



บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ประจำปีงบประมาณ 2561



สารบัญ

	หน้า
สารบัญ	(i)
สารบัญตาราง	(ii)
สารบัญภาพ	(iv)
ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๑
ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๒๐
ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)	๒๗
ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)	๓๑
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๓๔
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๓๖
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสาร ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)	๓๗
ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)	๓๗
แผนงานโครงการด้านการโดยสาร	๓๘
แผนงานโครงการด้านการขนส่งสินค้า	๔๑
แผนการปรับปรุงพัฒนาบริการ	๔๖
แผนการเพิ่มรายได้	๔๗
บรรณานุกรม	๕๐

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๑	เหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟ (เรียงลำดับ ๑-๕)	๖
๒	ร้อยละของแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๗
๓	ร้อยละของวิธีจอง/ซื้อตั๋วโดยสาร	๗
๔	ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) นโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๑๓
๕	ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๑๔
๖	ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ประสบการณ์ผู้โดยสารในการใช้บริการโดยสารระบบราง (Railway Passengers Journey Experience) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๑๖
๗	ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๑๗
๘	ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการบอกต่อ/แนะนำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	๑๗
๙	จำนวนที่เลือกอันดับความสำคัญเหตุผลที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)	๒๑
๑๐	ความถี่และร้อยละแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการปัจจุบัน	๒๒
๑๑	ความถี่และร้อยละการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย	๒๔
๑๒	ความถี่และร้อยละการบอกต่อของผู้ให้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย	๒๕
๑๓	สัดส่วนจำนวนผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่ขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (เรียงลำดับ ๑-๕)	๒๘

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
๑๔	ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการที่อยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ปรับปรุง สร้างความเชื่อมั่น	๒๙
๑๕	ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่จะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	๒๙
๑๖	สัดส่วนจำนวนผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่ขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (เรียงลำดับ ๑-๓)	๓๑
๑๗	ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการที่อยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ปรับปรุงสร้างความเชื่อมั่น	๓๒
๑๘	ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่จะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	๓๒
๑๙	ความถี่ของผู้ที่เลิกใช้บริการที่เสนอแนะอยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในการ ส่งเสริมความเชื่อมั่นเพื่อให้ท่านหันมาเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	๓๓
๒๐	แผนงานโครงการด้านการโดยสาร	๓๘
๒๑	แผนงานโครงการด้านการขนส่งสินค้า	๔๑
๒๒	การจัดทำโครงการในระยะต่างๆ	๔๓
๒๓	แผนการปรับปรุงพัฒนาบริการ	๔๖
๒๔	แผนการเพิ่มรายได้	๔๗
๒๕	แผนการปฏิบัติงานระยะเวลา ๕ ปี (๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑-๓๐ กันยายน ๒๕๖๖)	๔๘

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
๑	สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามสายการเดินรถ	๒
๒	สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามขบวนรถประเภทต่างๆ	๒
๓	สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามชั้นโดยสารประเภทต่างๆ	๓
๔	ร้อยละของความถี่ในการใช้บริการ	๓
๕	ร้อยละของช่วงวันเดินทาง	๔
๖	ร้อยละของช่วงเวลาเดินทาง	๔
๗	ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางโดยรถไฟฟ้าต่อครั้ง	๕
๘	ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง	๕
๙	ร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	๖
๑๐	ร้อยละของช่องทางในการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร	๘
๑๑	ร้อยละของช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	๘
๑๒	ร้อยละของการเลือกใช้บริการจากนโยบายภาครัฐ	๙
๑๓	ร้อยละของการไปถึงจุดหมายปลายทางตามที่ระบุไว้ในตั๋วโดยสาร	๑๐
๑๔	ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้าของผู้ใช้บริการโดยสารปัจจุบัน	๑๐
๑๕	ความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยโดยภาพรวม	๑๑
๑๖	ร้อยละของการกลับมาใช้บริการซ้ำ	๑๑
๑๗	ร้อยละของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๒๐
๑๘	ร้อยละของความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)	๒๐
๑๙	ร้อยละของเส้นทางการขนส่งสินค้าทางรถไฟของผู้ใช้บริการปัจจุบัน	๒๑

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
๒๐	ร้อยละของช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟแห่งประเทศไทย ของผู้ใช้บริการปัจจุบัน	๒๒
๒๑	ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงก่อนเวลาของผู้ใช้บริการปัจจุบัน	๒๓
๒๒	ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้าของผู้ใช้บริการปัจจุบัน	๒๔

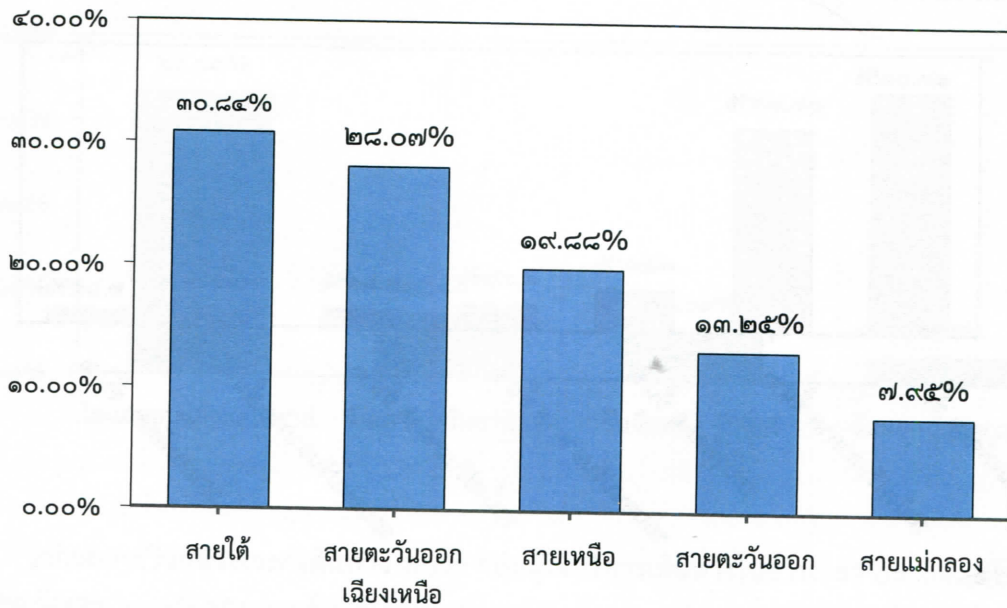
บทสรุปผู้บริหาร

โครงการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๖๑ มีวัตถุประสงค์ ๓ ข้อ อันประกอบไปด้วย (๑) เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ในมิติการดำเนินงานด้านกระบวนการ ขั้นตอน และระยะเวลาการให้บริการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกสภาพแวดล้อมและความสะอาด ความปลอดภัย การป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุและอาชญากรรม เวลาและการล่าช้าของขบวนรถ และด้านอื่นๆ อาทิเช่น ความเพียงพอของจำนวนตู้โดยสารและตู้หรือแคร่บรรทุกสินค้า การยอมรับของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับระยะเวลาที่ขบวนรถมาถึงก่อนเวลาหรือล่าช้า ตลอดจนข้อเสนอแนะอื่นๆ ในภาพรวม (๒) เพื่อสำรวจและประเมินปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในภาพรวม และ (๓) เพื่อให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยมีข้อมูลและแนวทางที่จะนำไปใช้ประกอบการวางแผน พัฒนา ปรับปรุงการให้บริการในมิติการดำเนินงานด้านต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ยุทธศาสตร์กระทรวง และยุทธศาสตร์ของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในภาพรวม ซึ่งใช้การวิจัยเชิงปริมาณโดยการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผ่านการนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบก่อน (Pre-Test) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๓๐ ชุด และใช้การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach Lee J, ๑๙๗๐) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจัดเก็บกับกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น ๑,๓๓๘ ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น ๔ กลุ่ม อันประกอบด้วย (๑) กลุ่มผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารเชิงสังคม ๔๐๐ ตัวอย่าง และเชิงพาณิชย์ ๔๓๐ ตัวอย่าง (๒) กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าจำนวน ๑๒๒ ตัวอย่าง (๓) กลุ่มผู้ใช้บริการโดยสารประเภทอื่นที่เคยใช้บริการของ การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยจำนวน ๒๓๓ ตัวอย่าง และ (๔) กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าประเภทอื่นที่เคยใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย จำนวน ๑๕๓ ตัวอย่าง การวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเพื่อหาค่าความแตกต่าง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ สถิติ t-test สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR)

ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)

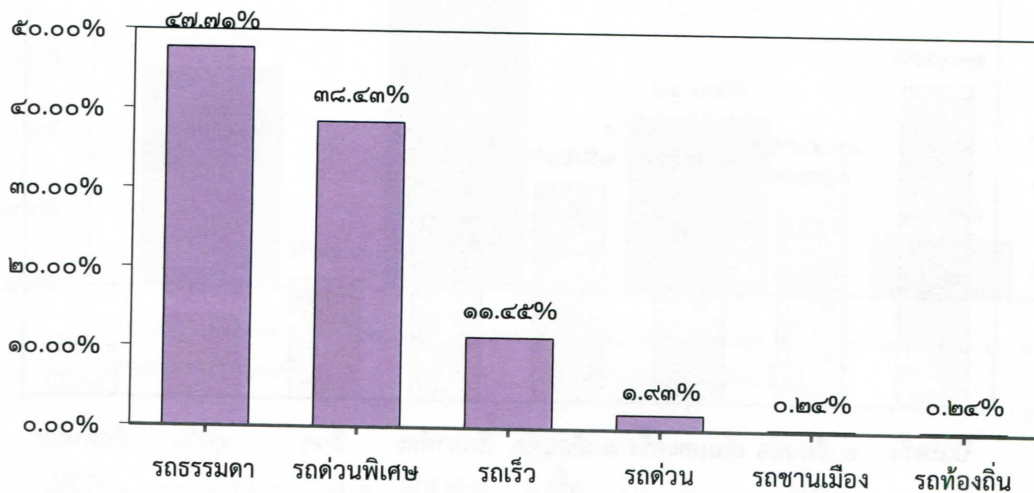
ผลการวิจัยผู้ให้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารในภาพรวม พบว่า สายการเดินรถที่ใช้บริการกลุ่มผู้ใช้บริการสายใต้ มากที่สุด ร้อยละ ๓๐.๘๔ รองลงมาคือ สายตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๒๘.๐๗ สายเหนือ ร้อยละ ๑๙.๘๘ สายตะวันออก ร้อยละ ๑๓.๒๕ และน้อยที่สุดคือ สายแม่กลอง ร้อยละ ๗.๙๕

ภาพที่ ๑ สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามสายการเดินรถ



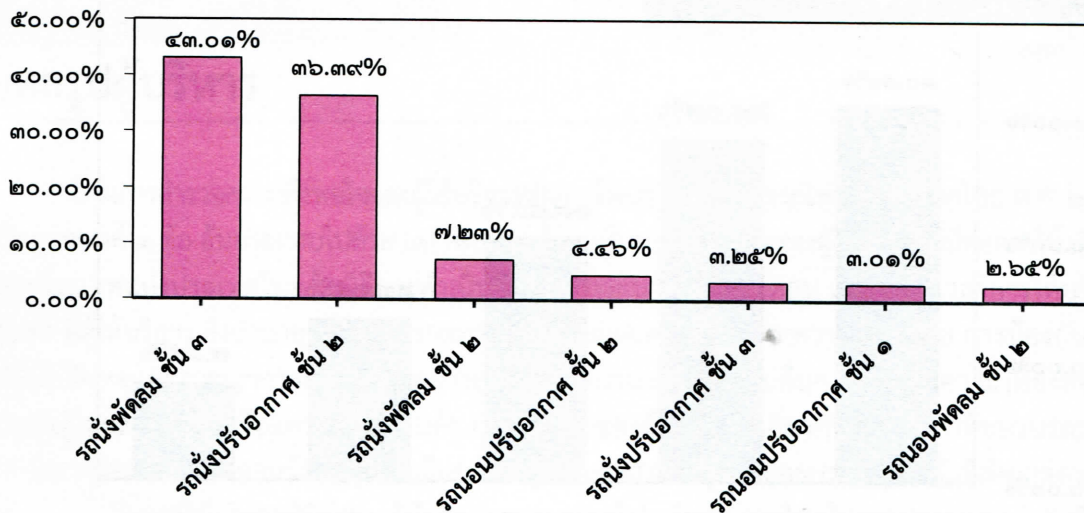
ประเภทขบวนรถที่ใช้บริการ กลุ่มผู้ใช้บริการขบวนรถธรรมดามากที่สุด ร้อยละ ๔๗.๗๑ รองลงมาคือ ขบวนรถด่วนพิเศษ ร้อยละ ๓๘.๔๓ ขบวนรถเร็ว ร้อยละ ๑๑.๔๕ ขบวนรถด่วน ร้อยละ ๑.๙๓ และน้อยที่สุดคือ ขบวนรถชานเมือง เท่ากันกับ ขบวนรถท้องถิ่น ร้อยละ ๐.๒๔

ภาพที่ ๒ สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามขบวนรถประเภทต่างๆ



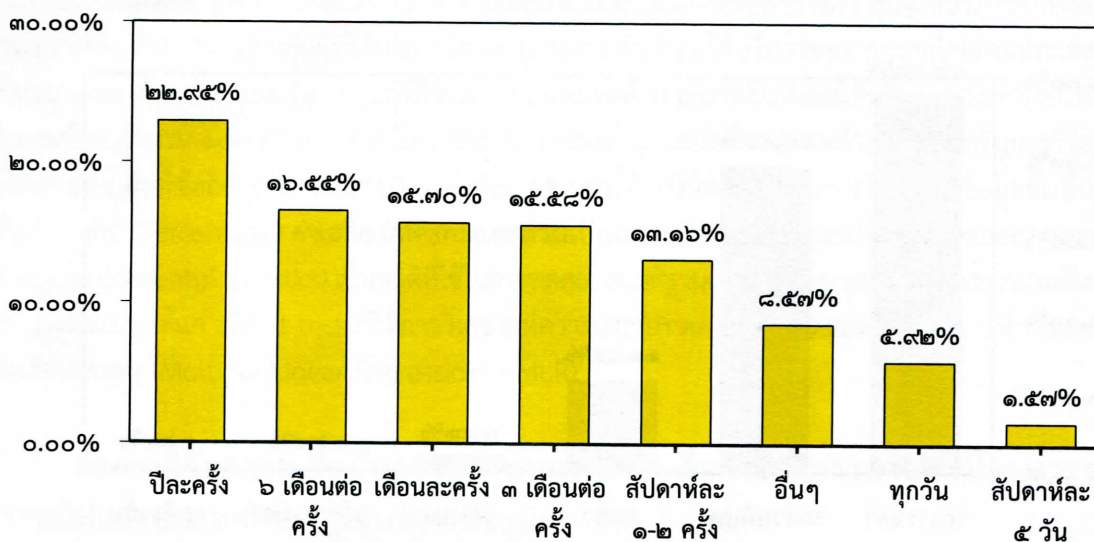
ชั้นโดยสารที่ใช้บริการ กลุ่มผู้ใช้บริการใช้บริการรถนั่งพัดลม ชั้น ๓ มากที่สุด ร้อยละ ๔๓.๐๑ รองลงมาคือ รถนั่งปรับอากาศ ชั้น ๒ ร้อยละ ๓๖.๓๙ รถนั่งพัดลม ชั้น ๒ ร้อยละ ๗.๒๓ รถนอนปรับอากาศ ชั้น ๒ ร้อยละ ๔.๔๖ รถนั่งปรับอากาศ ชั้น ๓ ร้อยละ ๓.๒๕ รถนอนปรับอากาศ ชั้น ๑ ร้อยละ ๓.๐๑ และน้อยที่สุดคือ รถนอนพัดลม ชั้น ๒ ร้อยละ ๒.๖๕

ภาพที่ ๓ สัดส่วนการใช้บริการขบวนรถโดยสารโดยภาพรวมจำแนกตามชั้นโดยสารประเภทต่างๆ



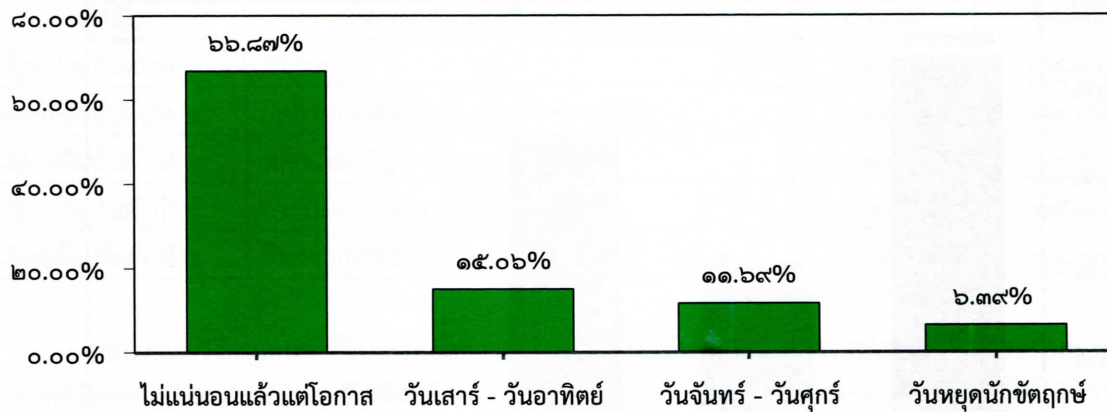
จากผลการวิจัยความถี่ในการใช้บริการ พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการใช้บริการปีละครั้งมากที่สุดร้อยละ ๒๒.๙๕ รองลงมาคือ ใช้บริการ ๖ เดือนต่อครั้ง ร้อยละ ๑๖.๕๕ ใช้บริการ เดือนละครั้ง ร้อยละ ๑๕.๗๐ ใช้บริการ ๓ เดือนต่อครั้ง ร้อยละ ๑๕.๕๘ ใช้บริการ สัปดาห์ละ ๑-๒ ครั้ง ร้อยละ ๑๓.๑๖ ใช้บริการความถี่อื่นๆ ร้อยละ ๘.๕๗ ใช้บริการทุกวัน ร้อยละ ๕.๙๒ และน้อยที่สุดคือ ใช้บริการสัปดาห์ละ ๕ วัน ร้อยละ ๑.๕๗

