

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร โดยการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ได้รับจริง ผ่านปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านภาพลักษณ์ (tangible) ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) ด้านความรับผิดชอบในการบริการ (responsibility) ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ (assurance) และด้านความเอาใจใส่ (empathy) และการประเมินคุณภาพผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามกระบวนการของคาโน (Kano's method) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ศึกษาการรับรู้ในการบริการที่ได้รับของผู้ใช้บริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครศึกษาคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล เปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร และเพื่อศึกษาคุณภาพการบริการตามกระบวนการของคาโน

โดยการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาจากผู้เข้ามาใช้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครทั่วไป โดยทำการสุ่มตัวอย่างตามวิธีการของ Taro Yamane (อ้างถึงใน พิรศักดิ์ วิฑูรย์, 2549, หน้า 8) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการคำนวณจากจำนวนผู้ที่เข้าใช้บริการเฉลี่ย 159,081.95 คนต่อวัน

ด้านวิธีการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร
2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ได้รับจริงของผู้ที่มาใช้บริการการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร
3. เป็นการประเมินคุณภาพการบริการผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร โดยใช้ Kano's Methods

4. ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร

โดยเครื่องมือในการวิจัยชุดนี้ผู้ทำการวิจัยได้นำไปทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด เพื่อนำผลมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ความเชื่อมั่นที่ 0.96

หลังจากแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุดให้กับประชากรกลุ่มตัวอย่างและได้แบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคำนวณหาค่าความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตลอดจนการทดสอบสมมุติฐานตามกระบวนการทางสถิติด้วยสถิติทดสอบ Independent sample *t* test และ one-way ANOVA และทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยสถิติค่าที่ไม่อิสระ (paired sample *t* test)

สรุปผลการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

จากการศึกษาผู้บริการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และโดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะมีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด โดยส่วนมากประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยรายได้เฉลี่ยส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001-15,000 บาท และทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครน้อยกว่า 10 เที่ยวต่อเดือน

คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร

ความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จากกลุ่มตัวอย่าง มีความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียง

กัน โดยความคาดหวังการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และเมื่อนำมาเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปน้อยสุด สามารถเรียงได้ดังนี้

1. ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการ โดยในด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดคือ เมื่อใช้รถไฟฟ้าฟ้ามหานครแล้วจะมีความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทาง ส่วนข้อที่มีความคาดหวังต่ำที่สุดคือ การที่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบสัมภาระ

2. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ โดยในด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดคือ การที่สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสถานีต่างๆ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม และสะดวกต่อการใช้บริการ ส่วนข้อที่มีความคาดหวังต่ำที่สุดคือ การที่พนักงานจะไม่ยุ่งจนเกินกว่าที่จะตอบสนองการร้องขอจากผู้เข้ามาใช้บริการ

3. ด้านความเอาใจใส่ โดยในด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดคือ มีการประกาศแจ้งก่อนที่ขบวนรถจะเข้าเทียบสถานีต่อไป ส่วนข้อที่มีความคาดหวังต่ำที่สุดคือ เอกสารและแผ่นพับมีการใส่ข้อมูลที่ครอบคลุมและเข้าใจ

4. ด้านความน่าเชื่อถือ โดยในด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดคือ การที่เจ้าหน้าที่ควบคุมรถมีความน่าเชื่อถือในการควบคุมการเดินรถให้ปลอดภัยและแม่นยำ ส่วนข้อที่มีความคาดหวังต่ำที่สุดคือ การที่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบสัมภาระผู้โดยสารก่อนเข้าใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร

5. ด้านภาพลักษณ์ โดยในด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังมากที่สุดคือ การดูแลรักษาความสะอาดภายในสถานี ส่วนข้อที่มีความคาดหวังต่ำที่สุดคือ การดูแลรักษาความสะอาดภายในขบวนรถ

การรับรู้ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่จากกลุ่มตัวอย่าง มีการรับรู้ต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า มีค่าเฉลี่ยใกล้เคียงกัน โดยการรับรู้ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และเมื่อนำมาเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากที่สุดไปน้อยสุด สามารถเรียงได้ดังนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ โดยด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในการบริการมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่ควบคุมรถมีความน่าเชื่อถือในการควบคุมการเดินรถให้ปลอดภัยและแม่นยำ ส่วนข้อที่มีการรับรู้ต่อการให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบสัมภาระผู้โดยสารก่อนเข้าสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

2. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ โดยด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในการบริการมากที่สุดคือ เมื่อใช้รถไฟฟ้ามหานครแล้วรู้สึกปลอดภัยในการเดินทาง ส่วนข้อที่มีการรับรู้ต่อการให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบสัมภาระ

3. ด้านความเอาใจใส่ โดยด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในการบริการมากที่สุดคือ มีการประกาศชื่อสถานีที่ขบวนรถกำลังจะเข้าเทียบที่ชัดเจน ส่วนข้อที่มีการรับรู้ต่อการให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ คือ เอกสารและแผ่นพับมีการใส่ข้อมูลที่ครอบคลุมและเข้าใจง่าย

4. ด้านภาพลักษณ์ โดยด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในการบริการมากที่สุดคือ สถานีรถไฟฟ้ามหานครมีการดูแลรักษาความสะอาดที่ดี ส่วนข้อที่มีการรับรู้ต่อการให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ เอกสารและแผ่นพับของรถไฟฟ้ามหานครมีการออกแบบน่าสนใจ

5. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ โดยด้านนี้พบว่า ข้อที่ผู้ใช้บริการมีการรับรู้ในการบริการมากที่สุดคือ เวลาทำการของรถไฟฟ้าได้ดินเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม ส่วนข้อที่มีการรับรู้ต่อการให้บริการที่ต่ำที่สุด ได้แก่ จำนวนเครื่องขายตั๋วอัตโนมัติเพียงพอต่อการให้บริการ

คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร จากการตอบแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการเกิดขึ้นในทุกด้าน โดยมีความคาดหวังสูงกว่าการรับรู้ในการบริการที่ได้รับ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การบริการของรถไฟฟ้ามหานครไม่มีคุณภาพการบริการ และเมื่อเรียงลำดับความแตกต่างระหว่าง

ความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการแต่ละด้าน จากความแตกต่างมากที่สุดไปน้อยสุด จะสามารถเรียงลำดับออกมาได้ดังนี้

1. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ โดยในด้านนี้ข้อที่คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการมากที่สุดได้แก่ สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้ามหานครสถานีต่าง ๆ ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม และสะดวกต่อการใช้บริการ ส่วนข้อที่มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังน้อยที่สุดได้แก่ เวลาทำการของรถไฟฟ้ามหานครเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม
2. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ โดยในด้านนี้ข้อที่คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการมากที่สุดได้แก่ ภายในสถานีและรถไฟฟ้ามีทางออกฉุกเฉินเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้น ส่วนข้อที่มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังน้อยที่สุดได้แก่ เมื่อผู้ใช้บริการสงสัยปัญหาเกี่ยวกับการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร พนักงานจะสามารถตอบข้อสงสัยได้
3. ด้านความเอาใจใส่ โดยในด้านนี้ข้อที่คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการมากที่สุดได้แก่ เอกสารและแผ่นพับมีการใส่ข้อมูลที่ครอบคลุมและเข้าใจง่าย ส่วนข้อที่มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังน้อยที่สุดได้แก่ มีการประกาศชื่อสถานีที่ขบวนรถจะเข้าเทียบชัดเจน
4. ด้านความน่าเชื่อถือ โดยในด้านนี้ข้อที่คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการมากที่สุดได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบภาระผู้โดยสารก่อนเข้าใช้บริการในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ส่วนข้อที่มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังน้อยที่สุดได้แก่ เวลาเปิด/ปิด และเวลาเดินรถเป็นไปตามเวลาที่กำหนด
5. ด้านภาพลักษณ์ โดยในด้านนี้ข้อที่คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังในการบริการมากที่สุดได้แก่ คือ เครื่องขายตั๋วอัตโนมัติและประตูเก็บค่าโดยสารมีความสะดวกและทันสมัย ส่วนข้อที่มีความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังน้อยที่สุดได้แก่ สถานีรถไฟฟ้ามหานครมี

การออกแบบที่ทันสมัย และการแต่งกายของพนักงานมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและมีความเหมาะสม

การเปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามเพศของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครเกิดความแตกต่างกันขึ้นระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการ โดยเกิดความแตกต่างทั้ง 2 เพศ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเพศชายสูงกว่าเพศหญิง เนื่องจากค่าความแตกต่างระหว่างการรับรู้และความคาดหวังต่อการให้บริการของเพศชายมีน้อยกว่าเพศหญิง และเมื่อพิจารณาคุณภาพการบริการเป็นรายด้านตามปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านแล้ว สามารถสรุปออกมาได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นเพศชายสูงกว่าเพศหญิง
2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านความน่าเชื่อถือตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิง
3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านความรับผิดชอบในการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงสูงกว่าเพศชาย
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิง
5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิง

เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ความแตกต่างของความคาดหวังและการรับรู้ต่อการให้บริการที่เกิดขึ้นในเพศชาย ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ มีความแตกต่างกัน

