

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ 2.) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล 3.) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ที่เข้ามาใช้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ จำนวน 335 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบค่าที (t - test) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูล 2 กลุ่ม และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูล 2 กลุ่ม ค่าสถิติแล้วทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธี Stepwise

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก
2. ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ สถานะ สถานภาพ อาชีพ รายได้ ลักษณะการเดินทาง และช่วงเวลาของตัวต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ไม่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านการบริการมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการของตู้รถไฟล่งหน้า ณ ห้องจำหน่ายตั๋วล่งหน้า สถานีรถไฟเชียงใหม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยตัวแปรปัจจัยด้านการบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจคือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการบริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่

The purposes of this research were: 1) to study the level of customer satisfaction towards advance booking service at Chiang Mai railway advance booking office; 2) to compare the level of customer satisfaction towards advance booking service at the Chiang Mai railway advance booking office classified by the personal factors; and 3) to study the service factors influencing customer satisfaction towards advance booking service at the Chiang Mai railway advance booking office. The samples of this research were 335 customers of the Chiang Mai railway advance booking office by using the convenience sampling method. The instruments for data collection were the questionnaires. The data analysis was carried out through SPSS PC computer program to find the percentage, means, standard deviation, statistic t-test and One way ANOVA and compare each pair of means by using LSD: Least Significant Difference method and Stepwise's Multiple Regression Analysis. The results of the study shows that:

1. The customers were satisfied with advance booking service at the Chiang Mai railway advance booking office at higher level

2. The customer, with differences in gender, age, marital status, occupation, revenue, type of travel and booking/purchase time, possessed the different levels of satisfaction as a whole with different statistical significance at .05 while the customers, with differences in education level, possessed the different levels of satisfaction with out statistical significance.

3. The service factors were related to the levels of customer satisfaction towards advance booking service at the Chiang Mai railway advance booking office with statistical significance at level .05. Therefore, it was concluded that the six aspects, namely process, physicals evidence, people, service, promotion and place, influence customer satisfaction towards advance booking service at the Chiang Mai railway advance booking office statistically and significantly.