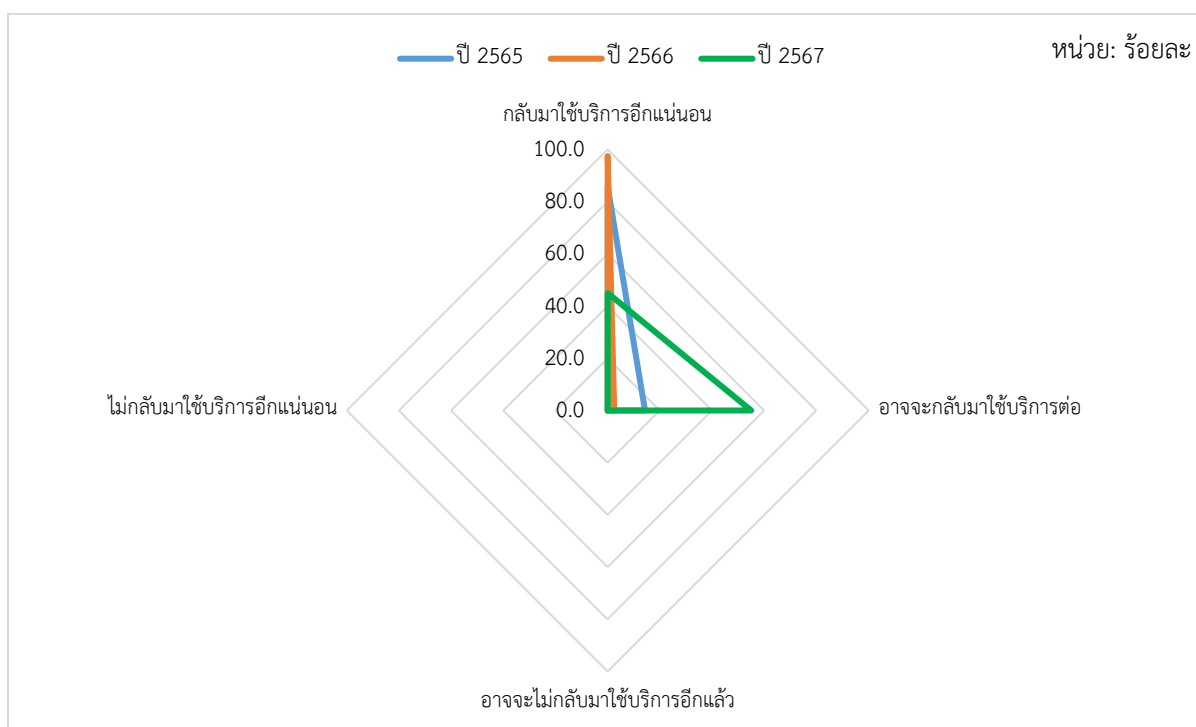
การศึกษาความภักดีของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และการปกป้อง โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ ดังนี้

6.4.4.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

การศึกษากลับมาใช้บริการของ รพท. ช้า ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ส่วนใหญ่อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ร้อยละ 55.0) และกลับมาใช้อย่างแน่นอน (ร้อยละ 45.0) โดยปัจจัยสำคัญที่เป็นเหตุผลทำให้ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ กลับมาใช้บริการกับ รพท. นั้น คือ ราคา ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และสิ่งอำนวยความสะดวก

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า การกลับมาใช้บริการของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ มีแนวโน้มลดลง ดังแผนภูมิที่ 6.4-3 ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจาก 2 ปัจจัยหลัก คือ 1) ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ เกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการ หรือมีความคาดหวังสูงกว่าการบริการที่ได้รับ โดยพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการ ซึ่งได้แก่ ราคา ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ และสิ่งอำนวยความสะดวก และ 2) การแข่งขันในอุตสาหกรรมขนส่งที่สูงขึ้น ทั้งในด้านของจำนวนผู้ให้บริการรูปแบบต่าง ๆ การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ และการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ มาใช้บริการมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ มีตัวเลือกในการใช้บริการที่หลากหลายมากขึ้น แนวโน้มในการกลับมาใช้บริการของ รพท. ต่อจึงลดลง

แผนภูมิที่ 6.4-4 เปรียบเทียบผลการกลับมาใช้บริการ รพท. ช้า ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ระหว่างปี 2565 - 2567

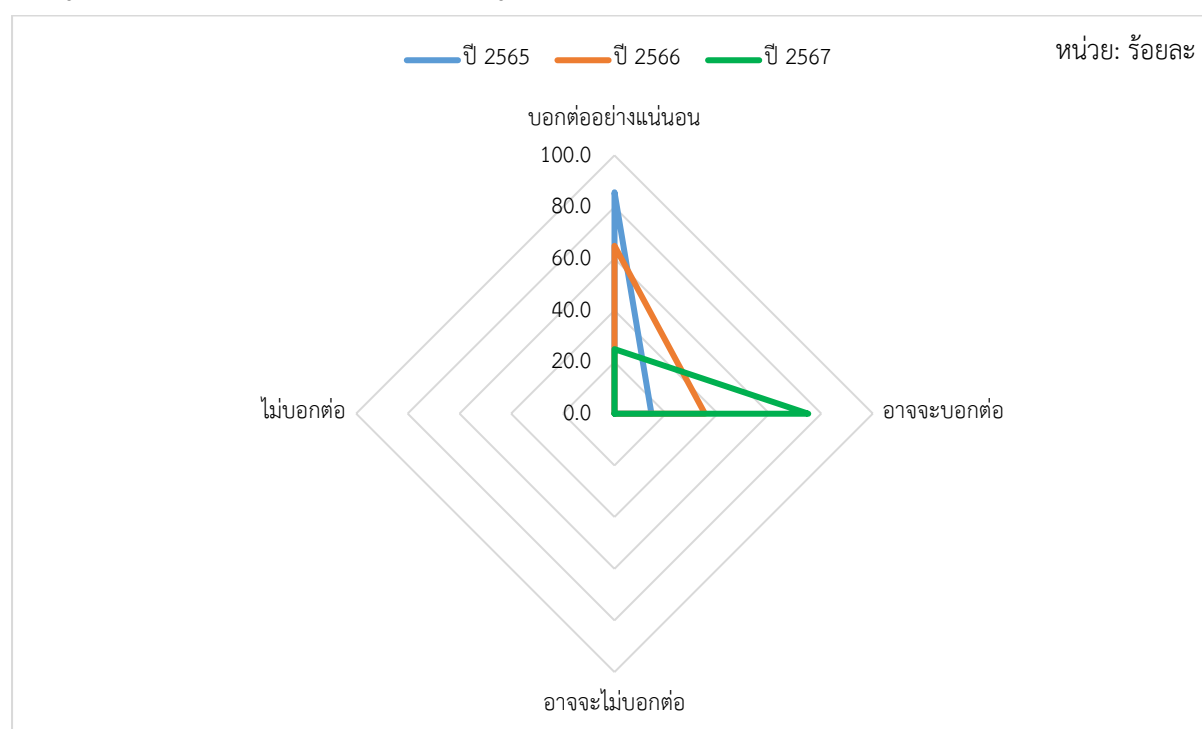


6.4.4.2 การบอกต่อ

การศึกษาการบอกต่อของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ พบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ส่วนใหญ่อาจจะบอกต่อ/แนะนำ ให้บุคคลอื่นมาใช้บริการของ รพท. (ร้อยละ 75.0) และบอกต่ออย่างแน่นนอน (ร้อยละ 25.0) ด้วยวิธีการพูดคุยต่อหน้า และผ่านแอปพลิเคชันสตาแกรม (Instagram)

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ มีแนวโน้มในการบอกต่อ หรือแนะนำให้บุคคลมาใช้บริการของ รพท. ลดลงเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ อาจเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจเมื่อมาใช้บริการ หรือมีความคาดหวังสูงกว่าการบริการที่ได้รับจาก รพท. จึงไม่กล้าที่จะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ เพราะเกรงว่าผู้อื่นจะได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดีจนเสียความรู้สึกได้

แผนภูมิที่ 6.4-5 เปรียบเทียบผลการบอกต่อของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าฯ ระหว่างปี 2565 - 2567