มากที่สุด และด้านภาพลักษณ์มีความแตกต่างกันโดยเฉลี่ยน้อยที่สุด ในขณะที่เพศหญิง มีความแตกต่างที่เกิดขึ้นของความคาดหวังและการรับรู้ต่อการให้บริการ โดย ด้านความ รับผิดชอบในการให้บริการ มีความแตกต่างกันมากที่สุด และด้านภาพลักษณ์ มีความ แตกต่างกันน้อยที่สุด

สรุปได้ว่า ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงมีความ คิดเห็นในคุณภาพการบริการเหมือนกันคือ ด้านภาพลักษณ์มีคุณภาพการบริการที่สูง ที่สุด และ ด้านความรับผิดชอบต่อในการให้บริการ มีคุณภาพการบริการที่ต่ำที่สุด

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามอายุของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบ-ถามซึ่งอยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีสูงที่สุด (คือ มีค่าความแตกต่างระหว่าง การรับรู้และ ความคาดหวังในการให้บริการน้อยที่สุด) และ ในช่วงอายุ 31-40 ปี มีต่ำที่สุด (คือ มีค่า ความแตกต่างระหว่าง การรับรู้และความคาดหวังในการให้บริการมากที่สุด) และเมื่อ พิจารณาเป็นรายด้าน สามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้าน คุณลักษณะ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีสูงที่สุด และช่วงอายุ 41-50 ปีมีต่ำที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้าน ความน่าเชื่อถือ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีมีสูง ที่สุด และช่วงอายุ 21-30 ปีมีต่ำสุด
3. ด้านความรับผิดชอบต่อในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านความรับผิดชอบต่อในการให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามในช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีสูงที่สุด และช่วงอายุ 31-40 ปีมีต่ำที่สุด
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของ รถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบ แบบสอบถามในช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไปมีมากที่สุด และช่วงอายุ 41-50 ปีมีสูงที่สุด และ 31-40 ปีมีต่ำที่สุด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความเอาใจใส่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีไปสูงที่สุด และช่วงอายุ 31-40 ปี ต่ำที่สุด

สรุปได้อีกว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 20, 21-30 ปี และ 31-40 ปี มีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านภาพลักษณ์และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความคิดเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการมากที่สุดคือด้านภาพลักษณ์ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความเอาใจใส่

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามสถานะภาพสมรส ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีสถานภาพสมรสสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด และพิจารณาเป็นรายด้าน จะแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีสถานภาพโสดสูงกว่าสถานภาพสมรส
2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านความน่าเชื่อถือตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีสูงกว่าสถานภาพโสด
3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านความรับผิดชอบในการให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสสูงกว่า

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรสมีสูงกว่าสถานภาพโสด

นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงสุดคือ ด้านภาพลักษณ์ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ในขณะที่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงสุดคือด้านความน่าเชื่อถือ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำสุดเหมือนกับสถานภาพโสด คือ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามอาชีพของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบธุรกิจส่วนตัวมีสูงที่สุด และ ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจมีต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีสูงที่สุด และประกอบอาชีพอื่น ๆ มีต่ำที่สุด

2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีสูงที่สุด และธุรกิจส่วนตัวมีต่ำสุด

3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีสูงที่สุด และนักเรียน/นักศึกษา มีต่ำที่สุด

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีมากที่สุด และธุรกิจส่วนตัวมีต่ำที่สุด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความเอาใจใส่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีสูงที่สุด และประกอบธุรกิจส่วนตัวมีต่ำที่สุด

นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ประกอบอาชีพข้าราชการและอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ส่วนผู้ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ธุรกิจส่วนตัว และนักเรียน/นักศึกษา มีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านภาพลักษณ์ ในขณะที่ ผู้ที่ประกอบอาชีพข้าราชการและธุรกิจส่วนตัว มีความเห็นว่าด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความเอาใจใส่ ผู้ที่ประกอบอาชีพลูกจ้างบริษัทเอกชน นักเรียนนักศึกษาและผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ มีความเห็นว่าด้านความรับผิดชอบเป็นด้านที่มีคุณภาพการบริการที่ต่ำที่สุด และ อาชีพรัฐวิสาหกิจมองว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และ ปริญญาโทมีต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในผู้มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และปริญญาโทมีต่ำที่สุด

2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมต้นหรือต่ำกว่า มีสูงที่สุด และปริญญาตรีมีต่ำที่สุด

3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และอนุปริญญา/ปวส. มีต่ำที่สุด

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และปริญญาตรีมีต่ำที่สุด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านความเอาใจใส่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และปริญญาโทมีต่ำที่สุด

นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความเห็นตรงกันว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ และในขณะที่ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงสุดทุกระดับมีความเห็นว่าด้านภาพลักษณ์มีคุณภาพการบริการที่สูงที่สุด แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมต้นหรือต่ำกว่ามีความเห็นว่าด้านความน่าเชื่อถือมีคุณภาพการบริการสูงสุด

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามระดับรายได้ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีระดับรายได้ 20,001-25,000 บาท มีสูงที่สุด และ ประกอบอาชีพระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทและ 30,001 บาทขึ้นไปมีต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในผู้ที่มีรายได้ 20,001-25,000 บาท มีสูงที่สุด และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีต่ำที่สุด

2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001-25,000 บาทมีสูงที่สุด และระดับรายได้ 15,001-20,000 บาทมีต่ำสุด

3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001-25,000 บาทมีสูงที่สุด และระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท มีต่ำที่สุด

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทและ 20,001-25,000 บาทมีมากที่สุด และระดับรายได้ 10,001-15,000 บาทมีต่ำที่สุด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความเอาใจใส่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 20,001-25,000 บาทมีสูงที่สุด และระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีต่ำที่สุด

นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ทุกระดับรายได้ มีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านภาพลักษณ์ นอกจาก ระดับรายได้ 25,001-30,000 บาทและ 30,001 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นว่าด้านความน่าเชื่อถือมีคุณภาพการบริการสูงที่สุดในขณะที่ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ทุกระดับรายได้มีความเห็นตรงกันว่ามีคุณภาพการบริการที่ต่ำที่สุด

เปรียบเทียบคุณภาพการบริการจำแนกตามความถี่บ่อยในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร พบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้รถไฟฟ้ามหานคร 30 เทียบต่อเดือนขึ้นไปมีสูงที่สุด และ 10-19 เทียบต่อเดือนมีต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปออกมาได้ดังนี้

1. ด้านภาพลักษณ์ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านภาพลักษณ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร 30 เทียบต่อเดือนขึ้นไปมีสูงที่สุด และ 10-19 เทียบต่อเดือนมีต่ำที่สุด

2. ด้านความน่าเชื่อถือ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความน่าเชื่อถือ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร เดือนละ 30 เทียบขึ้นไปมีสูงที่สุด และเดือนละ 10-19 เทียบมีต่ำที่สุด

3. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครเดือนละ 20-29 เที่ยวและเดือนละ 20 เที่ยวขึ้นไปมีสูงที่สุด และเดือนละ 10-19 เที่ยวมีต่ำที่สุด

4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครเดือนละ 30 เที่ยวขึ้นไปมีสูงที่สุด และเดือนละ 10-19 เที่ยวมีต่ำที่สุด

5. ด้านความเอาใจใส่ สรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ด้านความเอาใจใส่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครเดือนละ 30 เที่ยวขึ้นไปมีสูงที่สุด และน้อยกว่าเดือนละ 10 เที่ยวมีต่ำที่สุด

นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงความถี่บ่อยในการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร มีความเห็นตรงกันว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านภาพลักษณ์ และในขณะที่ด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำสุดทุกช่วงมีความเห็นว่าด้านความรับผิดชอบในการให้บริการมีคุณภาพการบริการที่ต่ำที่สุด

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร โดยใช้ *Kano's Methods*

จากการประเมินคุณภาพการบริการผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ตามกระบวนการของคาโน้ ผ่านข้อคำถามทั้ง 14 ชุดคำถาม สามารถสรุป

1. ข้อที่เป็นประเภทดึงดูด (A: attractive) มี 2 ข้อ
2. ข้อที่เป็นประเภทต้องเป็น (M: must be) มี 6 ข้อ
3. ข้อที่เป็นประเภท 1 มิติ (O: one dimensional) มี 3 ข้อ
4. ข้อที่เป็นประเภทไม่สนใจ (I: indifferent) มี 3 ข้อ
5. ส่วนข้อที่เป็นประเภทกลับกัน (R: reversal) และประเภทไม่แน่ใจ (Q: questionable) ไม่มี และเมื่อเรานำมาแปลความหมายเป็นรายข้อ จะได้ความหมายดังนี้

5.1 การที่สถานีและรถไฟฟ้ามหานครมีการออกแบบที่สวยงามและทันสมัย

เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

5.2 การที่สถานีรถไฟฟ้ามหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่นบันไดเลื่อน และลิฟต์ เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.3 การที่สถานีและรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีสัญญาณเตือนและทางออกฉุกเฉิน เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.4 การที่สถานีรถไฟฟ้ามหานครมีการให้บริการเครื่องขายตั๋วอัตโนมัติ เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.5 การที่สถานีรถไฟฟ้ามหานครมีการติดป้ายบอกทางลงรถไฟฟ้าและป้ายทางออกที่ชัดเจน เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.6 การที่รถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยคอยดูแลตรวจตรา รักษาความปลอดภัย เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.8 การที่รถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีการให้บริการห้องน้ำภายในสถานี เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้าในการเข้ามาใช้บริการ

5.9 การที่พนักงานของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีการแต่งกายที่ดูสะอาดเรียบร้อย เป็นสิ่งที่ถ้าหากว่ามีบริการจะทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

5.10 การที่ทางรถไฟฟ้าฟ้ามหานครจัดให้มีการตรวจสัมภาระก่อนเข้าใช้บริการ ในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร เป็นสิ่งที่ไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

5.11 การที่มีการดูแลรักษาความสะอาดภายในสถานีและภายในรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร เป็นสิ่งที่ถ้าหากว่ามีแล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

5.12 การที่รถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีสถานีที่ตั้งอยู่ใกล้กับเส้นทางเชื่อมต่อไปสู่ขนส่งมวลชนประเภทอื่น เป็นสิ่งที่ถ้าหากว่ามีแล้วความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นด้วย

5.13 การที่มีการให้บริการรับแลกเหรียญที่ห้องออกตั๋ว เป็นสิ่งที่ไม่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

5.14 การที่มีการประกาศบอกล่วงหน้าก่อนขบวนรถจะเข้าเทียบสถานีต่อไป เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีในการให้บริการลูกค้า

5.15 การที่มีห้างร้านมาเปิดให้บริการในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร เป็นสิ่งที่ไม่มี

ผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

นอกจากนี้ยังสามารถประเมินหาสิ่งที่สร้างความพึงพอใจหรือเพิ่มความพึงพอใจ และสิ่งที่อาจทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าลดลงเมื่อไม่มีสิ่งนั้นอยู่ได้อีกด้วย โดยสรุปได้ว่า การที่พนักงานของรถไฟฟ้ามหานครมีการแต่งกายที่ดูสะอาดเรียบร้อยทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นมากที่สุด และการที่มีการจัดให้มีการตรวจสัมภาระของผู้ที่จะเข้าใช้บริการภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นน้อยที่สุดในทางตรงกันข้าม การที่มีการดูแลความสะอาดภายในสถานีและภายในรถไฟฟ้า หากไม่มีการดำเนินการในส่วนนี้ หรือมีการดำเนินการที่ไม่ดีเท่าที่ควรจะทำให้ความพึงพอใจลดลงมากที่สุด และการที่มีห้างร้านเข้ามาเปิดให้บริการภายในสถานี หากไม่มีการบริการส่วนนี้จะทำให้ความพึงพอใจลดลงน้อยที่สุด

ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร

จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่กล่าวถึงปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร สามารถนำมาสรุปเป็นข้อ และเรียงลำดับจากข้อที่มีผู้ใช้บริการที่ตอบแบบสอบถามกล่าวถึงมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้ทั้งหมด 17 ข้อ ดังนี้

1. ควรเพิ่มขบวนและตู้โดยสารในเวลาเร่งด่วน
2. ขยายเส้นทางรถ
3. ควรมีห้องสุขาภายในอาคารสถานี
4. การตรวจสัมภาระผู้โดยสารที่เข้าใช้บริการมีความหละหลวมมาก
5. ควรมีที่นั่งพักบริเวณชานชลา
6. แผนที่บอกเส้นทางในสถานีไม่ชัดเจนเท่าที่ควร
7. ควรมีลิฟต์โดยสารสำหรับคนธรรมดา
8. ควรมีร้านสะดวกซื้อในสถานี
9. ควรมีบริการน้ำดื่มสำหรับผู้ใช้บริการ
10. เครื่องขายตั๋วโดยสารอัตโนมัติ มีน้อยเกินไป
11. บางสถานีไม่มีทางเชื่อมต่อระหว่างทางออก 2 ด้าน เช่นสถานีสุทธิสาร
12. ควรมีป้ายประกาศกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ใช้ในสถานีที่ชัดเจน

13. บางสถานีตั้งอยู่ในจุดที่ไม่สะดวกต่อการเดินทาง
14. ควรให้มีการใช้บัตรโดยสารเดียวกันกับระบบขนส่งมวลชนอื่น ๆ ได้
15. เสียงแจ้งในสถานีไม่ชัดเจนเท่าที่ควร
16. ไม่มีถังขยะในสถานี
17. ค่าบริการแพงเกินไป

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ความคาดหวังของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครแตกต่างกันไปตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ จากการทดสอบสมมติฐานสามารถจำแนกผลออกมาตามลักษณะประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

1. จำแนกตามเพศ พบว่า ประชากรทั้งชายและหญิงมีความคาดหวังแตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม โดยความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือ แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05
2. จำแนกตามอายุ พบว่า ในภาพรวมผู้ที่มีอายุแตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคาดหวังที่แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05
3. จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ประชากรทั้งที่โสดและสมรสแล้วมีความคาดหวังแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ แตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05
4. จำแนกตามการประกอบอาชีพ พบว่า ในภาพรวมผู้ที่ประกอบอาชีพแตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคาดหวังที่แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05
5. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมผู้ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังที่แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05

และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีความคาดหวังที่ต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05

6. จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ในภาพรวมผู้ที่มีการรายได้ที่ต่างกันมีความคาดหวังที่ต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือมีความคาดหวังที่ต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05

7. จำแนกตามความถี่บ่อยในการใช้บริการ พบว่า ในภาพรวมผู้ที่ใช้บริการบ่อยแตกต่างกันมีความคาดหวังที่ต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีความคาดหวังที่ต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05

สมมติฐานข้อที่ 2 การรับรู้ในการบริการที่ได้รับจริงของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครแตกต่างกันไปตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ จากการทดสอบสมมติฐานสามารถจำแนกผลออกมาตามลักษณะประชากรศาสตร์ได้ดังนี้

1. จำแนกตามเพศ พบว่า ประชากรทั้งชายและหญิงมีการรับรู้แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

2. จำแนกตามอายุ พบว่า ประชากรที่มีอายุต่าง ๆ กันมีการรับรู้แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

3. จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ประชากรที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

4. จำแนกตามการประกอบอาชีพ พบว่า ประชากรที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

5. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ประชากรที่มีการศึกษาที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

6. จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ประชากรที่มีระดับรายได้ที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการมีความแตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

7. จำแนกตามความถี่บ่อยในการใช้บริการ พบว่า ประชากรที่มีความถี่บ่อยในการใช้บริการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครที่แตกต่างกันมีการรับรู้แตกต่างกัน โดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น .05 ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า การรับรู้มีความแตกต่างกันโดยไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ความคาดหวังและการรับรู้ของผู้ใช้บริการการรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีความแตกต่างกัน

เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังและการรับรู้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยความคาดหวังมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าการรับรู้

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายประกอบกับทฤษฎีต่าง ๆ ที่นำมาใช้ประกอบการวิจัยได้ดังนี้

ความคาดหวังของผู้บริโภค

จากผลการวิจัย จะเห็นได้ว่า ความคาดหวังโดยรวมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจะเห็นว่าแต่ละด้านก็อยู่ในระดับที่มากถึงมากที่สุด ซึ่งความคาดหวังที่มากนี้ อาจเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่กระตุ้นเร้าให้ผู้ใช้บริการมีความคาดหวังต่อการบริการของรถไฟฟ้ามหานครดังที่ Kolter (2003, p. 444) ได้อธิบายถึงความคาดหวังว่าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึง อันเนื่องมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ของผู้ใช้บริการเอง หรือตามคำบอกเล่าของคนรู้จัก แต่เมื่อนำมาพิจารณาแล้วจะเห็นว่า ความคาดหวังในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร โดยภาพรวมซึ่งอยู่ในระดับที่มากนี้ ไม่ได้เป็นความคาดหวังที่สูงสุด กล่าวคือ ความคาดหวังไม่ได้มากที่สุด ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะ ประสบการณ์ในการใช้บริการของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับระบบขนส่งมวลชนที่ใกล้เคียงกัน ทำให้ความคาดหวังของผู้บริโภคไม่ได้อยู่ในระดับที่มากที่สุดนั่นเอง

เมื่อนำเอาปัจจัยหลักๆที่ก่อให้เกิดความคาดหวัง ตามแบบจำลองคุณภาพการบริการ (SERQUAL model) ของ Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990, p. 26) เข้ามาพิจารณาร่วมกับผลการวิจัย สามารถใช้ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้อธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. คำบอกเล่าปากต่อปาก (word-of-mouth communication) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้โดยสารอาจจะได้ยินมาจากผู้โดยสารคนอื่น ซึ่งเคยใช้บริการของรถไฟฟ้ามหานครมาก่อน แล้วเกิดความประทับใจ หรือเกิดอคติ แล้วนำเอาเรื่องที่เกิดขึ้นกับตัวไปเล่าต่อ เป็นคำพูดปากต่อปาก อันนำไปสู่การสร้างทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อผู้โดยสารที่ใช้บริการ ซึ่งสิ่งนี้นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความคาดหวังนั่นเอง

2. ความต้องการส่วนบุคคลของผู้บริโภค (personal needs) นับเป็นปัจจัยที่ค่อนข้างจะขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งอาจจะเกิดจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ทำงาน ที่เรียน ครอบครัว การศึกษา เป็นต้น ซึ่งปัจจัยนี้เองนับเป็นตัวบ่งชี้ความคาดหวังที่แท้จริงของผู้ใช้บริการคนหนึ่งๆ

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค (past experience) เป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการเคยได้รับมาจากการเข้ามาใช้บริการในอดีต แล้วผู้ใช้บริการก็นำประสบการณ์เหล่านั้นมาเป็นบรรทัดฐานในการคาดหวังในการบริการที่จะใช้ครั้งต่อไป

4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (external communication) เป็นเสมือนสัญญาณต่างๆที่รถไฟฟ้ามหานครส่งไปถึงผู้ใช้บริการผ่านทางสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ ที่รถไฟฟ้ามหานครสื่อสารออกมานี้เอง จะเป็นตัวการนำไปสู่ความคาดหวังของผู้บริโภค หากรถไฟฟ้ามหานครมีการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ที่ดีเป็นการเชิญชวนให้เข้ามาใช้บริการ ผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการย่อมเกิดความคาดหวังที่สูงขึ้นๆ ไปที่จะเข้ามาใช้บริการและได้รับบริการที่ดีกลับไป

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามด้านที่มีความคาดหวังสูงสุด สามารถสรุปอภิปรายได้ดังนี้

1. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ (assurance) ซึ่งเป็นด้านที่มีความคาดหวังโดยรวมมากที่สุดใน 5 ด้าน แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มาบริการต้องการความเชื่อมั่นจากรถไฟฟ้ามหานครมาก ซึ่งอาจจะรวมไปถึงความสามารถ ความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ ตลอดจนการบริการด้วยความซื่อสัตย์และการสร้างความไว้วางใจแก่ผู้ใช้บริการ และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดคือ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบการจราจรของผู้โดยสาร และที่รองลงมาคือ การดูแลและรักษาความปลอดภัยที่น่าไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Hoffman and Bateson (อ้างถึงใน เอชส ฤกษ์ปฎิมา, 2551, หน้า 39-40) ที่ว่า ผู้ใช้บริการของบริษัทที่เป็นเลิศ จะมีความรู้สึกปลอดภัยเมื่อมีการติดต่อด้วย ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครที่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการต้องการมากที่สุดคือด้านการรักษาความปลอดภัยในการเข้ามาใช้บริการในสถานี และการโดยสารรถไฟฟ้ามหานครนั่นเอง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่รถไฟฟ้ามหานครต้องสร้างความเชื่อมั่นด้านการรักษาความปลอดภัยให้แก่ผู้ใช้บริการนั่นเอง โดยการที่ผู้ใช้บริการต้องการความเชื่อมั่นในความปลอดภัยนี้อาจจะเนื่องมาจากเหตุการณ์ก่อการร้ายต่างๆที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันที่ออกตามข่าวสารก็ได้

2. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ (responsibility) โดยจากการศึกษาวิจัยพบว่า ความคาดหวังในด้านความรับผิดชอบในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับที่มากที่สุด โดยมากเป็นอันดับสองรองจากด้านการให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครมีความคาดหวังใน

ความพร้อมในการให้บริการ รวมถึงความเต็มใจในการจัดหา พยายามที่จะตอบสนอง การให้บริการรวมทั้งความช่วยเหลือในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการ ดังที่ Berry, Zeithaml, and Parasuraman (1985) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบในการให้บริการว่า เป็นความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการของพนักงานนั่นเอง โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความคาดหวังด้านความรับผิดชอบที่สูงที่สุดคือ การที่สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้ามหานครตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมและสะดวกต่อการใช้บริการ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบในการให้บริการที่สถานีรถไฟฟ้ามหานครเข้าไปตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมและสะดวกต่อการเข้ามาใช้บริการของนั่นเอง ซึ่งนับเป็นวิธีการที่ผู้ใช้บริการคือ รถไฟฟ้ามหานครจะสามารถให้บริการต่อผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วตามที่ Hoffman and Bateson (อ้างถึงใน เอช ส ฤกษ์ปฎิมา, 2551) ได้อธิบายไว้นั่นเอง และสอดคล้องกับที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 97) ได้อธิบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการให้บริการว่า ในด้านนี้เป็นการให้ความสนใจรวมทั้งการปฏิสัมพันธ์กับความต้องการ คำถาม คำบ่น และปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าโดยตรง ซึ่งปัญหาของลูกค้าหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการเหล่านี้คือ การที่ต้องการการเดินทาง การคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว ดังนั้น การที่มีสถานีที่ตั้งอยู่ในบริเวณที่เหมาะสมและสะดวกต่อการใช้บริการจึงนับว่าเป็นความรับผิดชอบที่เหมาะสม

3. ด้านความเอาใจใส่ (empathy) โดยในด้านนี้มีความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งหมายความว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความคาดหวังในการเข้ามาใช้บริการว่าจะได้รับการดูแลเอาใจใส่ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ มากที่สุดด้วย ซึ่งเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความคาดหวังด้านความเอาใจใส่ที่สูงที่สุดคือ การที่มีการประกาศแจ้งก่อนที่ขบวนรถจะเข้าเทียบสถานีถัดไปอย่างพอเหมาะ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครมีความคาดหวังว่า ทางรถไฟจะต้องทำการประกาศชื่อสถานีก่อนที่ขบวนรถจะเข้าไปเทียบยังสถานีถัดไปได้อย่างพอเหมาะ เพื่อที่จะได้เตรียมตัวลงจากขบวนรถทัน ซึ่งเป็นการเข้าใจต่อความต้องการอันเฉพาะเจาะจงส่วนบุคคลของผู้โดยสารนั่นเอง สอดคล้องกับ Zeithaml and Bitner (2004, p. 98) ซึ่งกล่าวถึงความเอาใจใส่ไว้ว่า ลูกค้าต้องการให้องค์กรบริการเข้าใจความต้องการและความสำคัญของตนเองนั่นเอง ซึ่งการที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหา-

นครมีความต้องการจะทราบว่า สถานีต่อไปที่ขบวนรถจะเข้าเทียบนั้นเป็นสถานีอะไร เนื่องด้วยอาจจะลืมฟัง ไม่ได้สังเกตว่าสถานีก่อนหน้านี้เป็นสถานีอะไร หรืออาจจะไม่รู้ด้วยความไม่คุ้นเคย การที่รถไฟฟ้ามหานครมีการประกาศบอกชื่อสถานีก่อนที่รถจะเข้าเทียบอย่างเหมาะสมนั้นย่อมเป็นความรับผิดชอบความต้องการอันเฉพาะเจาะจงของผู้โดยสารเหล่านั้นนั่นเอง

4. ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) โดยในด้านนี้มีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก นั่นคือ ความคาดหวังที่การที่รถไฟฟ้ามหานครจะมีความสามารถที่จะกระทำหรือมองการบริการได้ตามที่สัญญาไว้ โดยตามที่ได้กล่าวในตอนต้นว่า ปัจจัยหนึ่งอันก่อให้เกิดความคาดหวังคือการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งเป็นเหมือนกับการให้คำสัญญาที่จะให้บริการนั่นเอง นอกจากนั้นยังนับรวมไปถึงความคาดหวังที่ผู้ใช้บริการคาดหวังว่าจะสามารถวางใจเชื่อถือในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานครว่าจะมีการบริการที่ดีและปลอดภัยได้เพียงไร โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีความคาดหวังด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการมากที่สุดคือ การที่เจ้าหน้าที่ควบคุมรถมีความน่าเชื่อถือในการควบคุมการเดินรถให้ปลอดภัยและแม่นยำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความคาดหวังในความน่าเชื่อถือของการเดินรถไฟฟ้ามหานครว่าจะมีความปลอดภัยเป็นอย่างมาก เมื่อเทียบกับการโดยสารระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น ๆ ดังเช่นที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 95) ได้ให้คำจำกัดความของด้านนี้ว่า เป็นการส่งมอบคำสัญญา โดยคำสัญญานี้ย่อมหมายถึงการเดินทางถึงที่หมายอย่างปลอดภัยและรวดเร็ว ซึ่งเป็นความคาดหวังในการใช้บริการทั่วไปของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะนั่นเอง

5. ด้านภาพลักษณ์ (tangible) ในด้านภาพลักษณ์นี้มีความคาดหวังในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คือความคาดหวังของผู้ใช้บริการในสิ่งต่าง ๆ ที่สัมผัสจับต้องได้ทั้งในสถานีและขบวนรถไฟฟ้ามหานคร เป็นลักษณะทางกายภาพที่ผู้ใช้บริการคาดคิดไว้ว่าจะได้พบเห็นแล้วจับต้องได้ โดยอาจจะนำระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น ๆ ที่ผู้ใช้บริการเคยเข้ามาเป็นบรรทัดฐานในการสร้างความคาดหวังกับรถไฟฟ้ามหานครซึ่งเป็นระบบขนส่งมวลชนที่ใหม่กว่า ที่ให้เกิดความคาดหวังที่มากขึ้น โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ความคาดหวังด้านภาพลักษณ์ที่มีสูงที่สุดได้แก่ การดูแลรักษาความสะอาดภายในสถานี ซึ่งอาจจะเป็นการสะท้อนให้เห็นความต้องการของผู้ใช้บริการ

