

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป พฤติกรรม ความต้องการและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฯ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 400 ชุด โดยกลุ่มตัวอย่าง ณ บริเวณสถานีรถไฟฟ้าสยามและบริเวณลานจอดรถสยามสแควร์กรุงเทพมหานคร จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฯ โดยใช้แบบจำลองโลจิท (Logit Model) เป็นเครื่องมือในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฯ ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังต่อไปนี้

จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปพบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายจำนวน 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.75 เป็นเพศหญิงจำนวน 221 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.25 มีอายุเฉลี่ยของการใช้บริการรถไฟฟ้าฯ คือ 26 ปี และการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลอายุเฉลี่ย 29 ปี มีสถานะภาพโสด จำนวน 317 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.25 มีสถานภาพสมรส จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 และแยกกันอยู่/หย่าร้าง จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 125 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 275 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.75 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 223 ราย คิดเป็นร้อยละ 55.75 และอื่นๆ จำนวน 177 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ยของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฯ 19,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล 25,000 บาท

จากการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ณ วันตอบแบบสอบถามในการใช้บริการรถไฟฟ้าฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างของรูปแบบในการจ่ายค่าโดยสารโดยใช้บัตรประเภทเที่ยวเดียว จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.5 และบัตรประเภทอื่นๆ จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีผู้ร่วมเดินทาง จำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.25 และเดินทางโดยลำพัง จำนวน 267 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.75 มีเด็กเล็กอายุ 0-12 ปี ร่วมเดินทาง จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 3 และไม่มีเด็กเล็กอายุ 0-12 ปี ร่วมเดินทาง จำนวน 388 ราย คิดเป็นร้อยละ 97 เวลาที่ออกเดินทาง 6.00-15.00 น. จำนวน 361 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.25 และเวลา 15.01-24.00 น. จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.75 พฤติกรรมในการเดินทางทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกวิธีการเดินทางโดยใช้รถไฟฟ้าเฉลิม

พระเกียรติ จำนวน 368 ราย คิดเป็นร้อยละ 92 รถแท็กซี่ จำนวน 320 คิดเป็นร้อยละ 80 รถยนต์ส่วนบุคคล จำนวน 314 คิดเป็นร้อยละ 78.5 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 65 รถมอเตอร์ไซด์ จำนวน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และอื่นๆ จำนวน 46 คิดเป็นร้อยละ 11.5 ความถี่ในการเดินทางในรอบสัปดาห์ 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5 ความถี่ 4-6 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 54 คิดเป็นร้อยละ 13.5 ความถี่ 7-10 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 216 คิดเป็นร้อยละ 54 มากกว่า 10 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 8 และไม่แน่นอน จำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 ช่วงเวลาที่เดินทางเป็นประจำ จำนวน 6.00-9.00 น. จำนวน 304 ราย คิดเป็นร้อยละ 76 ช่วงเวลา 9.01-12.00 น. จำนวน 99 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.75 ช่วงเวลา 12.01-15.00 น. จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.75 ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.5 ช่วงเวลา 18.01-21.00 น. จำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 39.25 และช่วงเวลา 21.01-24.00 น. จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 ที่พักอาศัยใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า จำนวน 181 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.25 ที่พักอาศัยไม่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า จำนวน 219 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.75 สถานีปลายทางใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 48 สถานีปลายทางไม่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า จำนวน 208 ราย คิดเป็นร้อยละ 52 แหล่งข่าวที่ได้รับเกี่ยวกับวิธีการเดินทาง วารสารหรือหนังสือที่ผู้ให้บริการจัดส่งให้ จำนวน 57 ร้อยละ 54.25 วารสารนิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ จำนวน 316 คิดเป็นร้อยละ 79 ติดต่อบริษัทด้วยตนเอง จำนวน 154 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.5 โฆษณาทางวิทยุ, โทรทัศน์ จำนวน 400 คิดเป็นร้อยละ 100 อินเทอร์เน็ต จำนวน 379 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.75 ป้ายโฆษณาหน้าร้านค้าต่างๆ จำนวน 400 ร้อยละ 100 และอื่นๆ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.25 ความคิดเห็นที่มีผลต่อการเลือกวิธีการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญ จำนวน 317 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.25 ความสะดวกสบายของวิธีการเดินทาง จำนวน 352 ราย คิดเป็นร้อยละ 88 ทางเลือกในการจ่ายค่าโดยสารที่หลากหลาย จำนวน 271 ราย คิดเป็นร้อยละ 67.75 ความเป็นส่วนตัวในขณะเดินทาง จำนวน 365 ราย คิดเป็นร้อยละ 91.258 ความปลอดภัยต่ออุบัติเหตุและอาชญากรรม จำนวน 395 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.75 และความตรงต่อเวลาของวิธีการเดินทาง จำนวน 377 ราย คิดเป็นร้อยละ 94.25 จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นจึงสามารถสรุปได้เป็น 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ปัจจัยและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถยนต์ส่วนบุคคล จากการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเป็นกลุ่มคนที่ต้องการความเป็นส่วนตัวในขณะเดินทางสูงโดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้น ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเนื่องจากเพศหญิงมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าเพศชาย และมีอายุโดยเฉลี่ย 29 ปี

โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและเจ้าของธุรกิจมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000 บาท ซึ่งเป็นผู้ที่มีความมั่นคงทางการเงิน และมีระดับการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยและคุณลักษณะที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า จากการสำรวจจากแบบสอบถามพบว่ากลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า จะคำนึงถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 19,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและกำลังศึกษาอยู่ซึ่งเป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิงและมีสถานภาพโสด และมีอายุเฉลี่ย 26 ปี ซึ่งเป็นช่วงในวัยเริ่มทำงานและต้องเก็บออมเพื่อสร้างความมั่นคงในอนาคต

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบจำลองโลจิสทพบว่าจากตัวแปรที่ทำการศึกษา 10 ตัวแปร มี 2 ตัวแปร ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญ (COST) ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า (REST) ซึ่งจะเห็นว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลและโดดเด่นที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า คือ ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกส่งผลให้ผู้ที่พักอาศัยอยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้า มีโอกาสที่จะใช้บริการรถไฟฟ้า เพิ่มขึ้น 37.22% รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวกส่งผลให้ผู้ที่เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญมีโอกาสที่จะใช้บริการรถไฟฟ้า เพิ่มขึ้น 35.63% และจากตัวแปรที่ทำการศึกษา 10 ตัวแปร มี 1 ตัวแปร คือ มีผู้ร่วมเดินทาง (FRIEND) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้า ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีผู้ร่วมเดินทางจะมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบส่งผลให้ผู้ที่ผู้ร่วมเดินทางมีโอกาสใช้บริการรถไฟฟ้า ลดลง 18.66% ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และพบว่าตัวแปรที่เหลืออีก 7 ตัวแปร ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ทางเลือกในการจ่ายค่าโดยสารที่หลากหลาย (METHOD) การเดินทางที่ตรงต่อเวลา (TIME) เพศหญิง (FEMALE) ระดับการศึกษา (EDU) อาชีพ (CAREER) รายได้ (INCOME) และ อายุ (AGE)

5.2 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า ในเขตกรุงเทพมหานครทำให้ทราบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้า ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาอาจเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชนและภาครัฐบาลที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1) จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เห็นว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีความสำคัญ มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าฯ ซึ่งทางผู้ประกอบการสามารถวางแผนทางการตลาด โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อจูงใจให้ประชาชนได้ใช้บริการรถไฟฟ้าฯ มากขึ้น เช่น การทำบัตรส่วนลดสำหรับผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าฯเป็นประจำ เป็นต้น

2) จากการศึกษาพบว่าที่พักอาศัยที่อยู่ใกล้กับสถานีรถไฟฟ้าฯ มีผลทำให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าฯ เพิ่มขึ้น ซึ่งทางผู้ประกอบการควรวางแผนและมีโครงการขยายเส้นทางให้ครอบคลุมกับแหล่งชุมชนและบริเวณที่พักอาศัยอย่างทั่วถึง และเพิ่มบริการรถขนส่งจากแหล่งที่พักอาศัยไปยังสถานีรถไฟฟ้าฯ เพื่อให้ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าฯ มีความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น

3) จากการศึกษาพบว่าการเดินทางโดยลำพังมีผลทำให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าฯ เพิ่มขึ้นดังนั้นทางผู้ประกอบการควรมีการรณรงค์หรือโฆษณาให้ผู้ที่เดินทางโดยลำพังให้เห็นประโยชน์และข้อดีของการเดินทางโดยใช้บริการรถไฟฟ้าฯ เพิ่มมากขึ้นหรือเพิ่มความสะดวกสบายให้กับการเดินทางที่มากกว่าหนึ่งคน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved