

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งได้กำหนดการกระจายตัวอย่างเป็น ชายร้อยละ 50 และ หญิงร้อยละ 50 ส่วนใหญ่มีสถานภาพเป็นโสด ร้อยละ 66.1 มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 52.2 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 79.4 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 77.8 และมีรายได้ในช่วงระหว่าง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด หรือร้อยละ 36.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน ที่มีต่อส่วนประสม การตลาด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้าน ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (โดยมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.61 3.50 และ 3.47) ตามลำดับ และ มีความพึงพอใจใน ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริม การตลาด อยู่ในระดับปานกลาง (ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมที่ 3.31 3.22 3.06 และ 2.75 ตามลำดับ)

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน รองลงมาคือ เสียงประกาศบอกถึงสถานี ต่อไปมีความชัดเจน และเวลาในการให้บริการ (06.00 - 24.00 น.)

ด้านราคา ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านราคา คือ ความเหมาะสม ของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อ เปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น และอัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานี ที่เดินทางเพิ่มขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ภายในสถานีมีทาง เข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี รองลงมาคือ

ความปลอดภัยของสถานที่ตั้ง ของสถานีต่าง ๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน(สถานที่ตั้ง) และสถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านส่งเสริมการตลาด คือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ รองลงมาคือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่างๆ และการส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลาย เช่น มีลดส่วนสำหรับบัตรเติมเงิน ตัวจำกัดจำนวนเที่ยว และจำกัดจำนวนวัน

ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านบุคลากร คือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ รองลงมาคือ คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต่างๆ เช่น กริยา - มารยาท ตลอดจนข้อมูลที่ถูกต้อง และความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมีความสะอาด และทันสมัย รองลงมาคือ การตกแต่งภายในสถานี/ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม และความชัดเจนของ ทางเข้า - ทางออก ของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน

ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านกระบวนการ คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ รองลงมาคือ ความสะดวกรวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสารจากช่องเครื่องจำหน่ายบัตร และระยะเวลารอคอยในการรอรถไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนประสมการตลาด

จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ความรวดเร็ว ที่ได้รับการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้า ได้ดินอัดโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนประสมการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจนมากกว่าเรื่องอื่น

ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ความรวดเร็ว ที่ได้รับการเดินทางโดยรถไฟฟ้าได้ดิน มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ความเหมาะสมของราคา กับคุณภาพของบริการที่ได้รับ มากกว่าเรื่องอื่น

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี มากกว่าเรื่องอื่น

และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ สถานีที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่าง ๆ เช่น ส่วนลด / ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

ระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มากกว่าเรื่องอื่น

และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน คือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ และความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเช่นกันคือ การตกแต่งภายในสถานี / ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ ระยะเวลาารอคอยในการรอรถไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว

**ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนประสมการตลาด
จำแนกตามอาชีพหลัก**

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด และอยู่ในระดับมาก คือ เสี่ยงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ ความรวดเร็ว ที่ได้รับการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ความเหมาะสมของราคา ค่าโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี มากกว่าเรื่องอื่น

และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเช่นกัน คือ สถานีที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ การส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลาย เช่น มีลดส่วนสำหรับบัตรเติมเงิน ตั้งจำกัดจำนวนเที่ยวและจำกัดจำนวนวัน และรูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่าง ๆ เช่น ส่วนลด / ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

อาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ การตกแต่งภายในสถานี / ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพหลักทุกกลุ่มอาชีพหลัก มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

**ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีส่วนประกอบการตลาด
จำแนกตามรายได้**

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ความรวดเร็ว ที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจน มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับมากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 20,001-30,000 บาท ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเช่นกันคือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน คือ อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 10,000-20,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ ความปลอดภัยของสถานีที่ตั้ง ของสถานีต่าง ๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน (สถานีที่ตั้ง) มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ภายในสถานี มีทาง เข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี และความเพียงพอของห้องจำหน่ายบัตร และตู้จำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่าง ๆ เช่น ส่วนลด / ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ยังมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง เช่นกัน คือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ

ด้านบุคลากร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกันคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เช่น กริยา - มารยาท ข้อมูลที่ถูกต้อง มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านลักษณะทางกายภาพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกันคือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย มากกว่าเรื่องอื่น

ด้านกระบวนการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากเหมือนกัน คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของ ระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของ ระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ มากกว่าเรื่องอื่น

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล โดยใช้ทฤษฎี ส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ซึ่งอภิปรายผลตามทฤษฎี ส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน รองลงมาคือ เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจน และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ เวลาในการให้บริการ (06.00-24.00 น.) ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับการศึกษาของกรกมล อโณทยานนท์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความรวดเร็วในการเดินทาง รองลงมาคือ ความตรงต่อเวลาในการให้บริการ และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ เวลาในการให้บริการ (06.00 - 24.00 น.)

ด้านราคา

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ รองลงมาคือ ความเหมาะสมของราคาโดยสารเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรกมล อโณทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านราคา ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่อัตราพิเศษ (7 ม.ค.-31 มี.ค. 2548) 6-16 บาท/เที่ยว รองลงมาคือ ความคุ้มค่าต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่อัตราพิเศษลด 15% (สำหรับปีแรก พ.ศ. 2547) 12-31 บาท/เที่ยว และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ราคาการออกบัตรเติมเงินครั้งแรกที่มูลค่าอย่างน้อย 300 บาท (รวมค่ามัดจำ 50 บาท)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ภายในสถานีมีทาง เข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี รองลงมาคือ ความปลอดภัยของสถานีที่ตั้งของสถานีต่าง ๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน(สถานีที่ตั้ง) และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ สถานีที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง ซึ่งส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรกมล อโณทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจช่องทางการจัดจำหน่าย ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความสะดวกต่อการต่อรถ รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการซื้อบัตรโดยสาร และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ จำนวนจุดขึ้น-ลง สถานีรถไฟฟ้า

ด้านส่งเสริมการตลาด

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ รองลงมาคือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ การส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลาย เช่น มีลดส่วนสำหรับบัตรเติมเงิน ตั๋วจำกัดจำนวนเที่ยวและจำกัดจำนวนวัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรกมล อโณทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร(รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านส่งเสริมการตลาด ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ จำนวนช่องทางการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือ ความถี่ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ความเข้าใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์

ด้านบุคลากร

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ รองลงมาคือ คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น กริยามารยาท ตลอดจนข้อมูลที่ต้องการ และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับการศึกษาของกรกมล อโณทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านบุคลากร ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือ ท่าทาง กริยามารยาทของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมีความสะอาด และทันสมัย รองลงมาคือ การตกแต่งภายในสถานี/ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ความชัดเจนของ ทางเข้า – ทางออก ของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่ง

ส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรมล อโทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ความสะอาดภายในสถานี และภายในรถไฟฟ้า รองลงมาคือ ระบบปรับอากาศภายในสถานี และภายในรถไฟฟ้า และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ความสะดวกสบายของห้องโดยสาร เบาะที่นั่ง เครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

ด้านกระบวนการ

พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในปัจจัยย่อย 3 อันดับแรก ดังนี้ ปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ รองลงมาคือ ความชัดเจนของ ทางเข้า – ทางออก ของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน และปัจจัยย่อยอันดับที่สามคือ ระยะเวลาการรอคอยในการรอรถไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของกรมล อโทยานนท์(2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อโครงการรถไฟฟ้าฟ้ามหานคร (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านกระบวนการ ในปัจจัยย่อยเป็นอันดับแรกคือ ประสิทธิภาพของระบบการเดินรถไฟฟ้าอัตโนมัติ รองลงมาคือ ความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสารจากช่องเครื่องจำหน่ายบัตร และปัจจัยย่อยเป็นอันดับที่สามคือ มาตรการความปลอดภัยภายในขบวนรถไฟฟ้า

ข้อค้นพบ

จากการค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล พบว่ามีข้อค้นพบ ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 21 - 30 ปี มีสถานภาพเป็นโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการ ที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามตัวแปรส่วนบุคคลแสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จัแนตามตัวแปรส่วนบุคคล