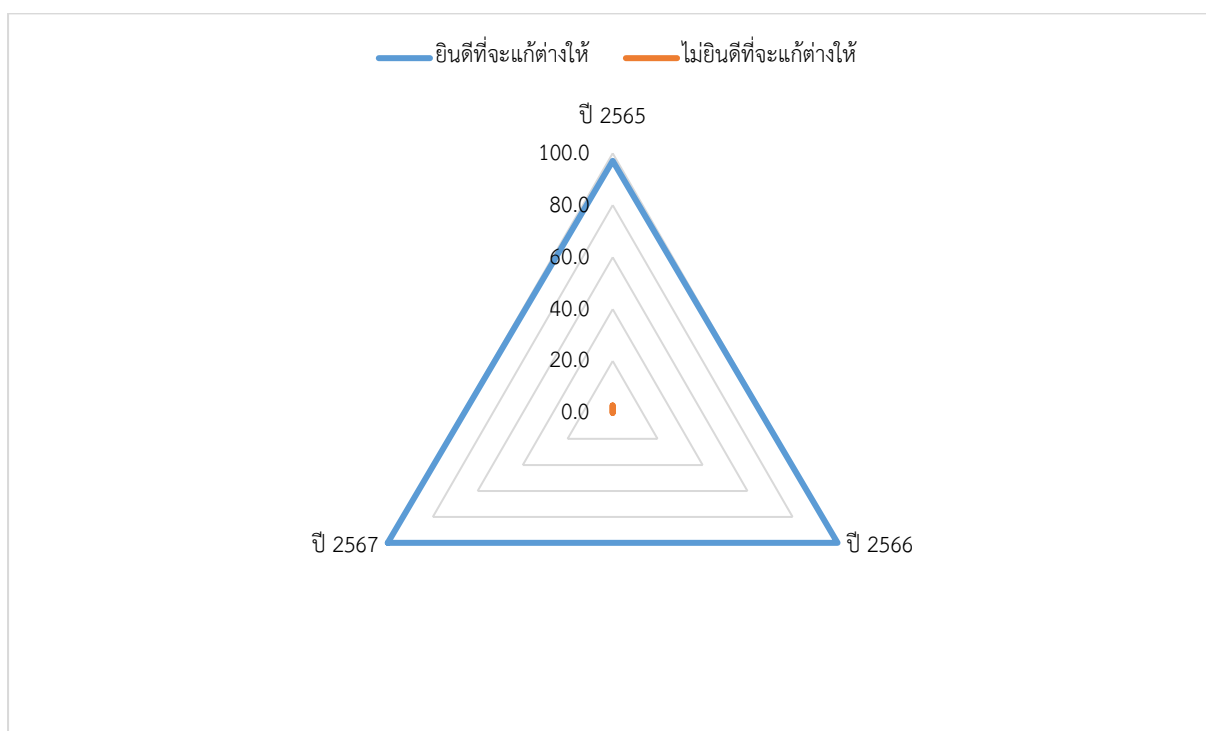


6.4.4.3 การปกป้อง

ผลการศึกษาพบว่า เมื่อมีบุคคลอื่นกล่าวถึง รพท. ในทางที่ไม่เหมาะสม หรือไม่ใช้ข้อเท็จจริง ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ รพท. (ร้อยละ 100.0) และไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้ (ร้อยละ 0.0) ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปีที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ รพท. ในระดับที่เพิ่มขึ้น ดังแผนภูมิที่ 6.4-5

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในปี 2566 ที่ผ่านมาจะพบว่า ผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้ รพท. เหมือนเดิม (ร้อยละ 100.0) ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ที่ผ่านมารพท. ได้ดำเนินการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) ด้วยการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ จนเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่ดีร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ทำให้เกิดการรู้จัก และคุ้นเคยกับเจ้าหน้าที่ของ รพท. จากการทำงานร่วมกันในระยะยาว และจากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว จนเกิดความเข้าใจในบทบาทการดำเนินงานของ รพท. มากขึ้น รวมทั้งมีข้อมูลที่สามารถใช้ประกอบการอธิบายให้บุคคลอื่นได้เข้าใจมากขึ้นอีกด้วย

แผนภูมิที่ 6.4-6 เปรียบเทียบผลการปกป้อง รพท. ของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ระหว่างปี 2565 - 2567



6.4.5 ข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจ วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการศึกษาข้างต้น ได้นำมาสู่การจัดทำข้อเสนอแนะ เพื่อปิดช่องว่างการดำเนินงาน และยกระดับความพึงพอใจในปีถัดไปให้สูงขึ้น โดยการพิจารณาจากประเด็น ด้านความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้าย ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า และด้านความล่าช้าของขบวนรถ ดังนี้

6.4.5.1 ด้านความปลอดภัยจากอาชญากรรม

ควรจัดทำสถานีปิด และนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาความปลอดภัยจากอาชญากรรมที่อาจจะเกิดขึ้น และสามารถช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เช่น กล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) หรือเทคโนโลยีตรวจจับใบหน้า (Face Detection Camera) เป็นต้น

6.4.5.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

(1) ควรจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าอย่างครบถ้วน เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างครบวงจร เช่น รถยกตู้สินค้า (Reach Stacker) เครนยก ขานขาลาสำหรับขึ้น-ลง สินค้าตามย่านกองเก็บตู้สินค้า (Container Yard) หรือรถยกด้านหน้ามีงา (Fork Lift) เพื่อการให้บริการในการยกขนส่งสินค้าขึ้นและลงจากขบวนรถ เป็นต้น

(2) ควรนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตรวจสอบ และติดตาม (Tracking) ขบวนรถสินค้า เพื่อให้สามารถทราบถึงสถานะการขนส่งสินค้าได้อย่างเป็นปัจจุบัน (Realtime) และสามารถนำข้อมูลไปประกอบการวิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ควรจัดหาพนักงานเข้ามาช่วยในการขนส่งสินค้าในขณะขึ้น-ลงสินค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าในการให้บริการมากยิ่งขึ้น

(4) ควรสร้างทางรถไฟให้เชื่อมต่อกับนิคมอุตสาหกรรม หรือศูนย์กระจายสินค้าขนาดใหญ่ หรือตัดผ่านเส้นทางสายใหม่ให้ครอบคลุมกับหัวเมืองต่าง ๆ ที่สำคัญ เพื่ออำนวยความสะดวกในการขนส่งสินค้าได้มากขึ้น

6.4.5.3 ด้านความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า

ควรซ่อมแซม หรือจัดการจักร รถพ่วง (แคร่รถสินค้า) ให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้าในแต่ละวัน และมีความพร้อมใช้งาน (Availability) อยู่เสมอ เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและการสร้างรายได้ให้กับ รฟท.

6.4.5.4 ด้านความล่าช้าของขบวนรถ

ควรจัดหาหัวรถจักรและตู้ขนส่งสินค้าให้เพียงพอและมีความพร้อมใช้งานอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถให้บริการขนส่งสินค้าได้โดยทันที

6.4.5.5 ด้านอื่น ๆ

(1) ควรมุ่งเน้นการสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างลูกค้า กับ รพท. เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถทำได้หลายวิธี เช่น เก็บรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การเสนอบริการที่มีคุณค่าจนเกินความคาดหวังของลูกค้า หรือการให้ลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของ รพท. เป็นต้น

(2) ควรมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM) เช่น ระบบการสนทนาอัตโนมัติ (Chat BOT) ผู้ช่วยเสมือน (Virtual Assistant) หรือการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เป็นต้น



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ประจำปีงบประมาณ 2567”

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะกรรมการอำนวยการศูนย์ราชการสะดวก. (2559). *คู่มือการรับรองมาตรฐานการให้บริการของศูนย์ราชการสะดวก*. กรุงเทพฯ: บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- ชำนาญ งามมณีอุดม และคณะ. (2561). *การสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2561*. งานวิจัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อการบริหารจัดการขบวนขบวนเมืองของการรถไฟแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์. (2550). *พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อการบริหารจัดการขบวนขบวนเมืองของการรถไฟแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). *การวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS*. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีรภัทร วีระวัฒน์โสภณ. (2555). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการให้บริการ ของรถไฟฟรี เพื่อประชาชน ขบวนรถเร็ว กรุงเทพฯ – เชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นภดล รมโพธิ์. (2554). *หนังสือรวมบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน*. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลโอเมจิเนียร์.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกพักโรงแรมที่จังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เบญจมาภรณ์ ภิญโญพรพาณิชย์. (2559). *คู่มือการประเมินความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของผู้รับบริการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กรมควบคุมโรค*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: อักษรกราฟฟิคแอนด์ดีไซน์.
- พรทิพย์ นาเมือง. (2555). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อการบริการของสถานีขนส่งผู้โดยสารกรุงเทพ : สายใต้*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

- เพ็ชรารภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ และคณะ. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของ
ผู้โดยสารรถไฟฟ้า อำเภอเมืองชุมพร จังหวัดชุมพร. *วารสารสหวิทยาการวิจัย*, 8(1): 101-106.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ:
สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ภาณุเดช เพียรความสุข และคณะ. (2558). ความพึงพอใจของนักศึกษาที่มีต่อการให้บริการของสำนักส่งเสริม
วิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. *งานวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏ
อุบลราชธานี*.
- สกล บุญสิน. (2559). รูปแบบการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการของการรถไฟ
แห่งประเทศไทย. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*. 23(2) (กรกฎาคม-ธันวาคม), 119-148.
- สุรพล นิมนวล และคณะ. (2555). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ รถไฟสายมหาชัย-วงเวียน
ใหญ่. *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง*.
- เสาวนิต อุดมเวชกุล. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการใช้บริการ M-Banking Application.
(การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- อโณมา คงตะแบก. (2558). *การบริหารโครงการ (Project Management)*. กรุงเทพฯ: โรงเรียนนายร้อย
พระจอมเกล้า.
- อนูรัตน์ อนันนทนาธร และคณะ. (2565). โครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2565. *งานวิจัยสำนักงานยุทธศาสตร์ธุรกิจการเดิน
รถ, การรถไฟแห่งประเทศไทย*.
- อนูรัตน์ อนันนทนาธร และคณะ. (2564). โครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2564. *งานวิจัยสำนักงานยุทธศาสตร์ธุรกิจการเดิน
รถ, การรถไฟแห่งประเทศไทย*.
- อนูรัตน์ อนันนทนาธร และคณะ. (2563). โครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า
ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2563. *งานวิจัยสำนักงานยุทธศาสตร์ธุรกิจการเดิน
รถ, การรถไฟแห่งประเทศไทย*.
- อนูรัตน์ อนันนทนาธร และคณะ. (2562). *โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขบวนรถโดยสาร
(เชิงพาณิชย์และเชิงสังคม)*. *งานวิจัยสำนักงานยุทธศาสตร์ธุรกิจการเดินรถ, การรถไฟแห่งประเทศไทย*.
- Abror A., Wardi Y., Trinanda O. & Patrisia, D. (2019). The impact of Halal tourism, customer
engagement on satisfaction: Moderating effect of religiosity. *Asia Pacific Journal of
Tourism Research*, 24(7), 633-643. doi:10.1080/10941665.2019.1611609
- Albrecht, Kart. (2003). *The Power of Minds at Work: Organizational Intelligence in Action*.
New York: Amazon.

- Anantha R. A., & Abdul G. A. (2013). Service quality and customer satisfaction in the cellular telecommunication service provider in Malaysia. *International Refereed Research Journal*. 2(9), 12-22.
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction*. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Assael, H. (1995). *Consumer behavior and marketing action*. (6th ed.). Ohio: South Western College.
- Brakus, J. J., Schmitt, B. H. & Zarantonello, L. (2009). Brand experience: what is it? How is it measured? Does it affect loyalty? *Journal of Marketing*, 73(3), 52-68.
- Calder., B.J. (2008). *Kellogg on advertising & media*. (1st ed.). New Jersey: John Wiley & Son.
- Carlson J., Rahman M.M., Taylor A. and Voola R. (2017). Feel the vibe: examining value in the brand page experience and its impact on satisfaction and customer engagement behaviors in mobile social media, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 46, 149-162.
- Christensen, T. and Laegreid, P. (2002). *Trust in Government-the Relative Importance of Service Satisfaction, Political Factors and Demography*. Bergen: Stein Rokkan Centre for Social Studies, Bergen University. consequences. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 277-285.
- EIU, E. I. U. (2007). *Beyond loyalty: meeting the challenge of customer engagement, part 1*. [Online]. Available www.adobe.com/engagement/pdfs/part1.pdf (7 October).
- Etzel, M.J. (2014). *Marketing*. (12th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Forrester Consulting. (2008). *How engaged are your customers?* [Online]. Available www.adobe.com/engagement/pdfs/Forrester_TLP_How_Engaged_Are_Your_Customers.pdf (7 October).
- Fredricks, J. A., Blumenfield, P. C. & Paris, A. H. (2004). School engagement: Potential of the concept, state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74(1), 59-109.
- Gerpott, T.J., Rams, W. and Schindler, A. (2001) Customer Retention, Loyalty and Satisfaction in the German Mobile Cellular Telecommunications Market. *Telecom-munications Policy*, 25, 249-269.
- Gilson, L. (2003). Trust and the development of health care as a social institution. *Social Science and Medicine*. 56, 1453-1468.
- Grewal D., Roggeveen A. L., Sisodia R. & Nordfält J. (2017). Enhancing customer engagement

- Gronroos, C. (1990). *Service Management and Marketing Managing the Moments of Truths in Service Competition*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Harold Kerzner. (2003). *Project Management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling*. (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Haryono, S., Achmad Fauzi, D. H., & Suyadi, I. (2015). The effects of service quality on customer satisfaction, customer delight, trust, repurchase intention, and word of mouth. *European Journal of Business and Management*, 7(12), 36-48.
- Hinson, R., Boateng, H., Renner, A. & Kosiba, J. (2019). Antecedents and consequences of customer engagement on Facebook: An attachment theory perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13(2), 204-226.
- Hollebeek, L. D. (2011). *Demystifying customer brand engagement: Exploring the loyalty nexus*. *Journal of Marketing Management*, 27(7-8), 785-807.
- Islam J. U., Hollebeek L. D., Rahman Z., Khan I. & Rasool A. (2019). Customer engagement in Keller K. L. (2008). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. 3rd ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principle of marketing*. (13th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3): 607-610.
- MacLeod, D. & Clarke, N. (2009). *Engaging for Success: Enhancing Performance through Employee Engagement*. London: Office of Public Sector Information.
- McEwen, W. J. (2005). *Married to the Brand: Why Consumers Bond with Some Brands for Life*. New York: Gallup Press.
- Millet, J.D. (2012). *Management in the public service: The quest for effective performance*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Monferrer, D., Moliner, M. A. & Estrada, M. (2019). Increasing customer loyalty through customer engagement in the retail banking industry. *Spanish Journal of Marketing*, 23(3), 461-484.
- Morgan. & Hunt. (1994). The Commitment - Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58(July), 20-30.
- Mullins, L. J. (1985). *Management and Organizational Behavior*. London: Pitman.
- Patterson, P., Yu, T. & Ruyter, K. D. (2006). *Understanding customer engagement in services*. p. In ANZMAC 2006 Conference: Advancing Theory, Maintaining Relevance, Brisbane.

- Pyzdek, T. & Keller, P.A. (2003). *The Six Sigma Handbook: A Complete Guide for Green Belts, Black Belts, and Managers at All Levels*. New York: McGraw-Hill.
- Richman, C.L. (2008). *The Relationship Between Self-Esteem and Adaptive Behaviors in High School Student*. Michigan: Counseling and Personal Service.
- Robbin, Stephen P. and Coulter, Mary. (2005). *Management*. (8th ed.) Prentice Hall.
- Schaufeli, W. B., Martinez, I. M., Pinto, A. M., Salanova, M. & Bakker, A. B. 2002. Burnout and engagement in university students: across-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5), 464-481.
- Schiffman, Leon G.; & Kanuk, Leslie Lazar. (2007). *Consumer Behavior*. (9th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice – Hall.
- Taro Yamane. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. London: John Weather Hill, Inc.
- the service context: An empirical investigation of the construct, its antecedents and through consciousness, *Journal of Retailing*, 93(1), 55–64.
- Wara, E., Aloka, P. J. & Odongo, B. C. (2018). Relationship between Emotional Engagement and Academic Achievement among Kenyan Secondary School Students. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 7(1), 107-118.



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ประจำปีงบประมาณ 2567”

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟโดยสารเชิงสังคม



แบบสอบถามความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ในด้านต่าง ๆ และ (2) เพื่อให้ รฟท. มีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการครอบคลุมมิติการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รฟท.

ในการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ จากท่านตอบแบบสอบถามนี้ โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด หรือกรอกตัวเลขลงในช่องว่าง และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยและนำไปปรับปรุงการให้บริการของ รฟท. เป็นสำคัญ

ทางมหาวิทยาลัยบูรพา และ รฟท. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1.1 เพศ

- | | |
|--|-----------------------------------|
| ☐ (1) ชาย | ☐ (2) หญิง |
| ☐ (3) เพศทางเลือก | |

1.2 อายุ

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) 20 ปี หรือน้อยกว่า | ☐ (2) 21-30 ปี |
| ☐ (3) 31-40 ปี | ☐ (4) 41-50 ปี |
| ☐ (5) 51-60 ปี | ☐ (6) ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป |

1.3 อาชีพ

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) นักเรียน/นักศึกษา | ☐ (2) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ |
| ☐ (3) ลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน | ☐ (4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย |
| ☐ (5) ทำไร่/ทำนา/ทำสวน | ☐ (6) ข้าราชการบำนาญ |
| ☐ (7) พ่อบ้าน/แม่บ้าน | ☐ (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ไม่เกิน 10,000 บาท | ☐ (2) 10,001-20,000 บาท |
| ☐ (3) 20,001-30,000 บาท | ☐ (4) 30,001-40,000 บาท |
| ☐ (5) 40,001-50,000 บาท | ☐ (6) 50,001 บาทขึ้นไป |

2. ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโดยสรรพไฟ

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

2.1.1 ท่านใช้บริการสถานีรถไฟโดยมีวัตถุประสงค์ในข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ซื้อตั๋วโดยสาร | ☐ (2) เข้าห้องน้ำ |
| ☐ (3) ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ | ☐ (4) รอรับ-ส่งญาติพี่น้อง/เพื่อน |
| ☐ (5) ใช้บริการอื่น ๆ ของ รฟท. | ☐ (6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2.1.2 ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการสถานีรถไฟที่ตั้งอยู่ในเส้นทางใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) สายเหนือ | ☐ (2) สายตะวันออกเฉียงเหนือ |
| ☐ (3) สายแม่กลอง | ☐ (4) สายตะวันออก |
| ☐ (5) สายใต้ | |

2.1.3 ท่านมักซื้อตั๋วโดยสารโดยวิธีใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ซื้อตั๋วโดยสารที่สถานีรถไฟ | ☐ (2) ซื้อตั๋วโดยสารที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ |
| ☐ (3) ซื้อกับพนักงานบนขบวนรถ | ☐ (4) เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ |

2.1.4 ส่วนใหญ่ท่านชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของ รฟท. ด้วยวิธีการใด

- | |
|---|
| ☐ (1) ชำระเงินสด ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี |
| ☐ (2) ชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ณ เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานี |
| ☐ (3) ชำระเงินสดกับพนักงานที่ป้ายหยุดรถ/ที่หยุดรถ |
| ☐ (4) ชำระเงินสดกับพนักงานบนขบวนรถ |
| ☐ (5) เครื่องจำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ |

2.2 พฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ

2.2.1 ท่านใช้บริการขบวนรถไฟมาก – น้อย เพียงใด

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) ใช้บริการทุกวัน | ☐ (2) สัปดาห์ละ 5 ครั้ง |
| ☐ (3) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง | ☐ (4) เดือนละครั้ง |
| ☐ (5) 3 เดือนต่อครั้ง | ☐ (6) 6 เดือนต่อครั้ง |
| ☐ (7) ปีละครั้ง | ☐ (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2.2.2 ส่วนใหญ่ท่านโดยสารรถไฟในช่วงวันใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) วันจันทร์ – วันศุกร์ | ☐ (2) วันเสาร์ – วันอาทิตย์ |
| ☐ (3) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | ☐ (4) ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส |

2.2.3 ท่านมักโดยสารรถไฟในช่วงเวลาใด

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) 06.00 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า) | ☐ (2) 09.01 - 16.30 น. |
| ☐ (3) 16.31 - 19.30 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น) | ☐ (4) 19.31 - 24.00 น. |
| ☐ (5) 24.01 - 05.59 น. | |

2.2.4 เส้นทางเดินรถที่ท่านมักใช้บริการเป็นประจำคือเส้นทางใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) สายเหนือ | ☐ (2) สายตะวันออกเฉียงเหนือ |
| ☐ (3) สายใต้ | ☐ (4) สายตะวันออก |
| ☐ (5) สายแม่กลอง | |

2.2.5 ขบวนรถไฟที่ท่านใช้บริการมากที่สุดคือขบวนประเภทใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) รถธรรมดา | ☐ (2) รถขบวนเมือง |
| ☐ (3) รถท้องถิ่น | ☐ (4) รถรวม |

2.2.6 ท่านเดินทางโดยรถไฟโดยมีวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) พักผ่อน/ท่องเที่ยว | ☐ (2) เรียนหนังสือ |
| ☐ (3) ทำงาน/ทำธุรกิจ | ☐ (4) กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ |
| ☐ (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

2.2.7 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท. ผ่านช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) สถานีรถไฟ | ☐ (2) วิทยุ |
| ☐ (3) โทรทัศน์ | ☐ (4) เว็บไซต์ (โปรดระบุ.....) |
| ☐ (5) หนังสือพิมพ์ | ☐ (6) วารสารรถไฟ |
| ☐ (7) แผ่นพับ | ☐ (8) บุคคล |
| ☐ (9) สื่อสังคมออนไลน์ | ☐ (10) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

3. ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของ รพท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

3.1 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
3.1.1 กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ						
(1) การซื้อตั๋วมีความสะดวก						
(2) การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารมีความรวดเร็ว						
(3) มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำจุดบริการ						
3.1.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
(1) มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม						
(2) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
(3) ช่วยอำนวยความสะดวก และช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี						
(4) สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน						
(5) มีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า						
3.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก						
(1) เก้าอี้สำหรับนั่งพักรอมีความเพียงพอ						
(2) มีที่จอดรถเพียงพอ						
(3) มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่ตั้งของจุดให้บริการอย่างชัดเจน						
(4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการสตรีมีครรภ์ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น หรือทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา						
(5) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการเดินทาง						
3.1.4 สภาพแวดล้อมและความสะอาด						
(1) ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ						
(2) ถังขยะมีจำนวนเพียงพอ						
(3) แสงสว่างภายในสถานีรถไฟมีความเพียงพอ						

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
(4) ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบ สถานีรถไฟมีความสะอาด และเป็นระเบียบ						
(5) ทางเข้า-ออกสะดวกสบาย ไม่มีสิ่งกีดขวาง การสัญจรโดยรอบสถานีรถไฟ						
(6) เจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ มีเพียงพอต่อ การให้บริการลูกค้า						
3.1.5 ความปลอดภัยจากอาชญากรรม						
(1) มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวัง ความปลอดภัย						
(2) มีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดต่าง ๆ						
(3) มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ						
3.1.6 ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน สร้างความพึงพอใจให้ท่านในระดับใด						
(1) ภาพลักษณ์องค์กร รฟท.						
(2) ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ						
(3) ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟ						
(4) ภาพลักษณ์ของขบวนรถไฟ						
3.1.7 การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร						
(1) ความสะดวกในการแจ้งเรื่องร้องเรียน ด้านการโดยสาร						
(2) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา						

3.2 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการขบวนรถโดยสาร

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมีประสบการณ์ จึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	ไม่พึงพอใจ	
3.2.1 กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ						
(1) การแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ						
(2) เจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำขบวนรถ						
(3) การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารบนรถไฟมีความสะดวก						
3.2.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
(1) มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม						
(2) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
(3) ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี						
(4) สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน						
(5) มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร						
3.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก						
(1) ที่นั่งมีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน						
(2) ที่นั่งมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ						
(3) ตู้โดยสารมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ						
(4) การให้บริการที่นั่งสำหรับผู้พิการ ผู้สูงอายุ ภิกษุสามเณร หรือสตรีมีครรภ์						
(5) มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งเลขที่นั่งและเลขตู้โดยสารชัดเจน						
3.2.4 สภาพแวดล้อมและความสะอาด						
(1) ความสะอาดของห้องน้ำ/อ่างล้างหน้า						
(2) ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ						
(3) ความสะอาดของที่นั่งบนขบวนรถไฟ						
(4) ความสะอาดของเพดาน และชั้นวางของ						
(5) ความสะอาดของบานหน้าต่าง						
(6) แสงสว่างบนขบวนรถไฟมีความเหมาะสม						
(7) ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ						

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
3.2.5 ความปลอดภัยจากอาชญากรรมบนขบวนรถ						
(1) มีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำขบวนรถ						
(2) การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว						
(3) มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย						
3.2.6 ราคา						
(1) ราคาตั๋วโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน						
(2) ราคาตั๋วโดยสารของ รฟท. ถูกกว่าการเดินทางประเภทอื่น						
(3) บริการที่ รฟท. ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการ มีความคุ้มค่ากับราคาตั๋วโดยสาร						
3.2.7 ความตรงต่อเวลาในการเดินรถ						
(1) ขบวนรถไฟออกจากสถานีตามเวลาที่กำหนดไว้						
(2) ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางของท่านตามเวลาที่กำหนดไว้						
(3) มีการแจ้งข่าวสารล่วงหน้าในกรณีที่ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด						
(4) ความล่าช้าของขบวนรถที่ท่านยอมรับได้ คือ นาที						

4. ตอนที่ 4 ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 ความผูกพันทางความคิด

4.1.1 เมื่อท่านต้องการจะเดินทาง ท่านจะนึกถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นลำดับแรก

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.2 เมื่อเห็นตราสินค้านี้ ท่านสามารถจำได้หรือไม่ว่าเป็นตราสินค้าของหน่วยงานใด



☐ จำไม่ได้ ☐ ไม่แน่ใจ ☐ พอจำได้บ้าง ☐ จำได้ แต่ต้องนึกสักครู่หนึ่ง ☐ จำได้ทันที

4.1.3 ท่านคิดว่าการให้บริการของ รฟท. สามารถตอบสนองความต้องการด้านการเดินทางของท่านได้

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.4 ท่านคิดว่า รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

4.2.1 ท่านมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.2 ท่านมีความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.3 ท่านรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

4.3.1 เมื่อมีผู้ให้บริการรายใหม่ ท่านก็ยังยืนยันที่จะใช้บริการของ รฟท. เช่นเดิม

☐ ใช้บริการ รฟท. แน่นนอน ☐ คิดว่าคงใช้บริการ รฟท. ต่อไป

☐ ไม่แน่ใจ/ขอเปรียบเทียบดูก่อน ☐ อาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการอื่น

☐ เปลี่ยนไปใช้บริการรายใหม่แน่นอน

4.3.2 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ รฟท. จัดขึ้น มาก - น้อย เพียงใด

☐ ไม่เคยเลย ☐ นาน ๆ ครั้ง ☐ เป็นครั้งคราว ☐ บ่อยครั้ง ☐ เข้าร่วมทุกครั้ง

4.3.3 ท่านได้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท. จำนวนกี่ช่องทาง