ภาพที่ ๔ ร้อยละของความถี่ในการใช้บริการ



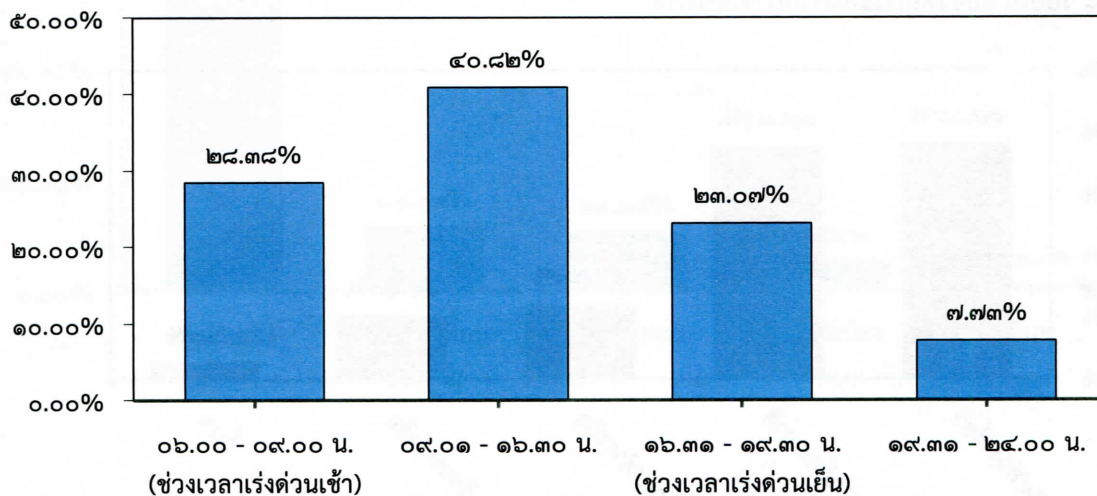
จากผลการวิจัยช่วงวันเดินทาง พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการมีช่วงวันเดินทางที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสมากที่สุด ร้อยละ ๖๖.๘๗ รองลงมาคือ เดินทางในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ร้อยละ ๑๕.๐๖ เดินทางในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ร้อยละ ๑๑.๖๙ และน้อยที่สุดคือ เดินทางในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ ร้อยละ ๖.๓๙

ภาพที่ ๕ ร้อยละของช่วงวันเดินทาง



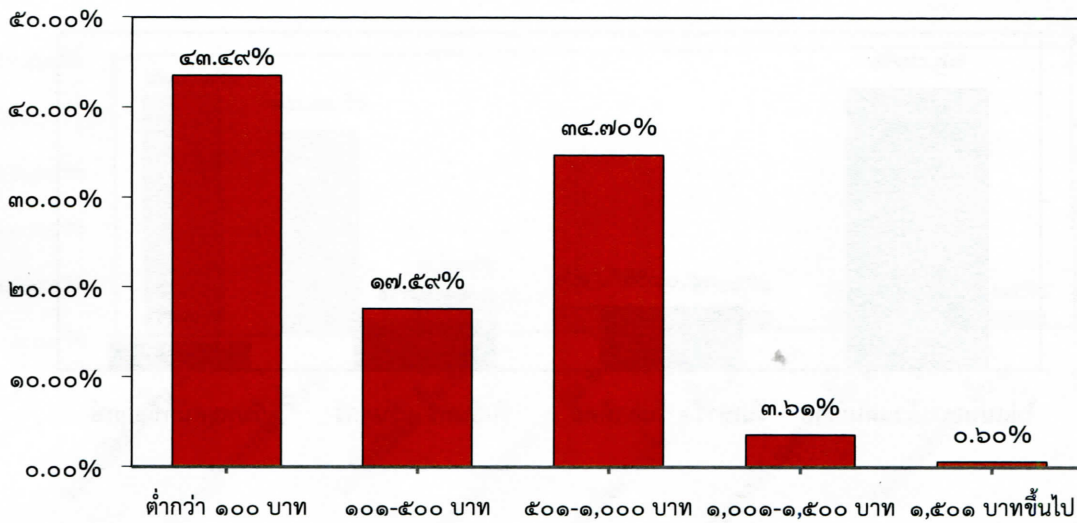
จากผลการวิจัยช่วงเวลาเดินทาง พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเดินทางในช่วงเวลา ๐๙.๐๑-๑๖.๓๐ น. มากที่สุด ร้อยละ ๔๐.๘๒ รองลงมาคือ เดินทางในช่วงเวลา ๐๖.๐๐-๐๙.๐๐ น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเช้า) ร้อยละ ๒๘.๓๘ เดินทางในช่วงเวลา ๑๖.๓๑ - ๑๙.๓๐ น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนเย็น) ร้อยละ ๒๓.๐๗ และน้อยที่สุดคือ เดินทางในช่วงเวลา ๑๙.๓๑ - ๒๔.๐๐ น. ร้อยละ ๗.๗๓

ภาพที่ ๖ ร้อยละของช่วงเวลาเดินทาง



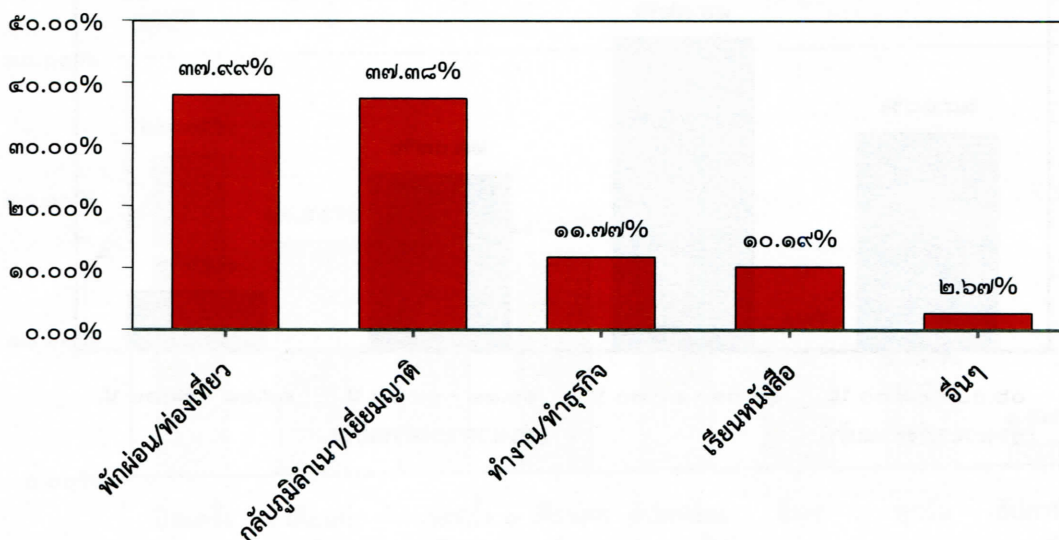
จากผลการวิจัยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางโดยรถไฟฟ้าต่อครั้ง พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยรถไฟฟ้าต่อครั้งเฉลี่ย ต่ำกว่า ๑๐๐ บาท มากที่สุด ร้อยละ ๔๓.๔๙ รองลงมาคือ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ๕๐๑-๑,๐๐๐ บาท ร้อยละ ๓๔.๗๐ ๑๐๑-๕๐๐ บาท ร้อยละ ๑๗.๕๙ ๑,๐๐๑-๑,๕๐๐ บาท ร้อยละ ๓.๖๑ และน้อยที่สุดคือ ตั้งแต่ ๑,๕๐๑ บาทขึ้นไป ร้อยละ ๐.๖๐

ภาพที่ ๗ ร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเดินทางโดยรถไฟฟ้าต่อครั้ง



จากผลการวิจัยร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการเดินทางเพื่อพักผ่อน/ท่องเที่ยวมากที่สุด ร้อยละ ๓๗.๙๙ รองลงมาคือ เดินทางเพื่อกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ ร้อยละ ๓๗.๓๘ ทำงาน/ทำธุรกิจ ร้อยละ ๑๑.๗๗ เรียนหนังสือ ร้อยละ ๑๐.๑๙ และน้อยที่สุดคือ เดินทาง เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ ร้อยละ ๒.๖๗

ภาพที่ ๘ ร้อยละของวัตถุประสงค์ในการเดินทาง



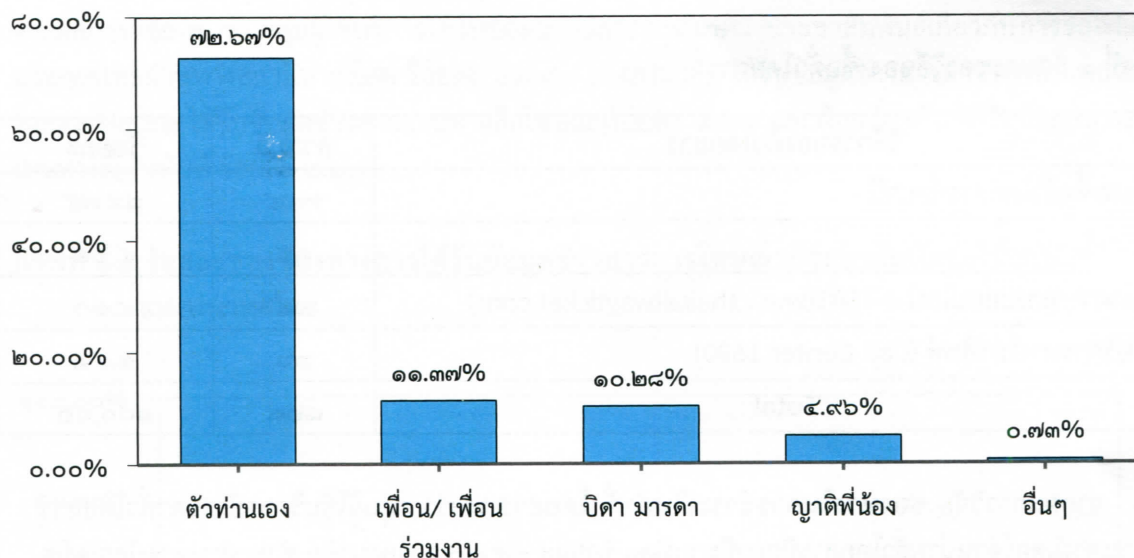
จากผลการวิจัยเหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟฟ้า พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เลือกเดินทางโดยรถไฟฟ้าเป็นเพราะราคาถูก โดยเลือกข้อนี้เป็นอันดับ ๑ ร้อยละ ๔๘.๔๔ ส่วนเหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟฟ้าเป็นอันดับที่ ๒ คือ มีความปลอดภัยสูงกว่าการขนส่งอื่นๆ ร้อยละ ๒๙.๔๒ อันดับที่ ๓ คือ หลีกเลียงปัญหาการจราจร ร้อยละ ๑๖.๕๙ อันดับที่ ๔ คือ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ร้อยละ ๑๔.๓๘ และอันดับที่ ๕ คือ ขึ้นขบวนบรรยากาศในการเดินทาง ร้อยละ ๑๔.๐๔

ตารางที่ ๑ เหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟ (เรียงลำดับ ๑-๕)

ลำดับ	เหตุผลที่เลือกเดินทางโดยรถไฟ	จำนวน	ร้อยละ
เลือกเป็นอันดับที่ ๑	ราคาถูก	๓๑๐	๔๘.๔๔
เลือกเป็นอันดับที่ ๒	มีความปลอดภัยสูงกว่าการขนส่งอื่นๆ	๑๕๘	๒๔.๔๒
เลือกเป็นอันดับที่ ๓	หลีกเลี่ยงปัญหาการจราจร	๑๐๘	๑๖.๕๙
เลือกเป็นอันดับที่ ๔	ความสะดวกสบายในการเดินทาง	๙๑	๑๔.๓๘
เลือกเป็นอันดับที่ ๕	ขึ้นขบวนบรรยากาศในการเดินทาง	๗๕	๑๑.๐๔

จากผลการวิจัยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยมากที่สุด คือ ตัวผู้ให้บริการเอง ร้อยละ ๗๒.๖๗ รองลงมาคือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ ๑๑.๓๗ บิดามารดา ร้อยละ ๑๐.๒๘ ญาติพี่น้อง ร้อยละ ๔.๙๖ และน้อยที่สุดคือบุคคลอื่นๆ ร้อยละ ๐.๗๓

ภาพที่ ๙ ร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย



จากผลการวิจัย แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่า แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มากที่สุด คือ กลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการ ร้อยละ ๒๗.๔๘ รองลงมาคือ เครือข่ายสังคมออนไลน์ ร้อยละ ๒๕.๕๑ กลุ่มเพื่อน/บุคคลใกล้ชิด ร้อยละ ๒๑.๘๗ แอปพลิเคชัน (Application) ติดตามขบวนรถ TTS ร้อยละ ๑๐.๔๒ สื่อโฆษณาต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ) ร้อยละ ๘.๘๙ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (หนังสือพิมพ์/วารสารรถไฟสัมพันธ์/โบรชัวร์) ร้อยละ ๔.๒๓ และน้อยที่สุดคือ แหล่งข้อมูลอื่นๆ ร้อยละ ๑.๖๐

ตารางที่ ๒ ร้อยละของแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ที่เคยใช้บริการ	๓๗๗	๒๗.๔๘
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Website/Facebook/Instagram/Line)	๓๕๐	๒๕.๕๑
กลุ่มเพื่อน/บุคคลใกล้ชิด	๓๐๐	๒๑.๘๗
แอปพลิเคชัน (Application) ติดตามขบวนรถ TTS	๑๔๓	๑๐.๔๒
สื่อโฆษณาต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ)	๑๒๒	๘.๘๙
สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (หนังสือพิมพ์/วารสารรถไฟสัมพันธ์/โบรชัวร์)	๕๘	๔.๒๓
อื่นๆ	๒๒	๑.๖๐
รวม	๑,๓๗๒	๑๐๐.๐๐

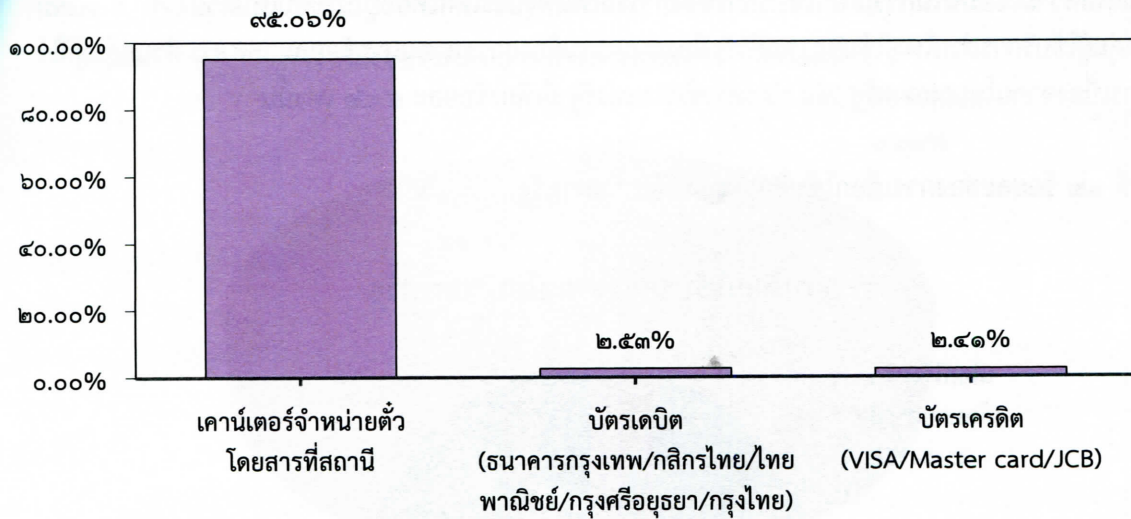
จากผลการวิจัย **วิธีจอง/ซื้อตั๋วโดยสาร** พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการจองและซื้อตั๋วโดยสารที่เคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานีมากที่สุด ร้อยละ ๘๙.๗๕ รองลงมาคือ จองและซื้อตั๋วโดยสารผ่านตัวแทนจำหน่ายตั๋ว ร้อยละ ๔.๒๒ จองตั๋วผ่านระบบออนไลน์ e-TSRT (www.thairailwayticket.com) ร้อยละ ๔.๑๐ และน้อยที่สุดคือ ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center ๑๖๙๐) ร้อยละ ๑.๙๓

ตารางที่ ๓ ร้อยละของวิธีจอง/ซื้อตั๋วโดยสาร

วิธีการจองตั๋วโดยสาร	ความถี่	ร้อยละ
จองและซื้อตั๋วโดยสารที่สถานี	๗๔๔	๘๙.๗๕
ตัวแทนจำหน่ายตั๋ว	๓๕	๔.๒๒
จองตั๋วผ่านระบบออนไลน์ e-TSRT(www.thairailwayticket.com)	๓๔	๔.๑๐
ศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Center 1690)	๑๖	๑.๙๓
Total	๘๒๙	๑๐๐.๐๐

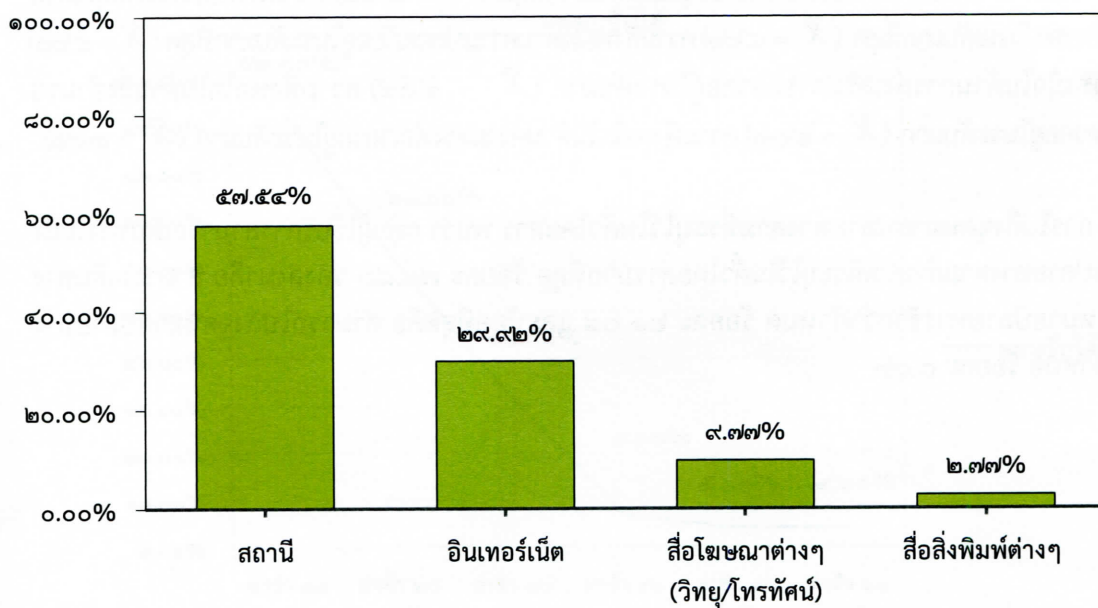
จากผลการวิจัย **ช่องทางในการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร** พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการชำระค่าตั๋วโดยสารผ่านทางเคาน์เตอร์จำหน่ายตั๋วโดยสารที่สถานีมากที่สุด ร้อยละ ๙๕.๐๖ รองลงมาคือ ชำระผ่านทางบัตรเดบิต ร้อยละ ๒.๕๓ และน้อยที่สุดคือ ชำระผ่านทางบัตรเครดิต ร้อยละ ๒.๔๑