ตัวแปรส่วนบุคคล		ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด						
เพศ	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคลากร	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ	
ชาย	ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน	ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานีมีทางเข้า-ออก หลายทางในแต่ละสถานี	ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย	ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ	
	หญิง							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มีความชัดเจน	ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานีมีทางเข้า-ออก หลายทางในแต่ละสถานี	รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	-การตกแต่งภายในสถานี/ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาดทันสมัย สวยงาม -เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย	ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ	
ปริญญาตรี	ความรวดเร็ว ที่ได้รับการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน	ความเหมาะสมของราคา ค่าโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น	-ภายในสถานีมีทางเข้า-ออก หลายทางในแต่ละสถานี -สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง	ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	-ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ -ความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน	เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย	-ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ -ระยะเวลาการรอคอยในการรอรถไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว	
	สูงกว่าปริญญาตรี							

หมายเหตุ - ต่ำกว่าปริญญาตรี หมายถึง มัธยมศึกษาตอนต้น (ต่ำกว่า) / มัธยมศึกษาตอนปลาย (ปวช.) / อุนริญญา (ปวศ.)
- สูงกว่าปริญญาตรี หมายถึง สูงกว่าปริญญาตรี / อื่น ๆ (ระบุ)

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จำแนกตามตัวแปรส่วนบุคคล

ตัวแปรส่วนบุคคล	ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด						ด้านกระบวนการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ	ด้านบุคลิกภาพ	ด้านปริมาณการ
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการขายรูปแบบ	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	การตกแต่งภายในสถานี่ / ตัวรถไฟฟ้าได้คืน สะอาด ทันสมัย สวยงาม					
กลุ่มไม่มีรายได้อาชีพหลัก	เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มีความชัดเจน	อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น	ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี	-การส่งเสริมการขายในรูปแบบหลากหลาย เช่น มีส่วนลดสำหรับบัตรเติมเงิน คำจำกัดจำนวนเที่ยว และจำกัดจำนวนวัน -รูปแบบการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	การตกแต่งภายในสถานี่ / ตัวรถไฟฟ้าได้คืน สะอาด ทันสมัย สวยงาม	ด้านปริมาณการ	ด้านบุคลิกภาพ	ด้านกระบวนการ <td rowspan="2">ด้านบุคลิกภาพ</td> <td rowspan="2">ด้านปริมาณการ </td>	ด้านบุคลิกภาพ	ด้านปริมาณการ
	ความรวดเร็วที่ได้รับความพึงพอใจได้	ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทาง ในแต่ละสถานี	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ							
กลุ่มมีเงินเดือนประจำ	เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มีความชัดเจน	ความเหมาะสมของราคา ค่าโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น	ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทาง ในแต่ละสถานี	-ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทาง ในแต่ละสถานี	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	การตกแต่งภายในสถานี่ / ตัวรถไฟฟ้าได้คืน สะอาด ทันสมัย สวยงาม	ด้านปริมาณการ	ด้านบุคลิกภาพ	ด้านกระบวนการ <td rowspan="2">ด้านบุคลิกภาพ</td> <td rowspan="2">ด้านปริมาณการ </td>	ด้านบุคลิกภาพ	ด้านปริมาณการ
	ความรวดเร็วที่ได้รับความพึงพอใจได้	ความเหมาะสมของราคา ค่าโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น	ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทาง ในแต่ละสถานี	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ							

หมายเหตุ - กลุ่มไม่มีรายได้อาชีพ คือ นักเรียน / นักศึกษา - กลุ่มมีเงินเดือนประจำ คือ พนักงานบริษัทเอกชน / รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

- กลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ คือ รับจ้างทั่วไป / พ่อบ้าน / แม่บ้าน / ประกอบธุรกิจส่วนตัว

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด จำนวนตามตัวแปรส่วนบุคคล

ตัวแปรส่วนบุคคล	ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดบริการที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด						ด้านกระบวนการ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ด้านกระบวนการ
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านส่งเสริมการตลาด	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ	เครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย			
ไม่เกิน 10,000 บาท	เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มี	ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี	รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่างๆ เช่น ส่วนลด / ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เช่น กริยา - มารยาท ข้อมูลที่ถูกต้อง	ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดิน		
	ความชัดเจน		ความปลอดภัยของสถานที่ตั้งของสถานีต่างๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน (สถานที่ตั้ง)						
20,001-30,000 บาท	ความรวดเร็วที่ได้	-ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เช่น กริยา - มารยาท ข้อมูลที่ถูกต้อง			
	รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน								
30,001 บาทขึ้นไป		-ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	ภายในสถานี มีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เช่น กริยา - มารยาท ข้อมูลที่ถูกต้อง			

1. ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดเหมือนกันทุกปัจจัยย่อย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน

ด้านราคา ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ภายในสถานีมีทาง เข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี

ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ

ด้านบุคลากร ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ให้บริการ

ด้านกระบวนการ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ

2. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ การศึกษาปริญญาตรีและการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ความรวดเร็ว ที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน และการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจน

ด้านราคา ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ การศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรีและการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ ทุกระดับการศึกษา ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ คือ ภายในสถานีมีทางเข้า-ออก หลายทางในแต่ละสถานี และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านส่งเสริมการตลาด ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ การศึกษาปริญญาตรีและการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาเพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ และการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ รูปแบบการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ

ด้านบุคลากร ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ การศึกษาดำกว่าปริญญาตรีและการศึกษาปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ และความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน

ด้านลักษณะทางกายภาพ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ ทุกระดับการศึกษา ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมีความสะอาด และทันสมัย และการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ การตกแต่งภายในสถานี/ตัวรถไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม

ด้านกระบวนการ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ ทุกระดับการศึกษา ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ และการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ ระยะเวลาารอคอยในการรอรถไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว

3. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอาชีพหลัก มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ อาชีพหลักส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ อาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้และกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ เสี่ยงประกาศบอกถึงสถานีต่อไปมีความชัดเจน และอาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน

ด้านราคา อาชีพหลักทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดแตกต่างกันคือ อาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ปัจจัย

ย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อาชีพหลักส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ อาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำและอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้่าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านส่งเสริมการตลาด อาชีพหลักส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ อาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำและอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ การส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลาย เช่น มีส่วนลดสำหรับบัตรเติมเงิน ตั๋วจำกัดจำนวนเที่ยวและจำกัดจำนวนวัน และรูปแบบการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ

ด้านบุคลากร อาชีพหลักทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดเหมือนกันคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ

ด้านลักษณะทางกายภาพ อาชีพหลักส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ อาชีพหลักกลุ่มไม่มีรายได้และอาชีพหลักกลุ่มมีเงินเดือนประจำ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสารมีความสะอาด และทันสมัย และอาชีพหลักกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำคือ การตกแต่งภายในสถานี/ตัวรถไฟฟ้าใต้ดินสะอาด ทันสมัย สวยงาม

ด้านกระบวนการ อาชีพหลักทุกกลุ่มอาชีพ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดเหมือนกันคือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ

4. ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ความรวดเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มีความชัดเจน

ด้านราคา กลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ ทุกกลุ่มรายได้ ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของบริการที่ได้รับ และรายได้ 20,001-30,000 บาท ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ ความเหมาะสมของราคาค่าโดยสารเมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ภายในสถานีมีทางเข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ ความเพียงพอของห้องจำหน่ายและตู้จำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติ รายได้ 10,001-20,000 บาท ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ ความปลอดภัยของสถานที่ตั้งของสถานีต่าง ๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน (สถานที่ตั้ง)

ด้านส่งเสริมการตลาด กลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ยังมีปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเช่นกันคือ ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ รูปแบบการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ

ด้านบุคลากร กลุ่มรายได้ส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดไม่แตกต่างกันคือ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดเหมือนกันคือ การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ และรายได้ 20,001-30,000 บาท ปัจจัยย่อยที่พึงพอใจสูงสุดคือ คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ เช่น ครिया-มารยาท ข้อมูลที่ถูกต้อง

ด้านลักษณะทางกายภาพ ทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดเหมือนกันคือ เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย

ด้านกระบวนการ ทุกกลุ่มรายได้ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยสูงสุดเหมือนกัน คือ ประสิทธิภาพโดยรวมของระบบการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ

ตารางที่ 2 แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาด		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ปัจจัย	ปัจจัยย่อย		
Product	ความเร็วที่ได้รับจากการเดินทางโดยรถไฟฟ้าใต้ดิน	4.02	1
	เสียงประกาศบอกถึงสถานีต่อไป มีความชัดเจน	3.84	2
	เวลาในการให้บริการ (06.00 - 24.00 น.)	3.69	5
	จำนวนเที่ยวรถโดยสารมีเพียงพอสำหรับความต้องการ	3.63	8
	ความปลอดภัยที่ได้รับในการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน	3.48	12
	ความเพียงพอของที่นั่งของผู้โดยสาร	3.02	31
Price	ความเหมาะสมของราคา กับ คุณภาพของบริการที่ได้รับ	3.20	24
	ความเหมาะสมของราคาโดยโดยสาร เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้บริการเดินทางรูปแบบอื่น	3.12	25
	อัตราค่าโดยสารที่เพิ่มขึ้นตามจำนวนสถานีที่เดินทางเพิ่มขึ้น	3.06	29
	อัตราค่าโดยสารต่ำสุด (14 บาท) สูงสุด (36 บาท) เป็นราคาที่เหมาะสม	2.84	33
Place	ภายในสถานี มีทาง เข้า - ออก หลายทางในแต่ละสถานี	3.44	13
	ความปลอดภัยของสถานที่ตั้ง ของสถานีต่าง ๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน (สถานที่ตั้ง)	3.35	18
	สถานที่ตั้งของสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินอยู่ในทำเลที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง	3.31	19
	มีอาคารจอดรถเพียงพอสำหรับผู้มาใช้บริการ	3.11	26
	มีจำนวนสถานีให้บริการเพียงพอ สะดวก ในการเลือกเดินทาง	3.08	28
	ความเพียงพอของห้องจำหน่ายบัตร และตู้จำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติ	3.05	30
Promotion	ข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ง่ายต่อการทำความเข้าใจ	2.87	32
	ช่องทางและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารต่าง ๆ	2.74	34
	การส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลาย เช่น มีส่วนลดสำหรับบัตรเติมเงิน ตั๋วจำกัด จำนวนเที่ยวและจำกัดจำนวนวัน	2.73	35
	รูปแบบการส่งเสริมการตลาด ต่าง ๆ เช่น ส่วนลด / ราคาพิเศษ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน มีความหลากหลายเพียงพอ	2.66	36

ตารางที่ 2 (ต่อ) แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาด		ค่าเฉลี่ย	อันดับที่
ปัจจัย	ปัจจัยย่อย		
People	การแต่งกายของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	3.78	3
	คุณภาพของบริการที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการต่าง ๆ เช่น กริยา-มารยาท ตลอดจนข้อมูลที่ถูกต้อง	3.64	7
	ความชัดเจนของข้อมูลที่เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการอธิบายแก่ท่าน	3.54	10
	ความกระตือรือร้นของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการ	3.49	11
	ความรู้ ความสามารถของเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการ	3.40	16
	ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่	3.38	17
	ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขเหตุการณ์ฉุกเฉิน	3.30	20
Physical Evidence	เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการให้บริการแก่ผู้โดยสาร มีความสะอาด และทันสมัย	3.72	4
	การตกแต่งภายในสถานี / ตู้รถไฟไฟฟ้าใต้ดิน สะอาด ทันสมัย สวยงาม	3.66	6
	ความชัดเจนของ ทางเข้า - ทางออกของสถานีรถไฟไฟฟ้าใต้ดิน	3.43	14
	ความชัดเจนของ ป้าย เครื่องหมายต่าง ๆ ในสถานี	3.42	15
	สภาพอากาศ (อุณหภูมิ) ภายในสถานีรถไฟไฟฟ้าใต้ดิน ไม่รู้สึกอึดอัด	3.10	27
Process	ประสิทธิภาพโดยรวมของ ระบบการเดินรถไฟไฟฟ้าใต้ดินอัตโนมัติ	3.57	9
	ความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสาร จากช่องพนักงานขายบัตร	3.23	21
	ระยะเวลารอคอยในการรูดไฟฟ้าใต้ดินแต่ละเที่ยว	3.23	21
	ความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสาร จากช่องเครื่องจำหน่ายบัตรอัตโนมัติ	3.22	23