☐ ไม่ติดตามเลย ☐ ติดตามช่องทางเดียว

☐ ติดตาม 2-3 ช่องทาง ☐ ติดตาม 4 ช่องทาง

☐ ติดตามครบทั้ง 5 ช่องทาง

5. ตอนที่ 5 ความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.1.1 ท่านคิดว่าจะกลับมาใช้บริการของ รฟท. อีกหรือไม่

- ☐ (1) กลับมาใช้อย่างแน่นอน (ทำต่อข้อ 5.1.2)
- ☐ (2) อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ทำต่อข้อ 5.1.2)
- ☐ (3) อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)
- ☐ (4) ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)

5.1.2 เหตุผลที่ท่านจะกลับมาใช้บริการของ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) สิ่งอำนวยความสะดวก | ☐ (2) การปรับปรุงภูมิทัศน์ |
| ☐ (3) ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ | ☐ (4) ราคา |
| ☐ (5) เจ้าหน้าที่ | ☐ (6) ความตรงต่อเวลา |
| ☐ (7) การรักษาความปลอดภัย | ☐ (8) การปรับปรุงสถานีใหม่/การก่อสร้างทางคู่ |
| ☐ (9) ความสะดวกในการเดินทางต่อเนื่อง | ☐ (10) ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร |
| ☐ (11) การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถที่ทันสมัย | ☐ (12) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

5.2 การบอกต่อ

5.2.1 หาก รฟท. มีข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ท่านจะบอกต่อให้คนอื่นทราบหรือไม่

- ☐ (1) บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (2) อาจจะบอกต่อ/แนะนำ (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (3) อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)
- ☐ (4) ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)

5.2.2 ท่านเลือกที่จะบอกต่อ/แนะนำแก่บุคคลอื่นๆ ให้มาใช้บริการของ รฟท. ผ่านทางช่องทางใด

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) พูดคุยต่อหน้า | ☐ (2) ไลน์ (LINE) |
| ☐ (3) เฟซบุ๊ก (Facebook) | ☐ (4) อินสตาแกรม (Instagram) |
| ☐ (5) ตี๊กต็อก (TikTok) | ☐ (6) เอ็กซ์ (X) |
| ☐ (7) ยูทูบ (YouTube) | ☐ (8) โทรศัพท์ |
| ☐ (9) ช่องทางอื่นๆ (โปรดระบุ | |

5.3 การปกป้อง

หากท่านได้ยินบุคคลอื่นกล่าวถึงการให้บริการของ รฟท. ในแง่ลบ ท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้หรือไม่

- ☐ (1) ยินดีที่จะแก้ต่างให้
- ☐ (2) ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้ (โปรดระบุสาเหตุ.....)

6. ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ รพท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

6.1 หาก รพท. มีความจำเป็นต้องปรับอัตราค่าโดยสารขึ้น เพื่อลดภาวะขาดทุนและให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

☐ (1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

☐ (2) ไม่เห็นด้วย

☐ (3) ไม่แน่ใจ

☐ (4) เห็นด้วย

☐ (5) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6.2 หากมีการปรับราคาตามข้อ 6.1 ท่านคิดว่าอัตราค่าโดยสารที่ยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้ไม่เกินร้อยละ

6.3 การเดินทางเชื่อมต่อจากสถานีรถไฟที่ท่านใช้บริการเป็นประจำไปยังจุดหมายปลายทางของท่าน ท่านคิดว่าควรมีบริการเสริมอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ (1) ไม่ต้องการบริการเสริม

☐ (2) บริการข้อมูลเกี่ยวกับรถโดยสารสาธารณะ/รถเช่า

☐ (3) จัดจุดบริการรถสาธารณะรับ – ส่งผู้โดยสาร

☐ (4) จัดจุดบริการรถยนต์ส่วนบุคคลรับ – ส่งผู้โดยสารโดยเฉพาะ

☐ (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ

6.4 ท่านเคยใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ” ของ รพท. หรือไม่

☐ (1) เคยใช้

☐ (2) ไม่เคยใช้ (ข้ามไปตอนที่ 7)

6.5 ท่านคิดว่าการที่ รพท. นำแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกระ” มาช่วยปรับปรุงกระบวนการรักษาความสะอาดของห้องน้ำนั้น ช่วยทำให้ห้องน้ำมีความสะอาดมากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่

☐ (1) สะอาดขึ้นกว่าเดิมมาก

☐ (2) สะอาดขึ้นกว่าเดิมบ้าง

☐ (3) ไม่แน่ใจ

☐ (4) ไม่น่าจะสะอาดขึ้นกว่าเดิม

7. ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับกลุ่มผู้ใช้บริการรถโดยสารเชิงพาณิชย์



การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

แบบสอบถามความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ในด้านต่างๆ และ (2) เพื่อให้ รฟท. มีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการครอบคลุมมิติการดำเนินงานในด้านต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รฟท.

ในการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ จากท่านตอบแบบสอบถามนี้ โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด หรือกรอกตัวเลขลงในช่องว่าง และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยและนำไปปรับปรุงการให้บริการของ รฟท. เป็นสำคัญ

ทางมหาวิทยาลัยบูรพา และ รฟท. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1.1 เพศ

☐ (1) ชาย

☐ (2) หญิง

☐ (3) เพศทางเลือก

1.2 อายุ

☐ (1) 20 ปี หรือน้อยกว่า

☐ (2) 21-30 ปี

☐ (3) 31-40 ปี

☐ (4) 41-50 ปี

☐ (5) 51-60 ปี

☐ (6) ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป

1.3 อาชีพ

☐ (1) นักเรียน/นักศึกษา

☐ (2) รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ

☐ (3) ลูกจ้าง/พนักงานธุรกิจเอกชน

☐ (4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐ (5) ทำไร่/ทำนา/ทำสวน

☐ (6) ข้าราชการบำนาญ

☐ (7) พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐ (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ไม่เกิน 10,000 บาท | ☐ (2) 10,001-20,000 บาท |
| ☐ (3) 20,001-30,000 บาท | ☐ (4) 30,001-40,000 บาท |
| ☐ (5) 40,001-50,000 บาท | ☐ (6) 50,001 บาทขึ้นไป |

2. ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโดยสารรถไฟ

2.1 พฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานีรถไฟ

2.1.1 ท่านใช้บริการสถานีรถไฟโดยมีวัตถุประสงค์ในข้อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ซื้อตั๋วโดยสาร | ☐ (2) เข้าห้องน้ำ |
| ☐ (3) ใช้บริการร้านสะดวกซื้อ | ☐ (4) รอรับ-ส่งญาติพี่น้อง/เพื่อน |
| ☐ (5) ใช้บริการอื่น ๆ ของ รฟท. | ☐ (6) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2.1.2 ส่วนใหญ่ท่านใช้บริการสถานีรถไฟที่ตั้งอยู่ในเส้นทางใด

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ (1) สายเหนือ | ☐ (2) สายตะวันออกเฉียงเหนือ |
| ☐ (3) สายใต้ | |

2.1.3 ส่วนใหญ่ท่านจองหรือซื้อตั๋วโดยสารโดยวิธีใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) สถานีรถไฟ | ☐ (2) ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center 1690) |
| ☐ (3) ตัวแทนจำหน่ายตั๋ว | ☐ (4) เว็บไซต์ www.railway.co.th |
| ☐ (5) แอปพลิเคชัน D-Ticket | |

2.1.4 ส่วนใหญ่ท่านชำระเงินค่าตั๋วโดยสารของ รฟท. ด้วยวิธีการใด

- | | |
|--|--|
| ☐ (1) ชำระเงินสด | ☐ (2) ชำระผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ |
| ☐ (3) ชำระผ่านบัตรเครดิต (VISA/Master card/JCB) | ☐ (4) ชำระผ่านระบบคิวอาร์โค้ด (QR Code) |

2.2 พฤติกรรมการใช้บริการบนขบวนรถไฟ

2.2.1 ท่านใช้บริการขบวนรถไฟมาก – น้อย เพียงใด

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) ใช้บริการทุกวัน | ☐ (2) สัปดาห์ละ 5 ครั้ง |
| ☐ (3) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง | ☐ (4) เดือนละครั้ง |
| ☐ (5) 3 เดือนต่อครั้ง | ☐ (6) 6 เดือนต่อครั้ง |
| ☐ (7) ปีละครั้ง | ☐ (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2.2.2 ส่วนใหญ่ท่านโดยสารรถไฟในช่วงวันใด

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) วันจันทร์ – วันศุกร์ | ☐ (2) วันเสาร์ – วันอาทิตย์ |
| ☐ (3) วันหยุดนักขัตฤกษ์ | ☐ (4) ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส |

2.2.3 ส่วนใหญ่ท่านโดยสารรถไฟในช่วงเวลาใด

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) 06.00 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า) | ☐ (2) 09.01 - 16.30 น. |
| ☐ (3) 16.31 - 19.30 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น) | ☐ (4) 19.31 - 24.00 น. |
| ☐ (5) 24.01 - 05.59 น. | |

2.2.4 เส้นทางการเดินทางที่ท่านใช้บริการเป็นประจำคือเส้นทางใด

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ (1) สายเหนือ | ☐ (2) สายตะวันออกเฉียงเหนือ |
| ☐ (3) สายใต้ | ☐ (4) สายตะวันออก |