ภาพที่ ๑๐ ร้อยละของช่องทางในการชำระเงินค่าตั๋วโดยสาร



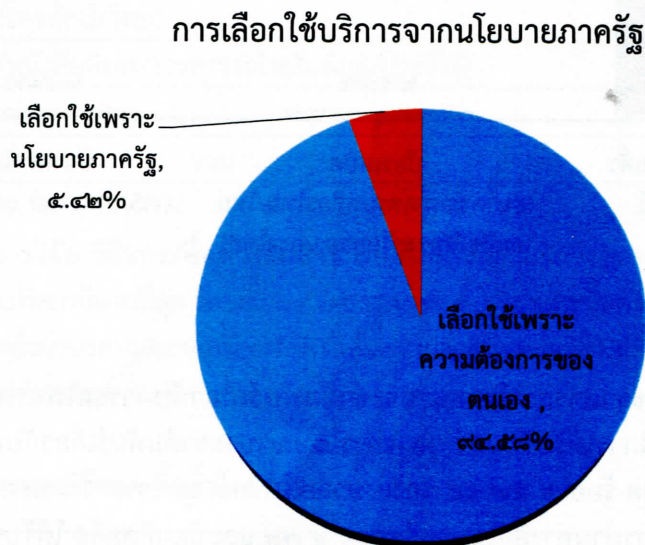
ช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยผ่านทางสถานีมากที่สุด ร้อยละ ๕๗.๕๔ รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๒๙.๙๒ ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อโฆษณาร้อยละ ๙.๗๗ และน้อยที่สุดคือ ได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ ๒.๗๗

ภาพที่ ๑๑ ร้อยละของช่องทางการได้รับข้อมูลข่าวสารการโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย



ผลการวิจัยด้านความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความเห็นในด้านนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.48$) โดยกลุ่มผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟ เนื่องจากความต้องการของตนเอง ร้อยละ 94.58 ส่วนกลุ่มผู้ใช้บริการเนื่องจากนโยบายภาครัฐ เช่น บัตรสวัสดิการแห่งรัฐ มีเพียงร้อยละ 5.42 เท่านั้น

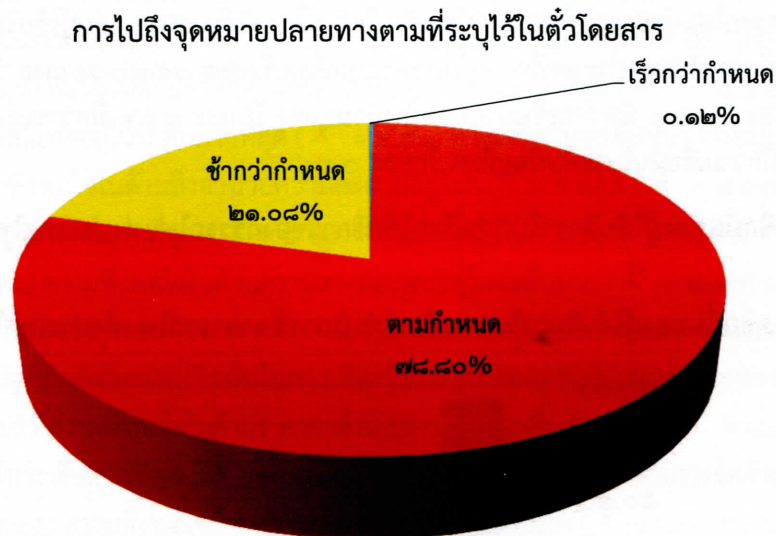
ภาพที่ ๑๒ ร้อยละของการเลือกใช้บริการจากนโยบายภาครัฐ



สำหรับผลการวิจัยด้านความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในด้านราคาค่าตัวโดยสารอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) ความพึงพอใจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$) ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$) ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$) ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) ความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$)

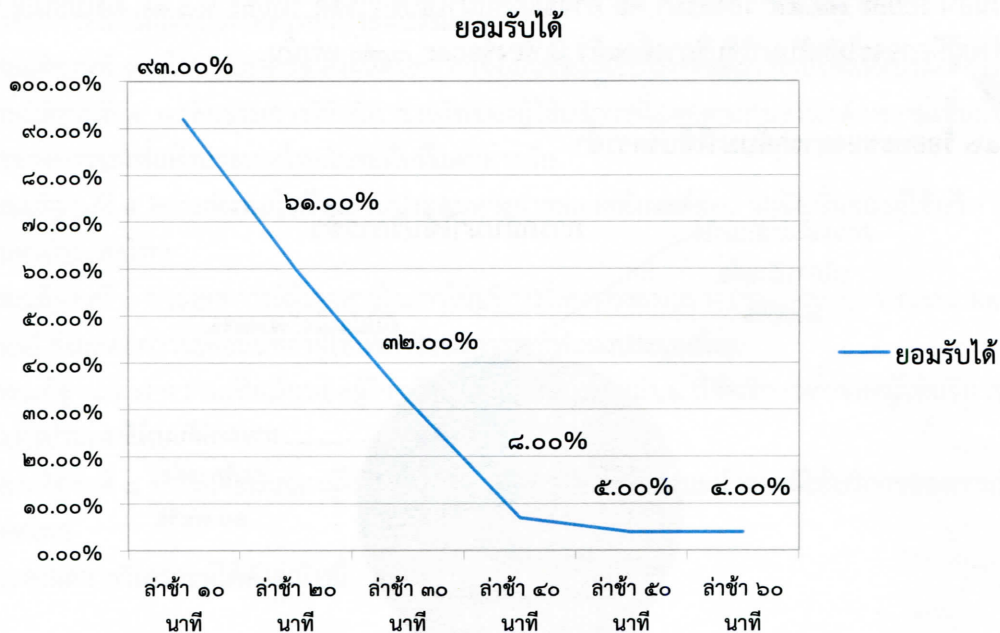
การไปถึงจุดหมายปลายทางตามที่ระบุไว้ในตัวโดยสาร พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางตามกำหนดที่ระบุไว้ในตัวโดยสารมากที่สุด ร้อยละ 78.80 รองลงมาคือ สามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางช้ากว่ากำหนด ร้อยละ 21.08 และน้อยที่สุดคือ สามารถไปถึงจุดหมายปลายทางเร็วกว่ากำหนด ร้อยละ 0.12

ภาพที่ ๑๓ ร้อยละของการไปถึงจุดหมายปลายทางตามที่ระบุไว้ในตัวโดยสาร



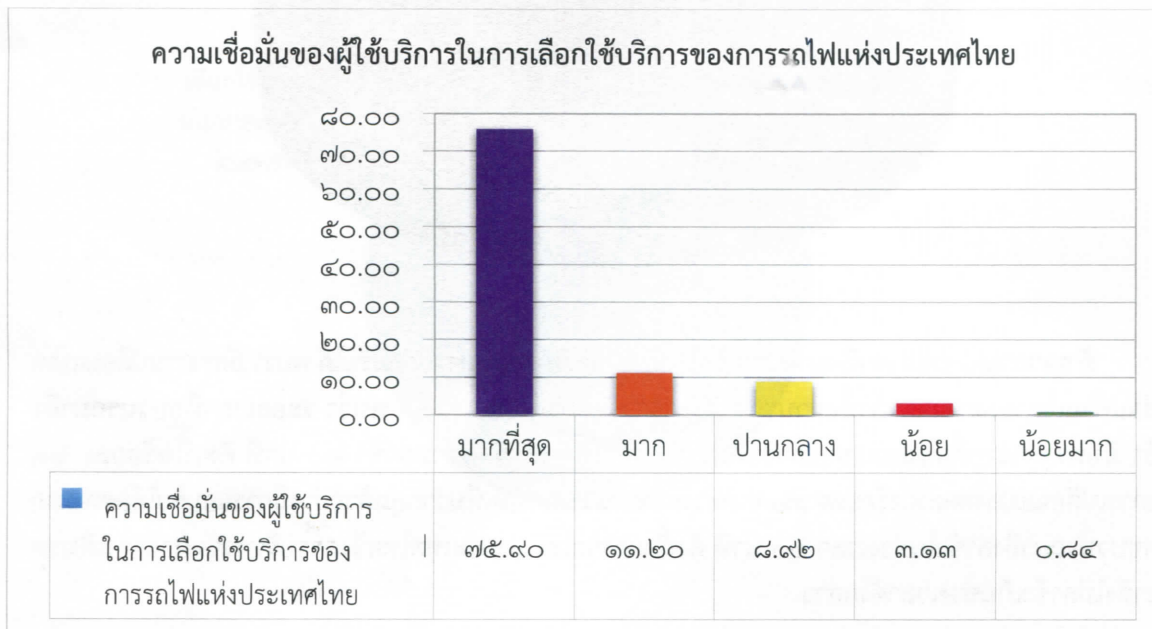
ด้านเวลาและระยะเวลาที่ขบวนรถมาถึงในกลุ่มผู้โดยสารที่ยอมรับได้ พบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนด้านเวลาและระยะเวลาที่ขบวนรถมาถึงล่าช้าที่ผู้โดยสารยอมรับได้ พบว่า ระยะเวลาที่ขบวนรถมาถึงล่าช้า มีอัตราการเปลี่ยนแปลงของการยอมรับได้ มากที่สุดอยู่ที่ ความล่าช้า ๒๐ นาที คิดเป็นร้อยละ ๖๑ เป็นการเปลี่ยนแปลงลดลงถึงร้อยละ ๓๒ จากช่วงก่อนหน้านี้ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการยอมรับได้ลดลงมากหากขบวนรถมาถึงล่าช้าในช่วงเวลา ๒๐ นาที ดังนั้นการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยจึงควรบริหารจัดการการเดินรถให้มาถึงไม่ล่าช้าเกินช่วงเวลาดังกล่าว

ภาพที่ ๑๔ ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้าของผู้โดยสารโดยสารปัจจุบัน



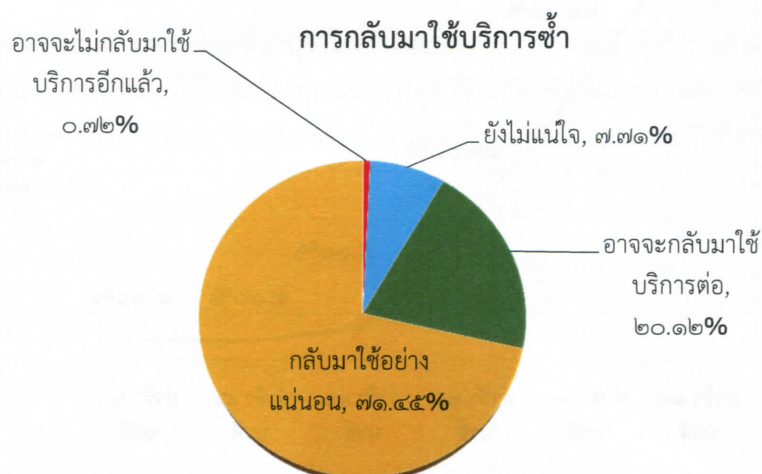
ผลการวิจัย ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่า ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ถามคำถามสรุปว่า “ผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มากน้อยเพียงใด” ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการมีความเชื่อมั่นในการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ ๗๕.๙๐ รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในระดับมาก ร้อยละ ๑๑.๒๐ มีความเชื่อมั่นในระดับปานกลาง ร้อยละ ๘.๙๒ มีความเชื่อมั่นในระดับน้อย ร้อยละ ๓.๑๓ และมีความเชื่อมั่นในระดับน้อยที่สุด ร้อยละ ๐.๘๔

ภาพที่ ๑๕ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย โดยภาพรวม



การกลับมาใช้บริการซ้ำ จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ให้บริการส่วนใหญ่ต้องการกลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน ร้อยละ ๗๑.๔๕ รองลงมา คือ อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ ร้อยละ ๒๐.๑๒ ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ ๗.๗๑ ส่วนผู้ที่อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีกแล้ว มีเพียงร้อยละ ๐.๗๒ เท่านั้น

ภาพที่ ๑๖ ร้อยละของการกลับมาใช้บริการซ้ำ



ซึ่งหากจำแนกเป็นกลุ่มผู้ใช้บริการโดยสารเชิงพาณิชย์ และเชิงสังคม พบว่าในกลุ่มผู้ใช้บริการโดยสารเชิงพาณิชย์ มีความเห็นในด้านนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.98$) มีความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$) ความพึงพอใจในด้านราคาค่าตัวโดยสารอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) ความพึงพอใจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.29$) ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) ความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) และความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และกลุ่มผู้ใช้บริการโดยสารเชิงสังคม มีความเห็นในด้านนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.99$) มีความพึงพอใจในด้านราคาค่าตัวโดยสารอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) ความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.35$) ความพึงพอใจด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) ความพึงพอใจในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) ความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) และความพึงพอใจในด้านความตรงต่อเวลาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$)

ผลการทดสอบสมมติฐานจำนวนทั้งสิ้น ๘ ข้อ ในกลุ่มผู้ใช้บริการด้านการขนส่งผู้โดยสารในภาพรวมอันประกอบด้วย

สมมติฐานที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๒ เส้นทางเดินรถ และประเภทรถที่ใช้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๓ นโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ ๔ พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๕ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ ๖ ประสบการณ์ผู้โดยสารในการใช้บริการโดยสารระบบราง (Railway Passengers Journey Experience) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ ๗ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

สมมติฐานที่ ๘ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการบอกต่อ/แนะนำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่ต่างกัน โดยใช้สถิติ t-test และสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่าระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่ต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่าความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการระดับไม่ได้เรียนหนังสือมีค่ามากกว่าระดับปริญญาตรี เท่ากับ ๐.๒๘ และมากกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ ๐.๕๑ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีค่ามากกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ ๐.๔๓ และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการระดับอนุปริญญา/ปวส.มีค่ามากกว่าระดับสูงกว่าปริญญาตรี เท่ากับ ๐.๓๗ และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๐ บาทหรือน้อยกว่ามีค่ามากกว่ากลุ่มรายได้ ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท เท่ากับ ๐.๓๒ และมากกว่ากลุ่มรายได้ตั้งแต่ ๕๐,๐๐๑ บาทขึ้นไปเท่ากับ ๐.๔๔ และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท มีค่ามากกว่ากลุ่มรายได้ตั้งแต่ ๕๐,๐๐๑ บาทขึ้นไปเท่ากับ ๐.๓๘

สมมติฐานที่ ๒ เส้นทางการเดินทาง และประเภทรถที่ใช้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่ต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่าเส้นทางเดินทางที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่ต่างกัน จึงทำการวิเคราะห์ทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่าความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการเส้นทางเดินทางสายเหนือมีค่ามากกว่าเส้นทางเดินทางสายตะวันออกเฉียงเหนือ เท่ากับ ๐.๑๖ และความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการเส้นทางเดินทางสายตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าน้อยกว่าเส้นทางเดินทางสายใต้ เท่ากับ -๐.๒๐

สมมติฐานที่ ๓ นโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า นโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR) มีสมการความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังนี้ Unstandardized $\hat{Y} = 3.75 + 0.17 X_1$

โดยที่ $\hat{Y}$ คือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

X_1 คือ นโยบายภาครัฐ

สมการมี ค่าคงที่ (B_0) เท่ากับ 3.75 หน่วย มีค่า $t = 20.55$ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔ ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis)
นโยบายภาครัฐ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.75	0.18		20.55	0.00*		
นโยบายภาครัฐ	0.17	0.05	0.13	3.70	0.00*	1.00	1.00

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
R	๐.๑๓						
R Square	๐.๐๒						
Adjusted R Square	๐.๐๒						
Durbin-Watson	๑.๗๙						
F-ratio	๑๓.๗๑ (๐.๐๐*)						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ๐.๐๕

สมมติฐานที่ ๔ พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) พบว่าไม่มีตัวแปรต้นด้านพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟที่แตกต่างกันและส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยในระดับที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ ๕ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR) มีสมการความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = ๑.๖๕ + ๐.๔๔X_๑ + ๐.๑๖X_๒ + ๐.๐๖X_๓$$

โดยที่ $\hat{Y}$ คือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

$X_๑$ คือ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ

$X_๒$ คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

$X_๓$ คือ ด้านราคา

สมการมี ค่าคงที่ ($B_๐$) เท่ากับ ๑.๖๕ หน่วย มีค่า $t = ๑๑.๕๔$ มีค่า Sig. เท่ากับ ๐.๐๐๐ ซึ่งน้อยกว่า ๐.๐๕ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๕ ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis)
ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	๑.๖๕	๐.๑๔		๑๑.๕๔	๐.๐๐		

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ	0.44	0.04	0.40	12.26	0.00	0.77	1.31
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.16	0.03	0.18	5.00	0.00	0.62	1.62
ด้านราคา	0.06	0.02	0.09	2.55	0.01	0.70	1.43
R	0.56						
R Square	0.32						
Adjusted R Square	0.31						
Durbin-Watson	1.90						
F-ratio	126.68 (0.00*)						

สมมติฐานที่ ๖ ประสบการณ์โดยสารในการใช้บริการโดยสารระบบราง (Railway Passengers Journey Experience) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า ประสบการณ์โดยสารในการใช้บริการโดยสารระบบรางส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR) มีสมการความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = 2.54 + 0.18X_1 + 0.16X_2 - 0.10X_3 + 0.09X_4 + 0.06X_5 + 0.05X_6$$

โดยที่ $\hat{Y}$ คือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

X_1 คือ สถานีรถไฟมีความสะดวกสบาย

X_2 คือ การแก้ไขปัญหาและชดเชยความเสียหาย

X_3 คือ คุณภาพการบริการที่ดีในภาพรวม

X_4 คือ การให้ข้อมูลเพื่อการวางแผนการเดินทางต่อเนื่อง

X_5 คือ การซื้อตั๋วรถไฟที่สถานีมีความสะดวก รวดเร็ว

X_6 คือ การเดินทางมายังสถานีรถไฟสะดวก

สมการมี ค่าคงที่ (B_0) เท่ากับ 2.54 หน่วยมีค่า $t = 16.01$ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๖ ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) ประสบการณ์ผู้โดยสารในการใช้บริการโดยสารระบบราง (Railway Passengers Journey Experience) ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	๒.๕๔	๐.๑๖		๑๖.๐๑	๐.๐๐
สถานีรถไฟมีความสะอาดสวยงาม	๐.๑๘	๐.๐๒	๐.๓๐	๘.๘๓	๐.๐๐
การแก้ไขปัญหาและชดเชยความเสียหาย	๐.๑๖	๐.๐๓	๐.๒๗	๕.๗๒	๐.๐๐
คุณภาพการบริการที่ดีในภาพรวม	-๐.๑๐	๐.๐๒	-๐.๑๘	-๖.๕๙	๐.๐๐
การให้ข้อมูลเพื่อการวางแผนการเดินทางต่อเนื่อง	๐.๐๙	๐.๐๓	๐.๐๙	๒.๗๘	๐.๐๑
การซื้อตั๋วรถไฟที่สถานีมีความสะดวกรวดเร็ว	๐.๐๘	๐.๐๓	๐.๑๔	๒.๙๓	๐.๐๐
การเดินทางมายังสถานีรถไฟสะดวก	๐.๐๕	๐.๐๒	๐.๐๗	๒.๔๔	๐.๐๒
R	๐.๖๙				
R Square	๐.๔๘				
Adjusted R Square	๐.๔๗				
Durbin-Watson	๑.๙๖				
F-ratio	๑๒๕.๕๐ (๐.๐๐*)				

สมมติฐานที่ ๗ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR) มีสมการความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = ๒.๙๒ + ๐.๓๒X_๑$$

โดยที่ $\hat{Y}$ คือ การกลับมาใช้บริการซ้ำ

$X_๑$ คือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

สมการมี ค่าคงที่ ($B_๐$) เท่ากับ ๒.๙๒ หน่วยมีค่า $t = ๑๗.๐๙$ มีค่า Sig. เท่ากับ ๐.๐๐ ซึ่งน้อยกว่า ๐.๐๕ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๗ ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis)
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	๒.๙๒	๐.๑๗		๑๗.๐๙	๐.๐๐
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	๐.๓๒	๐.๐๔	๐.๒๙	๘.๘๒	๐.๐๐
R	๐.๒๙				
R Square	๐.๐๙				
Adjusted R Square	๐.๐๙				
Durbin-Watson	๑.๙๓				
F-ratio	๗๗.๗๒ (๐.๐๐*)				

ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการบอกต่อ/แนะนำของผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่า ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการบอกต่อ/แนะนำของผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression – MLR) มีสมการความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ ดังนี้

$$\text{Unstandardized } \hat{Y} = ๓.๑๑ + ๐.๒๙X_๑$$

โดยที่ $\hat{Y}$ คือ การบอกต่อ/แนะนำ

$X_๑$ คือ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ

สมการมี ค่าคงที่ ($B_๐$) เท่ากับ ๓.๑๑ หน่วยมีค่า $t = ๒๑.๐๐$ มีค่า Sig. เท่ากับ ๐.๐๐ ซึ่งน้อยกว่า ๐.๐๕ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๘ ผลทดสอบการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis)
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการบอกต่อ/แนะนำของผู้ใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	๓.๑๑	๐.๑๔		๒๑.๐๐	๐.๐๐
ความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการ	๐.๒๙	๐.๐๓	๐.๓๐	๘.๙๓	๐.๐๐
R	๐.๓๐				
R	๐.๐๙				

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Adjusted R Square	0.0๙				
Durbin-Watson	๑.๘๔				
F-ratio	๗๙.๖๖ (0.00*)				

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยพัฒนาประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

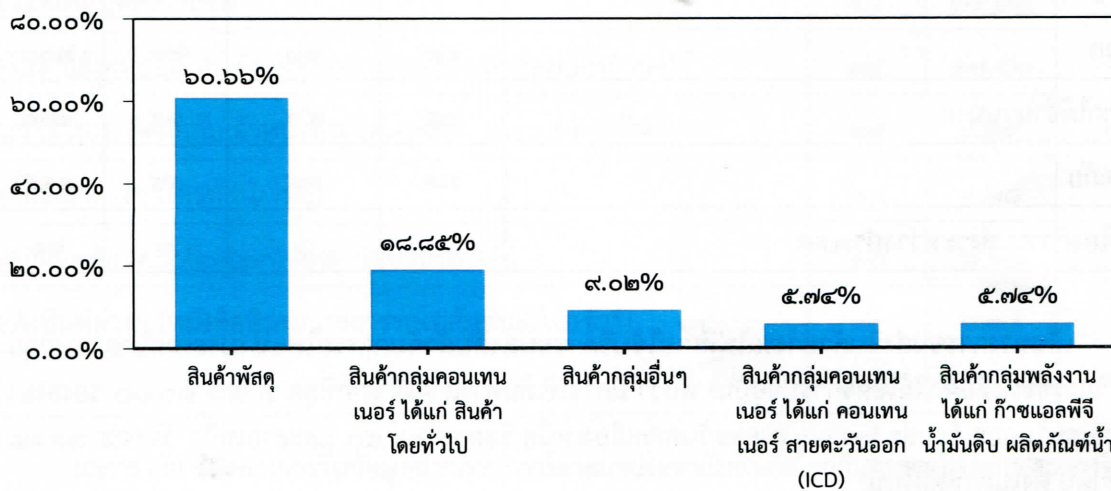
๑. การปรับปรุงดูแลเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการภายในบริเวณสถานี
 - ควรเพิ่มจำนวนที่นั่ง และเก้าอี้ในระหว่างการรอ
 - ควรติดพัดลมเพิ่มขึ้นให้มากกว่าเดิม
 - ควรเพิ่มป้ายคำแนะนำ ป้ายบอกทาง และป้ายภาษาอังกฤษ
 - ปรับปรุงทางลาดขึ้นลงขบวนรถไฟฟ้าของคนแก่ และผู้พิการ
 - ควรเพิ่มศูนย์อาหารให้เพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ
 - ปรับปรุงการแจ้งเตือนเรื่องเวลาของขบวนรถไฟฟ้าที่เข้า-ออกจากสถานี
 - ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของห้องน้ำในสถานี แก้ไขปัญหากลิ่นของห้องน้ำ และจัดการปัญหาขยะในบริเวณห้องน้ำ
๒. การปรับปรุงดูแลเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการภายในขบวนรถโดยสาร
 - ควรเพิ่มผ้าห่มให้บริการมากขึ้น ในชั้นปรับอากาศ
 - ควรเพิ่มที่ชาร์ตแบตเตอรี่โทรศัพท์เคลื่อนที่ตามที่นั่ง
 - ควรจัดให้มีสัญญาณ WiFi บนขบวนรถ
 - ควรให้มีตู้เก็บสัมภาระในทุกตู้ของขบวนรถโดยสาร
 - ปรับปรุงการบำรุงดูแลรักษาหน้าต่าง เบาะนั่งบนรถไฟฟ้า
 - เพิ่มปริมาณน้ำเพื่อการอุปโภคให้เพียงพอกับการใช้บริการบนขบวนรถโดยสาร
 - เพิ่มความดังของเสียงประกาศบนขบวนรถโดยสาร
 - เพิ่มพนักงานผู้ให้บริการบนขบวนรถโดยสาร
 - ปรับปรุงเรื่องความสะดวกของห้องน้ำบนขบวนรถโดยสาร แก้ไขปัญหากลิ่นของห้องน้ำ และจัดการปัญหาขยะในบริเวณห้องน้ำ
๓. การดูแลจัดการเรื่องขบวนรถโดยสาร
 - จัดขบวนรถโดยสารให้เพียงพอต่อการมาใช้บริการของประชาชน และควรเพิ่มตู้ขบวนรถโดยสารในช่วงวันหยุด ช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ
 - ควรเพิ่มรถไฟฟ้าขบวนใหม่ โดยเพิ่มตู้รถใหม่ และเพิ่มเที่ยวรถของรถด่วนพิเศษให้มากขึ้น
 - เพิ่มเส้นทางการเดินรถให้ครอบคลุมทุกจังหวัด
 - แก้ไขปัญหาขบวนรถล่าช้า และควรอธิบายให้เหตุผลกับผู้ใช้บริการในการที่ขบวนรถมาถึงล่าช้า ตลอดจนแก้ไขปัญหขบวนรถออกเดินทางล่าช้ากว่ากำหนดการ

๔. การปรับปรุงการให้บริการของพนักงานเจ้าหน้าที่
 - เจ้าหน้าที่ควรให้บริการสุภาพมากขึ้น
 - เจ้าหน้าที่ควรให้ความรู้ และแนะนำการให้บริการให้แก่ผู้มาใช้บริการมากขึ้น
 - ควรแก้ไขปัญหาพนักงานมิให้พนักงานบริการคุยโทรศัพท์ระหว่างเวลาทำงาน
 - การให้บริการของพนักงานบนรถไฟทุกชั้นควรให้บริการเท่าเทียมกันไม่ควรเลือกปฏิบัติ
๕. การพัฒนาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย
 - พัฒนาการจองตั๋วโดยสารทางอินเทอร์เน็ต ให้มีความง่ายและรวดเร็วมากกว่าเดิมและมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น
 - ปรับปรุงการจัดจำหน่ายตั๋ว เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย แก้ไขปัญหาการรอคิวซื้อตั๋วโดยสารนาน
๖. การปรับปรุงราคาค่าบริการ
 - ควรปรับลดราคาค่าโดยสารให้สามารถแข่งขันกับกับการเดินทางประเภทอื่นๆ เช่น เครื่องบินได้
 - ปรับราคาค่าเครื่องดื่ม และอาหาร ให้เหมาะสม
๗. การดูแลจัดระเบียบการให้บริการและการใช้บริการบนขบวนรถโดยสาร
 - จัดการเรื่องการวางของบนที่นั่งของผู้โดยสาร ทำให้ผู้โดยสารท่านอื่นไม่สามารถนั่งได้
 - แก้ไขปัญหาการยืนบนรถไฟ
 - ดูแลจัดการผู้ขายอาหารบนขบวนรถ ถ้ารถไฟขบวนใหม่มีตู้เสบียงบนขบวนรถไม่ควรให้ผู้ขายอาหารข้างล่างมาขาย
๘. การพัฒนาปรับปรุงเรื่องการรักษาความปลอดภัย
 - ติดกล้องวงจรปิดเพิ่มเติมในตู้โดยสาร และในสถานี
 - รักษาระเบียบด้านการห้ามดื่มสุราเพื่อป้องกันการสร้างความรำคาญต่อบุคคลอื่นๆ
 - แก้ไขปัญหาคนเร่ร่อนที่มาอาศัยอยู่ในสถานี (เช่น สถานีนครปฐม)
 - ควรมีโทรศัพท์ฉุกเฉินไว้ให้บริการเพื่อแจ้งเหตุ

ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)

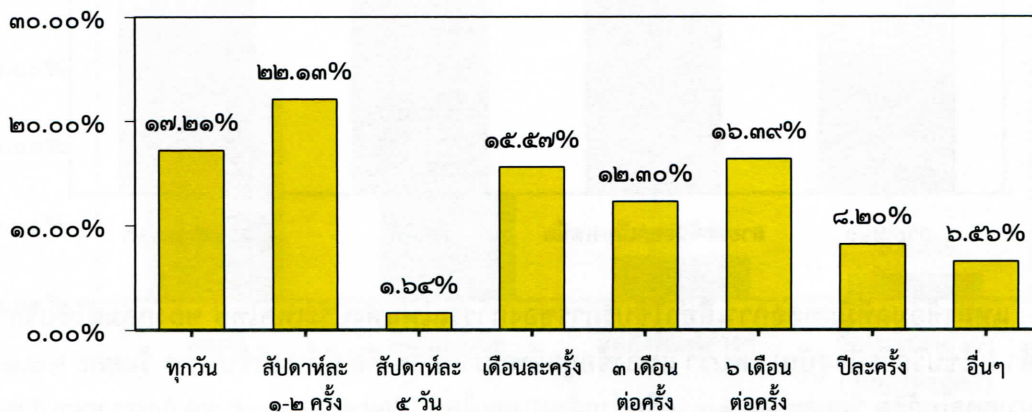
ผลการวิจัย พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟของผู้ให้บริการขนส่งสินค้า พบว่า ผู้ใช้บริการสินค้ามากที่สุด ร้อยละ ๖๐.๖๖ รองลงมา คือ สินค้ากลุ่มคอนเทนเนอร์ ได้แก่ สินค้าโดยทั่วไป ร้อยละ ๑๘.๘๕ สินค้ากลุ่มอื่นๆ ร้อยละ ๙.๐๒ สินค้ากลุ่มคอนเทนเนอร์ ได้แก่ คอนเทนเนอร์ สายตะวันออก (ICD ลาดกระบัง กับท่าเรือแหลมฉบัง) ร้อยละ ๕.๗๔ และสินค้ากลุ่มพลังงาน ได้แก่ ก๊าซแอลพีจี น้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์น้ำ น้อยที่สุด ดังในภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๑๗ ร้อยละของกลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)



ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย กลุ่มผู้ให้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทยมากที่สุด สัปดาห์ละ ๑-๒ ครั้ง ร้อยละ ๒๒.๑๓ รองลงมาคือ ทุกวัน ร้อยละ ๑๗.๒๑ ใช้ ๖ เดือนต่อครั้ง ร้อยละ ๑๖.๓๙ ใช้เดือนละครั้ง ร้อยละ ๑๕.๕๗ ใช้ ๓ เดือนต่อครั้ง ร้อยละ ๑๒.๓๐ ใช้ปีละครั้ง ร้อยละ ๘.๒๐ อื่นๆ (แล้วแต่โอกาส) ร้อยละ ๖.๕๖ และสัปดาห์ละ ๕ วัน ร้อยละ ๑.๖๔ น้อยที่สุด ตามลำดับ ดังในภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๑๘ ร้อยละของความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)



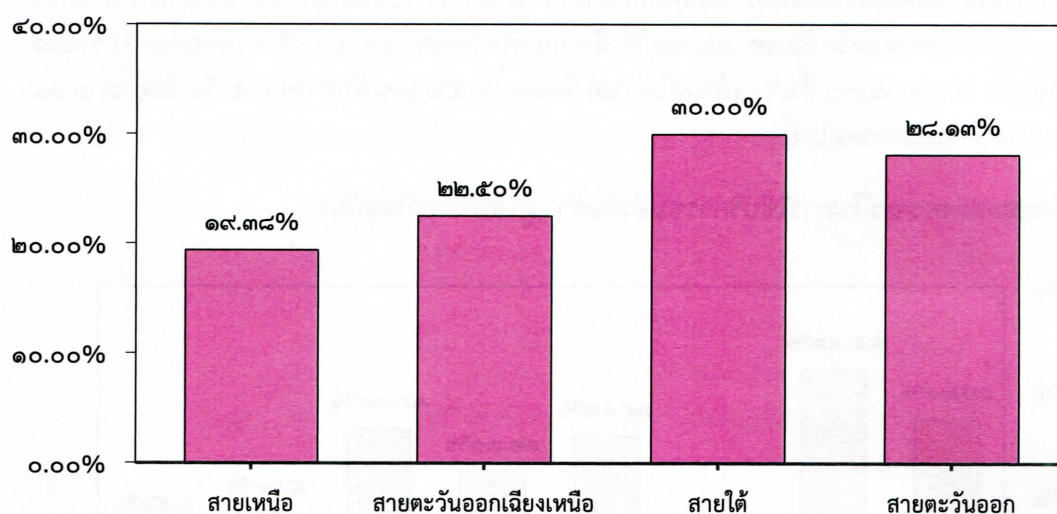
เหตุผลที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า การขนส่งสินค้าทางรถไฟนั้นมีราคาถูก รองลงมาคือ สะดวก บรรทุกได้จำนวนมาก ปลอดภัย และเชื่อมโยง การขนส่งระหว่างประเทศ ดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙ จำนวนที่เลือกอันดับความสำคัญเหตุผลที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน)

เหตุผลที่ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย	อันดับ ๑	อันดับ ๒	อันดับ ๓	คะแนน
ราคาถูก	๕๐	๒๒	๑๖	๒๑๐
สะดวก	๓๗	๓๓	๒๓	๒๐๐
บรรทุกได้จำนวนมาก	๒๔	๔๐	๑๙	๑๗๑
ปลอดภัย	๑๑	๑๙	๔๔	๑๑๕
เชื่อมโยงการขนส่งระหว่างประเทศ	๓	๐	๒	๑๑

เส้นทางการขนส่งสินค้าทางรถไฟที่เคยใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน) พบว่า มีการใช้เส้นทางสายใต้ มากที่สุด ร้อยละ ๓๐.๐๐ รองลงมาคือ สายตะวันออก ร้อยละ ๒๘.๑๓ สายตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ ๒๒.๕๐ และสายเหนือ ร้อยละ ๑๙.๓๘ ตามลำดับ ดังในภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๑๙ ร้อยละของเส้นทางการขนส่งสินค้าทางรถไฟของผู้ใช้บริการปัจจุบัน



แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย ของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้า (ผู้ใช้บริการปัจจุบัน) พบว่า แหล่งข้อมูลที่พบมากที่สุด คือ ผู้ที่เคยใช้บริการ ร้อยละ ๒๙.๙๐ กลุ่มเพื่อน/บุคคลใกล้ชิด ร้อยละ ๒๑.๑๓ เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Website/Facebook/Instagram/Line)

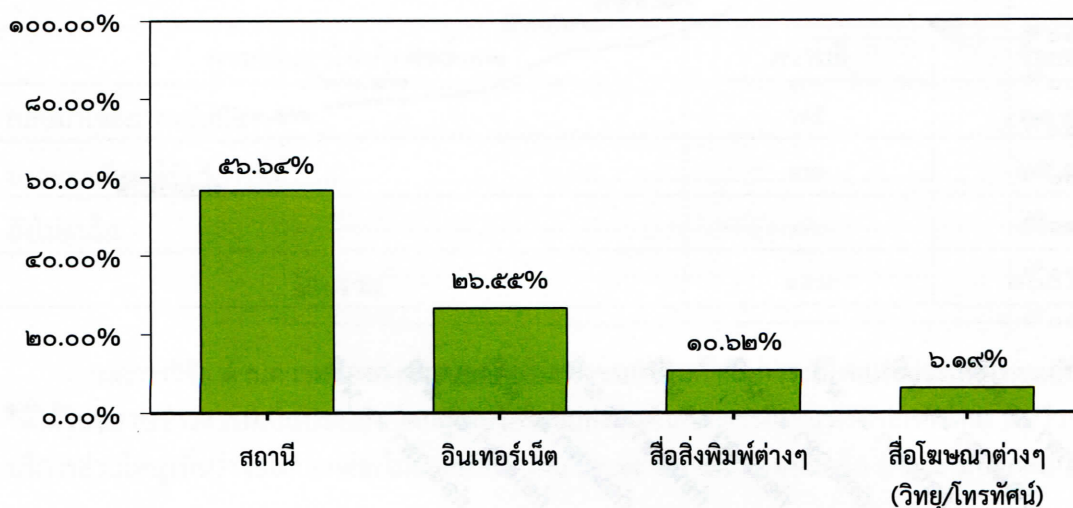
ร้อยละ ๑๗.๕๓ อื่นๆ ร้อยละ ๙.๗๙ สื่อโฆษณาต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ) ร้อยละ ๙.๒๘ แอปพลิเคชัน (Application) ติดตามขบวนรถ TTS ร้อยละ ๖.๑๙ และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (หนังสือพิมพ์/วารสารรถไฟสัมพันธ/โบรชัวร์) ร้อยละ ๖.๑๙ ตามลำดับ ดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๐ ความถี่และร้อยละแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของผู้ใช้บริการปัจจุบัน

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ความถี่	ร้อยละ
ผู้ที่เคยใช้บริการ	๕๘	๒๙.๙๐
กลุ่มเพื่อน/บุคคลใกล้ชิด	๔๑	๒๑.๑๓
เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Website/Facebook/Instagram/Line)	๓๔	๑๗.๕๓
อื่นๆ (ตัวเอง, ติดต่อกับเจ้าหน้าที่รถไฟโดยตรง, นโยบายภาครัฐ)	๑๙	๙.๗๙
สื่อโฆษณาต่างๆ (โทรทัศน์/วิทยุ)	๑๘	๙.๒๘
แอปพลิเคชัน (Application) ติดตามขบวนรถ TTS	๑๒	๖.๑๙
สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (หนังสือพิมพ์/วารสารรถไฟสัมพันธ/โบรชัวร์)	๑๒	๖.๑๙
โดยรวม	๑๙๔	๑๐๐.๐๐

ผลการวิจัย ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าในปัจจุบัน พบว่า ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ สถานี ร้อยละ ๕๖.๖๐ รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต ร้อยละ ๒๖.๕๐ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ (หนังสือพิมพ์/วารสารรถไฟสัมพันธ/โบรชัวร์) ร้อยละ ๑๐.๖๐ และสื่อโฆษณาต่างๆ (วิทยุ/โทรทัศน์) น้อยที่สุด ร้อยละ ๖.๒๐ ตามลำดับ ตามภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๒๐ ร้อยละของช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ของผู้ให้บริการปัจจุบัน

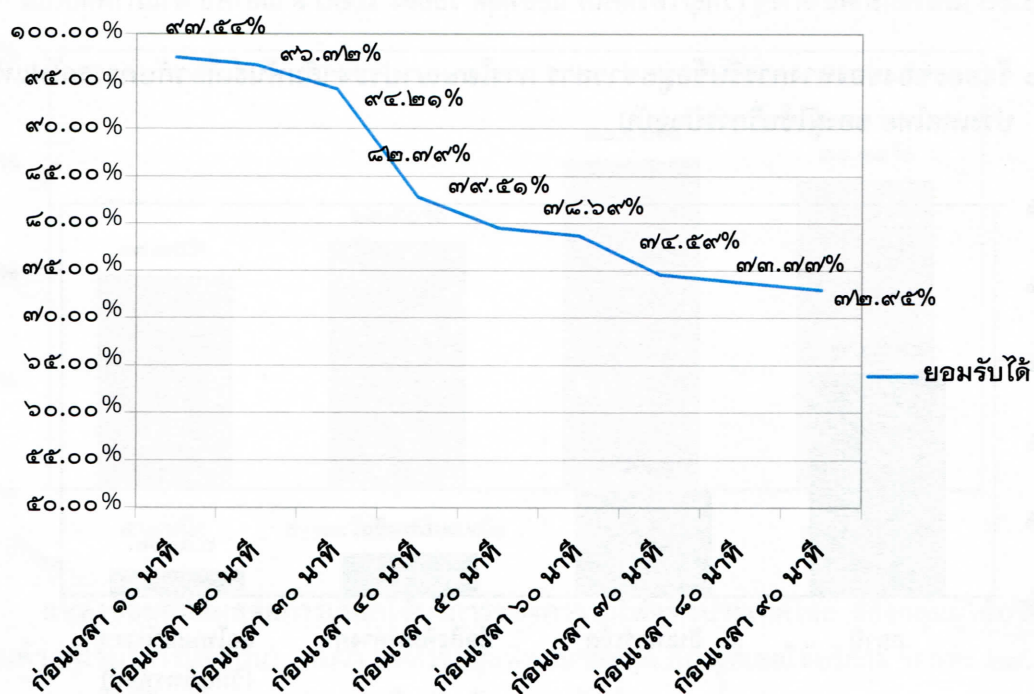


ผลการวิจัย **ความคิดเห็นในด้านการนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย** พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ามีความคิดเห็นในด้านการนโยบายภาครัฐที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.23$)

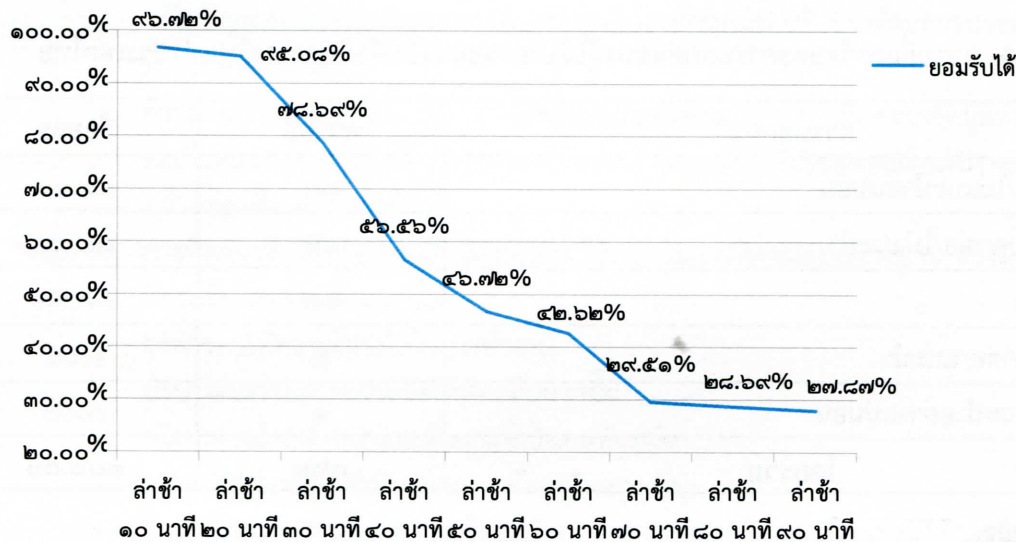
ผลการวิจัย **ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด** พบว่า มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้านย่อย ดังนี้ (๑) ด้านความปลอดภัยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) (๒) ด้านคุณภาพการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) (๓) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.53$) (๔) ด้านการตรงต่อเวลา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.10$) และ (๕) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$) ส่วนทางด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) และทางด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$)

ด้านเวลาและระยะเวลาที่ขบวนรถมาถึงในกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ายอมรับได้ พบว่า ช่วงเวลาที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงก่อนเวลา มากที่สุด คือ เมื่อขบวนรถมาถึงก่อนเวลาจาก ๒๐ นาที ถึง ๓๐ นาที (การยอมรับได้ลดลง ๑๑.๔๓%) และ ช่วงเวลาที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้า มากที่สุด คือ เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้าจาก ๓๐ นาที ถึง ๔๐ นาที (การยอมรับได้ลดลง ๒๒.๑๓%) ดังนั้นการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยจึงควรบริหารจัดการการเดินรถให้มาถึงก่อนเวลาไม่เกิน ๓๐ นาที และไม่ล่าช้าเกินช่วงเวลา ๔๐ นาที ดังในภาพต่อไปนี้

ภาพที่ ๒๑ ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงก่อนเวลาของผู้ใช้บริการปัจจุบัน



ภาพที่ ๒๒ ร้อยละของการยอมรับได้เมื่อขบวนรถมาถึงล่าช้าของผู้ใช้บริการปัจจุบัน



ผลการวิจัยด้านความเชื่อมั่นของกลุ่มผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยภาพรวมโดยสรุปกลุ่มผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) โดยในรายข้อเห็นว่า สามารถไว้วางใจในการให้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยได้มากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$) รองลงมาคือ เชื่อมั่นในพฤติกรรมการให้บริการของพนักงาน ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ ($\bar{X} = 3.98$) และเชื่อมั่นว่าการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยสามารถจัดการให้บริการได้อย่างครอบคลุมทุกกระบวนการ ($\bar{X} = 3.44$)

ผลการวิจัยด้านการกลับมาใช้บริการซ้ำ ในการขนส่งสินค้ากับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่า จะกลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน ร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ ร้อยละ 25.40 และยังไม่แน่ใจ ร้อยละ 13.10 ดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๑ ความถี่และร้อยละการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

การกลับมาใช้บริการซ้ำ	ความถี่	ร้อยละ
กลับมาใช้อย่างแน่นอน	๗๕	๖๑.๕๐
อาจจะกลับมาใช้บริการต่อ	๓๑	๒๕.๔๐
ยังไม่แน่ใจ	๑๖	๑๓.๑๐
โดยรวม	๑๒๒	๑๐๐.๐๐

ผลการวิจัย ด้านความต้องการจะบอกต่อในการขนส่งสินค้ากับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยแก่บุคคลอื่น ให้ได้รับทราบข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เห็นว่าจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน ร้อยละ ๔๙.๑๘ รองลงมาคือ อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ

ร้อยละ ๓๔.๔๓ ยังไม่แน่ใจ ร้อยละ ๑๓.๙๓ อาจจะบอกต่อ/แนะนำ ร้อยละ ๑.๖๔ และบอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน ร้อยละ ๐.๘๒ ดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๒ ความถี่และร้อยละการบอกต่อของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย

การบอกต่อ	ความถี่	ร้อยละ
ไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำแน่นอน	๖๐	๔๙.๑๘
อาจจะไม่บอกต่อ/ไม่แนะนำ	๔๒	๓๔.๔๓
ยังไม่แน่ใจ	๑๗	๑๓.๙๓
อาจจะบอกต่อ/แนะนำ	๒	๑.๖๔
บอกต่อ/แนะนำอย่างแน่นอน	๑	๐.๘๒
โดยรวม	๑๒๒	๑๐๐.๐๐

ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยพบว่า การรถไฟแห่งประเทศไทยควรดำเนินการดังนี้

๑. การแข่งขันราคากับการขนส่งประเภทอื่นนั้น ต้องปรับราคาให้เหมาะสม เนื่องจากมีทางเลือกการขนส่งประเภทอื่นที่มีค่าบริการที่ถูกลงกว่า และปรับปรุงวิธีการชำระเงินให้ทันสมัย

- ปรับราคาค่าระวางให้ถูกลงอย่างน้อย ร้อยละ ๑๕
- ปรับราคาค่าระวางให้สามารถแข่งขันกับการขนส่งสินค้าทางรถไฟของต่างประเทศ เช่น เส้นทางปิ่นัง
- พิจารณาราคาค่าระวางและค่าธรรมเนียมให้ถูกลง
- การชำระเงินควรชำระได้ด้วยวิธีอื่นนอกจากเงินสด
- ควรแจ้งรายละเอียดในการคิดค่าระวางและค่าธรรมเนียมให้ละเอียด

๒. การปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการด้านการขนส่งให้มากขึ้น

- นโยบายการขนส่งสินค้า ควรให้ความสำคัญกับการบริหารขนส่งสินค้าเท่าเทียมกับการบริการโดยสาร ซึ่งการขนส่งสินค้าบางประเภทเป็นสินค้าด่วนที่ทำการส่งออก ดังนั้นจึงเพิ่มจำนวนหัวรถจักร และสำรองไว้ให้เพียงพอ
- พัฒนา ปรับปรุงระบบการให้บริการเรื่องเวลา ควบคุมเวลาในการขนส่งให้ถึงปลายทางตรงเวลามากขึ้น
- ปรับปรุงเรื่องความตรงต่อเวลาในการถึงสถานีปลายทางตามกำหนดหรือควบคุมหากล่าช้าไม่ควรเกินเวลาที่กลุ่มผู้ใช้บริการยอมรับได้
- เพิ่มจำนวนหัวรถจักร และเพิ่มจำนวนแคร่ให้เพียงพอกับความต้องการ
- จัดหาตู้คอนเทนเนอร์ใหม่ที่มีคุณภาพมากขึ้น เพิ่มหัวลากให้เพียงพอ
- ปรับปรุงระบบรางคู่ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
- ควรปรับปรุงระเบียบกฎเกณฑ์การขนถ่ายสินค้าให้มีการยืดหยุ่นหากเกิดการล่าช้าจากการรถไฟ
- สถานีรถไฟทุกสถานีควรสามารถรองรับน้ำหนักสินค้าได้ในทุกขนาด
- จัดสรรโควตาขบวนรถใหม่ ให้มีปริมาณขบวนรถเพิ่มมากขึ้น
- ปรับปรุงระบบราง และสะพานให้รองรับน้ำหนักหัวจักร แคร่ ได้ทุกพิกัด

๓. การปรับปรุงระบบการบริหารงานองค์กร

- การประสานงานควรมีความต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าเจ้าหน้าที่อาจมีการเปลี่ยนตำแหน่ง
- แก้ไขปัญหาการประสานงาน การสื่อสารภายในองค์กรรถไฟ ปรับปรุงด้านการประสานงานภายในองค์กรให้ดีขึ้น
- ควรปรับปรุงการติดต่อประสานงานให้มีความคล่องตัวมากกว่านี้ เนื่องจากข้อมูลที่ต้องแจ้งละเอียดมากไป การติดต่อควรสามารถติดต่อผ่านบุคคลได้ ไม่ใช่ติดต่อผ่านไประณีย์เพียงอย่างเดียวซึ่งมีความล่าช้ามาก
- การติดต่อเพื่อใช้บริการขนส่งติดต่อยาก ใช้เวลาในการติดต่อก่อนข้างนาน ควรมีขั้นตอนที่กระชับและรวดเร็วมากขึ้น
- องค์กรควรมีความโปร่งใสในการทำงาน
- ปรับวัฒนธรรมองค์กรรถไฟให้ทันสมัยมากขึ้น
- บริหารงานโดยหัวหน้าและทีมงานที่เป็นคนทันสมัย
- ควรแปรรูปองค์กรให้เป็นเอกชน เหมือนอังกฤษ ญี่ปุ่น
- การรถไฟควรทราบข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุตรงก่อนหน่วยงานอื่นและมีวิธีการแก้ปัญหาจากคนที่มีความเชี่ยวชาญ
- ปรับปรุงระบบการประสานงานภายในองค์กรรถไฟให้ข้อมูลเชื่อมโยงกันโดยใช้เอกสารจากลูกค้าเพียงชุดเดียว

๔. การส่งเสริมการพัฒนาบุคลากร

- บุคลากรมีประสิทธิภาพน้อย ยังขาดใจรักการบริการ ยึดติดเรื่องอำนาจ ทำให้การทำงานของภาคเอกชนล่าช้า ควรจัดการอบรมให้พนักงานมีประสิทธิภาพ
- เจ้าหน้าที่กำหนดค่าระวางไม่มีความชำนาญมากพอ ควรอบรมให้พนักงานมีความสามารถเปรียบเทียบกับค่าบริการทุกหมวด
- ควรพัฒนาทัศนคติ (Mindset) พนักงานรถไฟให้ทันสมัย ทนต่อการเปลี่ยนแปลงปัจจุบันให้เป็นไปตามโลกปัจจุบัน
- สนับสนุนบุคลากรการรถไฟที่มีความสามารถและเป็นคนรุ่นใหม่ให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
- พัฒนาการอบรมพนักงานให้สามารถตรวจสอบเอกสารค่าใช้จ่ายให้ถูกต้อง

๕. การพัฒนาการให้บริการกับลูกค้า

- ควรจัดสรรเจ้าหน้าที่มืออาชีพที่มีความรู้ในการให้บริการติดต่อกับลูกค้า
- ควรปรับปรุงการให้บริการของพนักงานเจ้าหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพ
- การพัฒนาความตระหนักรู้ด้านการบริการ โดยพนักงานเจ้าหน้าที่การรถไฟต้องตระหนักว่าเป็นผู้ให้บริการ
- การปรับกระบวนการในการบริการให้เป็นในทางธุรกิจมากขึ้น
- การบริการที่เป็นมืออาชีพ มีใจรักบริการ (Service mind) มากขึ้น ควรเปลี่ยนทัศนคติว่าเป็นองค์กรที่ผูกขาด ทำให้ไม่สนใจลูกค้า เนื่องจากปัจจุบันลูกค้ามีทางเลือกอื่นในการขนส่งมากขึ้น
- ให้บริการด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทุกบริษัท ให้ข้อมูลกับทุกบริษัทอย่างครบถ้วนไม่ตกหล่น
- การบริการติดต่อกับลูกค้า ควรจัดให้มีบริการที่การรถไฟเข้าไปพบลูกค้า

๖. การปรับปรุงแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพการให้บริการ ให้มีความทันสมัยขึ้น
 - ควรนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการระบบการทำงานให้มากขึ้น
 - ปรับปรุงระบบ IT ภายในองค์กรให้มีการ log in ขณะปฏิบัติหน้าที่และบันทึกข้อมูลไว้ในระบบ เพื่อให้ทุกฝ่ายสามารถตรวจสอบข้อมูลได้
 - ระบบการสื่อสารมีความทันสมัยขึ้น เพิ่มช่องทางในการสื่อสาร e-mail ให้ติดต่อได้ง่าย
 - การบริหารองค์กรรถไฟควรมีหน่วยงานบริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One Stop Service) ที่สามารถเป็นหน่วยในการประสานงานภายในแทนผู้ประกอบการได้อย่างครบถ้วน
 - ควรมีระบบติดตาม (Update) สถานะตู้ และแคร่ เพื่อให้ลูกค้าทราบจำนวนแคร่ที่พร้อมใช้งานอย่างถูกต้อง แม่นยำ
๗. การพัฒนาเรื่องการรักษาความปลอดภัยและปรับปรุงแก้ไขปัญหภายในพื้นที่
 - เพิ่มระบบการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ ICD ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
 - ความชัดเจนของนโยบายในการแก้ไขปัญหการจราจรทั้งใน ICD ลาดกระบัง และแหลมฉบัง
 - บริหารจัดการแก้ปัญหาการจราจรภายใน ICD ดำเนินการไม่ให้เกิดผลกระทบภายนอกนารถบรรทุกเข้ามาจอดขวางในพื้นที่
 - แก้ไขปัญหาสภาวะแวดล้อมรองรับการเปิดตลาดนัดโดยสมบูรณ์ในพื้นที่ ICD
 - แก้ไขปัญหาความสะอาด และยาเสพติดภายในพื้นที่
 - พัฒนาอุปกรณ์ และทรัพยากรให้มีเพียงพอกับความต้องการของลูกค้า
 - ปรับพื้นที่บริเวณขนถ่ายให้มีความเหมาะสมกับการขนถ่ายสินค้าที่มีน้ำหนักมากขึ้น
 - ปรับปรุงระบบระบายน้ำในพื้นที่ ควรจัดการสูบน้ำออกจากพื้นที่ เพื่อไม่ให้พื้นที่ทรุดและน้ำท่วม ควรซ่อมแซมปั๊มน้ำที่ทำงานได้ไม่มีประสิทธิภาพและชำรุด
๘. การติดต่อประสานงานแก้ไขปัญหาร่วมกับองค์กรอื่นๆ เพื่อพัฒนาการให้บริการให้มีคุณภาพมากขึ้น
 - ประสานงานกับกรมการขนส่งทางบกให้มีสถานีจอดรถบรรทุก (Truck Terminal) ให้พอกับสถานี
 - ประสานงานกับการท่าเรือแห่งประเทศไทย เพื่อปรับปรุงซ่อมพื้นบริเวณลานในพื้นที่ท่าเรือแหลมฉบัง
 - ประสานงานกับการท่าเรือแห่งประเทศไทยเพื่อนำเอาระบบรางเข้าไปในท่าเรือให้มากที่สุด ซึ่งปัจจุบันพบปัญหาารถบรรทุกเข้าพื้นที่ท่าเรือมากทำให้ถนนเสียหายมาก
 - เพิ่มข้อตกลงร่วมกันระหว่างการรถไฟแห่งประเทศไทย และการท่าเรือแห่งประเทศไทย เรื่องให้มีคลังสินค้าเพียงพอกับความต้องการของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)

ผลการวิจัยผู้ให้บริการ ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า สำหรับผู้ให้บริการเดิมที่ไม่ใช้บริการแล้ว พบว่า การขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$) โดยประเด็นที่กลุ่มผู้เลิกใช้บริการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการมากที่สุด ๕ อันดับแรก ได้แก่ ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง คิดเป็นคะแนน ๓๙๔ คะแนน ความสะอาดของห้องน้ำที่สถานีและบนขบวนรถ คิดเป็นคะแนน ๓๕๕ คะแนน การป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุและอาชญากรรม

คิดเป็นคะแนน ๑๙๒ คะแนน ความสะอาดบริเวณโดยรอบสถานีและบนขบวนรถ คิดเป็นคะแนน ๑๘๒ คะแนน และการบริหารจัดการ ในกรณีที่ขบวนรถเกิดความล่าช้า คิดเป็นคะแนน ๑๒๖ คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๓ สัดส่วนจำนวนผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่ขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (เรียงลำดับ ๑-๕)

ประเด็น	อันดับ ๑	อันดับ ๒	อันดับ ๓	อันดับ ๔	อันดับ ๕	คะแนน
ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง	๖๑	๘	๑๕	๒	๘	๓๙๔
ความสะอาดของห้องน้ำที่สถานีและบนขบวนรถ	๒๖	๓๐	๒๙	๘	๒	๓๕๕
การป้องกันและแก้ไขอุบัติเหตุและอาชญากรรม	๑๒	๑๒	๑๕	๑๑	๑๗	๑๙๒
ความสะอาดบริเวณโดยรอบสถานีและบนขบวนรถ	๘	๑๓	๑๑	๑๙	๑๙	๑๘๒
การบริหารจัดการ ในกรณีที่ขบวนรถเกิดความล่าช้า	๕	๑๐	๑๐	๑๐	๑๑	๑๒๖
สิ่งอำนวยความสะดวกบนขบวนรถ	๓	๕	๑๐	๑๘	๑๗	๑๑๘
ความถี่/จำนวนในการให้บริการ (วันปกติ/วันหยุดนักขัตฤกษ์)	๕	๑๔	๓	๕	๖	๑๐๖
มาตรการควบคุมการดื่มแอลกอฮอล์/สูบบุหรี่บนขบวนรถ	๓	๖	๙	๑๐	๑๐	๙๖
การจำหน่ายสินค้าและอาหารบนขบวนรถ	๗	๑๑	๒	๔	๑	๙๔
เทคโนโลยีที่ทันสมัยบนขบวนรถ	๐	๔	๔	๗	๑๓	๘๓
ลักษณะทางกายภาพ ทั้งภายในและภายนอกของขบวนรถ	๓	๕	๗	๙	๘	๘๒
ราคาตั๋วโดยสาร เมื่อเทียบกับการขนส่งรูปแบบอื่นๆ	๕	๓	๖	๖	๓	๗๐
มาตรการควบคุมบุคคลไร้ที่อยู่อาศัยเข้ามาหลบนอนที่สถานี	๐	๓	๗	๙	๙	๖๐
ช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสาร	๒	๔	๔	๖	๘	๕๘
การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (สถานี/บนขบวนรถ)	๑	๓	๕	๙	๒	๕๒
มาตรการควบคุมพ่อค้า/แม่ค้าเข้ามาจำหน่ายอาหารบนขบวนรถ	๑	๓	๖	๖	๕	๕๒
ภูมิทัศน์ที่สถานี	๓	๔	๕	๑	๒	๕๐
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ	๐	๑	๓	๘	๖	๓๕
อื่นๆ (รถยนต์สะดวกกว่า ความไม่สะดวก ใช้เวลานานในการเดินทาง มีรถส่วนตัว ไม่มีความจำเป็น ไม่อยากต่อรถกลัวเลยสถานี)	๑	๑	๐	๑	๑	๑๒

โดยข้อคิดเห็นที่กลุ่มผู้ที่เลิกใช้บริการ อยากให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ปรับปรุง สร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้กลับมาใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทยอีกครั้ง (ตอบได้มากกว่า ๑ ข้อ) พบว่า กลุ่มผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการมีความคิดเห็นมากที่สุด ๕ อันดับแรก ได้แก่ ซ่อมแซมบำรุงสิ่งอำนวยความสะดวกบนขบวนรถ คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๒๒ แก้ไขปัญหาความล่าช้าในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๑๓ เพิ่มการป้องกันอาชญากรรม (ตำรวจรถไฟ/ร.ป.ภ./กล้องวงจรปิด) คิดเป็นร้อยละ ๑๑.๑๓ ลงโทษผู้ฝ่าฝืนการดื่มแอลกอฮอล์/สูบบุหรี่บนขบวนรถ คิดเป็นร้อยละ ๘.๗ และเพิ่มจุดทิ้งขยะ ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ คิดเป็นร้อยละ ๘.๓๕ ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๔ ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการที่อยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ปรับปรุงสร้างความเชื่อมั่น

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
ซ่อมแซมบำรุงสิ่งอำนวยความสะดวกบนขบวนรถ	๗๖	๑๓.๒๒
แก้ไขปัญหาความล่าช้าในการเดินรถ	๖๔	๑๑.๑๓
เพิ่มการป้องกันอาชญากรรม (ตำรวจรถไฟ/ร.ป.ภ./กล้องวงจรปิด)	๖๔	๑๑.๑๓
ลงโทษผู้ฝ่าฝืนการดื่มแอลกอฮอล์/สูบบุหรี่บนขบวนรถ	๕๐	๘.๗๐
เพิ่มจุดทิ้งขยะ ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ	๔๘	๘.๓๕
ปรับปรุงราง และโครงสร้างพื้นฐานในการเดินรถ	๔๐	๖.๙๖
ติดตั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยบนขบวนรถ	๓๙	๖.๗๘
เพิ่มความถี่/จำนวนขบวนรถในการให้บริการ (วันปกติ/วันหยุดนักขัตฤกษ์)	๓๗	๖.๔๓
เพิ่มมาตรการควบคุมบุคคลไร้ที่อยู่อาศัยเข้ามาหลบนอนที่สถานี	๓๗	๖.๔๓
เพิ่มช่องทางการจำหน่ายตั๋วโดยสาร	๓๐	๕.๒๒
ปรับภูมิทัศน์บริเวณโดยรอบสถานี	๒๔	๔.๑๗
เพิ่มมาตรการควบคุมการขึ้นมาจำหน่ายอาหารบนขบวนรถ	๒๓	๔.๐๐
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ	๑๙	๓.๓๐
บริหารจัดการอาหารให้เหมาะสมกับคุณภาพและราคา	๑๗	๒.๙๖
อื่นๆ	๗	๑.๒๒

ซึ่งหากการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ดำเนินการปรับปรุงความเชื่อมั่นในเรื่องดังกล่าว ท่านจะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย อีกครั้งหรือไม่ พบว่า กลุ่มผู้ที่เลิกใช้บริการจะกลับมาใช้บริการแน่นอน มากที่สุด ร้อยละ ๗๒.๐๐ รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ ๒๕.๖๐ และไม่กลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน ร้อยละ ๒.๔๐ ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๕ ความถี่และร้อยละผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่จะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
กลับมาใช้บริการแน่นอน	๙๐	๗๒.๐๐
ไม่แน่ใจ	๓๒	๒๕.๖๐
ไม่กลับมาใช้บริการอย่างแน่นอน	๓	๒.๔๐
โดยรวม	๑๒๕	๑๐๐.๐๐

ผลการสำรวจข้อมูล พบว่า ประเด็นที่กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทยเลย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่เลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย มากที่สุด ๕ อันดับแรก ได้แก่ ไม่เชื่อมั่นความปลอดภัย ขบวนรถล่าช้า สถานีไม่ทันสมัย ใช้เวลาเดินทางนานกว่าการขนส่งประเภทอื่น และไม่มั่นใจในภาพลักษณ์ของการรถไฟฟ้า ตามลำดับ นอกจากนี้กลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้บริการโดยสารของการรถไฟฟ้า

แห่งประเทศไทย ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสาเหตุที่ไม่เลือกใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ดังนี้

๑. การปรับปรุงดูแลเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการภายในบริเวณสถานี
 - ปรับปรุงการรักษาความสะอาดในบริเวณพื้นที่สถานี
 - ปรับปรุงความสะอาดของห้องน้ำบริเวณสถานี
 - ปรับปรุงสถานีให้ดูดีและมีความทันสมัยมากขึ้น
 - ปรับปรุงและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณสถานีให้มากขึ้น
๒. การปรับปรุงดูแลเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก และการให้บริการภายในขบวนรถโดยสาร
 - ปรับปรุงการรักษาความสะอาดในบริเวณพื้นที่และบนขบวนรถโดยสาร
 - ปรับปรุงความสะอาดภายในห้องน้ำบนขบวนรถโดยสาร เนื่องจากมีปัญหากลิ่น
 - การควบคุมระบบให้เสถียรและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างทันท่วงที
 - ปรับปรุงและเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในขบวนรถโดยสาร
 - ควรพัฒนาเบาะที่นั่งให้สบายกว่านี้ เปลี่ยนเบาะที่นั่งใหม่ให้สามารถเอนนอนได้
 - ปรับปรุงโครงสร้างของขบวนรถไฟฟ้าให้ใหม่ขึ้น
 - ปรับปรุงคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกบนขบวนรถไฟฟ้าให้ดีขึ้น เหมาะสมกับราคาค่าโดยสาร
 - แก้ไขปัญหารถไฟไม่ให้ขำรุดบ่อยๆ ควรมีการซ่อมบำรุงอยู่เสมอ และปรับปรุงขบวนรถไฟฟ้าให้ดูทันสมัยมากขึ้น
๓. การปรับปรุงพฤติกรรมบริการให้บริการของพนักงานเจ้าหน้าที่
 - ควรอบรมให้เจ้าหน้าที่มีใจรักการบริการ
 - ปรับปรุงการบริการของพนักงานให้เหมาะสมกับคุณภาพราคา
 - เพิ่มกฎระเบียบรวมถึงการคัดกรองพนักงานให้มีมาตรฐานผ่านการรับรองตามหลักสูตร
 - ปรับปรุงพัฒนาเรื่ององค์กร นำคำแนะนำในแบบสอบถามไปปรับปรุงอย่างจริงจัง
๔. การปรับปรุงประสิทธิภาพการดูแลจัดการระบบเดินรถ
 - ปรับปรุงขบวนรถไฟฟ้าให้มีความใหม่และทันสมัยมีความรวดเร็วในการเดินทาง สร้างความปลอดภัยในการเดินทาง
 - ปรับปรุงเรื่องเวลาการเดินทางเมื่อเทียบกับการเดินทางแบบอื่น การเดินรถควรตรงกับตารางการเดินรถไฟฟ้าโดยรถไฟฟ้าควรเข้าถึงสถานีให้ตรงต่อเวลา และขบวนรถควรออกให้ตรงเวลา
 - ปรับปรุงระบบการเดินรถให้มีเสถียรภาพมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาใช้บริการ
 - พัฒนาเรื่องความเร็วของขบวนรถไฟฟ้า ปรับปรุงความเร็วในการเดินทางระยะไกล และเพิ่มสถานีให้มากขึ้น
 - เพิ่มเส้นทางการเดินรถ เพิ่มช่องทางในการเดินรถไปยังจังหวัดอื่นๆ มากขึ้น
 - เพิ่มรถไฟด่วน ยกเลิกขบวนเก่า
 - ควรให้มีรถไฟความเร็วสูง นำเทคโนโลยีรถไฟความเร็วสูงมาใช้
 - ควรให้การรถไฟฟ้าพัฒนาเหมือนต่างประเทศที่มีการจัดการการรถไฟฟ้าที่ดี ให้นำการเดินรถไฟฟ้าของต่างประเทศมาปรับใช้
 - ควรให้การเดินรถไฟฟ้ามีการปรับปรุงเทคโนโลยีให้ดีขึ้น
๕. การปรับปรุงเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย
 - เพิ่มช่องทางการซื้อตั๋วรถไฟฟ้าให้มากขึ้น
 - ช่องทางจำหน่ายตั๋วควรมีบริการให้จองผ่านเว็บไซต์ได้

- ควรให้มีแอปพลิเคชัน (Application) สำหรับจำหน่ายตั๋ว
- ๖. การประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์และดึงดูดการท่องเที่ยว
 - เพิ่มการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการประชาสัมพันธ์
 - ประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวให้มากกว่านี้
- ๗. การดูแลจัดระเบียบการให้บริการและการใช้บริการบนขบวนรถโดยสาร
 - การจัดระเบียบที่นั่ง เข้มงวดเรื่องที่นั่งให้ตรงกับที่นั่งที่ระบุในตัว
 - แก้ไขปัญหาการดื่มสุราบนขบวนรถโดยสาร
 - ควรให้มีการจองที่นั่ง
 - ไม่ควรมีการขายบุหรี่ปนรถ
 - ควรให้มีป้ายแจ้งข้อมูลว่าสถานีต่อไปคือสถานีอะไร
 - ควรดูแลความสะอาดของอาหารบนรถไฟ ควรดูแลเรื่องการนำสัตว์เลี้ยงขึ้นรถไฟ
- ๘. การพัฒนาปรับปรุงเรื่องการดูแลรักษาความปลอดภัย
 - เพิ่มมาตรฐานระบบการรักษาความปลอดภัย ให้ผู้มาใช้บริการมีความรู้สึกปลอดภัยในการมาใช้บริการมากขึ้น
 - เพิ่มการดูแลความปลอดภัยภายในขบวนรถระหว่างที่ผู้โดยสารรอรถ
 - มีการป้องกันอุบัติเหตุและป้องกันปัญหาอาชญากรรม เช่น ตรวจการพกพาอาวุธ, ไม่ให้คนเมาขึ้นขบวนรถ
 - ปรับปรุงการรักษาความปลอดภัยของสถานีรถไฟหัวลำโพงซึ่งเป็นแหล่งมั่วสุม

ผลการวิจัยความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)

ผลการวิจัยผู้ให้บริการ ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า การศึกษาความคิดเห็นสำหรับผู้ให้บริการเดิมที่ไม่ใช้บริการแล้ว พบว่า การขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.81$) โดยประเด็นที่กลุ่มผู้เลิกใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ มากที่สุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง โดยมีคะแนน ๗๗ คะแนน การป้องกันงานของเจ้าหน้าที่ด้านปฏิบัติการ โดยมีคะแนน ๔๔ คะแนน และการบริหารจัดการ ในกรณีที่ขบวนรถเกิดความล่าช้า โดยมีคะแนน ๔๐ คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๖ สัดส่วนจำนวนผู้ที่เลิกใช้บริการ ที่ขาดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ (เรียงลำดับ ๑-๓)

ประเด็น	อันดับ ๑	อันดับ ๒	อันดับ ๓	คะแนน
ความตรงต่อเวลาในการเดินทาง	๒๒	๔	๓	๗๗
การป้องกันงานของเจ้าหน้าที่ด้านปฏิบัติการ	๕	๑๒	๕	๔๔
การบริหารจัดการ ในกรณีที่ขบวนรถเกิดความล่าช้า	๕	๘	๙	๔๐
ความถี่/จำนวนในการให้บริการ (วันปกติ/วันหยุดนักขัตฤกษ์)	๖	๘	๒	๓๖

ประเด็น	อันดับ ๑	อันดับ ๒	อันดับ ๓	คะแนน
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งที่สถานีและบนขบวนรถ	๕	๓	๑๑	๓๒
การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (สถานี/บนขบวนรถ)	๑	๖	๗	๒๒
เทคโนโลยีที่ทันสมัยบนขบวนรถ	๑	๕	๙	๒๒

ข้อคิดเห็นที่กลุ่มผู้ที่ใช้บริการ อยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ปรับปรุง สร้างความเชื่อมั่น เพื่อให้กลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย อีกครั้ง พบว่า กลุ่มผู้ที่ใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ มีความคิดเห็นมากที่สุด ๓ อันดับแรก ได้แก่ เพิ่มการป้องกันอาชญากรรม (ตำรวจรถไฟ/ร.ป.ภ./กล้องวงจรปิด) คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๖๓ จัดการเรื่องความตรงต่อเวลาในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๕๖ และติดตั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยบนขบวนรถ คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๓๔ ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๗ ความถี่และร้อยละผู้ที่ใช้บริการที่อยากให้การรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ปรับปรุงสร้างความเชื่อมั่น

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
เพิ่มการป้องกันอาชญากรรม (ตำรวจรถไฟ/ร.ป.ภ./กล้องวงจรปิด)	๓๒	๑๙.๖๓
จัดการเรื่องความตรงต่อเวลาในการเดินทาง	๒๗	๑๖.๕๖
ติดตั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัยบนขบวนรถ	๒๕	๑๕.๓๔
อบรมเจ้าหน้าที่ด้านปฏิบัติการ	๒๔	๑๔.๗๒
เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร	๒๔	๑๔.๗๒
เพิ่มความถี่/ความเพียงพอของหัวรถจักร/แคร่	๑๘	๑๑.๐๔
เพิ่มช่องทางการจองแคร่	๑๑	๖.๗๕
อื่นๆ	๒	๑.๒๓
โดยรวม	๑๖๓	๑๐๐.๐๐

ซึ่งหากการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย ดำเนินการปรับปรุงความเชื่อมั่นในเรื่องดังกล่าว ท่านจะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย อีกครั้งหรือไม่ พบว่า กลุ่มผู้ที่ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการแน่นอน มากที่สุด ร้อยละ ๖๓.๐๔ และ ไม่แน่ใจ ร้อยละ ๓๖.๙๖ ตามลำดับ

ตารางที่ ๑๘ ความถี่และร้อยละผู้ที่ใช้บริการ ที่จะกลับมาใช้บริการของการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย

ประเด็น	ความถี่	ร้อยละ
กลับมาใช้บริการแน่นอน	๒๙	๖๓.๐๔
ไม่แน่ใจ	๑๗	๓๖.๙๖
โดยรวม	๔๖	๑๐๐.๐๐

สำหรับความคิดเห็นข้อเสนอในการส่งเสริมความเชื่อมั่นเพื่อให้หันมาเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย กลุ่มผู้ที่เลิกใช้บริการเสนอแนะว่าอยากให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ปรับปรุงการบริการ และเพิ่มมาตรการความปลอดภัยของสินค้าในการขนส่ง คิดเป็นความถี่ ๗ รองลงมาคือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการให้บริการให้มากกว่านี้ คิดเป็นความถี่ ๖ อันดับสามคือ กำหนดอัตราค่าบริการให้ชัดเจน, ลดค่าบริการลง และปรับการทำงานให้ตรงต่อเวลา, ไม่ล่าช้า คิดเป็นความถี่ ๓ เท่ากัน โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๙ ความถี่ของผู้ที่เลิกใช้บริการที่เสนอแนะอยากให้การรถไฟแห่งประเทศไทย ในการส่งเสริมความเชื่อมั่นเพื่อให้หันมาเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
ปรับปรุงการบริการและเพิ่มมาตรการความปลอดภัยของสินค้าในการขนส่ง	๗
ควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการให้บริการให้มากกว่านี้	๖
กำหนดอัตราค่าบริการให้ชัดเจน, ลดค่าบริการลง	๓
ปรับการทำงานให้ตรงต่อเวลา, ไม่ล่าช้า	๓
นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้	๒
นำรถไฟที่ทันสมัยมาใช้เพื่อเพิ่มความเร็วในการขนส่ง	๒
ปรับเส้นทางทางการเดินรถให้ทั่วถึง, เพิ่มเส้นทางปลายทางในการขนส่ง	๒
สถานีไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่ ควรให้มีสถานีครอบคลุมในหลายๆ จังหวัดมากขึ้น	๒
ให้รับผิดชอบหากสินค้าชำรุดหรือสูญหาย มีระบบติดตามของหาย	๒
ควรมีรายงานการขนส่ง	๑
ปรับปรุงความทันสมัยให้มากขึ้น	๑
ปรับปรุงเรื่องความสะดวก	๑
เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้บริการ	๑
เพิ่มช่องทางขนส่งให้มากกว่าไปรษณีย์	๑
เพิ่มช่องทางในการจองตั๋ว	๑
มาตรการความเข้มงวดทั้งพนักงานและระบบต่างๆ	๑
สถานที่รับฝากส่งของไม่สะดวกต่อการเดินทาง	๑
ไม่มีความจำเป็น	๑
ให้มีบริการที่ครบวงจรมากกว่านี้	๑
ควรให้เปิดบริการรับส่งสินค้าตามบ้าน	๑

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยจัดทำขึ้นเพื่อให้การรถไฟแห่งประเทศไทยนำไปพัฒนาปรับปรุงการบริการให้ดียิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)

ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่าปัจจัยด้านความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคาส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ให้บริการปัจจุบัน) ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทย ควรพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้าน

- ระบบการรักษาความปลอดภัย โดยพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยอย่างบูรณาการติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยในสถานีรถไฟ และบนขบวนรถให้ครบทุกจุด พร้อมกับระบบการแจ้งเตือนข้อมูลความปลอดภัยไปยังผู้ให้บริการผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่
- การพัฒนาคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยดำเนินการดังนี้
 - การจัดตู้โดยสาร/แคร่บรรทุกสินค้าให้เพียงพอรองรับความต้องการ เป็นการจัดตู้โดยสาร และอุปกรณ์เพื่อรองรับการบริการโดยสาร และขนส่งสินค้าให้เพียงพอ กับความต้องการของผู้ใช้บริการ
 - จัดทำแผนพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการ (Service Improvement Plan) พร้อมคู่มือ (Service Provision Manual) เพื่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ ของเจ้าหน้าที่ โดยการ (๑) กำหนดวิสัยทัศน์การให้บริการสู่องค์กรที่มีความเป็นเลิศทางการบริการระบบราง (Rail Service Excellence) (๒) การปรับปรุงปรับลดขั้นตอนการบริการให้มีความสะดวก และกำหนดจุดสัมผัส (Touch Points) ที่ผู้ให้บริการสามารถติดต่อกับการรถไฟแห่งประเทศไทย (๓) กำหนดรายละเอียดการให้บริการในแต่ละด้าน (Service Details) ในทุกขั้นตอน และทุกจุดสัมผัส พร้อมกับจัดทำความตกลงมาตรฐานด้านระดับการให้บริการในแต่ละด้าน (Service Level Agreement-SLA) เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการจัด (๔) การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ พร้อมกับการจัดหาพนักงานอำนวยความสะดวก (Concierge) และฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการ เพื่อปรับปรุงการบริการ และ (๕) ดำเนินการเก็บข้อมูลความพึงพอใจในแต่ละจุดสัมผัสหลังการให้บริการภายในเวลา ๒๔ ชั่วโมง
- การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการพัฒนาห้องรับรอง (Lounge) ในสถานีรถไฟทุกแห่ง และปรับปรุงเก้าอี้โดยสารให้มีความสะดวกสบาย ชั้นวางสัมภาระให้เพียงพอ กับความต้องการ ตลอดจนการปรับปรุงความสะอาดของสถานี และขบวนรถโดยสาร โดยการทำความสะอาดบ่อยครั้งขึ้น มีการฆ่าเชื้อ ขจัดกลิ่นอับ และใช้น้ำหอมภายในห้องน้ำ
- การบริการจัดการความตรงต่อเวลาในการเดินขบวนรถ เป็นการปรับปรุงความตรงต่อเวลา ไม่ให้การเดินขบวนรถล่าช้ากว่าที่ผู้โดยสารยอมรับได้ คือ ช่วงเวลาล่าช้าไม่เกิน ๒๐ นาที

โดยการตั้งคณะทำงานเพื่อวิเคราะห์สาเหตุแห่งความล่าช้าของรถที่ไม่ตรงเวลาทุกขบวน เพื่อบริหารการเดินรถให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น แก้ไขปัญหาเส้นทางที่มีความแออัด พัฒนาระบบรางคู่ และจัดหาขบวนรถใหม่ๆ เข้ามาให้บริการอย่างเพียงพอ อีกทั้งจัดให้มีบริการแจ้งข้อมูลผ่านระบบเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน (Application) กรณีที่ขบวนรถอาจใช้เวลาสายกว่าที่กำหนด

- การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลตารางการเดินรถล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ ปีในทุกเส้นทางสำคัญผ่านทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น เว็บไซต์ และ แอปพลิเคชัน (Application) อีกทั้งพัฒนาระบบการจองตั๋วล่วงหน้าให้สามารถจองตั๋วล่วงหน้าได้นานยิ่งขึ้นอย่างน้อย ๑ ปีล่วงหน้า ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มกระแสเงินสดเข้ามาในองค์กรล่วงหน้า โดยอาจพิจารณาปรับราคาตั๋วที่ยืดหยุ่นตามระยะเวลาการจองตั๋วล่วงหน้าให้การซื้อตั๋วล่วงหน้าเป็นระยะเวลานานมีราคาถูกลง แต่ควรมีเงื่อนไขจำกัดการเปลี่ยนตัว
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้าน
 - การจองและซื้อตั๋วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองรับระบบการจองตั๋วล่วงหน้าเป็นระยะเวลานานขึ้น อย่างน้อย ๑ ปี อีกทั้งควรรองรับระบบการจองแพ็คเกจการเดินทาง/ท่องเที่ยวต่อเนื่อง อาทิ การจองรถโดยสาร แท็กซี่ เรือ และโรงแรมที่พักในจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางต่างๆ ของการเดินทาง
- ด้านราคา เนื่องจากกลุ่มผู้ให้บริการโดยสารในปัจจุบันกลุ่มผู้ให้บริการโดยสารเชิงสังคมให้ความสำคัญกับราคาตั๋วที่มีราคาถูก ซึ่งในกลุ่มดังกล่าว การรถไฟแห่งประเทศไทยควรพิจารณาการปรับราคาตั๋วบริการโดยสารเชิงสังคมให้เหมาะสมกับค่าครองชีพของประชาชน ในฐานะเป็นบริการสาธารณะ อย่างไรก็ตามการรถไฟแห่งประเทศไทยมีโอกาสในการปรับราคาค่าบริการเพิ่มสูงขึ้นในกลุ่มบริการโดยสารเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อมากกว่า ประกอบกับผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการโดยสารของกลุ่มผู้ให้บริการโดยสารเชิงพาณิชย์นิยมโดยสารรถไฟเพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน/ท่องเที่ยว และการกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติเป็นหลัก จึงสมควรพัฒนารูปแบบการบริการเชิงพาณิชย์เพื่อวัตถุประสงค์เชิงท่องเที่ยว/กลับภูมิลำเนาเพิ่มเติมเพื่อให้มีโอกาสในการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นดังนี้
 - โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว/เดินทางต่อเนื่อง อาทิ
 - การส่งเสริมรถไฟท่องเที่ยว ในลักษณะแพ็คเกจการท่องเที่ยว (Travel Packages) โดยพัฒนารถไฟท่องเที่ยวเดิมให้มีการบริการนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจตลอดเส้นทางการเดินรถไฟ อาทิ ช่วงลำปาง-เชียงใหม่ กรุงเทพฯ-น้ำตก กรุงเทพฯ-หัวหิน-ประจวบคีรีขันธ์ กรุงเทพฯ-เขื่อนป่าสักชลสิทธิ์ กรุงเทพฯ-พญา-พลุดาหลวง เป็นต้น โดยรวมบริการนำเที่ยว พร้อมมัคคุเทศก์ จัดกิจกรรมสันทนาการ และการบริการอาหาร/เครื่องดื่มบนขบวนรถ แวะชมแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าที่ระลึก ตลอดจนให้บริการที่พัก และการเดินทางเชื่อมต่อท่องเที่ยว
 - การจัดให้มีแพ็คเกจให้บริการโดยสารรถไฟต่อเนื่องเพื่อกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ (Visiting Friends & Relatives Package – VFR Packages) โดยพัฒนาการเดินทางเชื่อมต่อกับระบบคมนาคมในท้องถิ่นที่เป็นสถานีจุดหมายปลายทาง เช่น รถแท็กซี่ รถบัสโดยสารไม่ประจำทาง ฯลฯ ในช่วงเทศกาลที่คนไทยนิยมเดินทางกลับไปเยี่ยมครอบครัว/เยี่ยมญาติ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น เพื่อให้บริการแก่ผู้โดยสาร

ที่ต้องการเดินทางกลับภูมิลำเนาที่ต้องการเดินทางจากสถานีรถไฟกลับไปยังบ้านเกิด
พร้อมกับบริการรถเที่ยวกลับเพื่อรับผู้โดยสารจากภูมิลำเนากลับมายังสถานีรถไฟ
ในช่วงปลายเทศกาล

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ให้บริการปัจจุบัน)

การทบทวนปัจจัยด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับการบริการขนส่งสินค้า ผลจากการศึกษาความพึงพอใจ
ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการขบวนรถสินค้าในการเลือกใช้บริการขนส่ง
สินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
ความเชื่อมั่นของประชาชนมากที่สุด คือ ด้านราคา ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงควรดำเนินการทบทวน
ปัจจัยด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับการบริการขนส่งสินค้าประเภทต่างๆ ตามขนาด หรือน้ำหนักที่เหมาะสม
เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น โดยเพิ่มบริการขนส่งสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อสร้าง
ความแตกต่างและให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการได้ตามความเหมาะสม เช่น การขนส่งสินค้าประเภทที่ต้อง
ควบคุมอุณหภูมิ หรือการขนส่งสินค้าที่มีการป้องกันการแตกหักเป็นพิเศษ เป็นต้น

การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อการให้บริการขนส่งสินค้า (Digital Cargo Service) เพื่อให้บริการจองแคร่
คำนวณค่าระวาง และค่าธรรมเนียม การวางบิล และอำนวยความสะดวกด้านติดต่อประสานงานเอกสาร
และบริการขนส่งสินค้าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว

การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ (Service Improvement Human Development) เนื่องจาก
ปัญหาด้านการติดต่อประสานงานกับพนักงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย มีความล่าช้า ต้องส่งเอกสาร
หลายฉบับ และพนักงานยังขาดการติดตามงานในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การจองแคร่ ถึงการวางบิล ดังนั้นการรถไฟ
แห่งประเทศไทยควรพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ ผ่านทาง (๑) การกำหนดยุทธศาสตร์การบริการ และกำหนด
เป้าหมายคุณภาพการบริการ (๒) การทบทวนขั้นตอนการให้บริการ เพื่อปรับลด ควบรวมขั้นตอนบริการที่ซ้ำซ้อน
และพัฒนาการอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนการบริการ (๓) กำหนดมาตรฐานการบริการที่ดี (Service
Level Agreement – SLA) ตลอดทุกขั้นตอนการบริการ และทุกจุดสัมผัส (Touch Points) ซึ่งครอบคลุม
ทุกช่องทางที่ผู้ให้บริการสามารถติดต่อขอรับบริการจากการรถไฟแห่งประเทศไทยได้ (๔) การจัดการอบรม
พัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการคุณภาพ ซึ่งรวมถึง การฝึกอบรม และพัฒนาทักษะการบริการ เช่น ความเอาใจใส่
ความอดทน ความสม่ำเสมอในการบริการ ความสามารถในการปรับบริการรองรับผู้รับบริการแต่ละราย การสื่อสาร
การติดตามงาน ฯลฯ และ พัฒนาความรู้ความเข้าใจในการให้บริการตามมาตรฐานที่กำหนด และตามกระบวนการ
ให้บริการ และความรู้ทางเทคนิคต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการศึกษาดูงานหน่วยงานกรณีศึกษาตัวอย่างที่
สามารถให้บริการได้เป็นเลิศ เพื่อนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้กับการฝึกอบรมภายในของการรถไฟแห่ง
ประเทศไทย (๕) การทดลองปฏิบัติในการให้บริการทุกจุดสัมผัส (Touch Points) เป็นการให้พนักงานได้ฝึก
อบรมทักษะ และความรู้ที่ได้รับผ่านการทดลองปฏิบัติโดยวิธีบทบาทสมมติเพื่อให้บริการในจุดสัมผัสต่างๆ
ภายใต้สถานการณ์จำลองต่างๆ เพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถเรียนรู้วิธีการแก้ไขปัญหาการบริการต่างๆ ได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ (๖) การประเมินคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยประเมินจากผู้รับบริการหลังจากได้รับบริการ
ไม่นานนัก เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้ไปปรับปรุงยุทธศาสตร์ เป้าหมายคุณภาพการบริการ และมาตรฐานการบริการ
ต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการด้านการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)

การพัฒนาด้านการโดยสารให้มีความตรงต่อเวลา จากผลการศึกษาที่พบว่า ความตรงต่อเวลามีผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชน (ผู้ที่เลิกใช้) ในการเลือกใช้บริการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพราะประชาชนหรือผู้โดยสารแต่ละคนจะมีการวางแผนการเดินทางไว้อย่างชัดเจน เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละวัน การล่าช้าจากการโดยสารรถไฟทำให้ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงควรมีการพัฒนากระบวนการขนส่งโดยสารที่มีความตรงต่อเวลามากยิ่งขึ้น เช่น การเพิ่มจำนวนขบวนรถโดยสาร การประมาณการสัดส่วนจำนวนผู้โดยสารในแต่ละวัน เป็นต้น

การพัฒนาด้านความปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านการโดยสารให้มีความปลอดภัย จากผลการศึกษาที่พบว่า ความปลอดภัยมีผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชน (ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ) ในการเลือกใช้บริการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพราะ ผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย อาจรับรู้ถึงความไม่ปลอดภัยของการโดยสารรถไฟจากภาพข่าว หรือเหตุการณ์ต่างๆ ตามสื่อมวลชน จึงยังขาดความเชื่อมั่นและตัดสินใจในการใช้บริการ ดังนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทย จึงควรสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้ประชาชนได้รับทราบ อาทิ การสื่อสารถึงระบบความปลอดภัยที่ทันสมัย มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งสื่อสมัยใหม่ และสื่อแบบดั้งเดิม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงความเชื่อมั่นของประชาชนในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าของการรถไฟแห่งประเทศไทย (ผู้ที่เลิกใช้/ผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ)

การพัฒนาการให้บริการขนส่งสินค้าที่ตรงต่อเวลา ควรมีการให้บริการการรับ-ส่งสินค้าที่มีความตรงต่อเวลา เพราะผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าต่างมีเป้าหมายและมีการวางแผนการขนส่งไว้อย่างชัดเจน ดังนั้น การที่ระบบขนส่งสินค้าเกิดความล่าช้า อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ หรือผู้รับสินค้าปลายทางได้ การรถไฟแห่งประเทศไทย อาจทำการจัดหาขบวนรถเพิ่มเติมเพื่อมาสนับสนุนการขนส่งสินค้า และบริหารจัดการเวลาได้ดีมากขึ้น ทั้งนี้ การให้บริการอาจมีความล่าช้าบ้าง แต่ต้องอยู่ในช่วงเวลาที่ประชาชนสามารถยอมรับได้ คือไม่เกิน ๔๐ นาที ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ ๘๒.๗๙ ยอมรับได้

การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย ควรมีการพัฒนากระบวนการความปลอดภัยให้มีมาตรฐานมากขึ้น ทั้งนี้เพราะจากผลการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ประชาชนผู้ที่ไม่เคยใช้บริการเลยขาดความเชื่อมั่น และไม่เลือกใช้บริการขนส่งของการรถไฟแห่งประเทศไทยนั้นเป็นเพราะว่า ยังไม่เชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการเดินรถ โดยเป็นความปลอดภัยที่เกิดขึ้นจากทั้งชีวิตและทรัพย์สินที่ประชาชนให้ความสำคัญ ทั้งนี้ ในการสร้างระบบรักษาความปลอดภัยนั้น การรถไฟแห่งประเทศไทย อาจใช้วิธีการบูรณาการรักษาระบบความปลอดภัย มีการติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยในสถานีรถไฟให้เชื่อมโยงกันในทุกจุด อย่างเป็นระบบ รวมทั้งระบบการแจ้งเตือนข้อมูลความปลอดภัยไปยังผู้ใช้บริการผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ เพื่อให้สามารถรับรู้การแจ้งเตือนได้โดยทันทีอย่างตลอดเวลา (Real-time)

โดยมีรายละเอียดของแผนงานโครงการ ดังต่อไปนี้

แผนงานโครงการด้านการโดยสาร

ตารางที่ ๒๐ แผนงานโครงการด้านการโดยสาร

ลำดับ	ประเด็น	การวิเคราะห์ผลการวิจัย	สรุปผลการวิเคราะห์
๑	ความพึงพอใจ ด้านส่วน ประสมทาง การตลาด	ผลการวิจัย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการการรถไฟฟ้าแห่งประเทศไทย	<u>ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ</u> มีการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการเพื่อเป็นการขยายตลาด (Market Size) ไปยังกลุ่มอื่นๆ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการเดินทางมากยิ่งขึ้น ช่วยรองรับการให้บริการได้หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ ในการกำหนดผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่จะต้องคำนึงถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไปพร้อมกัน <u>ระบบการรักษาความปลอดภัย</u> โดยพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัย อย่างบูรณาการ ติดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยให้ครบทุกจุด พร้อมกับระบบการแจ้งเตือนข้อมูลความปลอดภัยไปยังผู้ให้บริการผ่านระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ <u>การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ</u> อย่างต่อเนื่อง โดยการจัดตั้งโดยสภา/ แคร่บรรทุกสินค้าให้เพียงพอรองรับความต้องการ และจัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการ พร้อมคู่มือ <u>การพัฒนาการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดของ</u> สถานี และขบวนรถโดยสาร เช่น การพัฒนาห้องรับรอง (Lounge) ในสถานีรถไฟฟ้าทุกแห่ง และปรับปรุงเก้าอี้โดยสารให้มีความสะดวกสบายขึ้นวางสัมภาระให้เพียงพอกับความต้องการ ตลอดจนการปรับปรุงความสะอาดของสถานี และขบวนรถโดยสาร

ลำดับ	ประเด็น	การวิเคราะห์ผลการวิจัย	สรุปผลการวิเคราะห์
			▪ <u>การบริหารจัดการความตรงต่อเวลาในการเดินขบวนรถ</u> คือ บริหารการเดินขบวนรถให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ช่วงเวลาล่าช้าไม่เกิน ๒๐ นาที โดยการตั้งคณะทำงานเพื่อวิเคราะห์สาเหตุแห่งความล่าช้าของรถที่ไม่ตรงเวลาทุกขบวนเพื่อแก้ไขปัญหาเส้นทางที่มีความแออัด พัฒนาระบบรางคู่ และจัดหาขบวนรถใหม่ๆ เข้ามาให้บริการอย่างเพียงพอ การแจ้งข้อมูลผ่านระบบเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน (Application) กรณีที่ขบวนรถอาจใช้เวลาสายกว่าที่กำหนด ▪ <u>การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ข้อมูลตารางการเดินรถล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ ปี ในทุกเส้นทางสำคัญ</u> อีกทั้งพัฒนาระบบการจองตั๋วล่วงหน้าให้สามารถจองตั๋วล่วงหน้าได้นานยิ่งขึ้นอย่างน้อย ๑ ปีล่วงหน้า ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มกระแสเงินสดเข้ามาในองค์กรล่วงหน้า โดยอาจพิจารณาระบบราคาตั๋วที่ยืดหยุ่นตามระยะเวลาการจองตั๋วล่วงหน้าให้การซื้อตั๋วล่วงหน้าเป็นระยะเวลานานมีราคาถูกลง แต่ควรมีเงื่อนไขจำกัดการเปลี่ยนตั๋ว ▪ <u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</u> มีการพัฒนาระบบจำหน่ายตั๋วโดยสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store) และร้านค้าปลีก (Modern Trade) ที่มีอยู่เป็นจำนวนมากทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด การจองและซื้อตั๋วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต รองรับระบบการจองตั๋วล่วงหน้าเป็นระยะเวลายาวนานขึ้น อย่างน้อย ๑ ปี รองรับ

ลำดับ	ประเด็น	การวิเคราะห์ผลการวิจัย	สรุปผลการวิเคราะห์
			ระบบการจองแพคเกจการเดินทางต่อเนื่อง ▪ <u>ด้านราคา</u> พัฒนาโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว/เดินทางต่อเนื่อง เพื่อให้มีโอกาสในการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้น ดังนี้ - การส่งเสริมรถไฟท่องเที่ยวในลักษณะแพคเกจการท่องเที่ยว (Travel Packages) - การจัดให้มีแพคเกจให้บริการโดยสารรถไฟต่อเนื่องเพื่อกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ (Visiting Friends & Relatives Package – VFR Packages) ▪ <u>ด้านความเชื่อมั่น</u> ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการปรับปรุงความสะอาดของสถานี และขบวนรถโดยสาร
	พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟของผู้ใช้บริการ	▪ แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของการรถไฟแห่งประเทศไทย มากที่สุดคือ ผู้ที่เคยใช้บริการ และเครือข่ายสังคมออนไลน์	▪ <u>การส่งเสริมและสนับสนุนการทำ</u> <u>การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่าน</u> <u>เครือข่ายสังคมออนไลน์</u> เพื่อสร้างการรับรู้และการจดจำให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ อาจนำผู้ที่เคยใช้บริการมาร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับประชาชนได้มากขึ้น ใช้การส่งเสริมการตลาดผ่านการเช็คอินในสถานีรถไฟหรือขบวนรถ เพื่อส่งเสริมการใช้งาน

แผนงานโครงการด้านการขนส่งสินค้า

ตารางที่ ๒๑ แผนงานโครงการด้านการขนส่งสินค้า

ลำดับ	ประเด็น	การวิเคราะห์ผลการวิจัย	สรุปผลการวิเคราะห์
๑	พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟของผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด การกลับมาใช้บริการซ้ำ	ผลการวิจัย - สาเหตุที่ผู้ใช้บริการขนส่งใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทยมากที่สุด คือ ราคาถูก - ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้ากับการรถไฟแห่งประเทศไทย - เหตุผลที่ทำให้ประชาชนกลับมาใช้บริการซ้ำในการขนส่งสินค้ามากที่สุด คือ ราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับการขนส่งประเภทอื่น	- มีการกำหนดการทบทวนปัจจัยด้านราคาที่มีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการประเภทต่างๆ โดยสินค้าบางประเภทอาจปรับราคาค่าขนส่งให้เหมาะสมกับค่าครองชีพ และเพิ่มบริการขนส่งสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เพื่อสร้างความแตกต่างและให้ผู้ใช้บริการเลือกใช้บริการได้ตามความเหมาะสม เช่น การขนส่งสินค้าประเภทที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ หรือการขนส่งสินค้าที่มีการป้องกันการแตกหักเป็นพิเศษ เป็นต้น - การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อให้บริการขนส่งสินค้า (Digital Cargo Service) เพื่อให้บริการจองแคร่ คำนวณค่าระวาง และค่าธรรมเนียม การวางบิล และอำนวยความสะดวกด้านติดต่อประสานงานเอกสารผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์แบบให้บริการเบ็ดเสร็จจุดเดียว - การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ (Service Improvement Human Development)

ลำดับ	ประเด็น	การวิเคราะห์ผลการวิจัย	สรุปผลการวิเคราะห์
๒	การบอกต่อ	ผลการวิจัย ▪ เหตุผลที่ต้องการบอกต่อ คือ มีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุมากกว่าการขนส่งประเภทอื่น	▪ การรถไฟแห่งประเทศไทยควร <u>ตอกย้ำประเด็นเรื่องความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ</u> ให้เป็นจุดแข็งสำคัญ เพราะหากเปรียบเทียบกับยานพาหนะรูปแบบอื่นๆ จะพบว่า ถึงแม้รถไฟจะเป็นรองเรื่องความเร็วในการให้บริการ แต่ก็ยังมีความปลอดภัยตลอดเส้นทางการเดินทาง
๓	ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการผลิตภัณฑ์หรือบริการ	ผลการวิจัย ▪ ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับน้อย	▪ <u>ปรับปรุง ซ่อมแซม หรือจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ</u> เพื่อมาสนับสนุนด้านการขนส่ง เช่น เครื่องมือยกขนสินค้าที่มีความแข็งแรงทนทาน

จากการศึกษาผลการวิจัยและสรุปผลการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ อาทิ ความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในระดับต่างๆ การทดสอบสมมติฐาน และข้อเสนอแนะ เพื่อนำมาสู่การจัดทำแผนงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ในอนาคต โดยแบ่งออกเป็น ๓ ระยะ ได้แก่ ระยะด่วนที่สุด ระยะด่วนมาก ระยะด่วน คำนึงถึง ลำดับความสำคัญ และการกำหนดตัวชี้วัด ดังนี้

หน้า ๔๓

ปัจจัยที่มีผล ต่อความเชื่อมั่น	ระยะเวลานานที่สุด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ระยะ เวลานาน (ภายใน ๒-๓ ปี)	ระยะ เวลานาน (ภายใน ๔-๕ ปี)	ค่าน้ำหนัก (ร้อยละ ๑๐๐)	ลำดับ ความสำคัญ	ตัวชี้วัด
						๓. ระบบรักษาความปลอดภัยแบบบูรณาการ จำนวน ๑ ระบบ ๔. การบริการโดยสาร บริหารความตรงต่อเวลา ไม่เกิน ๒๐ นาที การบริการขนส่งสินค้า บริหารความตรงต่อเวลา ไม่เกิน ๔๐ นาที ๕. ปรับราคาตั๋วโดยสาร และค่าบริการขนส่งสินค้า ให้เหมาะสมกับ ค่าครองชีพของประชาชน จำนวน ๑ ครั้ง ๖. จำนวนพนักงานทำความ สะอาด และจำนวนครั้ง ของการทำความสะอาด ในแต่ละวัน ๗. การพัฒนาระบบดิจิทัล เพื่อการให้บริการขนส่ง สินค้า (Digital Cargo Service) จำนวน ๑ ระบบ

ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่น	ระยะเวลานานที่สุด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ระยะเวลานาน (ภายใน ๒-๓ ปี)	ระยะเวลานาน (ภายใน ๔-๕ ปี)	ค่าน้ำหนัก (ร้อยละ ๑๐๐)	ลำดับความสำคัญ	ตัวชี้วัด
						๘. จัดหาขบวนรถ จำนวนผู้โดยสาร จำนวนหนึ่ง และการเดินรถให้เพียงพอรองรับผู้โดยสารช่วงวันหยุดเทศกาล ร้อยละ ๘๐ ในปี ๒๕๖๓ และ ร้อยละ ๘๐ ในปี ๒๕๖๔ ๙. พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลตารางการเดินรถล่วงหน้า เป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ ปี ในทุกเส้นทาง ๑๐. เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายตั๋วโดยสาร อย่างน้อยจำนวน ๑ ช่องทาง และสามารถจองและซื้อตั๋วผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ล่วงหน้าเป็นระยะเวลา ยาวนานขึ้นกว่าเดิม ๑๑. มีแผนการเดินรถ/ท่องเที่ยวต่อเนื่อง ทาง

ปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่น	ระยะเวลานานที่สุด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ระยะเวลานาน (ภายใน ๒-๓ ปี)	ระยะเวลานาน (ภายใน ๔-๕ ปี)	ค่าน้ำหนัก (ร้อยละ ๑๐๐)	ลำดับความสำคัญ	ตัวชี้วัด
พฤติกรรมการใช้บริการ รายได้ของผู้ใช้บริการ			การประชาสัมพันธ์เชิงรุก	๑๐	๒	รถไฟฟ้า จำนวนอย่างน้อย ๑ แพลตฟอร์ม ๑๒. จัดทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ อย่างน้อยจำนวน ๑ โครงการ

แผนการปรับปรุงพัฒนาบริการ

จำแนกตามหลักการวางแผนบริหารจัดการองค์กร 4 M ซึ่งเป็นหลักการกำหนดเป้าหมายในอนาคตสำหรับองค์กรและวางแผนกำหนดกิจกรรมเพื่อดำเนินการปฏิบัติงานได้โดยมีการจัดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ การวางแผนบริหารจัดการจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งในอดีต ปัจจุบัน และอนาคต เพื่อนำมากำหนดกิจกรรมและวิธีการปฏิบัติงานได้ ภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่และที่ต้องการจัดเพิ่มก็คือการจัดการทรัพยากรทั้ง 4M ประกอบไปด้วย (๑) บุคลากร (Man) (๒) วัสดุการ (Material) และ (๔) เงิน/งบประมาณ (Money)

ตารางที่ ๒๓ แผนการปรับปรุงพัฒนาบริการ

แผนการปรับปรุงพัฒนาบริการ	กิจกรรม / โครงการ	ระยะ		
		ความถี่สุด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ความถี่มาก (ภายใน ๒-๓ ปี)	ความถี่ใน (ภายใน ๔-๕ ปี)
แผนด้านการพัฒนาบุคลากร (Man)	การพัฒนาศักยภาพบุคลากร (Service Improvement Human Development)	✓		
แผนการพัฒนาบุคลากร	แผนปรับปรุงการให้บริการ (Service Improvement Plan) พร้อมคู่มือ (Service Provision Manual)	✓		

แผนการปรับปรุง พัฒนาบริการ	กิจกรรม / โครงการ	ระยะ		
		ตัวชี้วัด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ตัวชี้วัด (ภายใน ๒-๓ ปี)	ตัวชี้วัด (ภายใน ๔-๕ ปี)
บริหารจัดการ/กระบวนการ (Management)	■ การบริหารจัดการความตรงต่อเวลาในการเดินขบวนรถ		✓	
	■ การปรับอัตราค่าใช้บริการ		✓	
	■ การพัฒนาระบบจำหน่ายตั๋วโดยสาร			✓
	■ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก			✓
แผนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Material)	■ การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยแบบบูรณาการ		✓	
	■ การพัฒนาการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดของสถานี และขบวนรถโดยสาร		✓	
	■ การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อให้บริการขนส่งสินค้า (Digital Cargo Service)		✓	
	■ การจัดตู้โดยสาร/แคร่บรรทุกสินค้าให้เพียงพอรองรับความต้องการ			✓
	■ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลตารางการเดินรถล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ ปีในทุกเส้นทางสำคัญ			✓

แผนการเพิ่มรายได้

ตารางที่ ๒๔ แผนการเพิ่มรายได้

แผนการเพิ่มรายได้	แผนการเพิ่มรายได้	ระยะ		
		ตัวชี้วัด (ภายใน ๐-๑ ปี)	ตัวชี้วัด (ภายใน ๒-๓ ปี)	ตัวชี้วัด (ภายใน ๔-๕ ปี)
แผนการเพิ่มแหล่งเงิน/งบประมาณ (Money)	■ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว/เดินทางต่อเนื่อง			✓

ตารางที่ ๒๕ แผนการปฏิบัติงานระยะเวลา ๕ ปี (๑ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๓๐ กันยายน พ.ศ.๒๕๖๖)

กิจกรรม / โครงการ	ระยะเวลา (ปี)				
	๑ ภายในปี ๒๒	๒ ภายในปี ๖๓	๓ ภายในปี ๖๔	๔ ภายในปี ๖๕	๕ ภายในปี ๖๖
๑. แผนพัฒนา และปรับปรุงการให้บริการ (Service Improvement Plan) พร้อมคู่มือ (Service Provision Manual)		→			
๑.๑) กำหนดวิสัยทัศน์การให้บริการสู่องค์กรที่มีความเป็นเลิศทางการบริการระดับรางวัล (Rail Service Excellence)	→				
๑.๒) การปรับปรุงประสิทธิภาพการให้บริการให้มีความสะดวก และกำหนดจุดสัมผัสสัมผัส (Touch Points) ที่ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับการรถไฟแห่งประเทศไทย	→				
๑.๓) กำหนดรายละเอียดการให้บริการในแต่ละด้าน (Service Details) และจัดทำความตกลงมาตรฐานด้านระดับการให้บริการในแต่ละด้าน (Service Level Agreement-SLA)	→				
๑.๔) การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ การจัดหาพนักงานอำนวยความสะดวก (Concierge) และฝึกอบรมบุคลากรด้านการบริการ		→			
๑.๕) การเก็บข้อมูลความพึงพอใจในแต่ละจุดสัมผัสสัมผัสการให้บริการภายในเวลา ๒๔ ชั่วโมง		→			
๒. การพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ (Service Improvement Human Development)	→	→			
๒.๑) การกำหนดยุทธศาสตร์การบริการ และกำหนดเป้าหมายคุณภาพการบริการ	→				
๒.๒) การพบทวนขั้นตอนการให้บริการ เพื่อปรับลด ควบรวมขั้นตอนบริการที่ซ้ำซ้อน และพัฒนาการอำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนการบริการ	→				
๒.๓) กำหนดมาตรฐานการบริการที่ดี (Service Level Agreement – SLA) ทุกขั้นตอนการบริการ และทุกจุดสัมผัสสัมผัส (Touch Points)	→				
๒.๔) การจัดการอบรมพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการคุณภาพ ตลอดจนการศึกษาดูงานหน่วยงานกรณีศึกษาตัวอย่างที่สามารถได้เป็นเลิศ เพื่อนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้กับการฝึกอบรมภายใน		→			

กิจกรรม / โครงการ	ระยะเวลา (ปี)					
	๑	๒	๓	๔	๕	
	ภายในปี ๖๒	ภายในปี ๖๓	ภายในปี ๖๔	ภายในปี ๖๕	ภายในปี ๖๖	
๒.๕) การฝึกอบรมโดยทดลองปฏิบัติในการให้บริการทุกจุดสัมผัส (Touch Points)		→				
๒.๖) การประเมินคุณภาพบริการอย่างสม่ำเสมอ		→				
๓. การบริหารจัดการความตรงต่อเวลาในการเดินขบวนรถ						→
๔. การปรับอัตราค่าใช้บริการ						→
๕. การพัฒนาการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดของสถานี และขบวนรถโดยสาร						→
๖. การประชาสัมพันธ์พันธกิจ						→
๗. การพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยแบบบูรณาการ						→
๘. การพัฒนาระบบดิจิทัลเพื่อให้บริการขนส่งสินค้า (Digital Cargo Service)						→
๙. การจัดตู้โดยสาร/แคร่บรรทุกสินค้าให้เพียงพอรองรับความต้องการ						→
๑๐. การพัฒนาระบบจำหน่ายตั๋วโดยสาร						→
๑๑. การพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ให้ข้อมูลตารางการเดินรถล่วงหน้าเป็นระยะเวลาอย่างน้อย ๑ ปีในทุกเส้นทางสำคัญ						→
๑๒. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว/เดินทางต่อเนื่อง						→