ในด้านการดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่หรือสถานที่เอาไว้ออพาหนะโดยสารในระบบขนส่งมวลชนประเภทต่าง ๆ ก็เป็นไปได้ ดังที่กล่าวมาในข้างต้นแล้วว่า สิ่งที่น่าไปสู่ความคาดหวังอาจจะมาจากประสบการณ์ในอดีต ดังนั้น ความคาดหวังในเรื่องการดูแลรักษาความสะอาดในสถานีดังกล่าวอาจจะเป็นประสบการณ์ที่ไม่ดีในอดีตที่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการอาจจะเคยพบเจอมาจากระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น หรือเคยเกิดความประทับใจจากการใช้รถไฟฟ้ามหานครในอดีตก็เป็นได้ ดังที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 98) ได้กล่าวไว้ว่า ในด้านนี้เป็นด้านแสดงถึงการบริการที่เป็นตัวตน กล่าวคือ เป็นภาพลักษณ์ทั่วไปขององค์กร ทั้งเรื่องอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ พนักงาน และวัสดุที่ใช้สื่อสารทางกายภาพต่าง ๆ นั้นเอง ซึ่งการดูแลรักษาความสะอาดนั้นหมายถึงภาพลักษณ์ของสถานีรถไฟฟ้ามหานครด้วย

การรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร

จากการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ในส่วนของการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานครในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านแล้วพบว่า ด้านที่มีระดับการรับรู้ในการบริการมากที่สุดใน 5 ด้าน คือด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับ Schiffman and Kanuk (1987, pp. 173-174) ได้อธิบายถึงการรับรู้ว่าเป็นการที่บุคคลใด ๆ 2 คน จะตีความความรู้สึกเดียวกันภายใต้สถานะเดียวกันที่เกิดขึ้น แต่พวกเขาจะทำความรับผิดชอบมันอย่างไรเลือกอย่างไร รวบรวมและแปลความหมายอย่างไรนั้น เป็นกระบวนการพื้นฐานที่จะขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล รวมทั้ง จากความคาดหวังและความชอบด้วย และยังกล่าวอธิบายเพิ่มเติมต่ออีกว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการหนึ่งที่บุคคลได้เลือก รวบรวม และแปลความหมาย ความรู้สึก ไปเป็นสิ่งที่มีความหมายและทำการปะติดปะต่อเป็นภาพรวมออกมา ดังเช่นการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งผู้ใช้บริการแต่ละคนแต่ละเพศ แต่ละวัย ได้มีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไปนั่นเอง ซึ่งผลจากการรับรู้ต่าง ๆ นี้ อาจเป็นผลมาจาก ความรู้ ประสบการณ์ในอดีต รวมถึงสถานะแวดล้อมในปัจจุบัน ความชอบส่วนตัว แล้วความคาดหวังนั่นเอง และเมื่อพิจารณาการรับรู้ในการบริการของรถ-

ไฟฟ้ามหานครเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีการรับรู้มากที่สุดไปน้อยที่สุด สามารถนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) โดยในด้านนี้มีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับที่มาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดคือ การที่เจ้าหน้าที่ควบคุมการเดินรถมีความน่าเชื่อถือในการควบคุมการเดินรถให้ปลอดภัยและแม่นยำ เช่นเดียวกับที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 95) ได้กล่าวไว้ว่า ความเชื่อมั่นถูกกำหนดโดยความสามารถในการทำการบริการตามที่สัญญาไว้ เป็นสิ่งที่บริษัทจะส่งมอบสิ่งที่สัญญาเอาไว้ นั่นคือความปลอดภัยในการเดินทางดังที่พนักงานเดินรถรถไฟฟ้ามหานครได้ส่งมอบให้กับผู้โดยสารที่ใช้บริการนั่นเอง

2. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ (assurance) โดยในด้านนี้มีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อแล้วพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดได้แก่ เมื่อใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครแล้วมีความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการให้คำจำกัดความของคำว่า การให้ความเชื่อมั่น จาก Zeithaml and Bitner (2004, p. 97) โดยกล่าวไว้ว่า “การให้ความเชื่อมั่นในการบริการ หมายถึง การคล้อยใจให้เกิดความเชื่อและความมั่นใจ” ซึ่งการที่ผู้โดยสารมีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการโดยสารรถไฟฟ้ามหานครนับเป็นสิ่งที่ผู้โดยสารมีความคาดหวังในการใช้บริการระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ

3. ด้านความเอาใจใส่ (empathy) โดยในด้านนี้มีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดได้แก่ มีการประกาศชื่อสถานีที่ขบวนรถกำลังจะเข้าเทียบอย่างชัดเจน สอดคล้องกับที่ Parasuraman and others (1988, p. 23) ได้ให้ความหมายของความเอาใจใส่ไว้ว่า เป็นการดูแล รวมถึงสิ่งที่บริษัทจะต้องคำนึงถึงลูกค้าแต่ละคน ซึ่งการที่มีการประกาศก่อนที่รถจะแล่นเข้าที่สถานีต่อไป ดังกล่าวนี้นี้ เป็นการช่วยให้ผู้โดยสารที่อาจจะไม่ชินกับการเดินทางโดยรถไฟฟ้ามหานคร รวมถึงผู้โดยสารทั่วไปได้เตรียมตัว รู้ตัวว่าจะต้องลง หรือแม้แต่ผู้โดยสารที่มีความพิการทางสายตา ก็สามารถรู้ล่วงหน้าก่อนที่จะถึงสถานีที่ต้องการจะลงนั่นเอง

4. ด้านภาพลักษณ์ (tangible) โดยในด้านนี้มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดได้แก่ สถานีรถไฟฟ้ามหานคร

มีการรักษาความสะอาดที่ดี สอดคล้องกับที่ Parasuraman and others (1988, p. 23) ได้ให้ความหมายของด้านนี้เอาไว้ว่า เป็นอำนาจความสะอาด เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มองเห็นจับต้องได้ รวมทั้งภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขององค์กรที่ผู้บริการมองเห็น ดังนั้นการรักษาความสะอาดสถานีรถไฟฟ้า เป็นการสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสาร และยังเป็นการรักษาภาพลักษณ์โดยรวมขององค์กรอีกด้วย

5. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ (responsibility) โดยในด้านนี้มีการรับรู้อยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีระดับการรับรู้มากที่สุดคือ เวลาทำการของรถไฟฟ้ามหนครเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสม สอดคล้องกับที่ Parasuraman and others (1988, p. 23) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบในการให้บริการไว้ว่าเป็นความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือและตอบสนองโดยฉับพลัน ซึ่งการที่รถไฟฟ้ามหนครที่การเปิดปิดตามเวลาที่เหมาะสมนั้น นับว่าเป็นการยืดหยุ่นต่อเวลาที่ผู้โดยสารต้องการจะใช้บริการ กล่าวคือเวลาที่เปิดไม่สายจนเกินไป และเวลาปิดก็ไม่เร็วจนเกินกว่าเวลาที่ผู้โดยสารทั่วไปต้องการ นับว่าเป็นการเต็มใจช่วยเหลือผู้ให้บริการบางกลุ่มที่อาจจะทำงานเช้าหรือเลิกงานค่ำด้วยการยืดหยุ่นเวลาเปิดปิดให้เหมาะสมนั่นเอง

คุณภาพการบริการ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหนคร พบว่าคุณภาพการบริการเกิดความแตกต่างกันขึ้นระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหนครในภาพรวม หรือเกิดช่องว่างหรือการไม่ลงรอยขึ้นระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ สอดคล้องกับ Zeithaml, Parasuraman, and Berry (1990, p. 37) ได้กล่าวอ้างถึงคุณภาพการบริการไว้ว่าเป็นความเป็นไปได้ในการไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้จากบริการที่ได้รับ โดยมาตรฐานของผู้บริโภคเอง นอกจากนี้การเกิดความแตกต่างหรือช่องว่างขึ้นระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ สอดคล้องกับ Lovelock and Wright (อ้างถึงใน อคุลย์ จาตุรงค์กุล และคณะ, 2003, หน้า 239) ได้อธิบายว่า ถ้าคุณภาพที่ลูกค้ารับได้ อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าความเพียงพอที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ความไม่พอดีหรือช่องว่างของคุณภาพ (quality gap) ก็จะเกิดขึ้นระหว่างการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการกับความคาดหวังของลูกค้า นั้นแสดงให้เห็นว่า การบริการ

ของรถไฟฟ้ามหานคร ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดีเท่าที่ควร หรืออาจกล่าวได้ว่า การบริการของรถไฟฟ้ามหานครไม่มีคุณภาพ เนื่องจากความคาดหวังในการรับบริการมีมากกว่าการรับรู้ในบริการที่ได้รับ ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยทำการพิจารณาด้านที่มีความแตกต่างมากที่สุดไปน้อยสุด จะสามารถพิจารณาได้ดังนี้

1. ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ (responsibility) โดยข้อที่มีความแตกต่างกันมากที่สุดคือ สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้ามหานครสถานีต่างๆตั้งอยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสม และสะดวกในการใช้บริการ ซึ่งแสดงถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ยังมีอยู่มาก และแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งกับที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 97) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับความรับผิดชอบไว้ว่าเป็นการให้ความสนใจรวมทั้งการปฏิสัมพันธ์กับความต้องการ คำถาม คำบ่น และปัญหาต่างๆ ของลูกค้าโดยตรง ซึ่งปัญหาของผู้ใช้บริการที่ต้องการคือ การได้รับความสะดวกสบายจากการเดินทาง แต่การรับรู้ของผู้ใช้บริการปรากฏว่า การจะเข้าไปใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครในบางสถานี อาจจะต้องเดิน ไปไกลจากแหล่งที่ทำงานหรือที่พักอาศัย อันเนื่องมาจากสถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ไม่ได้ตั้งอยู่ในจุดที่มีความสะดวกในการใช้บริการมากนัก

2. ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ (assurance) โดยข้อที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุดได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจตราสัมภาระผู้โดยสาร ซึ่งแสดงถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ยังมีอยู่มาก และแสดงให้เห็นถึงความขัดแย้งกับที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 97) ซึ่งได้ให้คำจำกัดความของการให้ความเชื่อมั่นไว้ว่า เป็นการคลอใจให้เชื่อและมั่นใจ คือ การที่จัดให้มีการตรวจกระเป๋าสัมภาระของผู้ใช้บริการก่อนเข้าใช้บริการ ในสถานีรถไฟฟ้ามหานครนั้นเป็นเรื่องของการให้ความเชื่อมั่นว่า จะไม่มีผู้ได้นำอาวุธหรือสิ่งอันตรายเข้าไปแต่การที่มีการตรวจอย่างหละหลวมนั้น ย่อมทำให้ความเชื่อมั่นที่ผู้ให้บริการมีต่อรถไฟฟ้ามหานครลดน้อยลงนั่นเอง

3. ด้านความเอาใจใส่ (empathy) โดยข้อที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุดคือ เอกสารและแผ่นพับมีการใส่ข้อมูลที่ครอบคลุมและเข้าใจง่าย ซึ่งแสดงถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ยังมีอยู่มาก ซึ่งค่อนข้างขัดแย้งกับที่ Parasuraman and others (1988, p. 23) ได้ให้ความหมายของความเอาใจใส่ไว้ว่า เป็นการดูแล รวมถึงสิ่งที่บริษัทจะต้องคำนึงถึงลูกค้าแต่ละคน เนื่องจากผู้ใช้บริการที่เข้ามาหยิบแผ่นพับของรถไฟฟ้ามหานครนั้น ไม่ได้มีความรู้ทางด้านที่เกี่ยวข้องหรือไม่ได้รับรู้เรื่องราวจากการสื่อสารช่องทางอื่น ดังนั้นการที่ทำเอกสารและแผ่นพับใบปลิวที่มีความไม่ชัดเจนครอบคลุมอาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในการใช้บริการรวมถึงเกิดความผิดพลาดความไม่เข้าใจในบริการซึ่งทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ดังนั้น จึงนับว่าการรถไฟฟ้ามหานครไม่ได้ทำความรับผิดชอบหรือคำนึงถึงลูกค้าในส่วนนี้ซึ่งเป็นความต้องการส่วนบุคคลเท่าที่ควร

4. ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability) โดยข้อที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุดได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความน่าเชื่อถือในการตรวจสอบภาระของผู้โดยสารก่อนเข้าใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งแสดงถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ยังมีอยู่มาก ซึ่งขัดแย้งกับที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 95) ได้กล่าวไว้ว่า ความเชื่อมั่น ถูกกำหนดโดยความสามารถในการทำการบริการตามที่สัญญาไว้ เป็นสิ่งที่บริษัทจะส่งมอบสิ่งที่สัญญาเอาไว้ ซึ่งหนึ่งในการให้คำสัญญาดังกล่าวคือการเดินทางสู่จุดหมายโดยรถไฟฟ้ามหานครอย่างปลอดภัย ดังนั้น การที่จะเดินทางอย่างปลอดภัยนั้น การที่จัดให้มีการตรวจสอบภาระเพื่อความปลอดภัยต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครนั้นจึงนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถ้าหากว่ามีการก่อการร้ายหรือมีการพบพาสั่งที่สามารถทำอันตรายต่อผู้โดยสารคนอื่น ๆ หรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการใด ๆ ในสถานีรถไฟฟ้าได้นั้นสามารถส่งมอบการให้คำสัญญาดังกล่าวสู่ผู้โดยสารและผู้ใช้บริการได้ด้วย การตรวจสอบสัมภาระเพื่อการรักษาความปลอดภัยจึงนับว่ามีความสำคัญ หากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยที่ทำการตรวจสอบทำงานอย่างหละหลวม หรือไม่น่าไว้วางใจ การส่งมอบคำมั่นสัญญาว่าจะมีความปลอดภัยในการเดินทางจึงอาจจะล้มเหลวลงได้

5. ด้านภาพลักษณ์ (tangible) โดยข้อที่มีความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้มากที่สุดได้แก่ เครื่องขายตั๋วอัตโนมัติและประตูเก็บค่าโดยสารมีความสะอาดและคู่กันสมัย ซึ่งแสดงถึงความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการที่ยังมีอยู่มาก ซึ่งการใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเหล่านี้อาจจะทำให้เกิดความล่าช้าในเวลาเร่งด่วน หรือกรณีมีผู้โดยสารในปริมาณที่มาก ๆ ดังเช่นจะเห็นได้จากตามสถานีใหญ่ ๆ ที่มีผู้คนใช้บริการจำนวนมากในเวลาเร่งด่วนและสถานีที่อยู่ติดกับสถานีที่จัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ การที่ผู้ใช้บริการจะเข้าใช้บริการหรือใช้บริการเสร็จ จะต้องต่อคิวเพื่อผ่านประตูเก็บค่าโดยสารเป็นแถวยาว และบางครั้งยังเกิดปัญหาด้านเทคนิคกับประตูเก็บค่าโดยสารจนทำให้ล่าช้าอีกด้วย

คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร จำแนกตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ

จากการศึกษาวิจัยคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร ประชากรกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถาม จะมีคุณลักษณะส่วนบุคคลที่ต่าง ๆ และข้อแตกต่างนี้ทำให้ผลการศึกษาในแต่ละส่วนแต่ละด้านที่แตกต่างกันออกไป ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะทำการอภิปรายในส่วนของคุณลักษณะทั่วไปของบุคคลตามหลักประชากรศาสตร์ทั้ง 7 ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. จำแนกตามเพศ โดยทั้งเพศชายและหญิงมีความแตกต่างกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการ โดยเมื่อนำมาเปรียบเทียบกันแล้วจะเห็นว่าคุณภาพการบริการตามความคิดเห็นของเพศชายสูงกว่าเพศหญิงในภาพรวม ซึ่งอาจเป็นผลมาจากความคิดเห็นของเพศชายในการให้บริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีความสมเหตุสมผล ในขณะที่เพศหญิงมีความคิดเห็นในเชิงละเอียดอ่อนมากกว่า สังเกตได้จากแทบทุกด้านเพศชายมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครสูงกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับ ลาวัลย์ ปุกหุด (2548) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมที่มีต่อคุณภาพการบริการของสถาบันพัฒนาบุคลากรภาพ จอห์น โรเบิร์ต เพาเวอร์ส โดยได้สรุปว่า ธรรมชาติของเพศชายที่ใช้ความมีเหตุผลในการตัดสินใจ ในขณะที่เพศหญิงต้องการการดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ นั่นเอง

2. จำแนกตามอายุ ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า แต่ละช่วงอายุล้วนเกิดความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการให้บริการทั้งสิ้น โดยเมื่อนำมาเปรียบเทียบในแต่ละช่วงอายุแล้วพบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการสูงสุด และ ช่วงอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการต่ำที่สุดในภาพรวม โดยเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านภาพลักษณ์ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ และด้านการให้ความเชื่อมั่นในการให้บริการ มีคุณภาพการบริการสูงสุดตามความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการกลุ่มนี้ได้ทำการเปรียบเทียบการรับรู้ที่ได้รับจากการบริการเหล่านี้ของรถไฟฟ้าฟ้ามหานครกับการบริการของระบบขนส่งมวลชนในอดีตที่เคยได้พบว่ามีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านภาพลักษณ์และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 41-50 ปี และ 51-60 ปี มีความคิดเห็นว่ามีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปมีความเห็นว่า ด้านที่มีคุณภาพการบริการมากที่สุดคือด้านภาพลักษณ์ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความเอาใจใส่ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะวัยวุฒิที่ต่างกันจึงทำให้เกิดความคิดเห็นที่แตกต่างกันแบ่งเป็นกลุ่ม 3 กลุ่มตามช่วงอายุนั้นเอง โดยกลุ่มแรกคือตั้งแต่เด็กถึงวัยกลางคน กลุ่มต่อมาคือกลุ่มวัยกลางคนและกลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มวัยเกษียณ ซึ่งทั้ง 3 มีการรับรู้ในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ต่ำกว่า 20 ปี จนถึง 40 ปี มองว่าด้านภาพลักษณ์มีคุณภาพการบริการสูงสุด อาจเนื่องมาจากการต้องการภาพลักษณ์ที่ดีและทันสมัย ส่วนช่วงที่มีอายุตั้งแต่ 41-60 ปี มองว่าด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือ และด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือ ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ อาจจะเป็นเนื่องจากเป็นวัยที่มีการประสบความสำเร็จในชีวิต ดังนั้นจึงมีความเห็นว่าความรับผิดชอบยังไม่ดีพอแต่เมื่อพิจารณาภาพรวมเห็นว่ารถไฟฟ้าฟ้ามหานครมีความน่าเชื่อถือเนื่องจากเหตุผลทางความมั่นคงของบริษัทผู้ดำเนินการ ส่วนกลุ่มช่วงอายุตั้งแต่ 61 ปีขึ้นไป จะเห็นว่ามิมีมุมมอง

ว่าด้านที่มีคุณภาพการบริการต่ำที่สุดคือด้านความเอาใจใส่ อาจจะเป็นเพราะเป็นวัยที่ต้องการการดูแลเอาใจใสนั่นเอง

3. จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยทั้งสถานภาพโสดและสมรสเกิดความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในบริการที่ได้รับ โดยคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีสถานภาพสมรสสูงกว่าผู้ที่มีสถานภาพโสด ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ที่สมรสแล้วมีความเอาใจใส่รายละเอียดเล็กน้อย ๆ มากกว่าสถานภาพโสด และเมื่อดูในแต่ละด้านพบว่า ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือ ด้านภาพลักษณ์ แสดงว่าผู้ที่มีสถานภาพโสดให้ความสนใจเนื่องเรื่องของภาพลักษณ์ทั่วไป ความทันสมัย คุณดี และความสะอาดสบายเป็นหลัก ในขณะที่ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส ด้านที่มีคุณภาพการบริการสูงที่สุดคือด้านความน่าเชื่อถือ แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการใช้บริการ เนื่องจากในการใช้ชีวิตของผู้ที่สมรสหรือมีครอบครัวแล้วนอกจากตัวเองแล้วยังต้องมีความเป็นห่วงสมาชิกในครอบครัวด้วย

4. จำแนกตามการประกอบอาชีพ โดยแต่ละอาชีพเกิดความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งประกอบธุรกิจส่วนตัวมีสูงที่สุด และ ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจมีต่ำที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แทบทุกอาชีพเห็นว่าด้านภาพลักษณ์มีคุณภาพการบริการที่สูง ในขณะที่ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการมีคุณภาพการบริการต่ำ ซึ่งเป็นความคิดเห็นที่ค่อนข้างตรงกัน อาจเป็นเพราะไม่ว่าอาชีพอะไรที่เข้ามาใช้บริการยอมรับในภาพลักษณ์โดยรวมของทั้งสถานีและภายในรถไฟฟ้าว่าคุณดีมีความทันสมัยและสะอาดตาในทางตรงกันข้ามในด้านความรับผิดชอบที่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ หรือยังมีความรับผิดชอบที่ยังไม่ถูกจุดเท่าที่ควรนั่นเอง

5. จำแนกตามระดับการศึกษา โดยในแต่ละระดับการศึกษาเกิดความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามความคิดเห็นของผู้ตอบ

แบบสอบถามซึ่งมีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. มีสูงที่สุด และ ปริญาโทมีต่ำที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ที่มีการศึกษาระดับในปริญาโทมีความละเอียดรอบคอบรวมทั้งมีความคาดหวังในการบริการของรถไฟฟ้ามหานครที่มาก โดยอาจเนื่องมาจากความรอบคอบในการการศึกษาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งมาจากของรถไฟฟ้ามหานครเอง การบอกเล่าพูดคุยรวมไปถึงความรู้สึกส่วนตัวด้วย

6. จำแนกตามระดับรายได้ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001-15,000 บาท และตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับคุณภาพการบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับที่ต่ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะในกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท ซึ่งเป็นกลุ่มที่อาจเป็นนักศึกษาหรือผู้เริ่มทำงาน อาจจะมี ความคาดหวังในการบริการที่สะดวกสบายในการใช้งาน เนื่องมาจากเป็นกลุ่มที่ยังมีรายได้ที่ยังไม่มากอาจจะยังไม่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ดังนั้นการที่มาใช้บริการรถไฟฟ้ามหานครจึงอาจจะตั้งความคาดหวังไว้สูงกว่าการโดยสารขนส่งมวลชนสาธารณะประเภทอื่น ๆ ในขณะที่ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป น่าจะเป็นกลุ่มที่มีหน้าที่การงานที่มั่นคง ดังนั้น จึงอาจมีมุมมองในการให้บริการที่ต่างจากกลุ่มอื่น ๆ กล่าวคืออาจจะต้องการความสะดวกสบายและคู่มือ มากกว่าการโดยสารไปให้ถึงจุดหมายปลายทางธรรมดา โดยกลุ่มนี้อาจจะมีจุดมุ่งหมายในการโดยสารเพื่อความสะดวกและรวดเร็วกว่าการขับรถส่วนตัวเข้าไปในเมือง ดังนั้น จึงมีการตั้งความคาดหวังไว้กับการบริการของรถไฟฟ้ามหานครมากนั่นเอง

7. จำแนกตามความถี่บ่อยในการใช้บริการในเดือนหนึ่งๆ พบว่า กลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับที่ต่ำคือ กลุ่มที่มีการใช้บริการเฉลี่ย 10-19 เที่ยวต่อเดือน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ใช้บ่อยแต่ไม่ถึงกับใช้ประจำทุกวัน กล่าวคือ อาจจะใช้ในการเดินทางบ้าง โดยอาจจะต้องการความรวดเร็วมากกว่าการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และความสะดวกในการเดินทางซึ่งมีมากกว่าการเดินทางด้วยขนส่งมวลชนระบบอื่น ๆ ดังนั้น ในกลุ่มนี้อาจจะมีการตั้งความคาดหวังในการใช้บริการที่สะดวกสบาย แต่ในการใช้บริการในเวลาเร่งรีบ เมื่อมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้จึงอาจจะไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร อีกทั้งความที่ไม่คุ้นเคยกับการสภาพลักษณะบางอย่าง เช่น ป้ายบอกทางภายในสถานี รวมทั้งการสื่อสารต่าง ๆ ภายในสถานี ทำให้

ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้อาจจะไม่ได้ได้รับความพึงพอใจซึ่งนำไปสู่การรับรู้ในการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังนั่นเอง

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร โดยใช้ *Kano's Methods*

จากการประเมินคุณภาพการบริการผ่านทางความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยวิธีการของคาโน พบว่า การที่พนักงานของรถไฟฟ้ามหานครมีการแต่งกายที่ดูสะอาดเรียบร้อยทำให้ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นมากที่สุด แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของภาพลักษณ์นั้นมีผลต่อการรับรู้ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการตามที่ Zeithaml and Bitner (2004, p. 98) ได้กล่าวไว้ว่า ในด้านนี้เป็นด้านแสดงถึงการบริการที่เป็นตัวตน คือ เป็นภาพลักษณ์ทั่วไปขององค์กร ทั้งเรื่องอำนวยความสะดวก อุปกรณ์พนักงาน และวัสดุที่ใช้สื่อสารทางกายภาพต่าง ๆ นั่นเอง ดังนั้น การที่พนักงานมีการแต่งตัวที่ดูดี เรียบร้อยและดูสะอาดตาจึงนับเป็นสิ่งที่ทำให้การรับรู้ในการบริการเพิ่มขึ้นอันนำไปสู่คุณภาพการบริการที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

การที่มีการจัดให้มีการตรวจสอบการระของผู้ที่เข้าใช้บริการภายในสถานีรถไฟฟ้ามหานคร ทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นน้อยที่สุด คือ แม้ว่าจะมีการจัดให้ตรวจสอบความปลอดภัยในส่วนของการตรวจสอบการระของผู้ที่เข้ามาใช้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร แต่ก็ไม่ได้ทำให้ความพึงพอใจในการใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และไม่ได้ทำให้ความพึงพอใจลดลงแต่ประการใด เนื่องจากผู้ใช้บริการแลเห็นความปลอดภัยเป็นความสำคัญพื้นฐานในการบริการตั้งแต่ต้น แต่ในขณะเดียวกัน แม้การตรวจสอบการระจะไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ แต่ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในการตรวจที่ละเอียดก็ยังส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ดังที่ได้มีการอภิปรายมาในตอนต้น

ในทางตรงกันข้าม การที่มีการดูแลความสะอาดภายในสถานีและภายในรถไฟฟ้าหากไม่มีการดำเนินการในส่วนนี้ หรือมีการดำเนินการที่ไม่ดีเท่าที่ควรจะทำให้ความพึงพอใจลดลงมากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับที่ Parasuraman and others (1988, p. 23) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ขององค์กรเอาไว้ว่า เป็นการอำนวยความสะดวก เครื่องมือ อุปกรณ์ที่มองเห็นจับต้องได้ รวมทั้งภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขององค์กรที่ผู้บริกรมมองเห็น เพราะถ้าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ได้รับการดูแล ไม่ได้รับการทำความสะอาด หรือ

การรักษาความสะอาดที่ดีแล้ว ย่อมก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพการบริการที่ลดต่ำลงอันเนื่องมาจากการรับรู้ที่ลดลงนั่นเอง

การที่มีห้างร้านเข้ามาเปิดให้บริการภายในสถานี หากไม่มีการบริการส่วนนี้จะทำให้ความพึงพอใจลดลงน้อยที่สุด คือ นอกการการบริการหลักคือการขนส่งมวลชนสาธารณะแล้ว การที่มีห้างร้านมาเปิดเพื่อตอบสนองการบริการของลูกค้าย่อมส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังจะเห็นได้จากการที่ตามสถานีขนส่งต่าง ๆ มักจะมีห้างร้านน้อยใหญ่เข้าไปเปิดกิจการเพื่อขายสินค้าเล็กน้อย เพื่อผู้ที่เข้าไปใช้บริการจะได้เลือกซื้อเลือกหา ระหว่างรอใช้บริการ แต่ถ้าหากไม่มีในส่วนนี้เลย อาจจะทำให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรู้สึกว่าการใช้บริการขนส่งมวลชนนั้นๆ มีความน่าเบื่อหน่าย ซึ่งนำไปสู่การเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการและเป็นเหตุให้เกิดการลดลงของคุณภาพการบริการนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง คุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการให้บริการของรถไฟฟ้ามหานคร โดยจำแนกตามด้านของปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ (tangible)

ในด้านนี้ผลจากการวิจัยชี้ให้เห็นว่าในภาพลักษณ์โดยรวมของรถไฟฟ้ามหานครทั้งตัวสถานีและรถไฟฟ้าอยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี เห็นได้จากเป็นด้านที่มีความไม่ลงรอยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้น้อยที่สุด แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เครื่องมีอุปกรณ์บางส่วนที่ใช้อำนวยความสะดวกในการบริการตามความคิดของผู้ใช้บริการยังมีคุณภาพการบริการที่ต่ำ เช่นเครื่องขายตั๋วอัตโนมัติและประตูเก็บค่าโดยสาร เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ทันสมัย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้ (1) ด้านประตูเก็บค่าโดยสารควรมีการเพิ่มช่องทางในการออกเพื่อการลดการรอ (2) ปริมาณเครื่องออกเหรียญโดยสารในบางสถานีอาจไม่เพียงพอต่อการให้บริการ โดยเฉพาะในสถานีที่ผู้ใช้บริการไม่ใช่ผู้ใช้บริการประจำ (คือ ไม่มีตั๋วโดยสารแบบเติมเงินหรือตัวเดือน) ดังนั้น การที่ผู้โดย-

สารเหล่านี้จำเป็นต้องแลกเหรียญ ซึ่งมีจำนวนมาก เครื่องออกตัวอัตโนมัติจึงอาจจะไม่เพียงพอ ในกรณีนี้ อาจจะมีการเพิ่มช่องทางในการซื้อตั๋วเที่ยวเดียว โดยมีการตั้งโต๊ะขายตั๋วโดยสาร หรือมีการเพิ่มเครื่องขายตั๋วอัตโนมัติ

ด้านความน่าเชื่อถือ (reliability)

ในด้านนี้ส่วนเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ส่วนใหญ่ที่เกิดความไม่ลงรอยระหว่างความคาดหวังและการรับรู้คือด้านการรักษาความปลอดภัย ดังนั้นผู้ทำการวิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้ (1) ในการตรวจสอบสัมภาระของผู้โดยสาร ควรมีการตรวจสอบให้ละเอียดมากกว่านี้ โดยเมื่อมีการตั้งขึ้นของสัญญาณเตือนของเครื่องตรวจ ควรมีการตรวจให้แน่ชัดว่าสัญญาณที่ดังเกิดขึ้นเพราะอะไร (2) ควรจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้มีการเดินตรวจตราตามสถานีและบนรถไฟฟ้า เพื่อความมั่นใจในความปลอดภัย โดยเฉพาะบนรถไฟฟ้า ซึ่งไม่มีกล้องวงจรปิดคอยตรวจสอบ

ด้านความรับผิดชอบในการให้บริการ (responsibility)

ในด้านนี้พบว่า ข้อที่เกิดความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการบริการส่วนใหญ่เกิดจากการที่สถานีรถไฟฟ้าตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ไม่สะดวกต่อการใช้งาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ (1) ในกรณีที่สถานีตั้งอยู่ไกลจากแหล่งชุมชน หรือแหล่งที่เป็นย่านธุรกิจทำงาน ควรจัดให้มีรถตระเวนรับ-ส่งผู้โดยสารในบริเวณนั้น (2) ในกรณีที่ตั้งอยู่ห่างจากระบบขนส่งมวลชนประเภทอื่น โดยเฉพาะรถประจำทาง ดังนั้น จึงควรให้มีการตั้งป้ายรถประจำทางใกล้กับบริเวณทางเข้าออกสถานีรถไฟฟ้ามหานคร

ด้านการให้ความเชื่อมั่นจากผู้ให้บริการ (assurance)

ในด้านนี้พบว่า ข้อที่มีความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในการใช้บริการส่วนใหญ่ คือการที่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความละเอียดรอบคอบในการตรวจสอบสัมภาระไม่เพียงพอ ตลอดทั้งเรื่องของทางเข้าออกเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ซึ่งล้วนเป็นเรื่องของการรักษาความปลอดภัยทั้งสิ้น โดยผู้ทำการวิจัยมีข้อเสนอแนะดัง-

ต่อไปนี่ (1) ควรมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้มีการตรวจตราสัมภาระ ให้มีความละเอียดถี่ถ้วนมากยิ่งขึ้น (2) ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ด้านการรักษาความปลอดภัยเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ใช้บริการ (3) ควรมีการติดป้ายทางออกฉุกเฉินที่ชัดเจน และมีการจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการปฏิบัติกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

ด้านความเอาใจใส่ (empathy)

ในด้านนี้ พบว่า ข้อที่มีความไม่ลงรอยกันระหว่างความคาดหวังและการบริการที่ได้รับส่วนใหญ่เกิดจาก การที่เอกสารและแผ่นพับมีข้อมูลที่ไม่ครอบคลุมและเข้าใจงาน นอกจากนี้ยังมีในส่วนของป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะ อย่างเช่น ลิฟต์ที่ยึดจับของคนพิการบนรถ และที่นั่งสำรองสำหรับภิกษุ คนชราและสตรีมีครรภ์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ (1) ในการออกเอกสารและแผ่นพับ นอกจากความสวยงามแล้ว ควรมีเนื้อหา ข้อปฏิบัติต่างๆ ที่ครอบคลุมและเข้าใจง่าย (2) ป้ายบอกทาง แผนที่ทางออก ควรมีความชัดเจนครอบคลุมมากยิ่งขึ้น (3) ควรมีการจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้พิการ คนชราและสตรีมีครรภ์ให้ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

นอกจากข้อเสนอแนะจากปัจจัยกำหนดคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านแล้ว จากการศึกษาวิจัยผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยได้นำมาประมวลและได้นำข้อเสนอแนะบางส่วนมาเป็นข้อเสนอแนะในการบริการดังนี้ (1) ในเวลาเร่งด่วน ซึ่งเป็นเวลาที่มีผู้โดยสารใช้บริการเป็นจำนวนมาก ควรมีการเพิ่มขบวน เคนรถ หรือเพิ่มตู้โดยสาร เพื่อรองรับการใช้บริการของผู้โดยสารที่มีจำนวนมาก และเพื่อความปลอดภัยในการใช้บริการ (2) ควรจัดให้มีห้องสุขาภายในสถานี เพื่อความสะดวกในการใช้บริการของผู้โดยสาร (3) ควรมีการจัดที่นั่งพักบริเวณชานชลา และ (4) ควรมีการติดป้ายประกาศถึงกฎระเบียบในการใช้งานของรถไฟฟ้ามหานครให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการของระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ ควรมีการจัดให้มีการประเมินคุณภาพการบริการเปรียบเทียบกับในแต่ละระบบเพื่อการพัฒนาศักยภาพระบบขนส่งมวลชนสาธารณะของไทยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
2. การทำวิจัยในเชิงลึกของคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานครตามกรอบความคิดคุณภาพการบริการ (SERVQUAL) อาจจะมีการวิจัยเชิงลึกโดยใช้ช่องว่างอื่น ๆ ตามกรอบแนวคิด SERVQUAL อีก 4 กรอบ ซึ่งเป็นการศึกษาความไม่ลงรอยต่าง ๆ ในการบริหารงานภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้รู้เบื้องลึกและช่องว่างของการบริการ
3. ในการทำวิจัยคุณภาพการบริการของรถไฟฟ้ามหานคร ควรมีการจัดทำ การวิจัยต่อเนื่องทุก 5-10 ปี เนื่องจากอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีการดำเนินชีวิตของ ผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การรับรู้ในการบริการ
4. การทำวิจัยเรื่องคุณภาพการบริการ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับรถไฟฟ้ามหานคร โดยตรง อาจเป็นการง่ายกว่าในการจำแนกลักษณะของ ผู้ใช้บริการ และความหลากหลายในการแจกแบบสอบถามเพื่อดำเนินการวิจัย