2.2.5 ขบวนรถไฟที่ท่านใช้บริการมากที่สุดคือขบวนรถประเภทใด

- | | |
|--|-------------------------------------|
| ☐ (1) รถเร็ว | ☐ (2) รถด่วน |
| ☐ (3) รถด่วนพิเศษ | |

2.2.6 ชั้นโดยสารที่ท่านใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด คือชั้นโดยสารใด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- ☐ (1) รถปรับอากาศนั่งและนอนชั้นที่ 1
- ☐ (2) รถปรับอากาศนั่งและนอนชั้นที่ 2
- ☐ (3) รถโบกี้ที่นั่งและนอนชั้นที่ 2 นอนพัสดลม
- ☐ (4) รถปรับอากาศชั้นที่ 2 นั่งปรับอากาศ
- ☐ (5) รถโบกี้ชั้นที่ 2 นั่งพัสดลม
- ☐ (6) รถโบกี้ชั้นที่ 3

2.2.7 ท่านเดินทางโดยรถไฟโดยมีวัตถุประสงค์ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) พักผ่อน/ท่องเที่ยว | ☐ (2) เรียนหนังสือ |
| ☐ (3) ทำงาน/ทำธุรกิจ | ☐ (4) กลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ |
| ☐ (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

2.2.8 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ รฟท. ผ่านช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) สถานีรถไฟ | ☐ (2) วิทยุ |
| ☐ (3) โทรทัศน์ | ☐ (4) เว็บไซต์ (โปรดระบุ.....) |
| ☐ (5) หนังสือพิมพ์ | ☐ (6) วารสารรถไฟ |
| ☐ (7) แผ่นพับ | ☐ (8) บุคคล |
| ☐ (9) สื่อสังคมออนไลน์ | ☐ (10) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

3. ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการของ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

3.1 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการสถานีรถไฟ

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
3.1.1 กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ						
(1) การซื้อตั๋วที่สถานีรถไฟมีความสะดวก						
(2) การให้บริการจำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานีรถไฟมีความรวดเร็ว						
(3) มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำจุดบริการ						
3.1.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
(1) มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม						
(2) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
(3) ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี						
(4) สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน						
(5) มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการแก่ลูกค้า						
3.1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก						
(1) เก้าอี้สำหรับนั่งพักมีความเพียงพอ						
(2) มีที่จอดรถเพียงพอ						
(3) มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่ตั้งของจุดให้บริการอย่างชัดเจน						
(4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการสตรีมีครรภ์ และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น หรือทางเท้าสำหรับผู้พิการทางสายตา						
(5) มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการเดินทาง						
3.1.4 สภาพแวดล้อมและความสะอาด						
(1) ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ						
(2) ถังขยะมีจำนวนเพียงพอ						
(3) แสงสว่างภายในสถานีรถไฟมีความเพียงพอ						

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
(4) ที่นั่งภายในอาคารและบริเวณพื้นที่โดยรอบ สถานีรถไฟมีความสะอาด และเป็นระเบียบ						
(5) ทางเข้า-ออกสะดวกสบาย ไม่มีสิ่งกีดขวาง การสัญจรโดยรอบสถานีรถไฟ						
(6) เจลล้างมือประจำจุดต่าง ๆ มีเพียงพอต่อ การให้บริการลูกค้า						
3.1.5 ความปลอดภัยจากอาชญากรรม						
(1) มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวัง ความปลอดภัย						
(2) มีกล้องวงจรปิดติดตั้งตามจุดต่าง ๆ						
(3) มีพนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ						
3.1.6 ภาพลักษณ์ด้านต่าง ๆ ของ รฟท. ที่เป็นอย่างอยู่ในปัจจุบัน สร้างความพึงพอใจให้ท่านในระดับใด						
(1) ภาพลักษณ์องค์กร รฟท.						
(2) ภาพลักษณ์ด้านการให้บริการ						
(3) ภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟ						
(4) ภาพลักษณ์ของขบวนรถไฟ						
3.1.7 การแก้ปัญหา การจัดการข้อร้องเรียนด้านการโดยสาร						
(1) ความสะดวกในการแจ้งเรื่องร้องเรียน ด้านการโดยสาร						
(2) ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหา						

3.2 ความพึงพอใจและไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อมาใช้บริการขบวนรถโดยสาร

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมีประสบการณ์ จึงไม่สามารถให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจมากที่สุด	พึงพอใจมาก	พึงพอใจปานกลาง	พึงพอใจน้อย	ไม่พึงพอใจ	
3.2.1 กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ						
(1) ขั้นตอนการจัดที่นั่งให้ตรงกับตัวโดยสาร						
(2) ขั้นตอนการแนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ บนขบวนรถไฟ						
(3) การให้คำแนะนำข้อมูลการเดินทาง เช่น เส้นทาง การเดินทาง จุดจอดสถานีรถไฟ						
(4) มีเจ้าหน้าที่พร้อมให้บริการประจำขบวนรถ						
3.2.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
(1) มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม						
(2) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
(3) ช่วยอำนวยความสะดวก หรือช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี						
(4) สามารถตอบคำถามได้อย่างครบถ้วนชัดเจน						
(5) มีจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เพียงพอต่อการให้บริการผู้โดยสาร						
3.2.3 สิ่งอำนวยความสะดวก						
(1) ที่นั่งมีสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน						
(2) การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มบนรถไฟ						
(3) มีป้าย/สัญลักษณ์บอกตำแหน่งที่นั่ง และเลขตู้โดยสารชัดเจน						
3.2.4 สภาพแวดล้อมและความสะอาด						
(1) ความสะอาดของห้องน้ำ/อ่างล้างหน้า						
(2) ห้องน้ำมีจำนวนเพียงพอ						
(3) ความสะอาดของที่นั่งบนขบวนรถไฟ						
(4) ความสะอาดของเพดาน และชั้นวางของ						
(5) แสงสว่างบนขบวนรถไฟมีความเหมาะสม						
(6) ความเพียงพอของจำนวนถังขยะ						
3.2.5 ความปลอดภัยจากอาชญากรรม						
(1) มีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำขบวนรถ						

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึง พอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
(2) การให้ความช่วยเหลือของเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินเป็นไปด้วยความรวดเร็ว						
(3) มีการประชาสัมพันธ์แจ้งเตือนให้ระมัดระวังความปลอดภัย						
3.2.6 ราคา						
(1) ราคาตัวโดยสารมีความเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน						
(2) ราคาตัวโดยสารของ รฟท. ถูกกว่าการเดินทางประเภทอื่น						
(3) บริการที่ รฟท. ส่งมอบให้แก่ผู้ใช้บริการ มีความคุ้มค่ากับราคาตัวโดยสาร						
3.2.7 ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง						
(1) ขบวนรถไฟออกจากสถานีตามเวลาที่กำหนดไว้						
(2) ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางของท่านตามเวลาที่กำหนดไว้						
(3) มีการแจ้งข่าวสารล่วงหน้าในกรณีที่ขบวนรถไฟถึงจุดหมายปลายทางไม่เป็นไปตามเวลาที่กำหนด						
(4) ความล่าช้าของขบวนรถไฟที่ท่านยอมรับได้ คือ นาที						

4. ตอนที่ 4 ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 ความผูกพันทางความคิด

4.1.1 เมื่อท่านต้องการจะเดินทาง ท่านจะนึกถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นลำดับแรก

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.2 เมื่อเห็นตราสินค้านี้ ท่านสามารถจำได้หรือไม่ว่าเป็นตราสินค้าของหน่วยงานใด



☐ จำไม่ได้ ☐ ไม่แน่ใจ ☐ พอจำได้บ้าง ☐ จำได้ แต่ต้องนึกสักครู่หนึ่ง ☐ จำได้ทันที

4.1.3 ท่านคิดว่า การให้บริการของ รฟท. สามารถตอบสนองความต้องการด้านการเดินทางของท่านได้

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.4 ท่านคิดว่า รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

4.2.1 ท่านมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.2 ท่านมีความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.3 ท่านรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

4.3.1 เมื่อมีผู้ให้บริการรายใหม่ ท่านก็ยังยืนยันที่จะใช้บริการของ รฟท. เช่นเดิม

☐ ใช้บริการ รฟท. แน่นนอน ☐ คิดว่าคงใช้บริการ รฟท. ต่อไป

☐ ไม่แน่ใจ/ขอเปรียบเทียบดูก่อน ☐ อาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการอื่น

☐ เปลี่ยนไปใช้บริการรายใหม่แน่นอน

4.3.2 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ รฟท. จัดขึ้น มาก - น้อย เพียงใด

☐ ไม่เคยเลย ☐ นาน ๆ ครั้ง ☐ เป็นครั้งคราว ☐ บ่อยครั้ง ☐ เข้าร่วมทุกครั้ง

4.3.3 ท่านได้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท. จำนวนกี่ช่องทาง

☐ ไม่ติดตามเลย ☐ ติดตามช่องทางเดียว

☐ ติดตาม 2-3 ช่องทาง ☐ ติดตาม 4 ช่องทาง

☐ ติดตามครบทั้ง 5 ช่องทาง

5. ตอนที่ 5 ความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการ รพท.