จากตารางที่ 43 แสดงค่าคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความเพียงพอของที่นั่งของผู้โดยสาร ปัจจัยด้านราคาคือ อัตราค่าโดยสารต่ำสุด(14 บาท) สูงสุด(36 บาท) เป็นราคาที่เหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ ความเพียงพอของห้องจำหน่ายบัตรและตู้จำหน่ายบัตรโดยสารอัตโนมัติ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดคือ รูปแบบการส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ เช่น ส่วนลด/ราคาพิเศษ ของรถไฟไฟฟ้าใต้ดินมีความหลากหลายเพียงพอ ปัจจัยด้านบุคลากรคือ ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่ในการแก้ไขเหตุการณ์ฉุกเฉิน ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพคือ สภาพอากาศ (อุณหภูมิ) ภายในสถานีรถไฟไฟฟ้าใต้ดิน ไม่รู้สึกอึดอัด และปัจจัยด้านกระบวนการคือ ความสะดวก รวดเร็ว ในการซื้อบัตรโดยสารจากช่องเครื่องจำหน่ายบัตรอัตโนมัติ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินสายเฉลิมรัชมงคล ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มปริมาณที่นั่งของผู้โดยสารภายในรถไฟฟ้าใต้ดินให้มากขึ้น เพื่อรองรับกับจำนวนผู้โดยสารที่หนาแน่น ซึ่งจะทำให้ผู้โดยสารไม่รู้สึกรออีกัดจนเกินไป
2. ด้านราคา ควรมีการปรับปรุงในเรื่องราคาให้มีราคาถูกลงหรือใกล้เคียงกับค่าโดยสารของบริการรูปแบบอื่น ๆ และสำหรับผู้ที่ใช้บริการเป็นประจำก็ควรจะได้รับระดับราคาค่าโดยสารที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการเป็นครั้งคราว จำทำให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินเพิ่มมากขึ้น
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มปริมาณตู้จำหน่ายตั๋วโดยสารอัตโนมัติให้มากขึ้น เนื่องจากบางสถานีในช่วงเร่งด่วน จะมีผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมากกว่าปกติ ทำให้ต้องเสียเวลาเข้าแถวยาวเพื่อรอซื้อตั๋วโดยสาร
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มีส่วนลดต่าง ๆ มากขึ้น หลากหลายรูปแบบ เช่น ตั๋วรายวัน ตั๋วรายสัปดาห์ ตั๋วรายเดือน เพื่อให้ผู้โดยสาร สามารถเลือกซื้อตั๋วโดยสารได้ตามความเหมาะสมของแต่ละบุคคล ซึ่งตั๋วแต่ละแบบจะมีส่วนลดให้ เพื่อจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินกันมากขึ้น
5. ด้านบุคลากร ควรจัดให้มีการอบรมพนักงานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องของการแก้ไขปัญหา และสถานการณ์ต่าง ๆ ในยามฉุกเฉิน เพื่อให้ประชาชนรู้สึกถึงความพร้อมของเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ ทำให้รู้สึกถึงความปลอดภัยในการใช้บริการมากขึ้น
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีการรักษามาตรฐาน ความเรียบร้อยภายในสถานีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดโปร่งของพื้นที่ ไม่ให้มีร้านค้าต่าง ๆ เพื่อเป็นการรักษา สภาพอากาศภายในสถานีรถไฟฟ้าใต้ดิน ไม่ให้รู้สึกอึดอัดแก่ผู้มาใช้บริการ
7. ด้านกระบวนการ ควรมีการตรวจเช็คตู้จำหน่ายบัตรโดยสารเป็นระยะ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ตู้จำหน่ายบัตรโดยสาร สามารถให้บริการได้เร็ว และไม่ติดขัด กับผู้มาใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาในเรื่องนี้ ควรให้มีการเก็บข้อมูลทุกช่วงเวลาและทุกสถานี เพื่อให้ข้อมูลที่กระจาย และทั่วถึงประชากรทุกกลุ่มที่ใช้บริการ เพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมมากขึ้น