5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.1.1 ท่านคิดว่าจะกลับมาใช้บริการของ รพท. อีกหรือไม่

- ☐ (1) กลับมาใช้อย่างแน่นอน (ทำต่อข้อ 5.1.2)
- ☐ (2) อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ทำต่อข้อ 5.1.2)
- ☐ (3) อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)
- ☐ (4) ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)

5.1.2 เหตุผลที่ท่านจะกลับมาใช้บริการของ รพท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) สิ่งอำนวยความสะดวก | ☐ (2) การปรับปรุงภูมิทัศน์ |
| ☐ (3) ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ | ☐ (4) ราคา |
| ☐ (5) เจ้าหน้าที่ | ☐ (6) ความตรงต่อเวลา |
| ☐ (7) การรักษาความปลอดภัย | ☐ (8) การปรับปรุงสถานีใหม่/การก่อสร้างทางคู่ |
| ☐ (9) ความสะดวกในการเดินทางต่อเนื่อง | ☐ (10) ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร |
| ☐ (11) การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถที่ทันสมัย | ☐ (12) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

5.2 การบอกต่อ

5.2.1 หาก รพท. มีข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการ ท่านจะบอกต่อให้คนอื่นทราบหรือไม่

- ☐ (1) บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (2) อาจจะบอกต่อ/แนะนำ (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (3) อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)
- ☐ (4) ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)

5.3)

ท่านเลือกที่จะบอกต่อ/แนะนำแก่บุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการของ รพท. ผ่านทางช่องทางใด

- | | |
|---|---|
| ☐ (1) พูดคุยต่อหน้า | ☐ (2) ไลน์ (LINE) |
| ☐ (3) เฟซบุ๊ก (Facebook) | ☐ (4) อินสตาแกรม (Instagram) |
| ☐ (5) ดิกด็อก (TikTok) | ☐ (6) เอ็กซ์ (X) |
| ☐ (7) ยูทูบ (YouTube) | ☐ (8) โทรศัพท์ |
| ☐ (9) ช่องทางอื่นๆ (โปรดระบุ | |

5.3 การปกป้อง

หากท่านได้ยินบุคคลอื่นกล่าวถึงการให้บริการของ รพท. ในแง่ลบ ท่านยินดีที่จะช่วยแก้ต่างให้หรือไม่

- ☐ (1) ยินดีที่จะแก้ต่างให้
- ☐ (2) ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้ (โปรดระบุสาเหตุ.....)

6. ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการดำเนินงานของ รพท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

6.1 หาก รพท. มีความจำเป็นต้องปรับอัตราค่าโดยสารขึ้น เพื่อลดภาวะขาดทุนและให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

☐ (1) ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

☐ (2) ไม่เห็นด้วย

☐ (3) ไม่แน่ใจ

☐ (4) เห็นด้วย

☐ (5) เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6.2 หากมีการปรับราคาตามข้อ 6.1 ท่านคิดว่าอัตราค่าโดยสารที่ยอมรับให้ปรับขึ้นราคาได้ไม่เกินร้อยละ

6.3 การเดินทางเชื่อมต่อจากสถานีรถไฟที่ท่านใช้บริการเป็นประจำไปยังจุดหมายปลายทางของท่าน ท่านคิดว่าควรมีบริการเสริมอื่น ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นอย่างไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ (1) ไม่ต้องการบริการเสริม

☐ (2) บริการข้อมูลเกี่ยวกับรถโดยสารสาธารณะ/รถเช่า

☐ (3) จัดจุดบริการรถสาธารณะรับ – ส่งผู้โดยสาร

☐ (4) จัดจุดบริการรถยนต์ส่วนบุคคลรับ – ส่งผู้โดยสารโดยเฉพาะ

☐ (5) อื่น ๆ (โปรดระบุ))

6.4 ท่านเคยใช้บริการแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกนะ” ของ รพท. หรือไม่

☐ (1) เคยใช้

☐ (2) ไม่เคยใช้ (ข้ามไปตอนที่ 7)

6.5 ท่านคิดว่าการที่ รพท. นำแอปพลิเคชัน “เหม็นบอกนะ” มาช่วยปรับปรุงกระบวนการรักษาความสะอาดของห้องน้ำนั้น ช่วยทำให้ห้องน้ำมีความสะอาดมากขึ้นกว่าเดิมหรือไม่

☐ (1) สะอาดขึ้นกว่าเดิมมาก

☐ (2) สะอาดขึ้นกว่าเดิมบ้าง

☐ (3) ไม่แน่ใจ

☐ (4) ไม่น่าจะสะอาดขึ้นกว่าเดิม

7. ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถามชุดที่ 3 สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าเหมาคัน (แต่ละประเภทสินค้า)



แบบสอบถามความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของงานจ้างที่ปรึกษาโครงการสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2567 โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ ความผูกพัน และความภักดีของลูกค้าของ รฟท. ในด้านต่าง ๆ และ (2) เพื่อให้ รฟท. มีแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการครอบคลุมมิติการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของ รฟท.

ในการนี้จึงขอความอนุเคราะห์ จากท่านตอบแบบสอบถามนี้ โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงไปในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด หรือกรอกตัวเลขลงในช่องว่าง และกรุณาตอบให้ครบทุกข้อ ซึ่งข้อมูลจะถูกนำไปใช้เพื่อการวิจัยและนำไปปรับปรุงการให้บริการของ รฟท. เป็นสำคัญ

ทางมหาวิทยาลัยบูรพา และ รฟท. หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี จึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

1. ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

1.1 ประเภทกิจการ

- ☐ (1) เอกชน ☐ (2) หน่วยงานราชการ
☐ (3) อื่น ๆ (โปรดระบุ

1.2 ชื่อองค์กร

2. ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการขนส่งสินค้าของลูกค้า

2.1 กลุ่มผู้ใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ (1) กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำมัน ปูนซีเมนต์ผง ปูนซีเมนต์ถุง
☐ (2) กลุ่มคอนเทนเนอร์ เช่น คอนเทนเนอร์ ไอซีดี ลาตกระบัง คอนเทนเนอร์ทั่วไป คอนเทนเนอร์ Land Bridge
คอนเทนเนอร์อินเตอร์ สปป.ลาว
☐ (3) กลุ่มสินค้าอื่น ๆ เช่น สินค้าราชการ สินค้าทั่วไป

2.2 ประเภทสินค้าที่ใช้บริการขนส่งกับ รถพ. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| ☐ (1) ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูป (Petroleum) | ☐ (2) น้ำมันดิบ (Crude Oli) |
| ☐ (3) ก๊าซ แอลพีจี. (Gas LPG.) | ☐ (4) ปูนซีเมนต์ผง, ปูนซีเมนต์ถุง |
| ☐ (5) คอนเทนเนอร์ ไอซีดี ลาดกระบ้ง | ☐ (6) คอนเทนเนอร์ทั่วไป |
| ☐ (7) คอนเทนเนอร์มาตาทุต-แหลมฉบัง | ☐ (8) คอนเทนเนอร์ Land Bridge |
| ☐ (9) คอนเทนเนอร์อินเตอร์ สปป.ลาว | ☐ (10) สินค้าราชการ |
| ☐ (11) สินค้าทั่วไป | |

2.3 เส้นทางขนส่งสินค้าทางรถไฟที่ท่านเคยใช้บริการ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---------------------------------------|--|
| ☐ (1) สายเหนือ | ☐ (2) สายตะวันออกเฉียงเหนือ |
| ☐ (3) สายใต้ | ☐ (4) สายตะวันออก |

2.4 หน่วยงานของท่านใช้บริการรถไฟมาก - น้อย เพียงใด

- | | |
|--|---|
| ☐ (1) ใช้บริการทุกวัน | ☐ (2) สัปดาห์ละ 5 ครั้ง |
| ☐ (3) สัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง | ☐ (4) เดือนละครั้ง |
| ☐ (5) 3 เดือนต่อครั้ง | ☐ (6) 6 เดือนต่อครั้ง |
| ☐ (7) ปีละครั้ง | ☐ (8) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) |

2.5 หน่วยงานของท่านใช้ปริมาณการขนส่งมาก - น้อย เพียงใด

- | | |
|--|--|
| ☐ (1) น้อยกว่า 2,000 ตัน/เดือน | ☐ (2) ตั้งแต่ 2,001 – 5,000 ตัน/เดือน |
| ☐ (3) ตั้งแต่ 5,001 – 8,000 ตัน/เดือน | ☐ (4) ตั้งแต่ 8,001 ตัน/เดือนขึ้นไป |

2.6 เหตุผลที่หน่วยงานของท่านเลือกขนส่งสินค้ากับ รถพ. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ (1) ราคาถูก | ☐ (2) บรรทุกได้จำนวนมาก |
| ☐ (3) เชื้อเพลิงการขนส่งระหว่างประเทศ | ☐ (4) ปลอดภัย |
| ☐ (5) สะดวก | ☐ (6) ช่วยลดมลภาวะ |
| ☐ (7) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....) | |

3. ตอนที่ 3 ความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึงพอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
3.1 กระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ						
(1) ขั้นตอนการติดต่อและประสานงาน ด้านการให้บริการขนส่งสินค้าจากเจ้าหน้าที่ รฟท.						
(2) ขั้นตอนการติดตามสถานะของขบวนรถจาก เจ้าหน้าที่ รฟท.						
(3) ความตรงต่อเวลาของขบวนรถสินค้า						
(4) กระบวนการขนส่งสินค้ามีความปลอดภัย						
(5) ขั้นตอนการให้บริการต่าง ๆ โดยภาพรวม เป็นไปด้วยความรวดเร็ว						
3.2 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ						
(1) มีความสุภาพ และแต่งกายอย่างเหมาะสม						
(2) มีความกระตือรือร้นในการให้บริการ						
(3) ช่วยเหลือ และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี						
(4) มีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการให้บริการ						
(5) มีเจ้าหน้าที่ดูแลประสานงานแก้ไขปัญหา ที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที						
3.3 สิ่งอำนวยความสะดวก						
(1) ความชัดเจนของป้าย/สัญลักษณ์ที่ให้คำแนะนำ การบริการในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า						
(2) มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ในการเดินรถที่ดีขึ้น						
(3) มีพื้นที่ขนถ่ายสินค้าที่เหมาะสม และเพียงพอ						
3.4 สภาพแวดล้อมและความสะอาด						
(1) ความสะอาดของย่านขนส่งสินค้า						
(2) พื้นที่ขนถ่ายสินค้าสะดวกต่อการขนถ่ายสินค้า						
(3) ทางเข้า-ออกย่านขนส่งสินค้ามีความสะดวก						
(4) แสงสว่างภายในย่านขนส่งสินค้าเพียงพอ						

ประเด็นความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ					ไม่เคยมี ประสบการณ์ จึงไม่สามารถ ให้ข้อมูลได้
	พึงพอใจ มากที่สุด	พึง พอใจ มาก	พึงพอใจ ปาน กลาง	พึงพอใจ น้อย	ไม่ พึงพอใจ	
3.5 ความปลอดภัยจากอาชญากรรม						
(1) กล้องวงจรปิดประจำจุดต่าง ๆ						
(2) พนักงานรักษาความปลอดภัยประจำจุดต่าง ๆ						
3.6 ความเพียงพอของจำนวนรถสินค้า						
(1) มีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ						
(2) รถสินค้ามีสภาพสมบูรณ์						
3.7 ความล่าช้าของขบวนรถ						
(1) ขบวนรถไฟสามารถขนส่งสินค้าไปยังจุดหมาย ปลายทางได้ตามเวลาที่กำหนด						
(2) ความล่าช้าของขบวนรถที่ท่านยอมรับได้ คือ นาที (ไม่รวมความล่าช้าที่เกิดจากกระบวนการขนถ่ายสินค้า)						

4. ตอนที่ 4 ความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่สอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 ความผูกพันทางความคิด

4.1.1 เมื่อท่านต้องการจะเดินทาง ท่านจะนึกถึงการให้บริการของ รฟท. เป็นลำดับแรก

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.2 เมื่อเห็นตราสินค้านี้ ท่านสามารถจำได้หรือไม่ว่าเป็นตราสินค้าของหน่วยงานใด



☐ จำไม่ได้ ☐ ไม่แน่ใจ ☐ พอจำได้บ้าง ☐ จำได้ แต่ต้องนึกสักครู่หนึ่ง ☐ จำได้ทันที

4.1.3 ท่านคิดว่าการให้บริการของ รฟท. สามารถตอบสนองความต้องการด้านการเดินทางของท่านได้

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.1.4 ท่านคิดว่า รฟท. เป็นองค์กรที่มีการให้บริการด้านการขนส่งทางรางที่คุ้มค่า

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2 ความผูกพันทางอารมณ์

4.2.1 ท่านมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.2 ท่านมีความรู้สึกพึงพอใจเมื่อได้ใช้บริการของ รฟท.

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.2.3 ท่านรู้สึกไม่พอใจ เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ รฟท. ที่ไม่ดี

☐ น้อยที่สุด ☐ น้อย ☐ ปานกลาง ☐ มาก ☐ มากที่สุด

4.3 ความผูกพันทางพฤติกรรม

4.3.1 เมื่อมีผู้ให้บริการรายใหม่ ท่านก็ยังยืนยันที่จะใช้บริการของ รฟท. เช่นเดิม

☐ ใช้บริการ รฟท. แน่นนอน ☐ คิดว่าคงใช้บริการ รฟท. ต่อไป

☐ ไม่แน่ใจ/ขอเปรียบเทียบดูก่อน ☐ อาจจะเปลี่ยนไปใช้บริการอื่น

☐ เปลี่ยนไปใช้บริการรายใหม่แน่นอน

4.3.2 ท่านเคยเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ (Event) ที่ รฟท. จัดขึ้น มาก - น้อย เพียงใด

☐ ไม่เคยเลย ☐ นาน ๆ ครั้ง ☐ เป็นครั้งคราว ☐ บ่อยครั้ง ☐ เข้าร่วมทุกครั้ง

4.3.3 ท่านได้ติดตามเครือข่ายสังคมออนไลน์ของ รฟท. จำนวนกี่ช่องทาง

☐ ไม่ติดตามเลย ☐ ติดตามช่องทางเดียว

☐ ติดตาม 2-3 ช่องทาง ☐ ติดตาม 4 ช่องทาง

☐ ติดตามครบทั้ง 5 ช่องทาง

5. ตอนที่ 5 ความภักดีของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ รฟท.

คำชี้แจง: ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

5.1 การกลับมาใช้บริการซ้ำ

5.1.1 ท่านต้องการจะกลับมาใช้บริการของ รฟท. อีกหรือไม่

☐ (1) กลับมาใช้อย่างแน่นนอน (ทำต่อข้อ 5.1.2)

☐ (2) อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ (ทำต่อข้อ 5.1.2)

☐ (3) อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)

☐ (4) ไม่กลับมาใช้บริการอีกแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....)
(ข้ามไปข้อ 5.2)

5.1.2 เหตุผลที่ท่านต้องการจะกลับมาใช้บริการของ รฟท. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ (1) สิ่งอำนวยความสะดวก

☐ (2) การปรับปรุงภูมิทัศน์

☐ (3) ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ

☐ (4) ราคา

☐ (5) เจ้าหน้าที่

☐ (6) ความตรงต่อเวลา

☐ (7) การรักษาความปลอดภัย

☐ (8) การปรับปรุงสถานีใหม่

☐ (9) การก่อสร้างทางคู่

☐ (10) ความสะดวกในการจองและซื้อตั๋วโดยสาร

☐ (11) การพัฒนาระบบติดตามขบวนรถที่ทันสมัย

☐ (12) อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5.2 การบอกต่อ

5.2.1 หาก รพท. มีข่าวสารใดที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ให้บริการ ท่านต้องการจะบอกต่อแก่บุคคลอื่นให้ได้รับทราบ เช่นเดียวกับท่าน

- ☐ (1) บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (2) อาจจะบอกต่อ/แนะนำ (ทำต่อข้อ 5.2.2)
- ☐ (3) อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)
- ☐ (4) ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน (โปรดระบุสาเหตุ.....) (ข้ามไปทำข้อ 5.3)

5.2.2 ท่านจะบอกต่อ/แนะนำแก่บุคคลใดบ้าง ให้มาใช้บริการของ รพท.

- ☐ (1) ผู้ประกอบการขนส่งรายอื่น
- ☐ (2) เจ้าของสินค้า
- ☐ (3) บุคคลในองค์กร
- ☐ (4) อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5.2.3 ท่านเลือกที่จะบอกต่อ/แนะนำแก่บุคคลอื่น ๆ ให้มาใช้บริการของ รพท. ผ่านทางช่องทางใด

- ☐ (1) พูดคุยต่อหน้า
- ☐ (2) ไลน์ (LINE)
- ☐ (3) เฟซบุ๊ก (Facebook)
- ☐ (4) อินสตาแกรม (Instagram)
- ☐ (5) ตี๊กต็อก (TikTok)
- ☐ (6) เอ็กซ์ (X)
- ☐ (7) ยูทูบ (YouTube)
- ☐ (8) โทรศัพท์
- ☐ (9) ช่องทางอื่นๆ (โปรดระบุ

5.3 การปกป้อง

หากท่านได้ยินบุคคลอื่นกล่าวถึงการบริการของ รพท. ในแง่ลบ ท่านยินดีที่จะแก้ต่างให้หรือไม่

- ☐ (1) ยินดีที่จะแก้ต่างให้
- ☐ (2) ไม่ยินดีที่จะแก้ต่างให้ (โปรดระบุสาเหตุ.....)

6. ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

.....

.....

.....

.....



“งานจ้างที่ปรึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความภักดีของลูกค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2567”

ภาคผนวก ข

ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูล









