

**ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
และผู้ไม่ใช้บริการ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์**
โครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปี 2564
บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (รอบที่ 1)

นำเสนอโดย
บริษัท เอสยูแคน จำกัด

บทสรุปผู้บริหาร

กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

โครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปี 2564 รอบที่ 1 บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ชุด “ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์” มีวัตถุประสงค์ (1) ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (2) เพื่อให้การปรับปรุงบริการเป็นไปตามมาตรฐานสากล (3) เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ มีประเด็นการสำรวจ คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (2) พฤติกรรมการใช้บริการ (3) ความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของการบริการ (4) ความผูกพันของผู้ใช้บริการ (5) ปัญหาจากการใช้บริการ ความต้องการและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

กลุ่มเป้าหมายของการสำรวจ คือผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ การสำรวจครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564

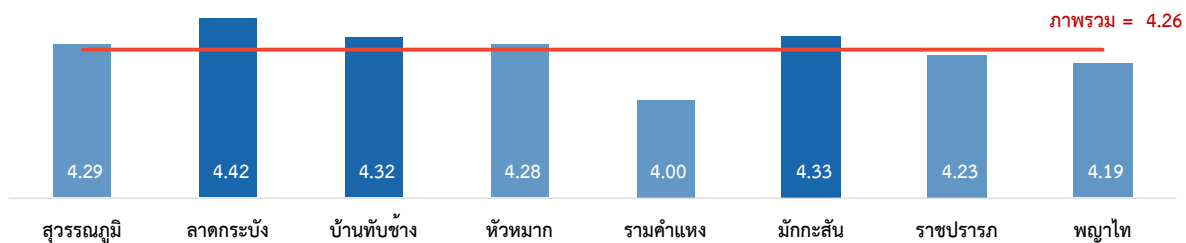
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method)

การสำรวจครั้งนี้เก็บข้อมูลจำนวนรวมทั้งสิ้น 1,006 ตัวอย่าง กระจายสัดส่วนจำนวนตัวอย่างในแต่ละสถานี จากสถิติจำนวนผู้มาใช้บริการระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2563

ผลการสำรวจพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการนานๆ ครั้ง ร้อยละ 46.62 รองลงมาคือใช้บริการทุกสัปดาห์ ร้อยละ 40.85 และใช้บริการทุกเดือน ร้อยละ 12.52 ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ในช่วงเวลา 3 ลำดับแรก คือ (1) ช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเช้า) ร้อยละ 35.49 (2) ช่วงเวลา 17.01 - 21.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเย็น) ร้อยละ 29.13 และ (3) ช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. (ช่วงก่อนเที่ยง) ร้อยละ 28.03 ประเภทบัตรโดยสาร ส่วนใหญ่จะใช้เหรียญโดยสาร ร้อยละ 74.65 โดยที่ ร้อยละ 73.16 (ร้อยละ 98.00 ของผู้ที่ใช้เหรียญโดยสาร) จะซื้อเหรียญโดยสารจากตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ และร้อยละ 1.49 (ร้อยละ 2.00 ของผู้ที่ใช้เหรียญโดยสาร) ซื้อจากเจ้าหน้าที่ห้องจำหน่ายตั๋ว ในขณะที่ร้อยละ 25.35 จะใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน โดยที่ร้อยละ 13.62 (ร้อยละ 53.72 ของผู้ที่ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) จะใช้บัตรโดยสารประเภทบุคคลทั่วไป ร้อยละ 10.04 (ร้อยละ 39.61 ของผู้ที่ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) จะใช้บัตรโดยสารประเภทนักเรียน/นักศึกษา และร้อยละ 1.69 (ร้อยละ 6.67 ของผู้ที่ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) ใช้ประเภทผู้สูงอายุ

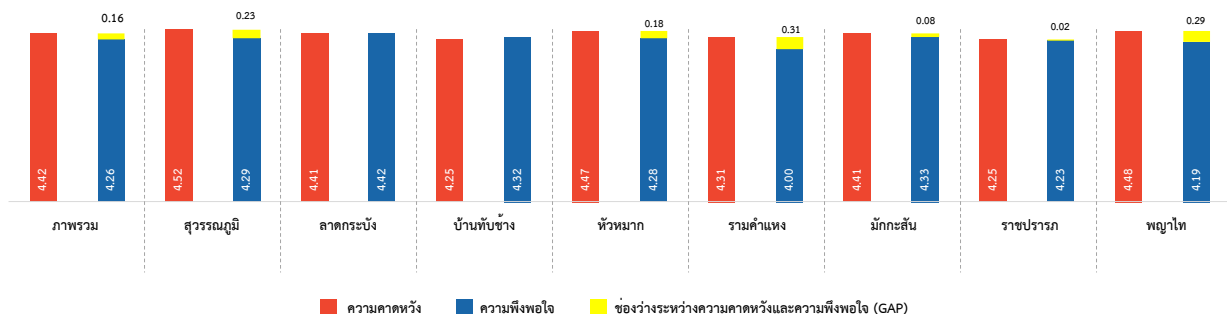
วัตถุประสงค์ในการเดินทางด้วยรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) ไป – กลับ ระหว่างที่พักกับที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 42.64 (2) ท่องเที่ยว/ช้อปปิ้ง ร้อยละ 18.79 และ (3) ไปทำธุระ ร้อยละ 12.13 โดยมีเหตุผลในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ใกล้กับสถานที่ที่จะไป หรือใกล้กับที่พัก ร้อยละ 91.25 (2) สามารถเชื่อมต่อกับขนส่งสาธารณะประเภทอื่นได้ ร้อยละ 30.72 และ (3) ใช้บริการเข้า - ออกสนามบิน ร้อยละ 16.70 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการเดินทางมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) รถยนต์/จักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 24.06 (2) ขนส่งมวลชนสาธารณะ เช่น รถประจำทาง (รถเมล์ รถสองแถว) รถโดยสาร เรือโดยสาร ร้อยละ 23.36 และ (3) รถไฟฟ้า BTS/MRT ร้อยละ 21.37

ความพึงพอใจโดยรวม เปรียบเทียบรายสถานี



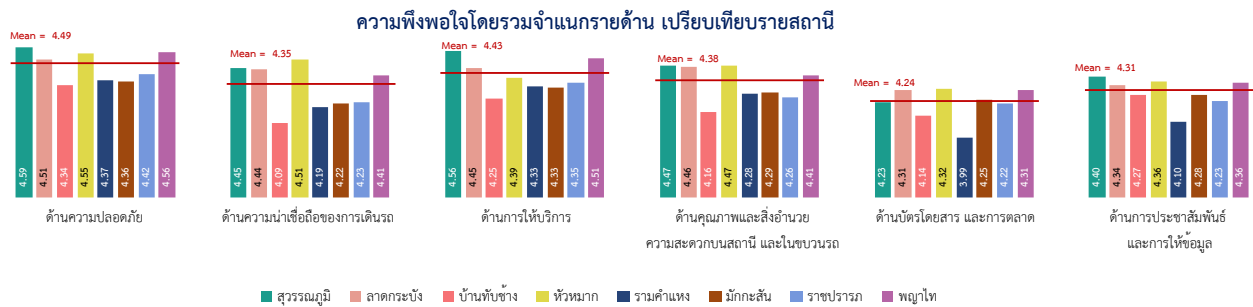
ผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเฉลี่ย 4.26 (ร้อยละ 85.15) และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่าสถานีลาดกระบัง ได้คะแนนความพึงพอใจ 4.42 (ร้อยละ 88.38) มากที่สุดเป็นลำดับ 1 รองลงมา คือ สถานีมีกะสัน คะแนนความพึงพอใจ 4.33 (ร้อยละ 86.55) และสถานีบ้านทับช้าง คะแนนความพึงพอใจ 4.32 (ร้อยละ 86.36)

ความคาดหวังและความพึงพอใจ เปรียบเทียบรายสถานี



วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า ในภาพรวมและเกือบทุกสถานี ผู้โดยสารจะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สถานีรามคำแหง สถานีพญาไท และสถานีสุวรรณภูมิ ที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด

ในขณะที่สถานีบ้านทับช้าง และสถานีลาดกระบัง ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง

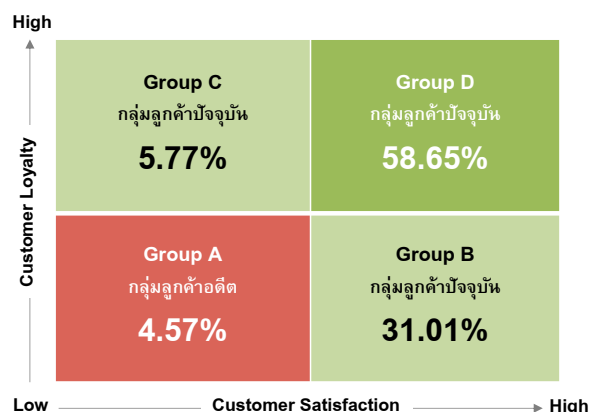


เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านความปลอดภัย เป็นด้านที่ได้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ย 4.49 (ร้อยละ 89.70) รองลงมาคือด้านการให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 4.43 (ร้อยละ 88.63) ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ คะแนนเฉลี่ย 4.38 (ร้อยละ 87.56) ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ คะแนนเฉลี่ย 4.35 (ร้อยละ 87.02) ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล คะแนนเฉลี่ย 4.31 (ร้อยละ 86.22) และด้านบัตรโดยสารและการตลาด คะแนนเฉลี่ย 4.24 (ร้อยละ 84.86)

โดยที่สถานีลาดกระบัง และพญาไทเป็นสถานีที่ได้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยในทุกๆ ด้าน

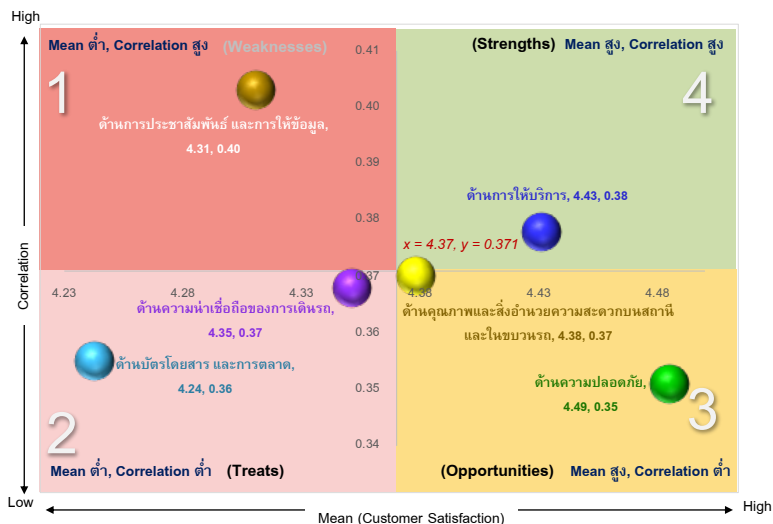
ผลการสำรวจเรื่องความภักดี 3 ประเด็น ได้แก่ (1) การแนะนำบอกต่อด้วยคำถามว่า “ท่านจะแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 59.04 (2) ยินดีแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ รู้ เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ด้วยคำถามว่า “เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ท่านยินดีที่จะแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบ เพื่อพัฒนาการให้บริการ” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 63.91 (3) ยังคงใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป ด้วยคำถามว่า “ถึงแม้จะมีทางเลือกอื่นในการเดินทาง แต่ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 64.21

การวิเคราะห์จัดกลุ่มลูกค้า (Cluster Analysis) โดยใช้เทคนิค K-Means ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างคะแนนความพึงพอใจ และคะแนนความภักดี จะจำแนกลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่ม



ผลการสำรวจในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสูงและความภักดีสูง (Group D) ร้อยละ 58.65 มีกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน (Group B, C) ร้อยละ 31.01, 5.77 และมีเพียงร้อยละ 4.57 ที่มีความพึงพอใจต่ำและความภักดีต่ำ (Group A)

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างคะแนนความพึงพอใจ และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม จะจำแนกปัจจัยออกเป็น 4 กลุ่ม เพื่อจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ



ผลการสำรวจในภาพรวมพบว่า “ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล” เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับแรก และ “ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ” และ “ด้านบัตรโดยสาร และการตลาด” เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับถัดมา

เมื่อสอบถามถึงปัญหาที่พบจากการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 9.94 เคยพบปัญหาจากการใช้บริการ โดยจะพบปัญหาด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง “ช่วงเวลาเร่งด่วนรถไฟฟ้ามาช้า ความถี่น้อย คอยนาน” และ “รถไฟฟ้าขัดข้องบ่อย” และเรื่องความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวัง “เพิ่มความถี่ของขบวนรถและตู้โบกี้” มากที่สุด รองลงมาคือ “เพิ่มเจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุง”

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method)

จัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) 5 กลุ่ม รวมจำนวนทั้งสิ้น 50 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 3 ช่วงอายุ คือ (1) อายุต่ำกว่า 23 ปี หรือ Gen Z จำนวน 2 กลุ่ม (2) ช่วงอายุ 23 - 40 ปี หรือ Gen Y จำนวน 2 กลุ่ม และ (3) อายุมากกว่า 40 ปี หรือ Gen X และ Baby boomer) จำนวน 1 กลุ่ม

ความคิดเห็นจากการจัดสนทนากลุ่มพบว่า มีทั้งประเด็นที่มีความคิดเห็นเหมือนกันและแตกต่างกันไป แต่เมื่อสอบถามถึงเหตุผลที่ยังคงใช้บริการอยู่ทั้งที่เจอปัญหา หรือมีเรื่องที่ไม่พึงพอใจ ทุกคนมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ “เป็นการเดินทางที่รวดเร็ว คุ่มค่ามากที่สุด” ถึงแม้จะพบปัญหาจากการใช้บริการบ้าง แต่ก็ไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่

ประเด็นที่มีความคิดเห็นอย่างแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดในแต่ละช่วงอายุ คือ เรื่อง **“ความต้องการ”** ในกลุ่ม Gen Y และ Gen Z จะมีความต้องการเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เช่น การเติมเงินหรือชำระค่าโดยสารผ่าน QR Code และ Mobile Application รวมไปถึงความต้องการเรื่องการประชาสัมพันธ์ การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อ Social Media ในขณะที่กลุ่มผู้สูงอายุ Gen X และ Baby boomer มีความต้องการในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน พร้อมใช้งาน แต่สิ่งที่ต้องการนั้นก็ได้รับการตอบสนองแล้ว เนื่องจากรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ได้ให้บริการได้ตรงกับความต้องการแล้ว ซึ่งประเด็นดังกล่าวก็เป็นความคิดเห็นที่สอดคล้องกับ Life Style ของผู้โดยสารในแต่ละช่วงวัย ที่ต้องการสิ่งที่จะมาอำนวยความสะดวกในการเดินทางคนละรูปแบบ

และทุกกลุ่มมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยสิ่งที่มีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงมากที่สุด คือ **“ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล”** ในเรื่องเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายนอกต่างๆ ให้หลากหลาย เช่น ป้ายโฆษณาในที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานใหญ่ๆ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านจอบนรถไฟฟ้าซึ่งก็สอดคล้องกับผลการสำรวจเชิงปริมาณ ที่เป็นด้านที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อย และเมื่อนำไปวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ ก็เป็นด้านที่จะต้องปรับปรุงเป็นลำดับแรกเช่นกัน

กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

โครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปี 2564 บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ชุด **“ผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์”** มี**ประเด็นการสำรวจ** คือ (1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (2) การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ (3) ความต้องการและข้อเสนอแนะ **กลุ่มเป้าหมาย** คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบๆ สถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ที่ไม่เคยใช้บริการหรือผู้ที่เคยใช้บริการแต่ปัจจุบันไม่ได้ใช้บริการแล้ว จำนวน 100 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview)

ผลการสำรวจในภาพรวมกลุ่มตัวอย่าง**ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์** มีเหตุผล 3 ลำดับแรก คือ (1) เส้นทางที่ให้บริการไม่ตรงกับเส้นทางที่เดินทาง ร้อยละ 75.00 (2) ใช้รถส่วนตัวสะดวกกว่า ร้อยละ 38.00 และ (3) มีทางเลือกใช้บริการขนส่งประเภทอื่น (รถเมล์ แท็กซี่) ร้อยละ 3.00

กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 27.00 เคยเห็น/รับรู้โฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ โดยเคยเห็นโฆษณาและประชาสัมพันธ์ จากป้ายประชาสัมพันธ์/สื่อต่างๆ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า มากที่สุด ร้อยละ 45.86 รองลงมาคือเห็นจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.81 และจากโทรทัศน์ วิทยุ ร้อยละ 21.80

เมื่อสอบถามถึงการใช้บริการรถไฟฟ้าในอนาคต “หากมีการขยายเส้นทางบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้ครอบคลุมพื้นที่อื่นๆ มากยิ่งขึ้น” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.00 รู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 40.00 สนใจที่จะใช้บริการ โดยเส้นทางที่มีผู้สนใจใช้บริการมากที่สุด คือ เส้นทางรังสิต รongลงมาคือ สนามบินดอนเมือง ในขณะที่ ร้อยละ 3.00 ไม่สนใจที่จะใช้บริการ เนื่องจากเดินทางด้วยรถส่วนตัวสะดวกกว่า และการใช้บริการรถไฟฟ้าในอนาคต “หากมีโอกาสได้เดินทางในเส้นทางที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้บริการ” กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.00 สนใจจะใช้บริการ เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ประหยัดเวลาในการเดินทาง และร้อยละ 29.00 ไม่สนใจที่จะใช้บริการ เนื่องจากใช้รถส่วนตัวสะดวกกว่า (รถยนต์ รถจักรยานยนต์)

ความคิดเห็นที่มีต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.00 คิดว่ารถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ มีประโยชน์อย่างมากต่อนักท่องเที่ยว/ผู้เดินทาง ที่จะเดินทางระหว่างเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยที่ ร้อยละ 62.00 คิดว่ามีประโยชน์มากที่สุด และร้อยละ 31.00 คิดว่ามีประโยชน์มาก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 7.00 คิดว่ามีประโยชน์น้อย โดยที่ร้อยละ 1.00 คิดว่ามีประโยชน์น้อยที่สุด และร้อยละ 6.00 คิดว่าไม่มีประโยชน์เลย

โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) เป็นระบบขนส่งที่ช่วยให้การเดินทางไปท่าอากาศยานสะดวกรวดเร็ว" ค่าเฉลี่ย 4.79 (2) เป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.69 (3) เป็นระบบขนส่งมวลชนที่รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมาก ค่าเฉลี่ย 4.65

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง**คาดหวัง**จากการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ลำดับแรก คือ มีการขยายเส้นทางเดินรถให้มากขึ้นทั้งใน กทม. และต่างจังหวัด

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่าง**ต้องการ**ให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ปรับปรุง เพื่อจะเข้ามาใช้บริการ ลำดับแรก คือ มีห้องน้ำให้บริการในสถานี รongลงมาคือ ขยายเส้นทางให้บริการให้ครอบคลุม

ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากผลการวิจัย “กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์” พบว่าด้านที่ต้องได้รับการปรับปรุง ได้แก่

- **ด้านบัตรโดยสารและการตลาด** โดยเฉพาะเรื่องการออกแบบลวดลายของบัตรโดยสาร และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ
- **ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล** โดยเฉพาะเรื่องการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการประชาสัมพันธ์กรณีแจ้งเหตุการณ์ไม่ปกติในการเดินรถ
- **ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ** โดยเฉพาะเรื่องความถี่ของการเดินรถ ทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาเร่งด่วน

ซึ่งจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ในด้านดังกล่าวมีคะแนนความพึงพอใจน้อย ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง และผลการสำรวจเชิงคุณภาพ ที่มีการเสนอแนะให้มีการปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวเช่นเดียวกัน

อีกทั้งผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างความพึงพอใจรายด้านกับความพึงพอใจโดยรวม เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล เป็นด้านที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ และด้านบัตรโดยสารและการตลาด เป็นด้านที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับถัดมาเนื่องจากมีคะแนนความพึงพอใจน้อย แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมสูง ซึ่งหากเพิ่มคะแนนความพึงพอใจในด้านนี้ได้ก็จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้ามหากคะแนนความพึงพอใจด้านนี้ลดลงก็จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจลดลงมากตามไปด้วย รวมไปถึงผลการสำรวจในเรื่องความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ก็มีความคาดหวังในเรื่องความน่าเชื่อถือของการเดินรถด้วยเช่นกัน โดยอยากให้มีการเพิ่มความถี่ของการเดินรถให้มากยิ่งขึ้น

สารบัญ

1. ความเป็นมา	1
2. วัตถุประสงค์	1
3. นิยามศัพท์	1
4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจ และกรอบแนวคิด	2
5. กรอบแนวคิดและประเด็นการสำรวจ	11
6. ระเบียบวิธีวิจัย	12
7. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	13
7.1 กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	13
7.2 กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	13
8. ผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	14
8.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	14
8.2 พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	16
8.3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	19
8.4 ความรักดี	23
8.5 การวิเคราะห์จัดกลุ่มลูกค้า (Cluster Analysis)	26
8.6 การจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ	28
8.7 ปัญหาจากการใช้บริการ ความต้องการ และข้อเสนอแนะ	30
8.8 ความคิดเห็นจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)	34
9. ผลการสำรวจกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	49
9.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
9.2 การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	51
9.3 ความต้องการและข้อเสนอแนะ	55
10. ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย	56
11. แบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	57
12. แบบสอบถามกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	61
13. แนวคำถามการจัดการสนทนากลุ่ม	64

1. ความเป็นมา

บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด (รฟฟท.) เป็นรัฐวิสาหกิจ สังกัดกระทรวงคมนาคม จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีรับส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการเดินทางเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ และยังเป็นการลดความแออัดของผู้โดยสารสายการบินที่สนามบินสุวรรณภูมิในอีกทางหนึ่ง ดังนั้น การบริการจึงถือเป็นหัวใจหลักในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จึงต้องวัดผลการปฏิบัติงานในด้านการบริการ การจัดทำแบบสำรวจความพึงพอใจซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ทราบถึงปัญหาต่างๆ ในมุมมองของผู้ใช้บริการ เพื่อนำมาพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้ได้ผลงานที่ดียิ่งขึ้นไป และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ
- 2.2 เพื่อให้การปรับปรุงบริการเป็นไปตามมาตรฐานสากล
- 2.3 เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะจากผู้บริการ ซึ่งจะนำไปสู่การแก้ไข ปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

3. นิยามศัพท์

ผู้บริการ หมายถึง ประชาชนคนไทย และชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามายังประเทศไทย รวมถึงชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเลือกใช้ บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นพาหนะในการเดินทาง

ผู้ไม่ใช้บริการ หมายถึง ประชาชนคนไทย และชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามายังประเทศไทย รวมถึงชาวต่างชาติที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเป็นผู้ที่ไม่เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นพาหนะในการเดินทาง หรือเป็นผู้ที่เคยใช้บริการ แต่ปัจจุบันไม่ได้ใช้แล้ว

การให้บริการ หมายถึง รูปแบบหรือวิธีการบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ที่กำหนดไว้สำหรับให้บริการกับผู้บริการที่เดินทางโดยสารด้วยระบบรถไฟฟ้าของแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ตั้งแต่เดินทางเข้าสถานีที่ให้บริการ ขึ้นรถโดยสาร และเดินทางไปตลอดจนสิ้นสุดการให้บริการ

ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้บริการต่อการบริการด้วยระบบรถไฟฟ้าของแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้บริการได้รับกับสิ่งที่ผู้บริการคาดหวังว่าจะได้รับจากการบริการ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ

4. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจ และกรอบแนวคิด

ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ในครั้งนี้ ที่ปรึกษาได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีประเด็นการทบทวน ดังนี้

- 4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
- 4.3 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการ
- 4.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ
- 4.4 แนวคิดความผูกพันและความภักดีต่อการบริการ

4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ (Service)

ความหมายของการบริการ

การบริการ หมายถึง กิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจสนองความต้องการแก่ลูกค้า ไม่สามารถจับต้องได้ ไม่สามารถแบ่งการบริการได้ ไม่แน่นอน ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

การบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของผู้ให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2556)

ลักษณะเฉพาะของการบริการ

Kotler (2003) ได้แจกแจงลักษณะเฉพาะที่สำคัญของการบริการไว้ 5 ลักษณะ ดังนี้

(1) มีลักษณะที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Abstract) ไม่สามารถแยกเป็นชิ้นได้เหมือนสินค้า การที่ผู้ใช้บริการจะทราบว่าบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ดีหรือไม่ดีนั้น ผู้รับบริการอาจจะต้องพิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย ความตรงต่อเวลาของการเดินทาง ความสุภาพและมีน้ำใจของเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ให้บริการได้ถูกต้องและรวดเร็ว ตลอดจนสถานที่ที่ทาง รฟฟท. เตรียมไว้ให้บริการ

(2) ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ (Inseparability) การให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และการรับบริการของผู้ใช้บริการนั้นไม่สามารถแยกออกจากกันได้ กล่าวคือ การผลิต บริการและการส่งมอบบริการมักจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกัน ไม่เหมือนสินค้าที่สามารถผลิตเป็นสินค้าคงคลังเก็บไว้ได้ ตัวอย่างเช่น เจ้าหน้าที่หนึ่งรายจะสามารถบริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากการขายบริการเป็นการขายตรงจากเจ้าหน้าที่ไปยังลูกค้า ลักษณะเช่นนี้มีผลทำให้การบริการทำได้ในขอบเขตที่จำกัด เพราะมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา

(3) มีลักษณะที่ไม่แน่นอน (Variability) ความไม่แน่นอน คือ ลักษณะสำคัญของการบริการ เพราะการบริการแต่ละครั้งจะมีความแตกต่างไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าการบริการนั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่ ที่ไหน อย่างไร ยิ่งไปกว่านั้น ยิ่งการบริการที่ต้องอาศัยคนในการให้บริการ ก็จะทำให้คุณภาพการบริการนั้นขึ้นกับองค์ประกอบด้านร่างกายและจิตใจของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการด้วย ดังนั้น จึงเป็นการยากที่ผู้รับบริการจะประเมินคุณภาพก่อนการตัดสินใจใช้บริการ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จึงต้องวางแผนควบคุมคุณภาพการบริการ โดยการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ รวมทั้งตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะได้ข้อมูลในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการให้ดียิ่งขึ้น

(4) มีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) เนื่องจากงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น ในช่วงเวลาหนึ่ง หากไม่มีผู้ให้บริการเข้ามาให้บริการในช่วงเวลานั้น การบริการก็จะว่าง ซึ่งหมายถึง การบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ในคลังสินค้าเหมือนสินค้าอื่นได้ ซึ่งถ้าความต้องการมีไม่แน่นอนก็จะเกิดปัญหา เช่น ในช่วงเวลาหนึ่งของวัน จะมีผู้ให้บริการเข้ามาให้บริการที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จำนวนมาก ทำให้ที่นั่งไม่พอ แต่ในช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการไม่ค่อยเข้ามาให้บริการ ที่นั่งในรถไฟฟ้าก็จะว่าง แต่ที่นั่งที่ว่างนั้นไม่สามารถเก็บสำรองไว้ใช้ได้

(5) ไม่สามารถเป็นเจ้าของได้ (Ownership) จำนวนเงินที่ผู้ให้บริการจ่ายไปให้แก่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เพื่อให้ได้มาซึ่งบริการนั้น เมื่อผู้ให้บริการได้รับบริการแล้ว ก็เป็นอันเสร็จสิ้น ไม่อาจครอบครองบริการนั้นได้ตลอดไป ซึ่งข้อนี้ แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างพื้นฐานระหว่างสินค้าและบริการ เพราะถ้าเป็นสินค้า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าแล้ว สินค้านั้นก็จะเป็นกรรมสิทธิ์ของลูกค้าตลอดไป

สรุปได้ว่า บริการ คือ สิ่งที่ไม่มีตัวตน แต่เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการ (ผู้รับบริการ/ ลูกค้า/ ผู้บริโภค) กับผู้ให้บริการ (เจ้าหน้าที่/ระบบ การจัดการบริการ/ เจ้าของกิจการ) ในการที่จะตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุผลสำเร็จ หลักการให้บริการสาธารณะ

บดีนทร์ธ บัวรอด (2559) อธิบาย ค่านิยมในการให้บริการสาธารณะเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชน ว่าประกอบไปด้วย

(1) การให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน (Equitable Service) หมายถึง ประชาชนทุกคนจะต้องได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่ของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกชนชั้นหรือกีดกัน การให้บริการประชาชนทุกคนจะมีความเป็นปัจเจกบุคคลภายใต้มาตรฐานของการให้บริการแบบเดียวกัน

(2) การให้บริการที่ตรงเวลา (Timely Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีความตรงต่อเวลา ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ ในทางตรงข้าม หากการบริการไม่มีความตรงต่อเวลาก็จะเป็นการยากที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนได้

(3) การให้บริการอย่างพอเพียง (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีความเหมาะสมและเพียงพอกับจำนวนผู้ที่มารับบริการ (The Right Quantity at the Right Geographical Location) ไม่เช่นนั้นความเสมอภาคและบริการที่ตรงต่อเวลาจะไม่มีประโยชน์ถ้าหากจำนวนของการให้บริการไม่เพียงพอต่อความต้องการของประชาชน ส่งผลให้ประชาชนไม่พึงพอใจในระยะยาวได้

(4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอ ต้องยึดผลประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ไม่ยึดความพอใจของหน่วยงานให้บริการว่าจะหยุดบริการในช่วงใดก็ได้

(5) การให้บริการแบบก้าวหน้า (Progressive Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะจะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ โดยมีความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

4.2 ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการ

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจของผู้รับบริการ จึงหมายถึง การแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้ใช้บริการต่อการบริการ อันเป็นผลมาจากการประเมินเปรียบเทียบสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้รับกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับการบริการ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับ

องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการ

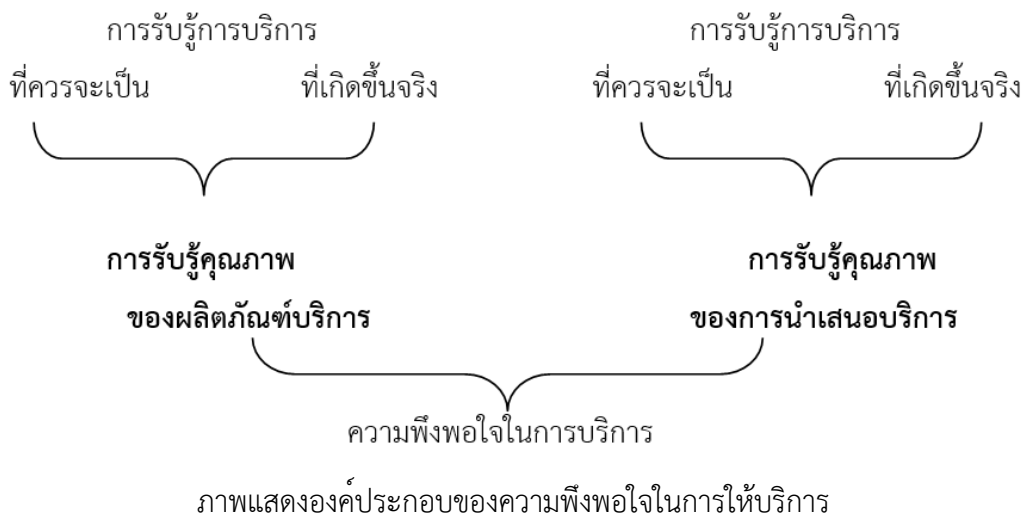
ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้และประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์

ระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลาที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ความพึงพอใจในการบริการมีองค์ประกอบ 2 ประการ(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545) คือ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์บริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าคุณผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับมีลักษณะตามพันธสัญญาของกิจการแต่ละประเภทตามที่ควรจะเป็นมากน้อยเพียงใด ซึ่งพันธกิจนี้เป็นบริการที่ผู้ใช้บริการควรจะได้รับตามลักษณะของการบริการ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนำเสนอบริการ ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการของผู้ให้บริการมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงบริการ พฤติกรรมการแสดงออกของผู้ให้บริการตามบทบาทหน้าที่ และปฏิกิริยาการตอบสนองการบริการของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการในด้านความรับผิดชอบต่องาน การใช้ภาษาสื่อความหมาย และการปฏิบัติงานในการให้บริการ

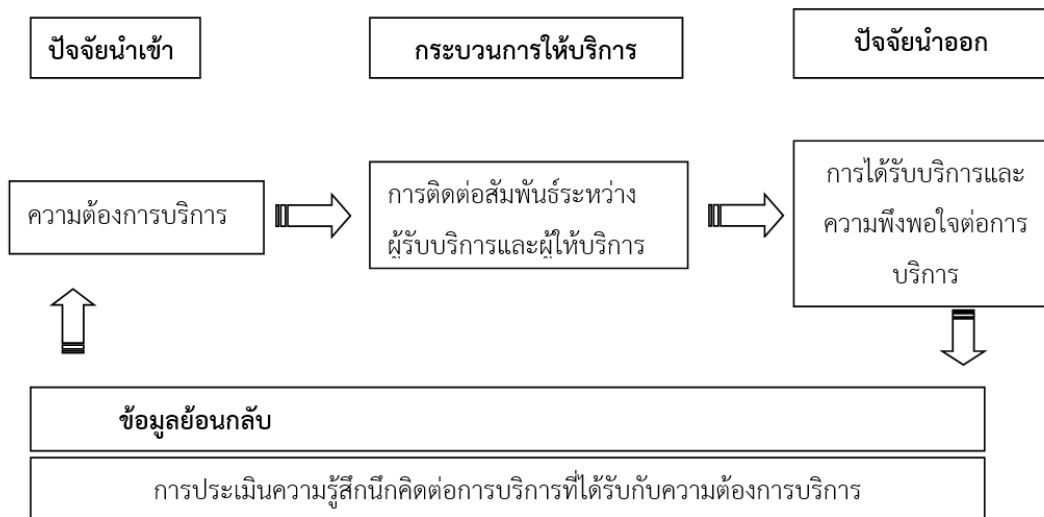
จะเห็นว่า ความพึงพอใจในการบริการเกิดจากการประเมินคุณค่าการรับรู้คุณภาพของการบริการตามลักษณะของการบริการ และกระบวนการนำเสนอบริการในวงจรของการให้บริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งถ้าตรงกับสิ่งที่ผู้รับบริการมีความต้องการหรือตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ หรือประสบการณ์ที่เคยได้รับบริการตามองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้น ก็ย่อมจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในบริการนั้น แต่หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม สิ่งที่ได้รับบริการได้รับจริงไม่ตรงกับการรับรู้ที่คาดหวัง ผู้รับบริการย่อมเกิดความไม่พึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการนำเสนอบริการได้ องค์ประกอบของความพึงพอใจในการบริการจึงสามารถแสดงดังแผนภาพ ต่อไปนี้



กระบวนการให้บริการ

การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอนและองค์ประกอบเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการ (ปัจจัยนำเข้า) และความต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ ดังนั้น จึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ

ในการที่ผู้รับบริการจะแสดงความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการนั้น (กระบวนการให้บริการ) จนผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ (ปัจจัยนำออก) ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้รับบริการ ซึ่งอาจเป็นทางบวกหรือลบก็ได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับบริการที่ถูกตอบสนองจะเป็นไปตามความคาดหวังได้มากน้อยเพียงใด (ข้อมูลย้อนกลับ) ซึ่งสามารถแสดงได้ดังภาพ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545)



ภาพแสดงกระบวนการให้บริการ

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ

คุณภาพการให้บริการ มีความสำคัญทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2556)

1. ความสำคัญในเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1.1 สร้างความพอใจและความจงรักภักดี การให้บริการอย่างมีคุณภาพจะทำให้ผู้ใช้บริการพอใจและรู้สึกพอใจต้องการมาใช้บริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย และในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจและความจงรักภักดีนั้นเกิดได้ยากเต็มทีในยุคที่มีบริการจากคู่แข่งให้เลือกมากมาย

1.2 การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร มีผลต่อการให้บริการที่มีคุณภาพ

1.3 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลอย่างมากต่อขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการ เพราะเป็นสิ่งที่บอกลถึงคุณค่า

1.4 คุณภาพการบริการเป็นกลยุทธ์ถาวรที่สามารถแทนกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดได้ เพราะไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ซึ่งหลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจน คือ ผลิตภัณฑ์ในบริการธุรกิจหนึ่งๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แต่สิ่งที่จะช่วยให้ผู้ใช้บริการมองเห็นความแตกต่างได้ คือ คุณภาพการให้บริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานทุกคนที่มอบการบริการผ่านกระบวนการบริการที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยทำให้การบริการที่มีคุณภาพและได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2. ความสำคัญในเชิงปริมาณ ได้แก่

2.1 ลดค่าใช้จ่ายในการแก้ไขข้อผิดพลาด เพราะการที่องค์กรต้องมาตามแก้ไขข้อผิดพลาดจากการบริการย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงาน และสูญเสียลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ดังนั้นการสร้างคุณภาพบริการย่อมช่วยลดค่าใช้จ่ายและเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ที่อาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ ซึ่งการหาลูกค้าใหม่จะใช้งเงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้

2.2 เพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาด เพราะเมื่อผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในบริการที่จะได้รับแล้วว่าคุ้มค่า ก็ย่อมตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ไม่ยาก ทำให้การเพิ่มรายได้และส่วนแบ่งตลาดเป็นไปได้ไม่ยากนัก

การประเมินคุณภาพบริการ

นักวิชาการได้ให้ความหมายคำว่า คุณภาพ (Quality) ไว้ว่า คุณภาพ คือคุณค่าที่สอดคล้องกับความต้องการ หรือความคาดหวังของลูกค้า (Crosby, 1979, Feigenbaum, 1951 as cited in Chiu, 2002; Parasuraman et al., 1985)

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความแตกต่างทางธุรกิจ (Managing competitive differentiation) ในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจนั้น การสร้างบริการที่มีคุณภาพ ต้องมีความเข้าใจในองค์ประกอบที่จำเป็นในการสร้างคุณภาพบริการ และเข้าใจในความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ

การประเมินคุณภาพบริการโดยอาศัยมุมมองของลูกค้า จะทำให้องค์กรผู้ให้บริการทราบว่า ความคาดหวังของผู้รับบริการมีความแตกต่างจากการรับรู้ของตนอย่างไร ซึ่งผู้บริหารองค์กรอาจไม่รู้ว่าบริการที่ถูกส่งมอบออกไปเป็นอย่างไร ไม่รู้ว่าการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เป็นอย่างไร สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ และควรทำอย่างไรให้การบริการมีคุณภาพสูงขึ้น (Parasuraman et al., 1985)

การประเมิน คือ การเปรียบเทียบ “สิ่งที่เป็นอยู่” กับ “สิ่งที่ควรจะเป็น” (Weil & McClure, 1990) การประเมินจึงต้องมีหลักหรือกระบวนการที่ทำให้การประเมินถูกต้องและสอดคล้องกับความเป็นจริง

Parasuraman et al (1985) อธิบายว่า การประเมินคุณภาพการบริการ ทำได้โดยการเปรียบเทียบทัศนคติที่มีต่อการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงใด

การประเมินคุณภาพการบริการนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) การวัดคุณภาพการบริการจึงทำได้ยาก อย่างไรก็ตาม เครื่องมือที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นมาตรฐานของการประเมินคุณภาพบริการทางการตลาด คือ SERVQUAL (Parasuraman et al., 1985, 1988, 1990) SERVQUAL ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้หาช่องว่างระหว่างความคาดหวัง (Customer expectation) และการรับรู้ในบริการที่ผู้ใช้ได้รับจริง (Customer perception)

ปัจจุบันเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการของ SERVQUAL ถูกพัฒนาให้ประกอบด้วยมิติคุณภาพ 5 มิติ (Parasuraman et al., 1990) ดังตาราง

ตารางแสดงมิติคุณภาพการบริการและนิยามของแต่ละมิติ

มิติคุณภาพบริการ	นิยาม
1. ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (Tangibility)	ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยสะท้อนให้เห็นจาก สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ และเอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกได้ถึงความตั้งใจของผู้ให้บริการ
2. ความน่าเชื่อถือของการบริการ (Reliability)	ความสามารถในการให้บริการที่ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการ บริการที่ให้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ ความสม่ำเสมอนี้จะทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือ สามารถให้ความไว้วางใจได้
3. การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า (Responsiveness)	ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที รวมทั้ง ต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว
4. ความเชื่อมั่นในการให้บริการ (Assurance)	ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ ความสามารถดังกล่าวหมายถึงการที่ ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ สามารถใช้การ

มิติคุณภาพบริการ	นิยาม
	ติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับบริการที่ดีที่สุด
5. ความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการ (Empathy)	ความสามารถในการเข้าถึงจิตใจของผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับบริการแต่ละคน

ในการประเมินคุณภาพการบริการนั้น ถ้าคะแนนการรับรู้บริการที่ได้รับจริงมากกว่าหรือเท่ากับ คะแนนความคาดหวังในคุณภาพการบริการ (มีช่องว่างที่เกิดขึ้นน้อย) หมายถึง ผู้รับบริการได้รับบริการตรงกับความ ต้องการ แต่ถ้าคะแนนการรับรู้ต่ำกว่าคะแนนความคาดหวังในคุณภาพการบริการ (มีช่องว่างเกิดขึ้นมาก) จะหมายถึง ผู้รับบริการไม่พึงพอใจในบริการที่ได้รับ

4.4 แนวคิดความผูกพันและความภักดี

ความจงรักภักดีของลูกค้า หมายถึง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าหรือใช้บริการอย่างสม่ำเสมอจนเกิดการซื้อซ้ำในตราสินค้านั้นๆ อย่างต่อเนื่อง และในระยะยาว อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการบอกต่อให้ผู้บริโภคคนอื่นมาซื้อสินค้าและบริการอีกด้วย (เพ็ญนภา แซ่แต้, 2555)

ความผูกพันของผู้รับบริการในธุรกิจบริการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับระดับการแสดงออกด้านกายภาพ ความคิด และอารมณ์ของลูกค้า ซึ่งมีผลทำให้ผู้รับบริการเกิดพฤติกรรมการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เกิดความผูกพัน และเป็นตัวเลือกแรกในการตัดสินใจเลือกผู้ให้บริการ (Patterson, et al., 2006; Bowden, 2009)

จากความหมายที่กล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ความภักดี หมายถึง ข้อผูกพันที่เกิดจากความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้รับ และจะเกิดการซื้อซ้ำหรือกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องตลอดจนเกิดการบอกต่อในสิ่งที่ดีและสิ่งที่ประทับใจให้ผู้บริโภคคนอื่นมาใช้บริการ

ความภักดีจากมุมมองของการตลาด ประกอบด้วย ความภักดีทางอารมณ์ และความภักดีทางพฤติกรรม

1. การภักดีทางอารมณ์ เป็นมุมมองเชิงจิตวิทยา (Psychological) ซึ่งมองถึงความภักดีในตราสินค้า ซึ่งก็คือ ตราที่ทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีและผูกพันด้วยเป็นอย่างมาก ซึ่งทัศนคติที่ดีกับตราสินค้านั้น เกิดจาก 3 ส่วนที่สำคัญ คือ ความเชื่อมั่น (Confidence) การเข้าไปอยู่กลางใจผู้บริโภค (Centrality) และการเข้าถึงได้โดยง่าย (Accessibility)

2. การภักดีทางพฤติกรรม จะประเมินได้จากการซื้อ (Purchase Behavior) หรือการใช้บริการ ซึ่งเป็นความหมายที่ถูกนำมาใช้บ่อย เพราะสามารถเห็นและวัดได้ง่าย ซึ่งรูปแบบของความประพฤตินี้จะเป็นที่สังเกตได้ เช่น อัตราการกลับมาใช้บริการ ความถี่ความบ่อยของการใช้บริการ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาจากการซื้อซ้ำหรือการใช้บริการซ้ำ อาจจะมีข้อจำกัดเพราะการซื้อซ้ำ หรือการใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการรายหนึ่ง อาจจะไม่ได้อาจมาจากความภักดีในสินค้าหรือบริการก็ได้ โดยการเลือกใช้นั้น อาจเกิดขึ้นจากการไม่มีอย่างอื่นเลือกเลย ทำให้ต้องบริโภคหรือใช้บริการอยู่ตราสินค้าเดียว (Blair, Armstrong & Murphy, 2003)

โดยสรุป สิ่งที่แสดงถึงความภักดีทางอารมณ์และความภักดีทางพฤติกรรม มีดังนี้

1. พฤติกรรมซื้อซ้ำ (Repurchase behavior) แสดงถึง ความผูกพันที่ลูกค้ามีให้ต่อผู้ให้บริการ
2. คำบอกเล่า (Words of mouth) หรือ การเป็นผู้สนับสนุน (Advocacy) หมายถึง ความเต็มใจที่ลูกค้าให้การสนับสนุนสินค้าและบริการ จนทำให้มีการแนะนำสินค้าและบริการดังที่ตนคิดว่ามีชื่อเสียงและยอมจ่ายเงินไปแล้ว ให้แก่บุคคลรอบข้าง โดยหากผู้บอกเล่ามีความผูกพันก็จะส่งผลเชิงบวกต่อผู้ให้บริการ

การบอกต่อและการให้การสนับสนุนนี้จะช่วยลดความไม่แน่นอนลงไปได้ โดยเฉพาะบริการที่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้

3. ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคเลือกรับบริการ (Period of usage) คือ เป็นการวัดว่าการเข้ารับบริการเป็นไปด้วยความต่อเนื่อง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความผูกพันในระยะยาว

4. ความไม่หวั่นไหวต่อราคาที่เปลี่ยนแปลง (Price tolerance) คือ หากผู้ใช้บริการอื่นกำหนดราคาให้บริการต่ำลง หรือราคาของผู้ให้บริการเดิมสูงขึ้น ผู้ใช้บริการก็ยังคงเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการเดิม และราคาไม่ส่งผลต่อการเลือกของผู้ใช้บริการ

5. ความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase intention) เป็นการเลือกใช้บริการเดิมเป็นประจำ

6. ความชอบมากกว่า (Preference) ผู้รับบริการจะแสดงความชอบมากกว่าให้เห็น

7. การลดตัวเลือก (Choice reduction behavior) ผู้ใช้บริการจะหาข้อมูลเพื่อหัดตัดสินใจน้อยลง ลดตัวเลือกอื่นๆ ไป

8. การเป็นอันดับแรกในใจ (Top of mind) ผู้ใช้บริการจะเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการนั้นเป็นอันดับแรกเสมอ และไม่รู้สึกว่าต้องใส่ใจในข้อปลีกย่อย หากใช้บริการจากรูทิกแห่งนี้ (Bourdeau, 2005) Dick and Basu (1994) อธิบายไว้ว่า จากทัศนคติที่มีต่อสินค้าหรือบริการ และการแสดงออกทางการซื้อซ้ำหรือใช้บริการซ้ำนั้น ทำให้ความผูกพันแบ่งออกได้ 4 ประเภท ดังนี้

No loyalty – ผู้ใช้บริการเลือกที่จะไม่ใช้บริการ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตาม

Pious loyalty – ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการซ้ำ แต่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อองค์กร ผู้ใช้บริการเป็นประเภทที่มีความผูกพันอยู่บ้างแต่ในระดับต่ำ และมักจะใช้บริการด้วยความจำเป็น

Latent loyalty – ผู้ใช้บริการมีความผูกพันสูง แต่การใช้บริการซ้ำต่ำ ต้องปรับแก้ที่ทัศนคติ

True loyalty – เป็นประเภทที่ผู้ใช้บริการมีความผูกพันสูง มีการใช้บริการบ่อยแล้วยังบอกต่อให้คนอื่นมาใช้บริการด้วย

สรุปได้ว่า ความผูกพันของผู้ใช้บริการจะแสดงออกถึงความมั่นคงของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริการ กล่าวได้ว่า ผู้ใช้บริการที่มีความผูกพันจะเป็นลูกค้าของเราในระยะยาว จึงควรสร้างความผูกพันให้เกิดกับลูกค้าให้ได้มากที่สุด โดยความผูกพันเกิดขึ้นจากเหตุผลทางกายภาพ ความคิด และอารมณ์ ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะชี้เฉพาะว่าจะทำอย่างไร ทางรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์จึงต้องรับฟังข้อเสนอแนะของผู้ใช้บริการและพยายามพัฒนาการให้บริการ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้มากที่สุด

5. กรอบแนวคิดและประเด็นการสำรวจ

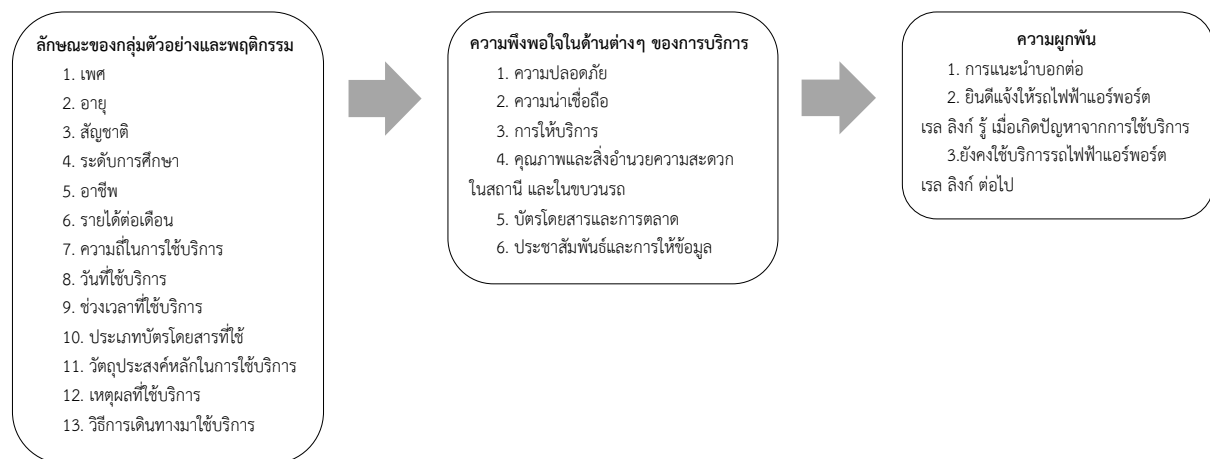
จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี จะเห็นได้ว่า บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ก่อนการตัดสินใจ ทำให้เป็นการยากสำหรับผู้ใช้บริการที่จะประเมินคุณภาพหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้น รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จึงต้องสร้างและปรับปรุงความพึงพอใจของผู้ใช้บริการให้เกิดขึ้นผ่านทางคุณภาพการบริการ

ทั้งนี้ ที่ปรึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดขึ้นเพื่อวัดทั้งความเป็นรูปธรรม ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ความเชื่อมั่นในการให้บริการ และความเอาใจใส่ โดยประเมินจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านประเด็นต่างๆ ได้แก่

- 1) ความปลอดภัย
- 2) ความน่าเชื่อถือของการเดินรถ
- 3) การให้บริการ
- 4) คุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ
- 5) บัตรโดยสาร และการตลาด
- 6) การประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล
- 7) ปัญหาที่พบจากการมาใช้บริการ และต้องการให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ปรับปรุงอย่างไรเร่งด่วน
- 8) ในอนาคต (แผนการระยะยาว) อยากให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ พัฒนา/ปรับปรุง ในเรื่องใด (ความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์)

นอกจากนี้ ที่ปรึกษายังเสนอเพิ่มเติม ในเรื่องของการวัดความผูกพันของผู้ใช้บริการผ่านการประเมินเรื่อง

1. ความตั้งใจของผู้ใช้บริการในการบอกต่อสิ่งที่ดีๆ เมื่อมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
2. เมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการ ก็ยินดีที่จะแจ้งให้ทางรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ทราบ เพื่อปรับปรุงบริการ
3. จะยังคงใช้บริการต่อไป



ภาพแสดงกรอบแนวคิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

6. ระเบียบวิธีวิจัย

6.1 กลุ่มผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

- ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview)
- ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เก็บข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

6.2 กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview)

7. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

7.1 กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

- การวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากผู้โดยสารที่มาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ บริเวณสถานีทั้ง 8 สถานี ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2564 โดยเก็บข้อมูลได้จำนวนรวมทั้งสิ้น 1,006 ตัวอย่าง

กระจายสัดส่วนจำนวนตัวอย่างในแต่ละสถานีจากสถิติจำนวนผู้มาใช้บริการระหว่างเดือนมีนาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2563 รายละเอียดจำแนกรายสถานีดังตาราง

สถานี	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานีสุวรรณภูมิ	154	15.31
2. สถานีลาดกระบัง	148	14.71
3. สถานีบ้านทับช้าง	44	4.37
4. สถานีหัวหมาก	88	8.75
5. สถานีรามคำแหง	99	9.84
6. สถานีมีนกะสัน	165	16.40
7. สถานีราชปรารภ	65	6.46
8. สถานีพญาไท	243	24.16
รวม	1006	100.00

- การวิจัยเชิงคุณภาพ จัดสนทนากลุ่ม 5 กลุ่ม กลุ่มละ 8 – 10 ตัวอย่าง รวมจำนวนทั้งสิ้น 50 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 3 ช่วงอายุ

(1) อายุต่ำกว่า 23 ปี (Gen Z)	จำนวน 2 กลุ่ม
(2) ช่วงอายุ 23 - 40 ปี (Gen Y)	จำนวน 2 กลุ่ม
(3) อายุมากกว่า 40 ปี (Gen X และ Baby boomer)	จำนวน 1 กลุ่ม

7.2 กลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

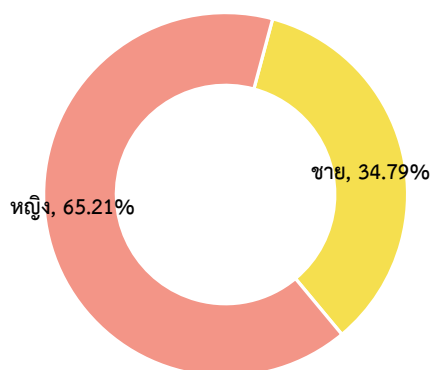
เก็บข้อมูลกลุ่มที่ไม่ได้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จำนวน 100 ตัวอย่าง ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face to Face Interview) กับกลุ่มตัวอย่างกับนักท่องเที่ยวและประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่รอบๆ สถานีรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ที่ไม่เคยใช้บริการหรือผู้ที่เคยใช้บริการแต่ปัจจุบันไม่ได้ใช้บริการแล้ว รายละเอียดจำแนกตามพื้นที่ของสถานีต่างๆ ดังตาราง

สถานี	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานีสุวรรณภูมิ	13	13.00
2. สถานีลาดกระบัง	13	13.00
3. สถานีบ้านทับช้าง	12	12.00
4. สถานีหัวหมาก	12	12.00
5. สถานีรามคำแหง	12	12.00
6. สถานีมีนกะสัน	13	13.00
7. สถานีราชปรารภ	12	12.00
8. สถานีพญาไท	13	13.00
รวม	100	100.00

8. ผลการสำรวจกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

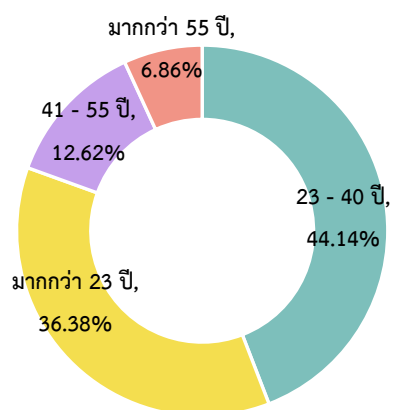
8.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) เพศ



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.21 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.79

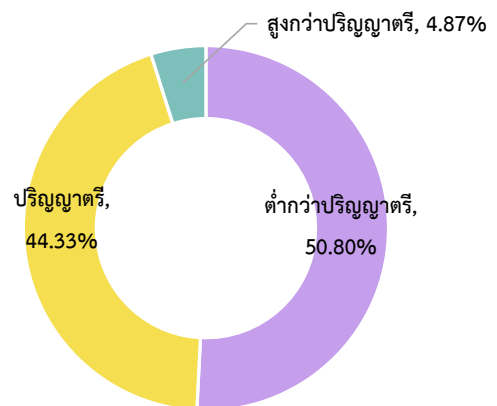
(2) ช่วงอายุ



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ในช่วง 23 - 40 ปี ร้อยละ 44.14 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 23 ปี ร้อยละ 36.38 อายุอยู่ในช่วง 41 - 55 ปี ร้อยละ 12.62 และอายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 6.86

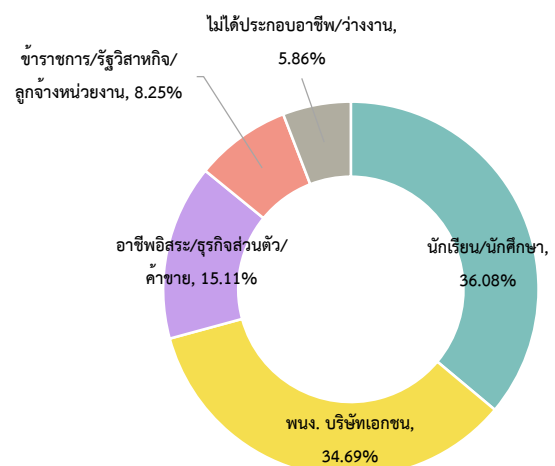
(3) ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 50.80 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.33 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 4.87



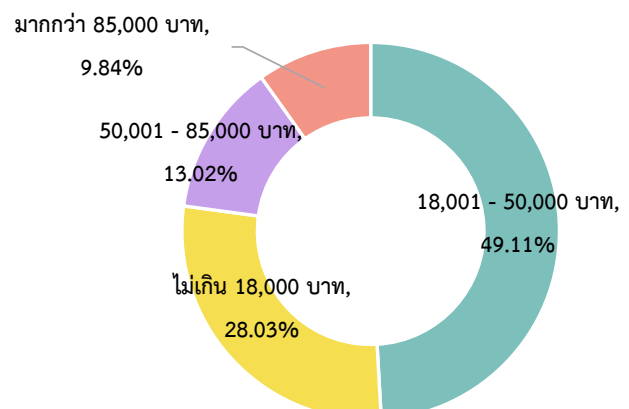
(4) อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 36.08 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 34.69 ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 15.11 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงาน ร้อยละ 8.25 และไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน ร้อยละ 5.86



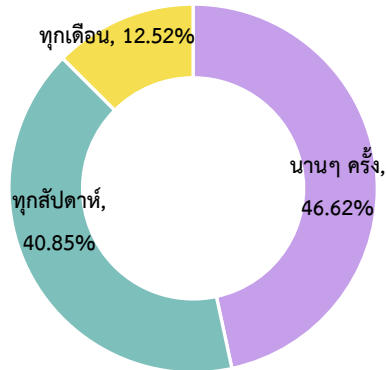
(5) รายได้ครัวเรือนต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนต่อเดือน อยู่ในช่วง 18,001 - 50,000 บาท ร้อยละ 49.11 รองลงมา คือ รายได้ไม่เกิน 18,000 บาท ร้อยละ 28.03 รายได้อยู่ในช่วง 50,001 - 85,000 บาท ร้อยละ 13.02 และรายได้มากกว่า 85,000 บาท ร้อยละ 9.84



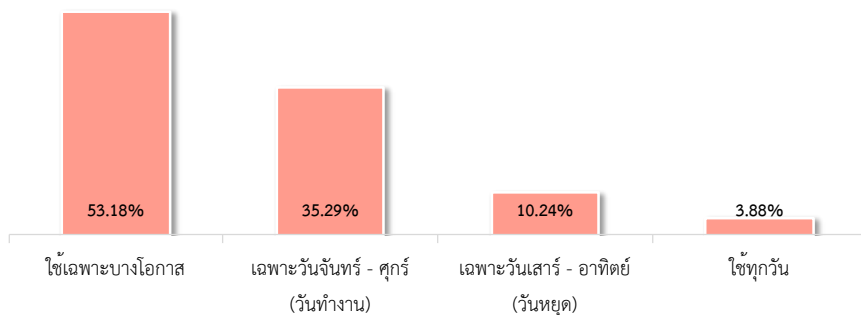
8.2 พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

(1) ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ นานๆ ครั้ง ร้อยละ 46.62 รองลงมาคือใช้บริการทุกสัปดาห์ ร้อยละ 40.85 และใช้บริการทุกเดือน ร้อยละ 12.52

(2) วันที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นประจำ

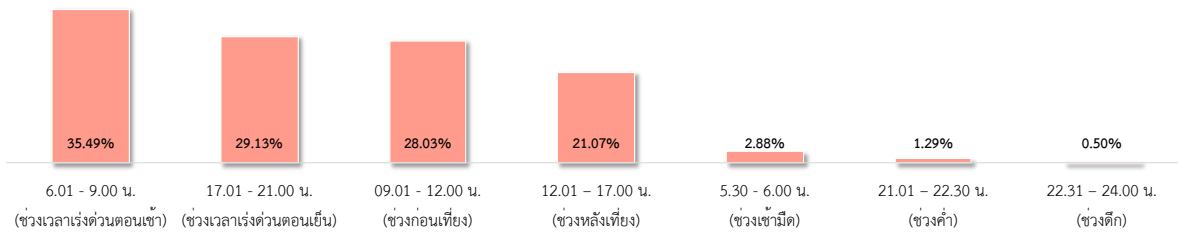


กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งจะใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เฉพาะบางโอกาส ร้อยละ 53.18 รองลงมาคือใช้เฉพาะวันจันทร์ - ศุกร์ (วันทำงาน) ร้อยละ 35.29 ใช้เฉพาะวันเสาร์ - อาทิตย์ (วันหยุด) ร้อยละ 10.24 และใช้บริการทุกวัน ร้อยละ 3.88

โดยผู้ที่ใช้เฉพาะบางโอกาสส่วนใหญ่จะใช้เพื่อไปทำธุระ ไปท่องเที่ยว ช้อปปิ้ง และโอกาสอื่นๆ ดังนี้

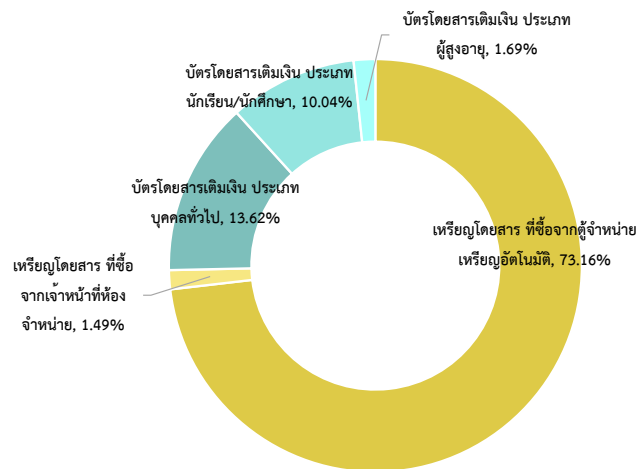
โอกาสที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไปทำธุระ	227	42.43
ท่องเที่ยว ช้อปปิ้ง	119	22.24
ไปเรียน/ทำงาน ในบางโอกาส	65	12.15
ไป-กลับสนามบิน	53	9.91
กลับที่พัก	32	5.98
ไปเยี่ยมญาติ/เพื่อน	18	3.36
ไปโรงพยาบาล	18	3.36
ใช้ในเวลาเร่งรีบ	3	0.56

(3) ช่วงเวลาที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นประจำ



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ในช่วงเวลา 3 ลำดับแรก คือ (1) ช่วงเวลา 6.01 - 9.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเช้า) ร้อยละ 35.49 (2) ช่วงเวลา 17.01 - 21.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเย็น) ร้อยละ 29.13 และ (3) ช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. (ช่วงก่อนเที่ยง) ร้อยละ 28.03

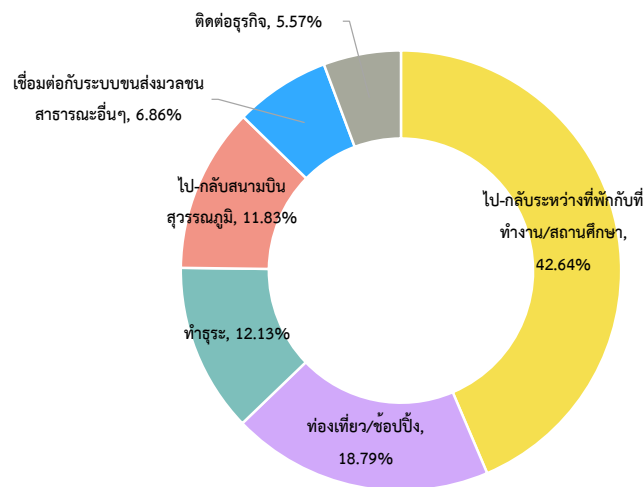
(4) ประเภทบัตรโดยสารที่ใช้



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้เหรียญโดยสาร ร้อยละ 74.65 โดยที่ร้อยละ 73.16 (ร้อยละ 98.00 ของผู้ใช้เหรียญโดยสาร) จะซื้อเหรียญโดยสารจากตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ และร้อยละ 1.49 (ร้อยละ 2.00 ของผู้ใช้เหรียญโดยสาร) ซื้อจากเจ้าหน้าที่ห้องจำหน่ายตัว

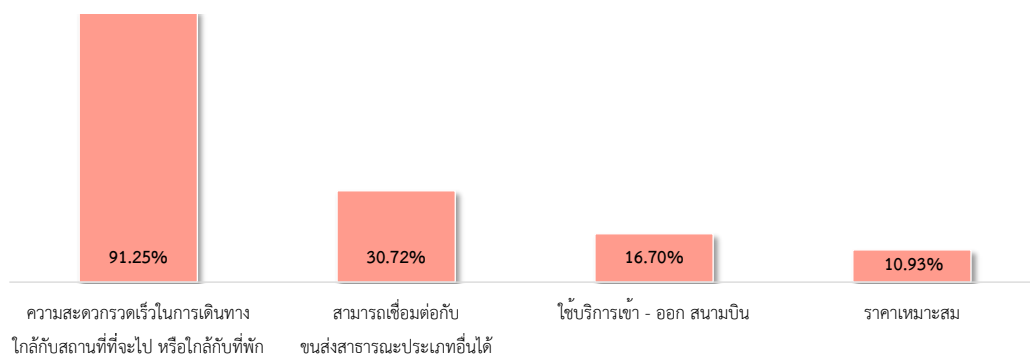
ในขณะที่ ร้อยละ 25.35 จะใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน โดยที่ร้อยละ 13.62 (ร้อยละ 53.72 ของผู้ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) จะใช้บัตรโดยสารประเภทบุคคลทั่วไป ร้อยละ 10.04 (ร้อยละ 39.61 ของผู้ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) จะใช้บัตรโดยสารประเภทนักเรียน/นักศึกษา และร้อยละ 1.69 (ร้อยละ 6.67 ของผู้ใช้บัตรโดยสารประเภทบัตรเติมเงิน) ใช้ประเภทผู้สูงอายุ

(5) วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



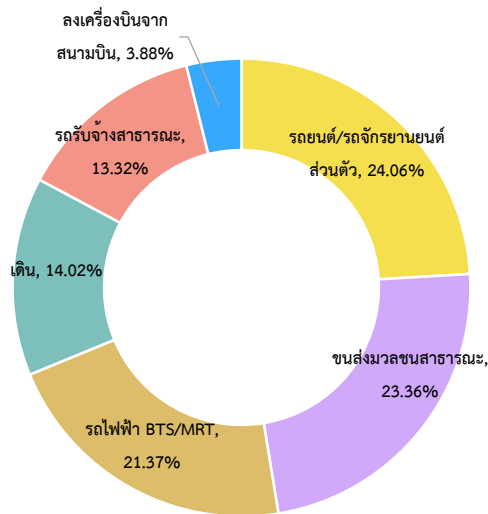
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) ไป - กลับระหว่างที่พักกับที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 42.64 (2) ท่องเที่ยว/ช้อปปิ้ง ร้อยละ 18.79 และ (3) ไปทำธุระ ร้อยละ 12.13

(6) เหตุผลในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



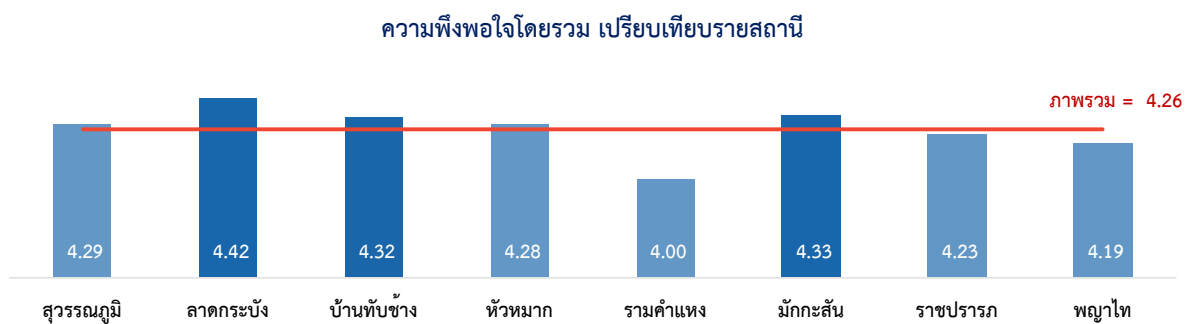
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ใกล้กับสถานที่ที่จะไป หรือใกล้กับที่พัก ร้อยละ 91.25 (2) สามารถเชื่อมต่อกับขนส่งสาธารณะประเภทอื่นได้ ร้อยละ 30.72 และ (3) ใช้บริการเข้า - ออกสนามบิน ร้อยละ 16.70

(7) วิธีการเดินทางมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



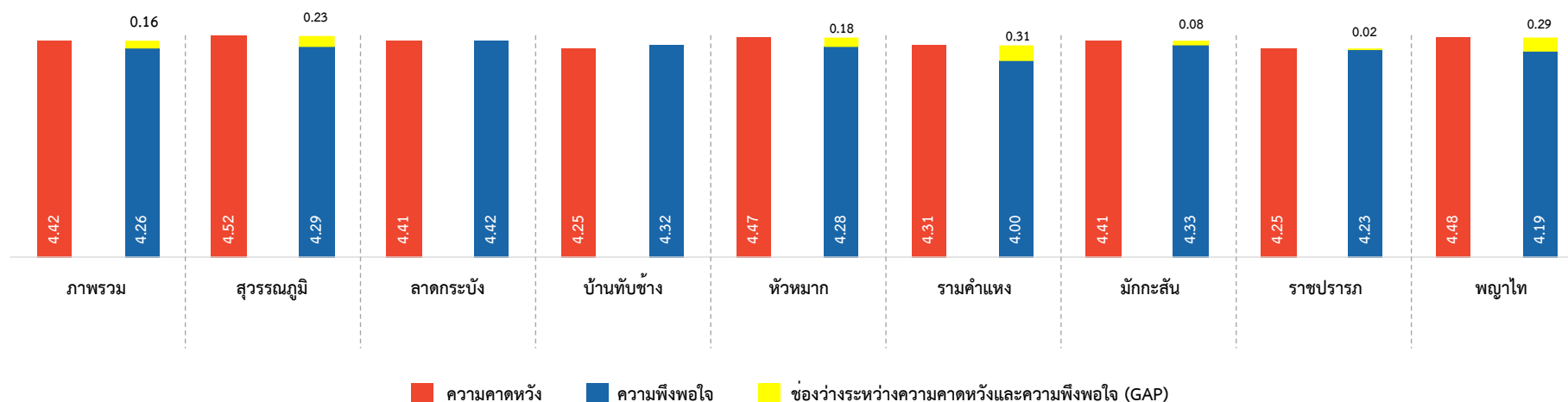
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวิธีการเดินทางมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) รถยนต์/จักรยานยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 24.06 (2) ขนส่งมวลชนสาธารณะ เช่น รถประจำทาง (รถเมล์ รถสองแถว) รถตู้โดยสาร เรือโดยสาร ร้อยละ 23.36 และ (3) รถไฟฟ้า BTS/MRT ร้อยละ 21.37

8.3 ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



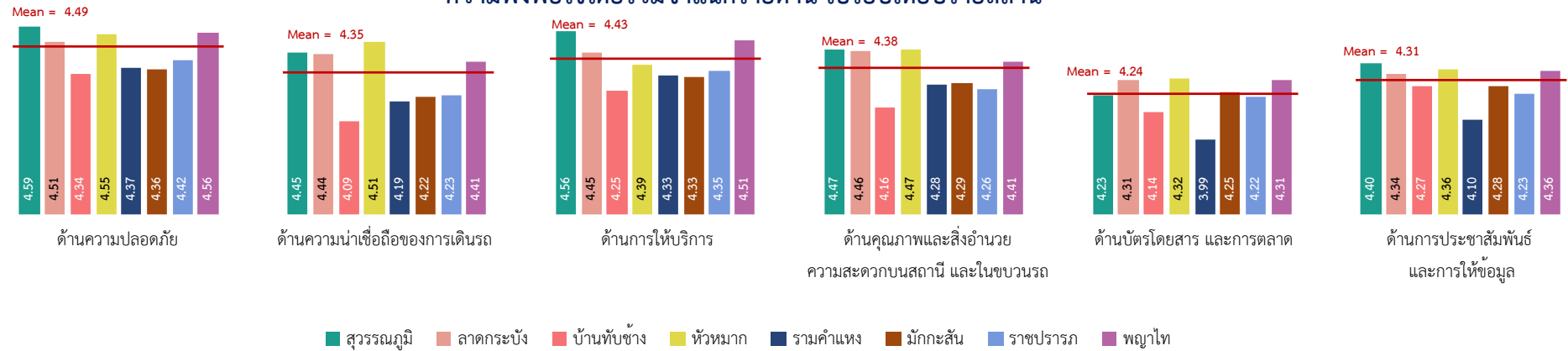
ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ คะแนนเฉลี่ย 4.26 (ร้อยละ 85.15) และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่าสถานีลาดกระบัง ได้คะแนนความพึงพอใจ 4.42 (ร้อยละ 88.38) มากที่สุดเป็นลำดับ 1 รองลงมา คือ สถานีมีกะสาน คะแนนความพึงพอใจ 4.33 (ร้อยละ 86.55) และสถานีบ้านทับช้าง คะแนนความพึงพอใจ 4.32 (ร้อยละ 86.36)

ความคาดหวังและความพึงพอใจ เปรียบเทียบรายสถานี



วิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า ในภาพรวมและเกือบทุกสถานี ผู้โดยสารจะมีความคาดหวังสูงกว่าความพึงพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สถานีรามคำแหง สถานีพญาไท และสถานีสุวรรณภูมิ ที่มีช่องว่างระหว่างความคาดหวังและความพึงพอใจมากที่สุด ในขณะที่สถานีบ้านทับช้าง และสถานีลาดกระบัง ผู้โดยสารมีความพึงพอใจสูงกว่าความคาดหวัง

ความพึงพอใจโดยรวมจำแนกรายด้าน เปรียบเทียบรายสถานี



เมื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านความปลอดภัย เป็นด้านที่ได้คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยสูงสุด ค่าเฉลี่ย 4.49 (ร้อยละ 89.70) รองลงมาคือด้านการให้บริการ คะแนนเฉลี่ย 4.43 (ร้อยละ 88.63) ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ คะแนนเฉลี่ย 4.38 (ร้อยละ 87.56) ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ คะแนนเฉลี่ย 4.35 (ร้อยละ 87.02) ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล คะแนนเฉลี่ย 4.31 (ร้อยละ 86.22) และด้านบัตรโดยสาร และการตลาด คะแนนเฉลี่ย 4.24 (ร้อยละ 84.86)

โดยที่สถานีลาดกระบัง และสถานีพญาไทเป็นสถานีที่ได้คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยในทุกๆ ด้าน

ตารางคะแนนความพึงพอใจรายชื่อ จำแนกรายสถานี

ความพึงพอใจ	ภาพรวม		1. สุวรรณภูมิ		2. ลาดกระบัง		3. บ้านทับช้าง		4. หัวหมาก		5. รามคำแหง		6. มักกะสัน		7. ราชปรารภ		8. พญาไท	
	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ
1.1 ความคาดหวังโดยรวมต่อการให้บริการ	4.42	88.43	4.52	90.39	4.41	88.24	4.25	85.00	4.47	89.32	4.31	86.26	4.41	88.24	4.25	84.92	4.48	89.55
1.2 ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	4.26	85.15	4.29	85.71	4.42	88.38	4.32	86.36	4.28	85.68	4.00	80.00	4.33	86.55	4.23	84.62	4.19	83.70
ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมจากทั้ง 6 ด้าน (2.1, 3.1, 4.1, 5.1, 6.1, 7.1)	4.37	87.33	4.45	89.02	4.42	88.37	4.21	84.17	4.43	88.64	4.21	84.24	4.29	85.75	4.29	85.72	4.43	88.50
2.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านความปลอดภัยในด้านต่างๆ	4.49	89.70	4.59	91.82	4.51	90.14	4.34	86.82	4.55	90.91	4.37	87.47	4.36	87.27	4.42	88.31	4.56	91.11
2.2 มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในสถานี เช่น เครื่องตรวจโลหะชนิดถือ และชนิดเดินผ่าน กล้องวงจรปิด รปภ.	4.46	89.20	4.56	91.30	4.47	89.46	4.29	85.71	4.39	87.73	4.39	87.88	4.37	87.41	4.47	89.38	4.53	90.53
2.3 มีระบบป้องกันความปลอดภัย เช่น สิ่งกีดขวางประตู ระบบป้องกันอัคคีภัย	4.47	89.31	4.56	91.24	4.49	89.79	4.42	88.37	4.48	89.53	4.45	89.09	4.33	86.54	4.28	85.63	4.54	90.78
2.4 สัญญาณเตือนเมื่อมีรถ - เปิดประตูรถไฟ	4.51	90.28	4.63	92.60	4.51	90.27	4.43	88.64	4.58	91.59	4.54	90.71	4.33	86.59	4.28	85.63	4.61	92.18
2.5 อุปกรณ์แจ้งเหตุฉุกเฉินบนขบวนและในขบวนรถ เพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่	4.38	87.62	4.43	88.57	4.38	87.64	4.28	85.58	4.45	88.94	4.28	85.51	4.25	85.00	4.27	85.31	4.50	90.04
3.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ	4.35	87.02	4.45	89.09	4.44	88.84	4.09	81.82	4.51	90.23	4.19	83.84	4.22	84.36	4.23	84.62	4.41	88.15
3.2 ความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาปกติ	4.12	82.31	4.16	83.12	4.26	85.17	4.02	80.45	4.15	82.95	3.76	75.15	4.03	80.61	4.11	82.15	4.21	84.28
3.3 ความตรงต่อเวลาของการเดินรถ ในช่วงเวลาปกติ	4.24	84.82	4.30	85.97	4.36	87.30	4.11	82.27	4.34	86.90	4.05	81.01	4.15	83.03	4.12	82.46	4.28	85.68
3.4 ความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	4.10	81.97	4.13	82.61	4.20	83.97	4.07	81.36	4.13	82.56	3.77	75.31	4.02	80.37	4.08	81.56	4.21	84.12
3.5 ความตรงต่อเวลาของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	4.15	82.91	4.21	84.18	4.27	85.31	4.23	84.55	4.13	82.56	3.91	78.16	4.00	80.00	4.06	81.25	4.24	84.77
3.6 คุณภาพของขบวนรถไฟฟ้า เช่น ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ภายในขบวนรถใช้งานได้ตามปกติ	4.33	86.68	4.47	89.35	4.35	87.03	4.20	84.09	4.38	87.59	4.38	87.68	4.17	83.31	4.17	83.38	4.38	87.65
4.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านการให้บริการ	4.43	88.63	4.56	91.30	4.45	89.05	4.25	85.00	4.39	87.73	4.33	86.67	4.33	86.55	4.35	87.08	4.51	90.29
4.2 ความสะอาด เรียบร้อยภายในสถานี	4.46	89.29	4.64	92.86	4.44	88.84	4.36	87.27	4.44	88.86	4.44	88.89	4.36	87.15	4.42	88.31	4.49	89.71
4.3 พนักงานให้บริการภายในสถานี ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.40	87.98	4.52	90.39	4.34	86.81	4.30	85.91	4.39	87.82	4.35	87.07	4.33	86.63	4.20	84.06	4.49	89.88
4.4 พนักงานให้บริการภายในสถานี สามารถให้ข้อมูลคำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้ถูกต้อง	4.44	88.88	4.57	91.43	4.42	88.44	4.34	86.82	4.46	89.20	4.38	87.68	4.39	87.73	4.17	83.38	4.53	90.53
4.5 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	4.39	87.78	4.53	90.65	4.42	88.41	4.23	84.55	4.34	86.82	4.31	86.26	4.29	85.73	4.17	83.38	4.49	89.71
4.6 ขบวนรถมีความพร้อมใช้งาน และการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดเหตุขัดข้องในการเดินรถ	4.28	85.69	4.32	86.49	4.31	86.29	4.33	86.51	4.22	84.32	4.22	84.49	4.18	83.58	4.17	83.49	4.38	87.63
5.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ	4.38	87.56	4.47	89.35	4.46	89.25	4.16	83.18	4.47	89.32	4.28	85.66	4.29	85.82	4.26	85.23	4.41	88.15
5.2 ความเพียงพอของบันไดเลื่อน ลิฟต์ ทางเชื่อม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	4.33	86.59	4.40	87.92	4.30	85.95	4.30	85.91	4.43	88.51	4.14	82.83	4.33	86.67	4.22	84.31	4.38	87.65
5.3 ความพร้อมใช้งานของบันไดเลื่อน ลิฟต์ ทางเชื่อม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	4.32	86.37	4.42	88.31	4.25	85.03	4.27	85.45	4.50	90.00	4.10	82.02	4.25	85.00	4.29	85.85	4.38	87.65
5.4 ความเพียงพอของป้ายบอกทาง/แผนที่ ป้ายแสดงสัญลักษณ์ และป้ายแสดงข้อมูลต่างๆ	4.32	86.30	4.36	87.14	4.28	85.68	4.16	83.18	4.40	87.95	4.27	85.45	4.33	86.55	4.15	83.08	4.36	87.16
5.5 ความชัดเจนของป้ายบอกทาง/แผนที่ ป้ายแสดงสัญลักษณ์ และป้ายแสดงข้อมูลต่างๆ	4.34	86.80	4.47	89.35	4.37	87.48	4.30	85.91	4.40	88.05	4.30	86.06	4.26	85.24	4.12	82.46	4.35	87.00
6.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านบัตรโดยสาร และการตลาด	4.24	84.86	4.23	84.61	4.31	86.22	4.14	82.73	4.32	86.36	3.99	79.80	4.25	84.91	4.22	84.38	4.31	86.17
6.2 ความเหมาะสมของบัตรโดยสารประเภทต่างๆ (นักเรียน ผู้สูงอายุ บุคคลทั่วไป)	4.34	86.87	4.33	86.62	4.35	86.94	4.25	85.00	4.48	89.55	4.21	84.29	4.33	86.62	4.29	85.81	4.39	87.82
6.3 ส่วนลดของบัตรโดยสารประเภทต่างๆ (นักเรียน ผู้สูงอายุ)	4.22	84.42	4.21	84.13	4.21	84.29	4.21	84.19	4.28	85.58	4.04	80.83	4.27	85.44	4.17	83.33	4.27	85.37
6.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	4.13	82.60	4.15	82.95	4.21	84.15	4.14	82.73	4.20	83.95	3.79	75.83	4.16	83.24	4.15	82.95	4.16	83.24
6.5 การออกแบบตลาดของบัตรโดยสาร	4.07	81.37	4.14	82.82	4.15	83.09	4.11	82.27	4.07	81.38	3.78	75.67	4.10	81.90	4.05	80.97	4.07	81.42
7.1 ความพึงพอใจโดยรวมด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล	4.31	86.22	4.40	87.92	4.34	86.71	4.27	85.45	4.36	87.27	4.10	82.02	4.28	85.58	4.23	84.69	4.36	87.16
7.2 การให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การใช้รถไฟฟ้าอย่างถูกต้อง ข้อมูลในการเดินทางไปยังจุดต่างๆ และการเชื่อมต่อกับสถานี	4.43	88.61	4.47	89.35	4.52	90.34	4.30	85.91	4.44	88.74	4.32	86.46	4.38	87.68	4.31	86.15	4.49	89.71
7.3 การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ บนสถานี	4.38	87.58	4.38	87.53	4.44	88.71	4.23	84.55	4.44	88.86	4.33	86.67	4.32	86.46	4.22	84.31	4.45	89.01
7.4 การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ ภายในขบวนรถ	4.38	87.59	4.42	88.31	4.42	88.44	4.20	84.09	4.45	89.09	4.32	86.46	4.32	86.34	4.20	84.00	4.45	88.97
7.5 การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ทีวี	4.23	84.62	4.23	84.64	4.28	85.65	4.05	80.93	4.34	86.74	4.03	80.61	4.22	84.40	4.14	82.77	4.31	86.20
7.6 การให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการตลาด, ข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้า	4.22	84.33	4.21	84.21	4.30	86.00	4.02	80.45	4.27	85.35	4.01	80.20	4.17	83.40	4.12	82.46	4.33	86.58

8.4 ความภักดี

วัดความภักดีโดยใช้ Net Promoters Score (NPS)

$$\text{NPS} = \% \text{PROMOTERS} - \% \text{DETRACTORS}$$



Rate score 0 - 6 : Detractors

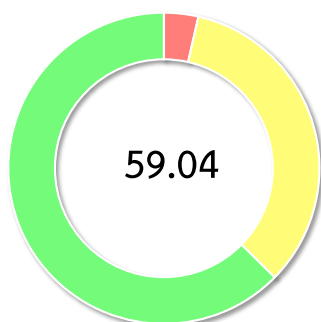


Rate score 7 - 8 : Passives



Rate score 9 - 10 : Promoters

(1) การแนะนำบอกต่อ



Detractors

3.58

Passives

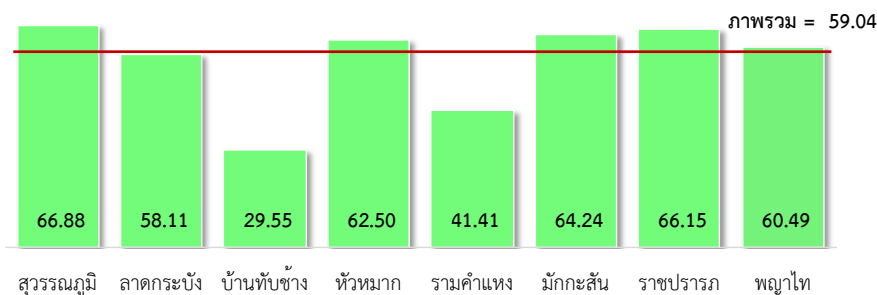
33.80

Promoters

62.62

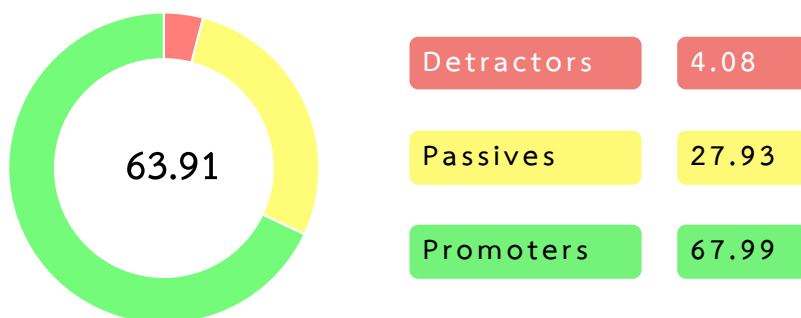
เมื่อสอบถามเกี่ยวกับความภักดี ด้วยคำถามว่า “ท่านจะแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 59.04

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.62 ให้คะแนนในระดับ 9 หรือ 10 (กลุ่ม Promoters) ร้อยละ 33.80 ให้คะแนนในระดับ 7 หรือ 8 (กลุ่ม Passives) และมีเพียงร้อยละ 3.58 ให้คะแนนในระดับ 0 ถึง 6 (กลุ่ม Detractors)



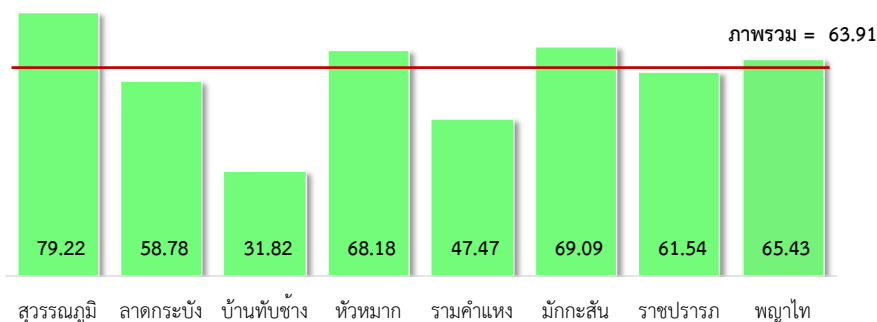
และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่า มี 5 สถานีที่ได้คะแนนสุทธิสูงกว่าคะแนนสุทธิเฉลี่ย ได้แก่ สถานีสุวรรณภูมิ ซึ่งได้คะแนนสุทธิมากที่สุด รองลงมาคือสถานีราชปรารภ สถานีมักกะสัน สถานีหัวหมาก และสถานีพญาไท

(2) ยินดีแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ



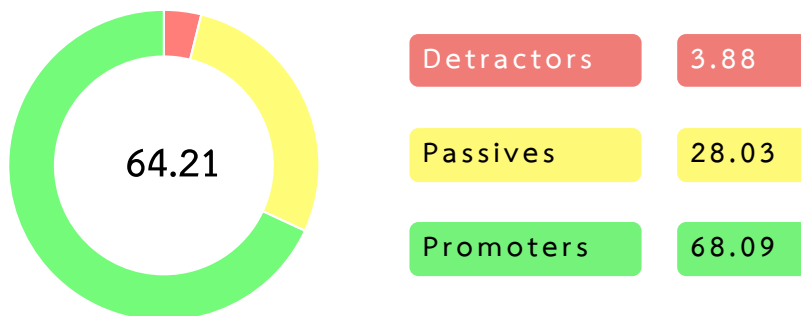
เมื่อสอบถามเกี่ยวกับความภักดี ด้วยคำถามว่า “เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ท่านยินดีที่จะแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบ เพื่อพัฒนาการให้บริการ” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 63.91

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 67.99 ให้คะแนนในระดับ 9 หรือ 10 (กลุ่ม Promoters) ร้อยละ 27.93 ให้คะแนนในระดับ 7 หรือ 8 (กลุ่ม Passives) และมีเพียงร้อยละ 4.08 ให้คะแนนในระดับ 0 ถึง 6 (กลุ่ม Detractors)



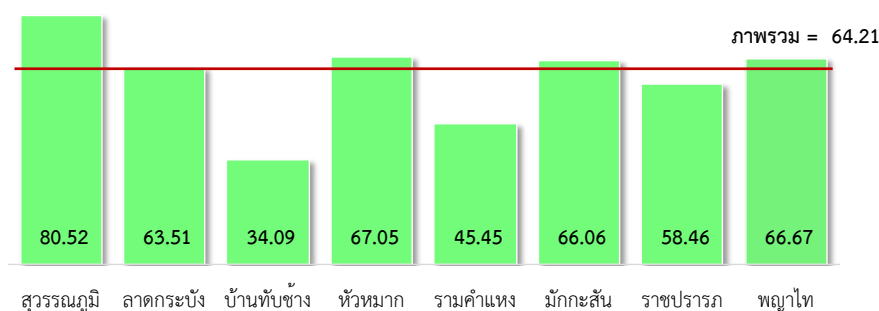
และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่า มี 4 สถานีที่ได้คะแนนสุทธิสูงกว่าคะแนนสุทธิเฉลี่ย ได้แก่ สถานีสุวรรณภูมิ ซึ่งได้คะแนนสุทธิมากที่สุด รองลงมาคือสถานีมักกะสัน สถานีหัวหมาก และสถานีพญาไท

(3) ยังคงใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป



เมื่อสอบถามเกี่ยวกับความภักดี ด้วยคำถามว่า “ถึงแม้จะมีทางเลือกอื่นในการเดินทาง แต่ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป” ในภาพรวมมีคะแนนสุทธิ 64.21

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.09 ให้คะแนนในระดับ 9 หรือ 10 (กลุ่ม Promoters) ร้อยละ 28.03 ให้คะแนนในระดับ 7 หรือ 8 (กลุ่ม Passives) และมีเพียงร้อยละ 3.88 ให้คะแนนในระดับ 0 ถึง 6 (กลุ่ม Detractors)



และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่า มี 5 สถานีที่ได้คะแนนสุทธิสูงกว่าคะแนนสุทธิเฉลี่ย ได้แก่ สถานีสุวรรณภูมิ ซึ่งได้คะแนนสุทธิมากที่สุด รองลงมาคือสถานีหัวหมาก สถานีพญาไท สถานีมกษะสัน และสถานีลาดกระบัง

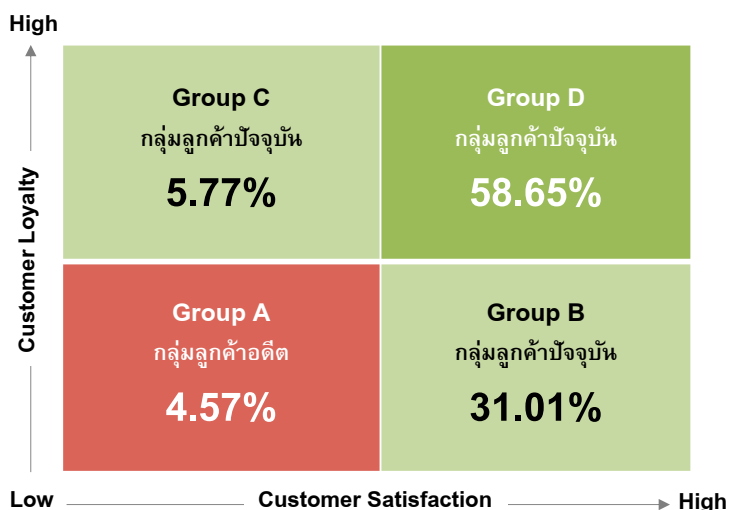
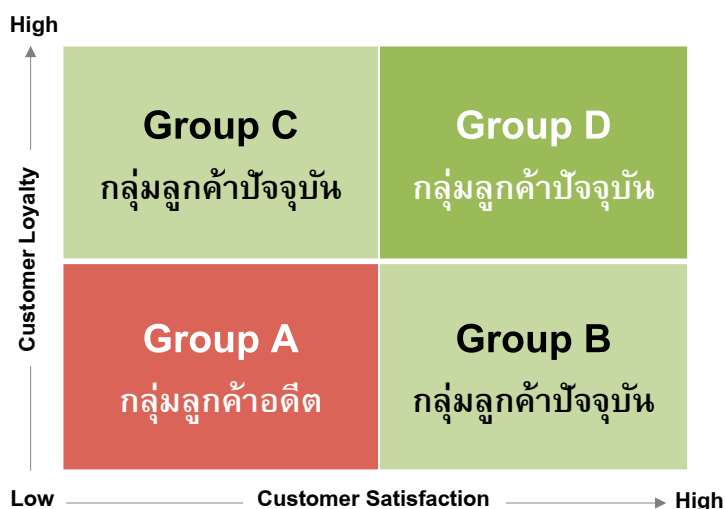
8.5 การวิเคราะห์จัดกลุ่มลูกค้า (Cluster Analysis)

การวิเคราะห์จัดกลุ่มลูกค้า (Cluster Analysis) โดยใช้เทคนิค K-Means ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างคะแนนความพึงพอใจ และคะแนนความภักดี จะจำแนกลูกค้าออกเป็น 4 กลุ่ม โดยในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะ ดังนี้

(1) Group A ลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มนี้ มีความภักดีต่ำและความพึงพอใจต่ำ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นลูกค้าในอดีต

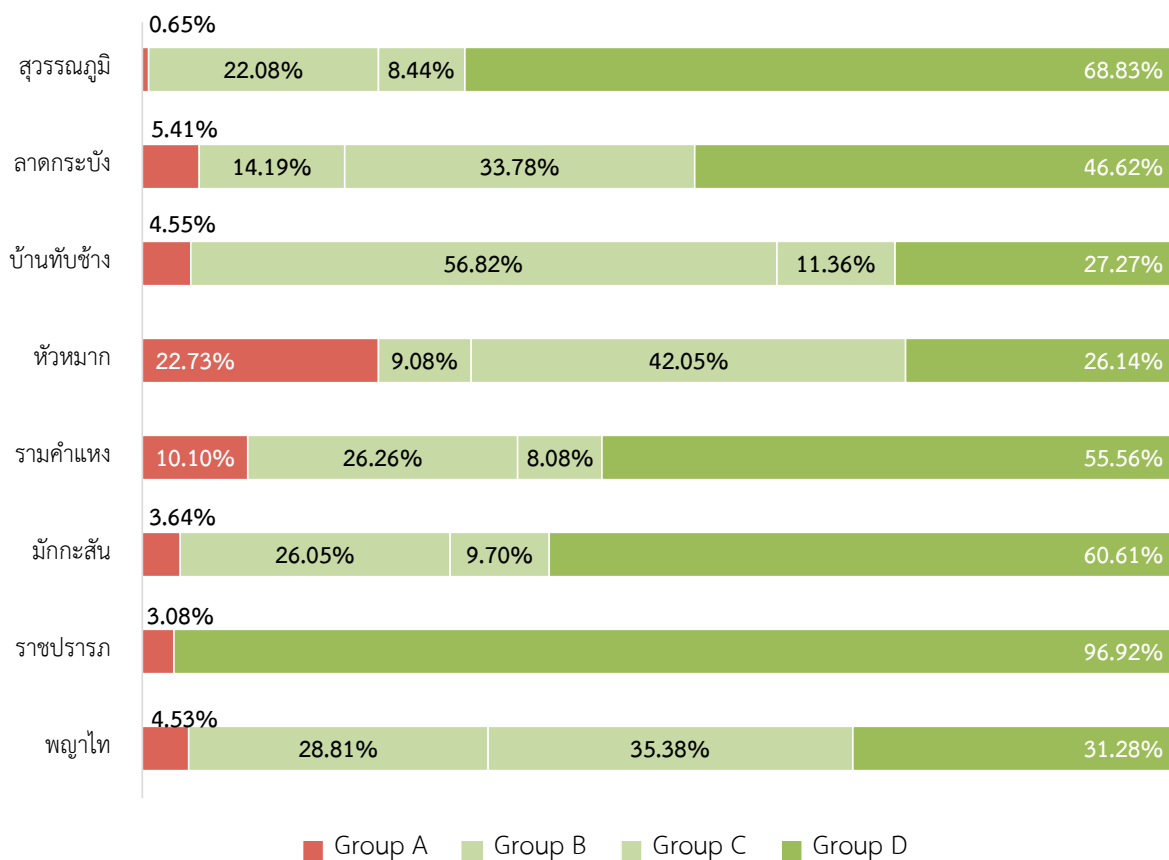
(2) Group B และ Group C ลูกค้ากลุ่มนี้จัดเป็นกลุ่มลูกค้าหลักหรือลูกค้าปัจจุบัน

(3) Group D ลูกค้าที่อยู่ในกลุ่มนี้ มีความภักดีสูงและความพึงพอใจสูง จัดเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก องค์กรต้องพยายามรักษาระดับการบริการอยู่เสมอ อย่าละเลยความสำคัญเด็ดขาด



ผลการสำรวจในภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจสูงและความภักดีสูง (Group D) ร้อยละ 58.65 มีกลุ่มลูกค้าปัจจุบัน (Group B, C) ร้อยละ 31.01, 5.77 และมีเพียงร้อยละ 4.57 ที่มีความพึงพอใจต่ำและความภักดีต่ำ (Group A)

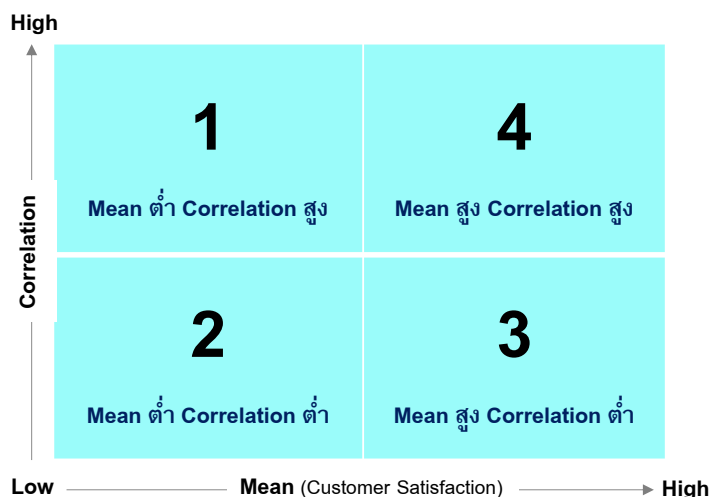
วิเคราะห์จำแนกกลุ่มลูกค้า รายสถานี



เมื่อวิเคราะห์จำแนกเป็นรายสถานี พบว่า เกือบทุกสถานีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะจัดอยู่ในกลุ่มที่มีความพึงพอใจสูงและความภักดีสูง (Group D) โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่สถานีราชปรารภ และสุวรรณภูมิ ในขณะที่สถานีหัวหมากมีกลุ่มที่มีความพึงพอใจต่ำและความภักดีต่ำ (Group A) มากถึง ร้อยละ 22.73

8.6 การจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ

การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างคะแนนความพึงพอใจ และค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม จะจำแนกปัจจัยออกเป็น 4 กลุ่ม เพื่อจัดลำดับในการปรับปรุงการให้บริการ โดยแต่ละลำดับมีลักษณะ ดังนี้

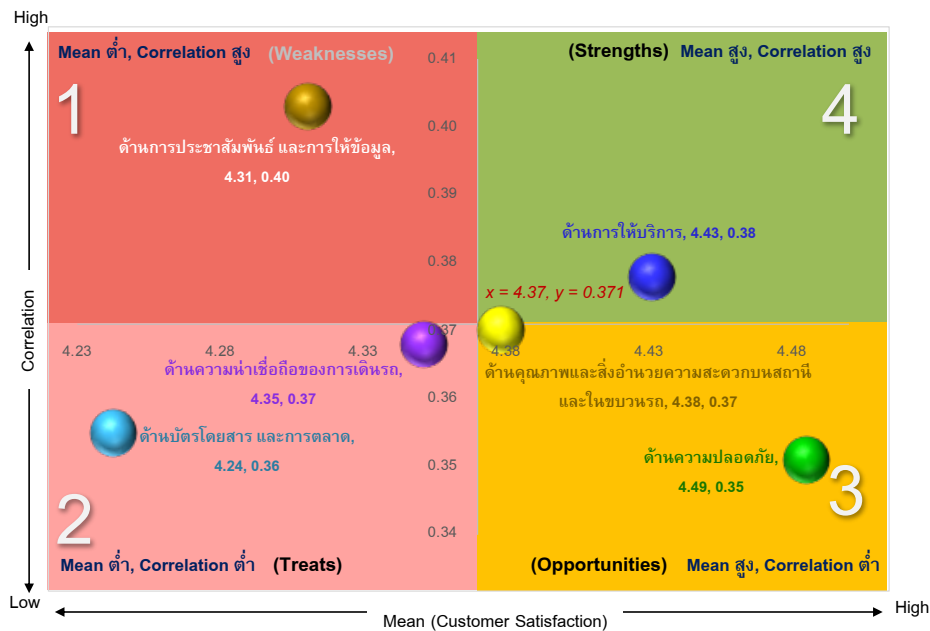


ลำดับที่ 1: Weaknesses คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) ต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) สูง โดยปัจจัยที่ตกอยู่ในกลุ่มนี้ หมายถึง ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญ เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์สูง แต่มีคะแนนความพึงพอใจน้อย หากสามารถเพิ่มคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยในด้านนี้ได้ก็จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมากด้วย และหากคะแนนความพึงพอใจของปัจจัยนี้ลดลงก็จะมีผลกระทบอย่างมาก ต่อคะแนนความพึงพอใจโดยรวม

ลำดับที่ 2: Treats คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) ต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ต่ำ โดยปัจจัยที่ตกอยู่ในกลุ่มนี้ หมายถึงปัจจัยควรปรับปรุงเมื่อมีโอกาส เนื่องจากมีคะแนนความพึงพอใจต่ำ และมีค่าสหสัมพันธ์ต่ำ ซึ่งหากคะแนนความพึงพอใจด้านนี้เพิ่มขึ้น ก็ส่งผลต่อคะแนนความพึงพอใจโดยรวมไม่มากนัก

ลำดับที่ 3: Opportunities คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) ต่ำ ซึ่งปัจจัยที่ตกอยู่ในกลุ่มนี้ หมายถึง ปัจจัยที่ควรเฝ้าระวัง เนื่องจากมีคะแนนความพึงพอใจสูงอยู่แล้ว และมีค่าสหสัมพันธ์ต่ำ ซึ่งหากคะแนนความพึงพอใจด้านนี้เพิ่มขึ้น ก็ส่งผลต่อคะแนนความพึงพอใจโดยรวมไม่มากนัก

ลำดับที่ 4: Strengths คือกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ย (Mean) สูง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) สูง โดยปัจจัยที่ตกอยู่ในกลุ่มนี้ หมายถึง ปัจจัยที่ควรรักษาไว้ ระวังอย่าให้คะแนนความพึงพอใจลดลง เพราะจะมีผลกระทบ (Impact) อย่างมาก ต่อคะแนนความพึงพอใจโดยรวม แต่ถ้าสามารถเพิ่มคะแนนความพึงพอใจในด้านนี้ได้ ก็ส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นอย่างมากด้วย



ผลการสำรวจในภาพรวม พบว่า

“ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล” เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับแรก และ

“ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ” และ “ด้านบัตรโดยสาร และการตลาด” เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับถัดมา

ด้านการให้บริการ	สุวรรณภูมิ	ลาดกระบัง	บ้านทับช้าง	หัวหมาก	รามคำแหง	มักกะสัน	ราชปรารภ	พญาไท
ด้านความปลอดภัย								
ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ								
ด้านการให้บริการ								
ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ								
ด้านบัตรโดยสาร และการตลาด								
ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล								

Weaknesses ปรับปรุงเป็นลำดับแรก	Treats ปรับปรุงเมื่อมีโอกาส	Opportunities ปัจจัยที่ควรเฝ้าระวัง	Strengths ปัจจัยที่ควรรักษาไว้
------------------------------------	--------------------------------	--	-----------------------------------

และเมื่อจำแนกเป็นรายสถานี พบว่า

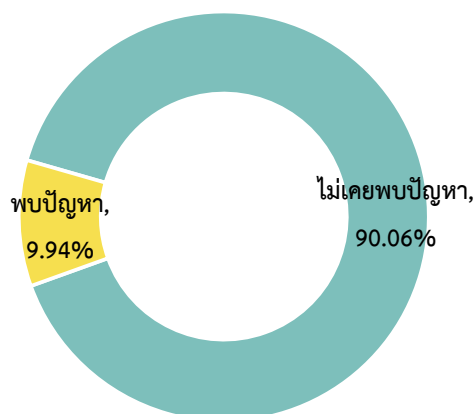
“ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล”

“ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ” และ

“ด้านบัตรโดยสาร และการตลาด” ก็เป็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงในเกือบทุกสถานีเช่นกัน

8.7 ปัญหาจากการใช้บริการ ความต้องการ และข้อเสนอแนะ

(1) ปัญหาจากการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 9.94 เคยพบปัญหาจากการใช้บริการ โดยผู้ที่พบปัญหาส่วนใหญ่จะพบปัญหาด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง “ช่วงเวลาเร่งด่วนรถไฟฟ้ามาช้า ความถี่น้อย คอยนาน” และ “รถไฟฟ้าขัดข้องบ่อย” และปัญหาในประเด็นอื่นๆ ดังตาราง

ความไม่พึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ	67	67.68
ช่วงเวลาเร่งด่วนรถไฟฟ้ามาช้า ความถี่น้อย คอยนาน	27	27.27
รถไฟฟ้าขัดข้องบ่อย	24	24.24
ช่วงเวลาปกติ ความถี่ในการเดินรถน้อย	7	7.07
ช่วงเวลาเร่งด่วน รถไฟฟ้ามาไม่ตรงเวลากับที่แจ้งบนหน้าจอ	4	4.04
ช่วงเวลาเร่งด่วน รถไฟฟ้าขัดข้อง	2	2.02
ภายนอกขบวนรถไม่สะอาด	3	3.03
ด้านบัตรโดยสารและการตลาด	24	24.24
บัตรโดยสารประเภทเติมเงินราคาแพง ไม่มีส่วนลด	12	12.12
ลดแลกบัตรโดยสารไม่ทันสมัย	7	7.07
ไม่สามารถใช้บัตรเครดิตเติมเงินบัตรโดยสารได้ และเวลาเติมเงินกับพนักงานต้องมีขั้นต่ำ	2	2.02
ไม่มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น นั่งฟรีวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ ส่วนลดค่าโดยสาร	3	3.03

ความไม่พึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล	12	12.12
ช่องทางการแจ้งข่าวสารของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์น้อยไป	3	3.03
ไม่มีการแจ้งประชาสัมพันธ์ในกรณีที่รถไฟฟ้าขัดข้อง	3	3.03
เวลามีเหตุขัดข้องแจ้งให้ผู้โดยสารทราบช้า	2	2.02
การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ บนสถานี และในขบวนรถเสียงเบา ไม่ค่อยได้ยิน	2	2.02
การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ ในขบวนรถเสียงดังเกินไป	1	1.01
ป้ายประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในสถานีมีน้อย	1	1.01
ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ	13	13.13
ป้ายบอกทางภายในสถานีมีน้อย	6	6.06
บันไดเลื่อนไม่เพียงพอ และขัดข้อง	5	5.05
หน้าจอแสดงเวลาบนชั้นชานชาลาขัดข้อง	1	1.01
ป้ายบอกทางภายในสถานีไม่แข็งแรง จะหลุด	1	1.01
ด้านการให้บริการ	7	7.07
เจ้าหน้าที่ภายในสถานีหน้าบึ้ง ไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใส	5	5.05
พนักงานรักษาความปลอดภัยไม่ค่อยยิ้มแย้มแจ่มใส	1	1.01
เจ้าหน้าที่ภายในสถานีตอบข้อซักถามไม่ค่อยได้	1	1.01
ด้านความปลอดภัยในด้านต่างๆ	4	4.04
ประตูรถไฟฟ้าเปิด-ปิดเสียงดัง	3	3.03
ระบบรักษาความปลอดภัยตรงทางเข้าไม่ค่อยแน่นหนา	1	1.01

(2) ความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคาดหวังเรื่อง “เพิ่มความสะดวกของขบวนรถ และตู้โบกี้” มากที่สุด รองลงมาคือ “เพิ่มเจ้าหน้าที่ช่องจำหน่ายตั๋ว” และความคาดหวังในประเด็นอื่นๆ ดังตาราง

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มความสะดวกของขบวนรถ และตู้โบกี้	112	11.13
เพิ่มเจ้าหน้าที่ช่องจำหน่ายตั๋ว	16	1.59
เพิ่มความเย็นในขบวนรถไฟฟ้า	15	1.49
มีส่วนลดหรือจัดโปรโมชั่นบัตรโดยสารรายวัน รายเดือน สำหรับนักเรียนนักศึกษาและบุคคลทั่วไป	15	1.49
ป้ายบอกทางมีความชัดเจน ตัวอักษรใหญ่ เห็นชัด ทั้งทางเข้าและทางออก	14	1.39
เช่น ป้ายบอกไปยังจุดต่างๆ ป้ายบอกทางขึ้นสถานี ป้ายบอกทางเชื่อมสถานีต่างๆ		
ป้ายบอกชื่อสถานีระหว่างรถไฟฟ้าวิ่งผ่าน		
มีห้องน้ำให้บริการทุกสถานี	12	1.19

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มที่นั่งภายในสถานี ทั้งชั้นจำหน่ายตั๋วและชานชาลา	12	1.19
มีบันไดเลื่อนทั้งขาขึ้นและลงทุกสถานี และความกว้างของบันไดเลื่อนมากขึ้น	12	1.19
รถไฟฟ้ามาตรงตามเวลาที่แจ้งบนหน้าจอ	10	0.99
ซื้อหรือเติมเงินบัตรโดยสารผ่าน Mobile Application, QR Code, ตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารรับชำระด้วย QR code	11	1.09
ขยายเส้นทางการให้บริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น	9	0.89
เสียงเปิด-ปิดประตูรถไฟฟ้าเบาลง	9	0.89
มีเจ้าหน้าที่ให้บริการภายในสถานีมากขึ้น	8	0.80
ขบวนรถไฟฟ้ามีความสะอาด ทั้งภายในรถและในขบวน	7	0.70
มีทางเชื่อมไปยังจุดต่างๆ รอบสถานี, มีสะพานข้ามทางรถไฟ, มีทางเดินเชื่อมจากสถานีไปป้ายรถเมล์	7	0.70
มีการบำรุงรักษาเพื่อให้พร้อมในการใช้งานตลอดเวลา ไม่ขัดข้อง	6	0.60
มีส่วนลดสำหรับบัตรโดยสารประเภทเติมเงิน	5	0.50
มีบัตรโดยสารร่วมที่สามารถใช้ได้กับทั้ง BTS MRT และรถเมล์	5	0.50
มีที่กั้นระหว่างชานชาลากับขบวนรถครบทุกสถานี	4	0.40
มีการจัดระเบียบการเข้าในขบวนรถไฟฟ้า เพื่อไม่ให้เกิดการแซงคิว	4	0.40
เครื่องจำหน่ายบัตรโดยสารพร้อมใช้งานตลอด และรับชำระด้วยเหรียญ 2 บาท	4	0.40
เพิ่มพัดลมบนชั้นชานชาลา เนื่องจากบนสถานีอากาศร้อน อบอ้าว	4	0.40
มีโบกี้สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีสัมภาระเยอะ	4	0.40
ไม่มีเสียงตอนรถไฟวิ่งผ่านระหว่างที่สถานีรวมค่าแห่งและหัวหมาก	4	0.40
เพิ่มร้านค้าในสถานี	4	0.40
มีขบวนรถสำรองในกรณีที่รถไฟฟ้าเกิดเหตุขัดข้อง	3	0.30
เสียงประกาศหรือเสียงประชาสัมพันธ์ภายในสถานีดังชัดเจน	3	0.30
เพิ่มพื้นที่บนชั้นชานชาลา	3	0.30
ปรับปรุงลาดจอดรถ เช่น มีกล้องวงจรปิด เพิ่มพื้นที่จอดรถ มีพื้นที่กลับรถ	3	0.30
มีการตรวจสอบสัมภาระทุกชิ้นของผู้โดยสารเพื่อความปลอดภัย	3	0.30
ลดราคาค่าโดยสารให้ถูกลง	2	0.20
มีโปรโมชั่นนั่งฟรีในช่วงเทศกาล	2	0.20
มีการทำความสะอาดลิฟท์และราวบันไดตลอดเวลา	2	0.20
ขยายเวลาในการเปิดให้บริการ	2	0.20
เมื่อรถไฟฟ้าขัดข้องควรรีบแจ้งให้ผู้โดยสารรับทราบ	2	0.20
ตั้งเวลาเซ็นเซอร์บริเวณที่แตะบัตรโดยสารให้เร็วขึ้น	2	0.20
เพื่อความรวดเร็วสำหรับผู้ใช้บริการคนต่อไป		
มีการซ่อมบำรุงบันไดเลื่อนให้ใช้งานได้ตลอด	2	0.20
บัตรโดยสารมีหลากหลายสวยงาม ทันสมัย	1	0.10

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
มีโปรโมชั่นลดราคาค่าโดยสารในช่วงเวลาเร่งด่วน	1	0.10
มีป้ายแจ้งข้อสถานีตรงประตูในขบวนรถ	1	0.10
มีเจ้าหน้าที่ช่วยเหลือผู้พิการในขบวนรถไฟฟ้า	1	0.10
เพิ่มถังขยะภายในสถานี	1	0.10
สถานีรถไฟฟ้าตั้งอยู่ติดถนนใหญ่	1	0.10
ข้าราชการตำรวจมีสิทธิประโยชน์นั่งฟรีเหมือน BTS และ MRT	1	0.10
ทางเข้าสถานีเปิดให้บริการครบทุกช่อง	1	0.10
มีรถบริการรับส่งจากสถานีไปยังป้ายรถเมล์	1	0.10
มีการประกาศแจ้งทุกครั้งเมื่อถึงสถานี	1	0.10
พนักงานห้องจำหน่ายตั๋วให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส	1	0.10
มีเจ้าหน้าที่สแตนบายคอยให้ความช่วยเหลือเวลาที่มีผู้โดยสารเป็นลมบนรถไฟฟ้า	1	0.10
บัตรโดยสารสามารถอายัดเงินได้เมื่อบัตรหายเหมือนบัตรแรบบิทของ BTS	1	0.10
เพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ภาษาต่างชาติในสถานี	1	0.10

8.8 ความคิดเห็นจากการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

(1) อายุต่ำกว่า 23 ปี (Gen Z) กลุ่มที่ 1

ก่อนหน้านี้เกิดปัญหาจากการใช้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวเยอะ แต่ตอนนี้ไม่มีนักท่องเที่ยว โดยสารถน้อยลง ไม่แออัดเหมือนเดิม ทำให้ไม่ค่อยพบปัญหาอะไรมากนัก มีความคาดหวังเรื่องการนำเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การชำระเงินผ่าน QR Code

(2) อายุต่ำกว่า 23 ปี (Gen Z) กลุ่มที่ 2

พบเจอปัญหาบ้างเล็กน้อย แต่ไม่มีผลกระทบต่อการใช้บริการ มีความคาดหวังเรื่องการนำเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การชำระเงินผ่าน QR Code และการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Media

(3) ช่วงอายุ 23 - 40 ปี (Gen Y) กลุ่มที่ 1

มีทัศนคติที่ดีต่อรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทุกเรื่อง เข้าใจว่ามีปัญหาบ้าง แต่ก็ปัญหาทั่วไป ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเดินทาง ความคาดหวังเรื่องการนำเทคโนโลยีมาให้บริการ เช่น การชำระเงินผ่าน Mobile Application

(4) ช่วงอายุ 23 - 40 ปี (Gen Y) กลุ่มที่ 2

ใช้บริการมานาน เจอปัญหามากจนเคยชินกับปัญหา ไม่ได้หงุดหงิดหรือคิดว่าเป็นเรื่องใหญ่อะไร ทำใจว่าขัดข้องเป็นเรื่องปกติของการทำงาน

(5) อายุมากกว่า 40 ปี (Gen X และ Baby boomer)

มีทัศนคติที่ดีต่อรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ มีข้อเสนอแนะบ้าง เพื่อให้มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น และก็ยังใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไปอย่างแน่นอน

สรุปความคิดเห็นจำแนกตามประเด็นการสำรวจ

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
1. การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์					
1.1 ถ้าเอ่ยถึงรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะนึกถึงอะไร	- สนามบิน - การเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว - การเดินทางที่ราคาถูก - รถไฟเก่า มือ 2 - การเดินทางที่คนเยอะ	- ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ - การเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว - การเดินทางจากนอกเมือง เข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ	- รถไฟฟ้าราคาประหยัด - การเดินทางที่ทันสมัย - การเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว	- ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ - การเดินทางไป ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ	- ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ - รถไฟความเร็วสูง - รถไฟฟ้าที่เส้นทางเดินรถเป็นธรรมชาติ - วิสวยงาม
1.2 ถ้าเปรียบเทียบหน่วยงานรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นบุคคล ท่านคิดว่าจะเป็นคนแบบไหน	- คนที่ทำอะไรรวดเร็ว - คนใจร้อน - คนที่ไม่ค่อยพัฒนา	- คนเงี้ยๆ ไม่ค่อยพูด - คนวัยกลางคน มีความเป็นผู้ใหญ่ - คนง่าย ๆ สบาย ๆ - คนที่พาผู้อื่นไปเที่ยว/ไปยังจุดหมายปลายทาง ได้อย่างปลอดภัย	- คนที่คิดเร็ว ทำเร็ว - นักวางแผน - คนที่มีสุขภาพแข็งแรง - คนที่ชอบความท้าทาย	- คนวัยกลางคน วัยทำงาน - คนที่หัวโบราณ ไม่ค่อยพัฒนา - คนที่มีความเป็นผู้นำ	- คนหัวคิดทันสมัย พร้อมทั้งจะเรียนรู้ และเปลี่ยนแปลง - คนที่อาศัยอยู่ชานเมือง - คนสูงอายุ หัวโบราณ - คนไม่ตรงต่อเวลา - คนที่มีโรคประจำตัวเยอะ

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
1.3 Logo ของหน่วยงาน และอัตลักษณ์ ผู้เข้าร่วมรับรู้ภาพไหนมากกว่ากัน					
	- ไม่เคยเห็นมาก่อน - เห็นแล้วไม่รู้ว่าเป็นอะไร	- เคยเห็นตรงแผงกั้นบนชั้นชานชาลา - เห็นแล้วไม่รู้ว่าเป็นอะไร	- เคยเห็นตรงแผงกั้นบนชั้นชานชาลา - เห็นแล้วมีความทันสมัย - นึกถึงรถไฟความเร็วสูง	- ไม่เคยเห็นมาก่อน - เห็นแล้วนึกถึงรถไฟความเร็วสูง	- บางคนเคยเห็นบนสถานี ARL - เห็นแล้วนึกถึงรถไฟความเร็วสูง - เห็นแล้วรู้ว่าสื่อถึงรถไฟ
	- ส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นมาก่อน - 1 รายเคยเห็นที่ BTS - เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นการเดินทางไปสนามบิน - เห็นแล้วนึกถึงการเชื่อมต่อการเดินทาง	- เคยเห็นบริเวณสถานี ARL - เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นรถไฟไปสนามบิน	- ไม่มีใครเคยเห็นมาก่อน - เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นรถไฟไปสนามบิน	- ไม่เคยเห็นมาก่อน - เห็นแล้วเฉยๆ ไม่รู้ว่าสื่อถึงอะไร	- ไม่มีใครเคยเห็นมาก่อน - เห็นแล้วรู้เลยว่าเป็นรถไฟไปสนามบิน
2. พฤติกรรมการใช้บริการ					
2.1 ความถี่ในการใช้บริการ	- เกือบทุกวัน - 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์				
2.2 ช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ	- ใช้บริการทั้งช่วงเวลาเร่งด่วน และช่วงเวลาคงที่ - หลีกเลี่ยงการใช้บริการในช่วงเวลาเร่งด่วน				
2.3 วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการ	- ไปทำงาน - ไปหาเพื่อน/ญาติ - ไปสนามบินสุวรรณภูมิ				

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
2.4 เหตุผลที่เลือกใช้บริการ	- ราคาค่าโดยสารเหมาะสม ไม่แพง - ประหยัดเวลาในการเดินทาง - เวลาแน่นนอน ทำให้วางแผนการเดินทาง				
	- เชื่อมต่อการเดินทางประเภทอื่นได้ - วางแผนเวลาในการเดินทางได้	- ค่าโดยสารถูกกว่าการเดินทางแบบอื่น		- ไปถึงจุดหมายปลายทางได้เลย ไม่ต้องต่อรถอีก	- ความถี่ในการเดินรถมากกว่ารถไฟธรรมดา
2.5 ทางเลือกอื่นในการเดินทางหากไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	- รถไฟฟ้า (BTS, MRT) - รถไฟ - รถเมล์ - เรือคลองแสนแสบ - รถส่วนตัว				
2.6 เดินทางด้วยวิธีใดในการมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	- รถไฟฟ้า (BTS, MRT) - รถโดยสารประจำทาง (รถเมล์ รถสองแถว)				
	- Taxi			- เดิน	- รถส่วนตัว

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
2.7 ผู้ที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เดินทางไปขึ้นเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ เพื่อเวลาในการเดินทางที่ชั่วโมง	ไม่เคยตกเครื่อง เนื่องจากเผื่อเวลาเดินทางไป 2-3 ชั่วโมง				
			- ไปต่างประเทศ เผื่อเวลา 5 ชั่วโมง	- เคยเจอเหตุขัดข้องระหว่างเดินทางไปขึ้นเครื่อง แต่เผื่อเวลาไว้เยอะ ทำให้ไม่ตกเครื่อง	
3. ความคาดหวัง ความพึงพอใจและปัญหาที่พบจากการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์					
3.1 ความคาดหวังจากการใช้บริการ	ความตรงต่อเวลา				
	- ขยายเส้นทางการเดินรถ - มี Shuttle bus เชื่อมต่อระหว่างสถานี ARL และป้ายรถเมล์	- ความตรงต่อเวลา - ไม่มีเหตุขัดข้อง - ไม่แออัด	- ความตรงต่อเวลา - ไม่มีเหตุขัดข้อง - มีจุดเชื่อมต่อ BTS MRT มากขึ้น	- ความตรงต่อเวลา - ไม่มีเหตุขัดข้อง - ความสะอาดในขบวนรถ (จุดสัมผัสต่างๆ ที่ผู้โดยสารต้องจับ)	
3.2 คะแนนความพึงพอใจโดยรวม (คะแนนเต็ม 10)	7-9 คะแนน	6-9 คะแนน	7-8 คะแนน	7-8 คะแนน	7-8 คะแนน

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.3 ด้านการรักษาความปลอดภัย					
(1) พึงพอใจ	- เสียงเปิด-ปิดประตูขบวน รถเสียงดัง ทำให้รู้สึกวุ่น ปิดสนิท ปลอดภัย				- มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยดูแลภายในสถานี
(2) ปัญหา	- ตัวสถานีไม่ได้ติดถนนหลัก ต้องเดินเข้าลึก ซึ่งทางเดินเข้าจะมีคน และเปลี่ยว - เสียงดังเวลาขบวนรถวิ่งผ่านระหว่างสถานีรามคำแหง และลาดกระบัง				
			- ประตูรถไฟฟ้าเปิด-ปิด เสียงดัง - บริเวณลานจอดรถ ค่อนข้างเปลี่ยว ดูไม่ปลอดภัย	- ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยบริเวณลานจอดรถ	- ประตูรถไฟฟ้าเปิด-ปิด เสียงดัง - บริเวณลานจอดรถ ค่อนข้างเปลี่ยว ดูไม่ปลอดภัย
(3) ข้อเสนอแนะ	เพิ่มไฟส่องสว่างทั้งบนสถานี และบริเวณรอบๆ สถานี				
	- มีร้านค้าบริเวณสถานี เพื่อให้ลูกค้าพัก ปลอดภัย - บนชั้นชานชาลามี ประตูกันที่เปิด-ปิดได้ เหมือน BTS MRT				- มีเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยดูแลบริเวณ ลานจอดรถ - เพิ่มไฟส่องสว่างและ กล้องวงจรปิด บริเวณ ทางเดินไปถนนใหญ่ - มีราวกันบนชั้นชานชาลา ครบทุกสถานี

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.4 ด้านความน่าเชื่อถือ					
(1) พึงพอใจ			- ในช่วงเวลาเร่งด่วนมีการ จัดขบวนรถเสริม - ขบวนรถมาตรงตามเวลา ที่แสดงบนหน้าจอบนชั้น ชานชาลา	- ขบวนรถมาตรงตามเวลา ที่แสดงบนหน้าจอบนชั้น ชานชาลา	- (บางส่วน) ขบวนรถ มาตรงตามเวลาที่แสดงบน หน้าจอบนชั้นชานชาลา
(2) ปัญหา	- ขบวนรถมาไม่ตรง ตามเวลาที่แสดง บางครั้ง ต้องรอนานถึง 15 นาที - เคยเจอปัญหาขบวนรถ จอดค้างที่สถานีพญาไท และ รามคำแหง 15 นาที ประท รถเปิด-ปิด ตลอด โดยที่ ผู้โดยสารไม่ทราบว่าจะเกิด อะไรขึ้น	- ขบวนรถมาไม่ตรงตามเวลา ที่แสดง	- ความถี่ของการเดินรถน้อย เกินไป โดยเฉพาะตอนที่ ไม่ใช่ช่วงเวลาเร่งด่วน ต้อง รอนานมาก	- เจอร์ถไฟฟ้าขัดข้องบ่อย โดยเฉพาะในช่วงเวลา เร่งด่วน ทั้งที่ระหว่างรออยู่ ที่สถานี และระหว่างทาง	- (บางส่วน) ขบวนรถ มาไม่ตรงตามเวลาที่แสดง บนหน้าจอบนชั้นชานชาลา - เมื่อเกิดเหตุการณ์รถไฟฟ้า ขัดข้อง เจ้าหน้าที่ที่สถานี จะไม่ประกาศแจ้งสาเหตุ และเวลาที่จะแก้ไขได้ ทำให้ผู้โดยสารต้องยืนรอไป เรื่อยๆ
(3) ข้อเสนอแนะ	- เพิ่มความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	- รถไฟมาตรงตามเวลา ที่แจ้งบนหน้าจอ		- รถไฟมาตรงตามเวลา ที่แจ้งบนหน้าจอ - เพิ่มความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.5 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ					
(1) พึงพอใจ	- เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในบริการดี - เวลาไปขอความช่วยเหลือก็ให้คำแนะนำ/ช่วยอำนวยความสะดวกดี				
(2) ปัญหา					
(3) ข้อเสนอแนะ					
3.6 ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ					
(1) พึงพอใจ	- มีจุดชาร์จโทรศัพท์มือถือให้บริการบนชั้นชานชาลา - (บางส่วน) ชั้นชานชาลา <u>กว้างขวาง</u> - มีลิฟต์โดยสาร และบันไดเลื่อนหลายจุด เพียงพอต่อการใช้บริการ - มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าบนสถานี - มีห้องน้ำให้บริการ (แต่ต้องถาม รปภ.)	- มีตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ ทำให้สะดวกดี	- มีตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ ทำให้สะดวกดี		- มีตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ ทำให้สะดวกดี - ลิฟต์ บันไดเลื่อน ตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติครบครัน และเพียงพอต่อการใช้งาน - ชั้นชานชาลากว้างขวาง

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
(2) ปัญหา	- (บางส่วน) ขึ้นขานชาลา <u>แคบ แออัด และอากาศอบอ้าว</u> - ตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติขัดข้องบ่อย - ป้ายประชาสัมพันธ์/บอกทาง ต่างๆ ในสถานี ตัวเล็ก มองไม่ชัด - ช่วงกลางวัน ในขบวนรถ จะร้อน อบอ้าว	- เวลาฝนตกจะสาดเข้ามาที่ขึ้นขานชาลา - ที่นั่งบนขบวนรถแคบ - ตัวขบวนรถแคบ - รุ้สึกอัดอัด	- ในขบวนรถแอร์ไม่เย็น - แสงสว่างภายในสถานี ไม่เพียงพอ ดูมืด	- ภายในขบวนรถไม่สะอาด มีขยะ ฝุ่น และคราบสกปรก - บนชั้นขานชาลาไม่สะอาด มีขยะ ฝุ่น และคราบสกปรก - มีการคิดค่าบริการจอดรถ - ป้ายประชาสัมพันธ์/บอกทาง ต่างๆ ในสถานี ตัวเล็ก มองไม่ชัด	- ในขบวนรถบางที่แอร์ก็เย็นเกินไป บางที่ก็ร้อนเกินไป - สถานีดูเก่า ทรุดโทรม - ไม่มีห้องน้ำสำหรับผู้โดยสารในสถานี - ห่วงจับในขบวนรถมีน้อย - ในขบวนรถไม่มีป้ายแจ้งว่าตอนนี้ถึงสถานีไหนแล้ว - ตัวขบวนรถแคบ - รุ้สึกอัดอัด - เสียงประกาศบอกสถานี ในขบวนรถผิด ถ้าไม่ได้มองป้ายจะทำให้ลงผิดสถานี

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
(3) ข้อเสนอแนะ	- เพิ่มที่นั่งรอบบนชั้นชานชาลา - เพิ่มจอ/ป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่างๆ บนชั้นชานชาลา - เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ	- เพิ่มที่นั่งรอบบนชั้นชานชาลา - มีห้องน้ำให้บริการที่ชั้นจำหน่ายตั๋วทุกสถานี และเปิดให้บริการตลอดเวลา - เพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ข้อมูลการเดินทางรอบๆ สถานี - เพิ่มจุดวางกระเป๋าสำหรับนักท่องเที่ยว	- ติดตั้งระบบระบายอากาศบนชั้นชานชาลา - มีห้องน้ำให้บริการที่ชั้นจำหน่ายตั๋วทุกสถานี และเปิดให้บริการตลอดเวลา	- เพิ่มที่นั่งรอบบนชั้นชานชาลา - มีเจ้าหน้าที่ดูแลเรื่องความสะดวกทั้งในสถานี และขบวนรถ	- มีห้องน้ำให้บริการที่ชั้นจำหน่ายตั๋วทุกสถานี และเปิดให้บริการตลอดเวลา - เพิ่มโบกี้ให้เยอะขึ้นเพื่อลดความแออัดของผู้โดยสาร
3.7 ด้านบัตรโดยสารและการตลาด					
- การรับรู้กิจกรรม/โปรโมชั่นที่เคยจัด	ไม่เคยรับรู้เรื่องกิจกรรมและโปรโมชั่น				
- การเข้าร่วมกิจกรรม/โปรโมชั่น	ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรม				
			- 1 ราย เคยได้รับแจกเจลล้างมือในสถานี		

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
- อยากให้กิจกรรม/โปรโมชั่น แบบไหน	- จัดกิจกรรมให้คนร่วมสนุกที่สถานีพญาไท หรือลาดกระบัง ในเทศกาลสำคัญ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันครบรอบ 10 ปี ARL - โปรโมชั่นสะสมเที่ยวเดินทางเพื่อแลกส่วนลดหรือแลกเที่ยวเดินทางฟรี				
	- โดยสารฟรีในช่วงเทศกาลสำคัญ		- Meet & Greet คนดังที่สถานีพญาไท หรือลาดกระบัง	- ให้สินค้าต่างๆ มาแจกสินค้าทดลองในสถานี - โดยสารฟรีในช่วงเทศกาลสำคัญ - โดยสารฟรีในวันเกิด - ส่วนลดค่าโดยสารสำหรับบัตรเติมเงินของบุคคลทั่วไป	- ส่วนลดค่าโดยสารสำหรับบัตรเติมเงินของบุคคลทั่วไป - มีตั๋วเดือนแบบเหมาเที่ยว
(1) พึงพอใจ	- ราคาค่าโดยสารเหมาะสม				
(2) ปัญหา					
(3) ข้อเสนอแนะ	- ขายตั๋วส่วนลดผ่านตัวกลาง เช่น Shopee เว็บขาย Deal ต่างๆ	- จัดทำบัตรโดยสารลดแลกต่างๆ ให้สะสม เช่น ลายการ์ตูน ลายศิลปิน - Scan QR code ชำระค่าโดยสารได้ - สามารถซื้อเหรียญโดยสารกับพนักงานได้	- มีตัวร่วมที่ใช้โดยสารได้ทั้ง BTS, MRT, ARL - สามารถเติมเงิน/ซื้อเที่ยวเดินทางผ่าน Application ได้		- มีตัวร่วมที่ใช้โดยสารได้ทั้ง BTS, MRT, ARL

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.8 ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล					
(1) พึงพอใจ					
(2) ปัญหา					- ไม่มีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในสถานีเลย - เมื่อเกิดเหตุการณ์รถไฟฟ้าขัดข้อง ไม่มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้โดยสารที่อยู่ในสถานีทราบ หรือประชาสัมพันธ์ล่าช้า
(3) ข้อเสนอแนะ	- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อภายนอกต่างๆ ให้หลากหลาย เช่น ป้ายโฆษณาในที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงานใหญ่ๆ - ประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านจอบนรถไฟฟ้า				
	- ประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook Page ต่างๆ ที่มีผู้ติดตามเยอะ		- เพิ่มการประชาสัมพันธ์บริเวณรอบๆ สถานี		- มีวารสารรวบรวมข่าวประชาสัมพันธ์แจกในสถานี - มีกล่องรับความคิดเห็นทุกสถานี

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.9 ด้านอื่นๆ					
(1) พึงพอใจ					- สามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้หลากหลาย เช่น BTS MRT เรือคลองแสนแสบ
(2) ปัญหา					
(3) ข้อเสนอแนะ	- ปรับภูมิทัศน์ของสถานีให้สวยงาม แต่ละสถานีมีความเป็นเอกลักษณ์ ดูดีมีคัก มีร้านค้าหลากหลาย - ขยายเวลาการให้บริการ (เปิดเช้า-ปิดดึกกว่านี้)				
	- สถานีอยู่ลึก ต้องเดินไกล ควรมี Shuttle bus รับ-ส่ง ระหว่างสถานี และป้ายรถเมล์ - ขยายเส้นทางการเดินรถให้ครอบคลุมมากขึ้น		- สถานีอยู่ลึก ต้องเดินไกล ควรมี Shuttle bus รับ-ส่ง ระหว่างสถานี และป้ายรถเมล์ - มีทางเดินเชื่อมระหว่างสถานี และป้ายรถเมล์		
3.10 การ Complain ผ่านช่องทางต่างๆ ของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	ไม่เคยพบปัญหาที่หนักหนาจนถึงขั้นต้องแจ้ง				

ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
3.11 การดำเนินการในช่วง สถานการณ์ไม่ปกติ เช่น ช่วงการแพร่ระบาดของ COVID- 19	บนขบวนรถไฟฟ้ามีการจัดให้เว้นระยะห่างระหว่างบุคคลด้วยการเว้นที่นั่ง ในขณะที่บริเวณทางเข้า และผู้โดยสารที่ยืนก็แน่นเหมือนเดิม ทำให้ไม่ได้ประโยชน์จากการเว้นที่นั่ง				
				- (บางส่วน) ARL มี มาตรการที่ดีอยู่แล้ว แต่เกิดปัญหาเนื่องจาก ผู้โดยสารไม่มีวินัย และเจ้าหน้าที่ไม่ใส่ใจ เช่น มีคนไม่ใส่หน้ากาก อนามัย เจ้าหน้าที่ก็ไม่ได้ ไปเตือนให้ใส่	
4. ความภักดี					
4.1 การแนะนำบอกต่อ	ถ้าเดินทางในเส้นทางที่ ARL ให้บริการ จะแนะนำบอกต่ออย่างแน่นอน เนื่องจากเป็นการเดินทางที่สะดวก รวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย				
4.2 เมื่อเกิดปัญหาในการใช้ บริการ ยินดีจะแจ้งให้รถไฟฟ้า แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบเพื่อ ปรับปรุง	- ถ้าเป็นปัญหาใหญ่ ก็จะแจ้ง		- ถ้าเป็นปัญหาใหญ่ ก็จะแจ้ง	- ยินดีแนะนำผ่านเจ้าหน้าที่ ตรงห้องจำหน่ายบัตร โดยสาร	- ยินดีแนะนำผ่าน Call center และกล่องรับ ข้อเสนอแนะภายในสถานี

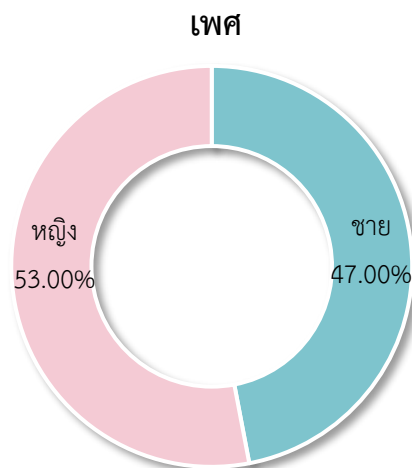
ประเด็นการสำรวจ	กลุ่มที่ 1 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2 อายุน้อยกว่า 23 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 4 ช่วงอายุ 23 - 40 ปี กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 5 อายุมากกว่า 40 ปี
4.3 ยังคงใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ท เรล ลิงก์ ต่อไป แม้ว่าจะมีทางเลือกอื่นในการเดินทาง	ถ้าไม่ได้ถูก และรวดเร็วกว่า ARL ก็ยังจะใช้ ARL ต่อไป				
5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม					
5.1 แม้ว่าจะพบปัญหาจากการใช้บริการ แต่ทำไมจึงยังคงใช้บริการอยู่	ถึงแม้จะพบปัญหาจากการใช้บริการบ้าง แต่ก็ไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่ และเป็นทางเลือกในการเดินทางที่รวดเร็ว คุ้มค่ามากที่สุด				
5.2 อยากให้เพิ่มเส้นทางเดินรถหรือไม่ อยากได้เส้นทางไหน เพราะอะไร	สนามบินดอนเมือง				
	- ชานเมือง เช่น สมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรี - บางนา - โอโศก - สยาม - รามอินทรา - บางพลี กิ่งแก้ว - ลาดพร้าว บางกะปิ - พระราม 2		- เส้นทางที่สามารถเชื่อมต่อ BTS MRT ได้	- จังหวัดรอบๆ กทม. เช่น สมุทรปราการ ปทุมธานี นนทบุรี ชลบุรี ฉะเชิงเทรา	- สถานีขนส่ง ต่างๆ เช่น สายใต้ใหม่ เอกมัย หมอชิต

9. ผลการสำรวจกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

9.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

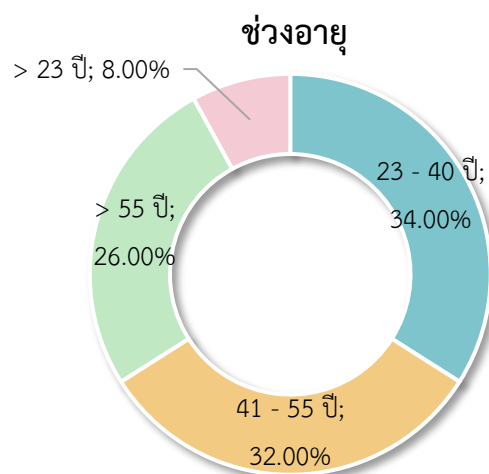
(1) เพศ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.00
และเป็นเพศชาย ร้อยละ 47.00



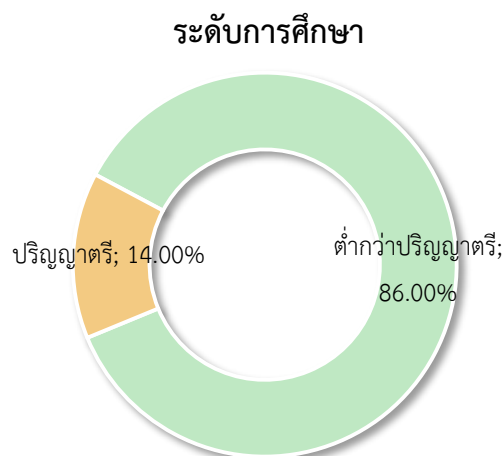
(2) ช่วงอายุ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 23 – 40 ปี
ร้อยละ 34.00 รองลงมาคือช่วง 41 – 55 ปี ร้อยละ
32.00 อายุมากกว่า 55 ปี ร้อยละ 26.00 และอายุน้อย
กว่า 23 ปี ร้อยละ 8.00

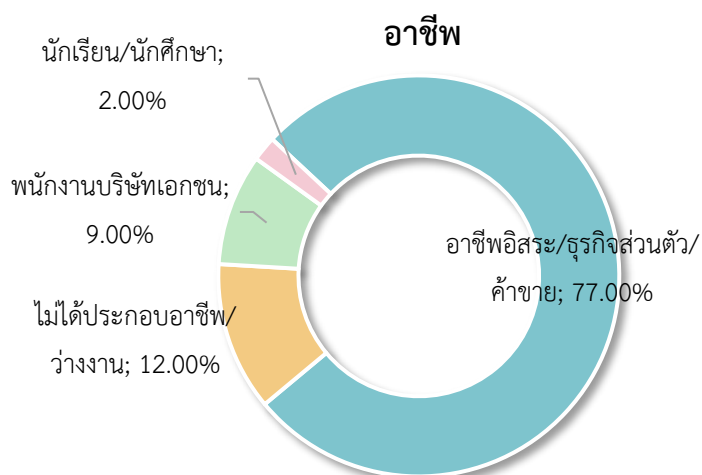


(3) ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า
ปริญญาตรี ร้อยละ 86.00 และมีการศึกษาในระดับ
ปริญญาตรี ร้อยละ 14.00

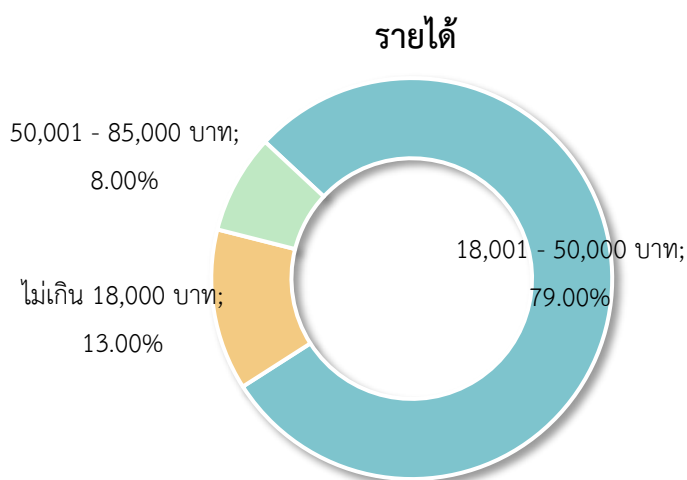


(4) อาชีพ



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 77.00 รองลงมาไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน ร้อยละ 12.00 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 9.00 และเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 2.00

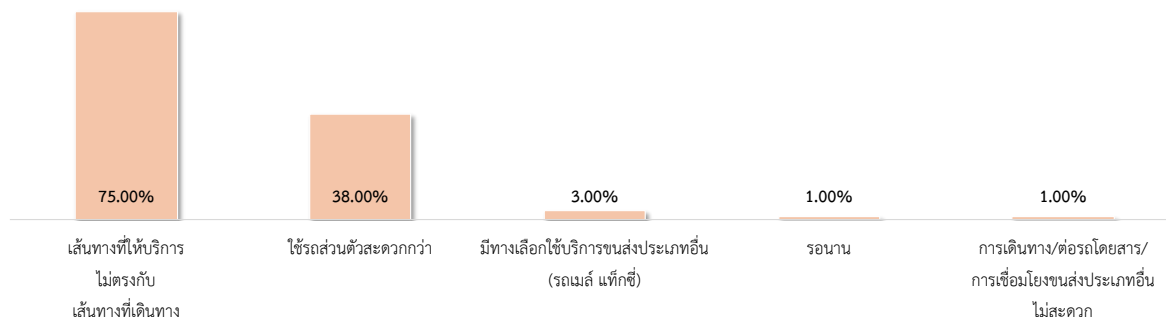
(5) รายได้ครัวเรือนต่อเดือน



กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 18,001 – 50,000 บาท ร้อยละ 79.00 รองลงมารายได้ไม่เกิน 18,000 บาท ร้อยละ 13.00 และรายได้มากกว่า 85,000 บาท ร้อยละ 8.00

9.2 การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

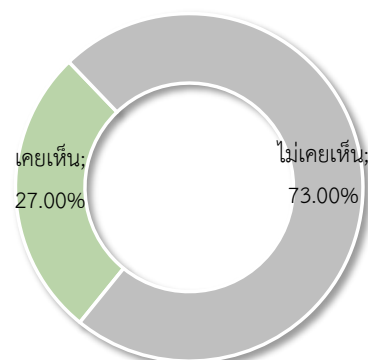
(1) เหตุผลที่ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



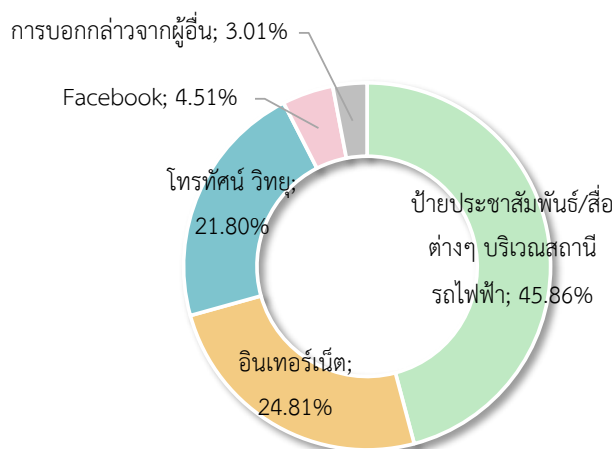
กลุ่มตัวอย่างไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ มีเหตุผล 3 ลำดับแรกคือ (1) เส้นทางที่ให้บริการไม่ตรงกับเส้นทางที่เดินทาง ร้อยละ 75.00 (2) ใช้รถส่วนตัวสะดวกกว่า ร้อยละ 38.00 และ (3) มีทางเลือกใช้บริการขนส่งประเภทอื่น (รถเมล์ แท็กซี่) ร้อยละ 3.00

(2) การรับรู้โฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 27.00 เคยเห็นโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

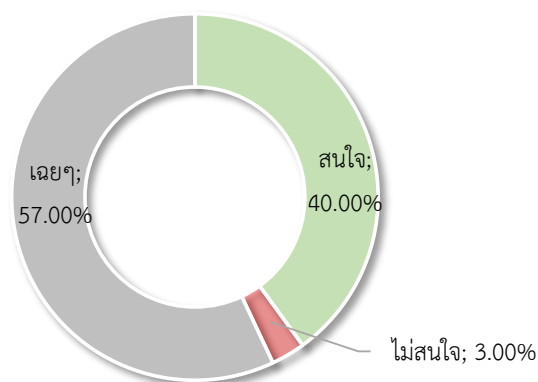


ผู้ที่เคยเห็นโฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ระบุว่าเคยเห็นจากป้ายประชาสัมพันธ์/สื่อต่างๆ บริเวณสถานีรถไฟฟ้า มากที่สุด ร้อยละ 45.86 รองลงมาคือจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 24.81 และจากโทรทัศน์วิทยุ ร้อยละ 21.80



(3) การใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ในอนาคต

(3.1) ความสนใจ หากมีการขยายเส้นทางการบริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้ครอบคลุมพื้นที่อื่นๆ มากยิ่งขึ้น



หากแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ มีการขยายเส้นทางให้ครอบคลุมพื้นที่อื่นๆ มากยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.00 รู้สึกเฉยๆ ร้อยละ 40.00 สนใจที่จะใช้บริการ โดยเส้นทางที่มีผู้สนใจใช้บริการมากที่สุด คือ เส้นทางรังสิต รองลงมาคือสนามบินดอนเมือง และเส้นทางอื่นๆ ดังตาราง

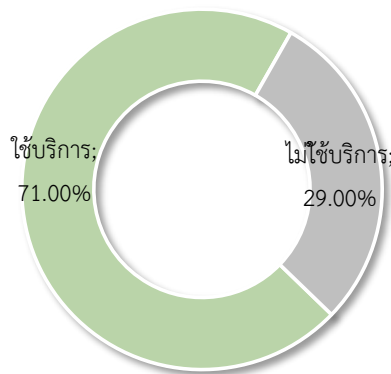
เส้นทาง	จำนวน	ร้อยละ
รังสิต	8	20.00
สนามบินดอนเมือง	7	17.50
ชลบุรี, พัทยา	3	7.50
บางปู, บางพลี	2	5.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	5.00
ปทุมธานี	2	5.00
สายใต้ใหม่	2	5.00
สถานีขนส่งหมอชิต	2	5.00
ลาดกระบัง - ฉะเชิงเทรา	2	5.00
เฉลิมพระเกียรติ ร.9	1	2.50
ร่มเกล้า-มีนบุรี	1	2.50
สุวินทวงศ์ - มีนบุรี	1	2.50
นครราชสีมา	1	2.50
ซีคอนฯ ศรีนครินทร์	1	2.50
นนทบุรี	1	2.50
ภาคเหนือ	1	2.50
ฉะเชิงเทรา	1	2.50

เส้นทาง	จำนวน	ร้อยละ
จตุจักร	1	2.50
นครนายก	1	2.50
คอกวัว	1	2.50
หัวลำโพง	1	2.50
คลองเตย	1	2.50

กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 3.00 ไม่สนใจที่จะใช้บริการ โดยให้เหตุผลว่าเดินทางด้วยรถส่วนตัวสะดวกกว่า และไม่ค่อยได้เดินทางไปไหน

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางด้วยรถส่วนตัวสะดวกกว่า	2	66.67%
ไม่ค่อยได้เดินทางไปไหน	1	33.33%

(3.2) การใช้บริการ หากมีโอกาสได้เดินทางในเส้นทางที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้บริการ



กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.00 สนใจจะใช้บริการหากมีโอกาสได้เดินทางในเส้นทางที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้บริการ

ซึ่งส่วนใหญ่สนใจ เพราะความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ประหยัดเวลาในการเดินทาง และเหตุผลอื่นๆ ดังตาราง

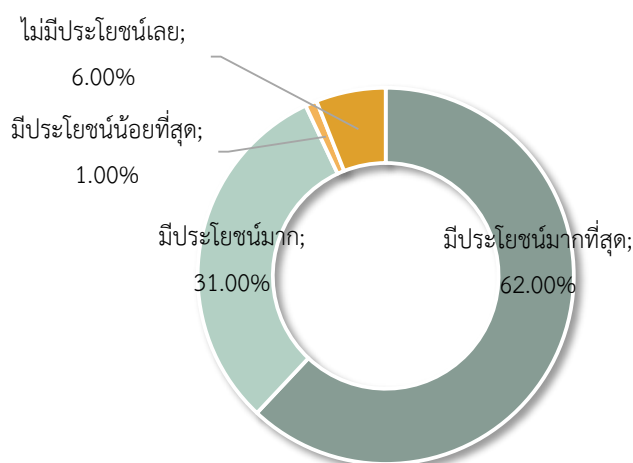
เหตุผลที่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ประหยัดเวลาในการเดินทาง	67	94.37
ประหยัดค่าใช้จ่าย	4	5.63
ราคาค่าโดยสารเหมาะสม ไม่แพง	3	4.23
ความสะดวกในการเชื่อมต่อรถสาธารณะอื่น	3	4.23
ให้บริการตรงตามตารางเวลา	1	1.41

ในขณะที่ ร้อยละ 29.00 ไม่สนใจจะใช้บริการหากมีโอกาสได้เดินทางในเส้นทางที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้บริการ

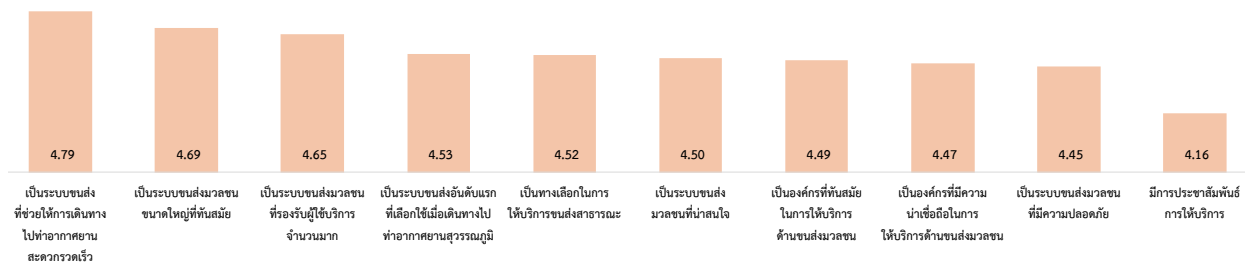
โดยส่วนใหญ่ไม่สนใจ เพราะใช้รถส่วนตัวสะดวกกว่า (รถยนต์ รถจักรยานยนต์) และเหตุผลอื่นๆ ดังตาราง

เหตุผลที่ไม่สนใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้รถส่วนตัวสะดวกกว่า (รถยนต์ รถจักรยานยนต์)	22	75.86
ไม่ทราบข้อมูลการเดินทาง และการเชื่อมต่อต่างๆ	4	13.79
ใช้รถแท็กซี่สะดวกกว่า	2	6.90
ไม่สะดวกในการต่อรถ	2	6.90
ราคาสูงกว่านั่งรถประจำทาง	1	3.45
ระยะทางของสถานีเดินไกลเกินไป	1	3.45

(4) ความคิดเห็นต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 93.00 คิดว่ารถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ มีประโยชน์อย่างมาก ต่อนักท่องเที่ยว/ผู้เดินทาง ที่จะเดินทางระหว่างเมืองและท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยที่ ร้อยละ 62.00 คิดว่ามีประโยชน์มากที่สุด และร้อยละ 31.00 คิดว่ามีประโยชน์มาก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 7.00 คิดว่ามีประโยชน์น้อย โดยที่ร้อยละ 1.00 คิดว่ามีประโยชน์น้อยที่สุด และร้อยละ 6.00 คิดว่าไม่มีประโยชน์เลย



กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ 3 ลำดับแรก คือ (1) เป็นระบบขนส่งที่ช่วยให้การเดินทางไปท่าอากาศยานสะดวกรวดเร็ว" ค่าเฉลี่ย 4.79 (2) เป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ที่ทันสมัย ค่าเฉลี่ย 4.69 (3) เป็นระบบขนส่งมวลชนที่รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมาก ค่าเฉลี่ย 4.65

9.3 ความต้องการและข้อเสนอแนะ

(1) สิ่งที่คาดหวังจากการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

ความคาดหวัง	จำนวน	ร้อยละ
มีการขยายเส้นทางไปต่างจังหวัด เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา ปราจีนบุรี ชลบุรี (พัทยา)	11	11.00
มีการขยายเส้นทางในพื้นที่ กทม. เช่น หมอชิต หัวลำโพง มินบุรี สาทร คอกวัว คลองเตย	6	6.00
มีการขยายเส้นทางในพื้นที่ปริมณฑล เช่น นนทบุรี ปทุมธานี (รังสิต)	6	6.00
เพิ่มความถี่ของขบวนรถในช่วงเวลาปกติไม่ควรเกิน 15 นาที	1	1.00

(2) สิ่งที่ต้องการให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ปรับปรุง เพื่อให้ท่านเข้ามาใช้บริการ

ความต้องการ	จำนวน	ร้อยละ
มีห้องน้ำให้บริการในสถานี	5	5.00
ขยายเส้นทางให้บริการให้ครอบคลุม	4	4.00
ในช่วงเวลาเร่งด่วน มีการเพิ่มความถี่ในการเดินรถ	3	3.00
มีการบำรุงรักษา ซ่อมบำรุงให้พร้อมให้บริการตลอดเวลา เพราะขัดข้องบ่อย	2	2.00
มีการเพิ่มโบกี้	1	1.00
มีการเพิ่มร้านค้าในสถานี	1	1.00
ขยายเวลาในการเดินทางถึง ตี 2	1	1.00
เพิ่มที่นั่งในขบวนรถ	1	1.00
มีเจ้าหน้าที่มาดูแลในลานจอดรถ	1	1.00
เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	1	1.00
ราคาค่าโดยสารถูกลง	1	1.00

10. ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

จากผลการวิจัย “กลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์” พบว่าด้านที่ต้องได้รับการปรับปรุง ได้แก่

- **ด้านบัตรโดยสารและการตลาด** โดยเฉพาะเรื่องการออกแบบลวดลายของบัตรโดยสาร และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ
- **ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล** โดยเฉพาะเรื่องการให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการประชาสัมพันธ์กรณีแจ้งเหตุการณ์ไม่ปกติในการเดินรถ
- **ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ** โดยเฉพาะเรื่องความถี่ของการเดินรถ ทั้งในช่วงเวลาปกติและช่วงเวลาเร่งด่วน

ซึ่งจากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ในด้านดังกล่าวมีคะแนนความพึงพอใจน้อย ซึ่งก็สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง และผลการสำรวจเชิงคุณภาพ ที่มีการเสนอแนะให้มีการปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวเช่นเดียวกัน

อีกทั้งผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ระหว่างความพึงพอใจรายด้านกับความพึงพอใจโดยรวม เพื่อหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า เป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ ด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข้อมูล เป็นด้านที่ต้องได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ และด้านบัตรโดยสารและการตลาด เป็นด้านที่ต้องปรับปรุงเป็นลำดับถัดมาเนื่องจากมีคะแนนความพึงพอใจน้อย แต่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมสูง ซึ่งหากเพิ่มคะแนนความพึงพอใจในด้านนี้ได้ก็จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นมากตามไปด้วย และในทางตรงกันข้ามหากคะแนนความพึงพอใจด้านนี้ลดลงก็จะส่งผลให้คะแนนความพึงพอใจลดลงมากตามไปด้วย

รวมไปถึงผลการสำรวจในเรื่องความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ก็มีความคาดหวังในเรื่องความน่าเชื่อถือของการเดินรถด้วยเช่นกัน โดยอยากให้มีการเพิ่มความถี่ของการเดินรถให้มากยิ่งขึ้น

11. แบบสอบถามกลุ่มผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



QN No. 11-1000

แบบสำรวจ “โครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปีงบประมาณ 2564”
ชุดผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

Field and Data Processing Division

พนักงานสัมภาษณ์ วันที่ พนักงานบันทึกข้อมูล วันที่

Edit Code QC AC

Introduction

สวัสดีค่ะ ดิฉันเป็นตัวแทนจาก บริษัท เยสยูแคน จำกัด ซึ่งได้รับมอบหมายจาก บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปีงบประมาณ 2564 กรุณายินยอมให้ข้อมูลตามทัศนคติ และความ คิดเห็นของท่าน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้จะเป็นความลับและจะใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น ขอขอบคุณในการให้ความ ร่วมมือเป็นอย่างดียิ่งของท่านค่ะ

QUOTA				
Q1. สถานี	☐ 1. สุวรรณภูมิ	☐ 2. ลาดกระบัง	☐ 3. บ้านทับช้าง	☐ 4. หัวหมาก
	☐ 5. रामคำแหง	☐ 6. มักกะสัน	☐ 7. ราชปรารภ	☐ 8. พญาไท
Q2. สัญชาติ	☐ 1. ไทย ☐ 2. ต่างชาติ ระบุสัญชาติ ☐ 2.1 ท่องเที่ยว ☐ 2.2 ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ			
Q3. การเดินทาง	☐ 1. ขาเข้า ☐ 2. ขาออก			

ส่วน A ข้อมูลทั่วไป

กรุณาระบุคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

A1. ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์ (ตัวบรรจง) ลงชื่อ ☐ ยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย ดังต่อไปนี้

A2. ที่อยู่ปัจจุบัน

A3. เบอร์โทรศัพท์ **A4. E-mail address (ถ้ามี)**

A5. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง

A6. ช่วงอายุ ☐ 1. น้อยกว่า 23 ปี ☐ 2. 23 - 40 ปี ☐ 3. 41 - 55 ปี
☐ 4. มากกว่า 55 ปี

A7. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

A8. อาชีพ ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2. พนง. บริษัทเอกชน ☐ 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงาน
☐ 4. ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน ☐ 5. อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

A9. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ☐ 1. ไม่เกิน 18,000 บาท ☐ 2. 18,001 - 50,000 บาท
☐ 3. 50,001 - 85,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 85,000 บาท

1 | Page

บริษัท เยสยูแคน จำกัด



ส่วน B พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

กรุณาระบุคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

B1. ความถี่ในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

- ☐ 1. ทุกสัปดาห์ จำนวน ครั้ง/สัปดาห์ ☐ 2. ทุกเดือน จำนวน ครั้ง/เดือน
☐ 3. นานๆ ครั้ง

B2. วันที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นประจำ

- ☐ 1. เฉพาะจันทร์-ศุกร์ (วันทำงาน) ☐ 2. เฉพาะเสาร์-อาทิตย์ (วันหยุด)
☐ 3. ทุกวัน ☐ 4. เฉพาะบางโอกาส ใช้เพื่อ

B3. ช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ

- ☐ 1. 05.30 - 06.00 น. (ช่วงเช้ามืด) ☐ 2. 06.01 - 09.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเช้า)
☐ 3. 09.01 - 12.00 น. (ช่วงก่อนเที่ยง) ☐ 4. 12.01 - 17.00 น. (ช่วงหลังเที่ยง)
☐ 5. 17.01 - 21.00 น. (ช่วงเวลาเร่งด่วนตอนเย็น) ☐ 6. 21.01 - 22.30 น. (ช่วงค่ำ)
☐ 7. 22.31 - 24.00 น. (ช่วงดึก)

B4. ประเภทบัตรโดยสารที่ใช้

- ☐ 1. เหรียญโดยสาร (Token) ชื้อเหรียญโดยสารด้วยวิธี
☐ 1.1 ชื้อจากเจ้าหน้าที่ในท้องจำหน่าย ☐ 1.2 ชื้อจากตู้จำหน่ายเหรียญโดยสารอัตโนมัติ
☐ 2. บัตรโดยสารประเภทเติมเงิน (SMART PASS) ระบุประเภทบัตรโดยสาร
☐ 2.1 บุคคลทั่วไป ☐ 2.2 นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2.3 ผู้สูงอายุ

B5. วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ (เลือก 1 คำตอบ)

- ☐ 1. ไป-กลับระหว่างที่พักกับที่ทำงาน/สถานศึกษา ☐ 2. ไป-กลับสนามบินสุวรรณภูมิ
☐ 3. ท่องเที่ยว/ช้อปปิ้ง ☐ 4. ติดต่อธุรกิจ
☐ 5. เชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนสาธารณะอื่นๆ ☐ 6. อื่นๆ ระบุ

B6. เหตุผลที่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

- ☐ 1. ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง ใกล้กับสถานที่ที่จะไป หรือใกล้กับที่พัก
☐ 2. ใช้บริการเช่า - ออกสนามบิน ☐ 3. สามารถเชื่อมต่อกับขนส่งสาธารณะประเภทอื่นได้
☐ 4. ราคาเหมาะสม ☐ 5. อื่นๆ ระบุ

B7. เดินทางด้วยวิธีใดในการมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ (เลือก 1 คำตอบ)

- ☐ 1. เดิน ☐ 2. รถยนต์/จักรยานยนต์ส่วนตัว ☐ 3. รถไฟฟ้า BTS/MRT
☐ 4. ขนส่งมวลชนสาธารณะ เช่น รถประจำทาง (รถเมล์ รถสองแถว) รถตุ๊กตุ๊ก
☐ 5. รถรับจ้างสาธารณะ เช่น แท็กซี่ มอเตอร์ไซด์รับจ้าง
☐ 6. อื่นๆ ระบุ

ส่วน C ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

กรุณา ☐ เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

C1. ความคาดหวังและความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ										
ประเด็นคำถาม	ระดับความคาดหวัง					ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด-----น้อยที่สุด					มากที่สุด-----น้อยที่สุด				
C1. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการ	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
กรณีที่ได้ตอบระดับความพึงพอใจในระดับ 1 และ 2 ให้ระบุปัญหา/ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม										
.....										
.....										
.....										

ประเด็นคำถาม		ไม่ทราบ	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด----น้อยที่สุด				
		99	5	4	3	2	1
C2. ด้านความปลอดภัยในด้านต่าง ๆ							
C2.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านความปลอดภัย	99	5	4	3	2	1
C2.2	มีระบบรักษาความปลอดภัยภายในสถานี เช่น เครื่องตรวจโลหะชนิดถือ และชนิดเดินผ่าน กล้องวงจรปิด เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	99	5	4	3	2	1
C2.3	มีระบบป้องกันความปลอดภัย เช่น ถังเคมีดับเพลิง ระบบป้องกันอัคคีภัย	99	5	4	3	2	1
C2.4	สัญญาณเตือนเมื่อเปิด - ปิดประตูรถไฟฟ้า	99	5	4	3	2	1
C2.5	อุปกรณ์แจ้งเหตุฉุกเฉินบนขบวนขาลาและในขบวนรถ เพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่	99	5	4	3	2	1
C3. ด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ							
C3.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านความน่าเชื่อถือของการเดินรถ	99	5	4	3	2	1
C3.2	ความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาปกติ	99	5	4	3	2	1
C3.3	ความตรงต่อเวลาของการเดินรถ ในช่วงเวลาปกติ	99	5	4	3	2	1
C3.4	ความถี่ของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	99	5	4	3	2	1
C3.5	ความตรงต่อเวลาของการเดินรถ ในช่วงเวลาเร่งด่วน	99	5	4	3	2	1
C3.6	คุณภาพของขบวนรถไฟฟ้า เช่น ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวก/อุปกรณ์ภายในขบวนรถใช้งานได้ตามปกติ	99	5	4	3	2	1
C4. ด้านการให้บริการ							
C4.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านการให้บริการ	99	5	4	3	2	1
C4.2	ความสะอาด เรียบร้อยภายในสถานี	99	5	4	3	2	1
C4.3	พนักงานที่ให้บริการภายในสถานี ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	99	5	4	3	2	1
C4.4	พนักงานที่ให้บริการภายในสถานี สามารถให้ข้อมูลคำแนะนำ ตอบข้อซักถามได้ถูกต้อง	99	5	4	3	2	1
C4.5	เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส	99	5	4	3	2	1
C4.6	ขบวนรถมีความพร้อมใช้งาน และการแก้ไขปัญหาเมื่อเกิดเหตุขัดข้องในการเดินรถ	99	5	4	3	2	1
C5. ด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ							
C5.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ	99	5	4	3	2	1
C5.2	ความเพียงพอของบันไดเลื่อน ลิฟต์ ทางเชื่อม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	99	5	4	3	2	1
C5.3	ความพร้อมใช้งานของบันไดเลื่อน ลิฟต์ ทางเชื่อม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	99	5	4	3	2	1
C5.4	ความเพียงพอของป้ายบอกทาง/แผนที่ ป้ายแสดงสัญลักษณ์ และป้ายแสดงข้อมูลต่างๆ	99	5	4	3	2	1
C5.5	ความชัดเจนของป้ายบอกทาง/แผนที่ ป้ายแสดงสัญลักษณ์ และป้ายแสดงข้อมูลต่างๆ	99	5	4	3	2	1
C6. ด้านบัตรโดยสาร และการตลาด							
C6.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านบัตรโดยสาร และการตลาด	99	5	4	3	2	1
C6.2	ความเหมาะสมของบัตรโดยสารประเภทต่างๆ (นักเรียน ผู้สูงอายุ บุคคลทั่วไป)	99	5	4	3	2	1
C6.3	ส่วนลดของบัตรโดยสารประเภทต่างๆ (นักเรียน ผู้สูงอายุ)	99	5	4	3	2	1
C6.4	กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นตามเทศกาลต่างๆ	99	5	4	3	2	1
C6.5	การออกแบบลวดลายของบัตรโดยสาร	99	5	4	3	2	1

C7. ด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล							
C7.1	ความพึงพอใจโดยรวมด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล	99	5	4	3	2	1
C7.2	การให้ข้อมูลต่างๆ เช่น การใช้รถไฟฟ้าอย่างถูกต้อง ข้อมูลในการเดินทางออกไปยังจุดต่างๆ และการเชื่อมต่อนายสถานี	99	5	4	3	2	1
C7.3	การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ บนสถานี	99	5	4	3	2	1
C7.4	การประกาศให้ข้อมูลต่างๆ ภายในขบวนรถ	99	5	4	3	2	1
C7.5	การประกาศประชาสัมพันธ์กรณีแจ้งเหตุการณ์ไม่ปกติในการเดินรถ (ขัดข้อง ล่าช้า)	99	5	4	3	2	1
C7.6	การให้ข้อมูล ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่างๆ, ข่าวสารเกี่ยวกับรถไฟฟ้า	99	5	4	3	2	1

ส่วน D ความภักดี

กรุณา ☐ เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น									
	เห็นด้วยมากที่สุด					เห็นด้วยน้อยที่สุด				
D1 ท่านจะแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
D2 เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ท่านยินดีที่จะแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบ เพื่อพัฒนาการให้บริการ	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1
D3 ถึงแม้จะมีทางเลือกอื่นในการเดินทาง แต่ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

ส่วน E ปัญหาจากการใช้บริการ ความต้องการและข้อเสนอแนะ

E1. ท่านเคยพบปัญหาในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ หรือไม่

☐ 1. ไม่เคยพบปัญหา

☐ 2. พบปัญหา

2.1 ปัญหาที่พบ

.....

.....

.....

2.2 วิธีการแก้ปัญหา

.....

.....

.....

E2. ในอนาคต (แผนการระยะยาว) อยากให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ พัฒนา/ปรับปรุง ในเรื่องใด (ความคาดหวังต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์)

.....

.....

.....

12. แบบสอบถามกลุ่มผู้ไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์



QN No. 21-100

แบบสำรวจ “โครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปีงบประมาณ 2564” ชุดผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

Field and Data Processing Division

พนักงานสัมภาษณ์ วันที่ พนักงานบันทึกข้อมูล วันที่

Edit Code QC AC

Introduction

สวัสดีค่ะ ดิฉันเป็นตัวแทนจาก บริษัท เยสยูแคน จำกัด ซึ่งได้รับมอบหมายจาก บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโครงการสำรวจความพึงพอใจด้านงานบริการ ประจำปีงบประมาณ 2564 กรุณายินยอมให้ข้อมูลตามทัศนคติ และความคิดเห็นของท่าน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้จะเป็นความลับและจะใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น ขอขอบคุณในการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของท่านค่ะ

QUOTA (สำหรับพนักงานสัมภาษณ์)

- Q1. ท่านเคยใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ หรือไม่ ☐ 1. ไม่เคยใช้
- ☐ 2. เคยใช้ แต่ตอนนี้ไม่ใช้บริการแล้ว ☐ 3. ยังใช้บริการอยู่ (ปิดการสัมภาษณ์)
- Q2. สถานะ ☐ 1. สุวรรณหุมิ ☐ 2. ลาตกระบัง ☐ 3. บ้านทับช้าง ☐ 4. หัวหมาก
- ☐ 5. รามคำแหง ☐ 6. มักกะสัน ☐ 7. ราชปรารภ ☐ 8. พญาไท
- Q3. สัญชาติ ☐ 1. ไทย ☐ 2. ต่างชาติ ระบุสัญชาติ ☐ 2.1 ท่องเที่ยว ☐ 2.2 ทำงาน/ติดต่อธุรกิจ

ส่วน A ข้อมูลทั่วไป

กรุณาระบุคำตอบที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

A1. ชื่อ-นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์ (ตัวบรรจง) ลงชื่อ ☐ ยินยอมให้ข้อมูลเพื่อการวิจัย ดังต่อไปนี้

A2. ที่อยู่ปัจจุบัน.....

A3. เบอร์โทรศัพท์..... A4. E-mail address (ถ้ามี)

- A5. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง
- A6. ช่วงอายุ ☐ 1. น้อยกว่า 23 ปี ☐ 2. 23 - 40 ปี ☐ 3. 41 - 55 ปี
- ☐ 4. มากกว่า 55 ปี
- A7. ระดับการศึกษา ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
- A8. อาชีพ ☐ 1. นักเรียน/นักศึกษา ☐ 2. พนง. บริษัทเอกชน ☐ 3. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/ลูกจ้างหน่วยงาน
- ☐ 4. ไม่ได้ประกอบอาชีพ/ว่างงาน ☐ 5. อาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
- A9. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน ☐ 1. ไม่เกิน 18,000 บาท ☐ 2. 18,001 - 50,000 บาท
- ☐ 3. 50,001 - 85,000 บาท ☐ 4. มากกว่า 85,000 บาท



ส่วน B การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

กรุณาระบุคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

B1. เหตุผลที่ท่านไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|--|
| ☐ 1. เส้นทางที่ให้บริการไม่ตรงกับเส้นทางที่เดินทาง | ☐ 2. รู้สึกไม่มั่นใจในความปลอดภัยของการให้บริการ |
| ☐ 3. ราคาไม่เหมาะสม | ☐ 4. เวลาที่ให้บริการไม่เหมาะสม (05.30 - 24.00) |
| ☐ 5. รอนาน | ☐ 6. ตารางเวลาเดินรถไม่แน่นอน |
| ☐ 7. การเดินทาง/ต่อรถโดยสาร/การเชื่อมโยงกับขนส่งประเภทอื่นไม่สะดวก | |
| ☐ 8. ไม่รู้ข้อมูลการให้บริการ เช่น ที่ตั้งสถานี การเดินทางไปยังจุดต่างๆ ขั้นตอนการให้บริการ | |
| ☐ 9. มีทางเลือกใช้บริการขนส่งประเภทอื่น ระบุประเภทขนส่งที่ใช้บริการ | |
| ☐ 10. เหตุผลอื่นๆ | |

B2. ท่านคิดว่าเส้นทางให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว/ผู้เดินทาง ระหว่างในเมืองกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมากน้อยเพียงใด

- ☐ 1. มากที่สุด ☐ 2. มาก ☐ 3. น้อย ☐ 4. น้อยที่สุด ☐ 5. ไม่มีประโยชน์เลย

B3. ท่านเคยเห็น/รับรู้/ได้ยิน โฆษณาและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ หรือไม่ ผ่านช่องทางใด

- ☐ 1. เคยเห็น ระบุสื่อที่เคยเห็น เรียงลำดับ 1 – 3 สื่อที่พบเห็นน้อยที่สุด
- | | | |
|---------------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 1.1 การบอกกล่าวจากผู้อื่น | 1.2 อินเทอร์เน็ต | 1.3 Facebook |
| 1.4 Twitter | 1.5 หนังสือพิมพ์ นิตยสาร | 1.6 โทรทัศน์ วิทยุ |
| 1.7 สื่อภายในสถานีรถไฟฟ้า | 1.8 ป้ายประชาสัมพันธ์ภายในสถานี | |
| 1.9 สื่ออื่นๆ ระบุ | | |
- ☐ 2. ไม่เคยเห็น

B4. ถ้าหากมีการขยายเส้นทางให้บริการครอบคลุมพื้นที่อื่น ๆ มากยิ่งขึ้น ท่านสนใจจะใช้บริการหรือไม่

- ☐ 1. สนใจ ในเส้นทาง
- ☐ 2. ไม่สนใจ เพราะ
- ☐ 3. เฉยๆ

B5. ถ้าท่านมีโอกาสได้เดินทางในเส้นทางที่รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ให้บริการ ท่านจะใช้บริการหรือไม่

- ☐ 1. ใช้บริการ เพราะ
- ☐ 2. ไม่ใช้บริการ เพราะ

B6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการให้บริการของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

(กรุณา ☐ เลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด)

ข้อ	ประเด็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	ไม่เห็น ด้วย (3)	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง (2)	เฉยๆ (1)
1	เป็นระบบขนส่งที่ช่วยให้การเดินทางไปท่าอากาศยานสะดวกรวดเร็ว	5	4	3	2	1
2	เป็นระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ที่ทันสมัย	5	4	3	2	1
3	เป็นระบบขนส่งมวลชนที่รองรับผู้ใช้บริการจำนวนมาก	5	4	3	2	1
4	เป็นระบบขนส่งมวลชนที่น่าสนใจ	5	4	3	2	1
5	เป็นระบบขนส่งอันดับแรกที่ใช้เมื่อเดินทางไปท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ	5	4	3	2	1
6	เป็นทางเลือกในการให้บริการขนส่งสาธารณะ	5	4	3	2	1
7	มีการประชาสัมพันธ์การให้บริการ	5	4	3	2	1
8	เป็นองค์กรที่ทันสมัยในการให้บริการด้านขนส่งมวลชน	5	4	3	2	1
9	เป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือในการให้บริการด้านขนส่งมวลชน	5	4	3	2	1
10	เป็นระบบขนส่งมวลชนที่มีความปลอดภัย	5	4	3	2	1

ส่วน C ความต้องการและข้อเสนอแนะ

C1. สิ่งที่คุณหวัง/ต้องการ จากการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

.....

.....

.....

.....

C2. ท่านต้องการให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ปรับปรุงด้านใด เพื่อให้ท่านเข้ามาใช้บริการ

.....

.....

.....

.....

----- ขอขอบคุณ สำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม -----

13. แนวคำถามการจัดการสนทนากลุ่ม

DISCUSSION GUIDE

1. Introduction

5 Min

กล่าวขอบคุณผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มในการเสียสละเวลาเข้ามาเข้าร่วมสนทนากลุ่มในครั้งนี้ และอธิบายเกี่ยวกับกระบวนการในการสนทนากลุ่ม

- กล่าวแนะนำตัว
- ใช้เวลาในการสนทนากลุ่มประมาณ 1 ชั่วโมงครึ่ง – 2 ชั่วโมง
- ข้อมูลที่ได้รับจากการสนทนากลุ่มจะถูกนำเสนอออกมาในลักษณะที่เป็นภาพรวม โดยไม่ระบุตัวตนของผู้ให้ข้อมูล
- การสนทนาในครั้งนี้เป็นการรับฟังความคิดเห็นหรือทัศนคติ ทุกท่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระโดยไม่ต้องกังวลว่าคำตอบที่พูดออกมาจะเหมือนหรือต่างกับคนอื่น ๆ ในกลุ่ม และไม่มีคำตอบใดผิดหรือถูก
- สำหรับการสนทนาในครั้งนี้ จะมีการบันทึกภาพและเสียงระหว่างการสนทนาเพื่อช่วยในการสรุปผล และขอให้อย่ากังวลใจได้ว่าการบันทึกในครั้งนี้จะนำมาใช้เพื่อการวิจัยในครั้งนี้เท่านั้น จะไม่มีการนำไปเผยแพร่ใดๆ ทั้งสิ้น
- และในการสนทนาครั้งนี้ จะมีทีมงานของบริษัทฯ ร่วมสังเกตการณ์ในครั้งนี้ด้วย
- และขอให้ทุกท่านช่วยปิดโทรศัพท์มือถือหรือปิดเสียงโทรศัพท์มือถือตลอดการสนทนา หากมีสายด่วนเข้ามาสามารถแจ้งและออกไปรับโทรศัพท์ภายนอกห้องสนทนาได้

แนะนำวัตถุประสงค์ของการวิจัย:

สำหรับการสนทนากลุ่มในวันนี้ เราจะพูดคุยกันเกี่ยวกับการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ หรือปัญหาที่พบจากการใช้บริการ เพื่อให้แอร์พอร์ต เรล ลิงก์ นำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาการให้บริการต่อไป ก่อนที่จะเริ่มสนทนาในครั้งนี้ ขอให้แต่ละท่านช่วยแนะนำตัวเอง

- ชื่อ / ชื่อเล่น (เขียนลงบนป้ายชื่อด้านหลังของท่าน)
- อายุ
- อาชีพ
- ที่พัก / ที่ทำงาน
- สาเหตุที่มาเข้าร่วมการสนทนาในครั้งนี้

2. Brand image and awareness

10 Min

1. ถ้าเอ่ยถึงหน่วยงานรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ จะนึกถึงอะไร เพราะอะไร
2. ถ้าเปรียบเทียบกับหน่วยงานรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เป็นบุคคล ท่านคิดว่าจะเป็นคนแบบไหน เพราะอะไร
3. แสดงภาพ Logo ของหน่วยงาน และอัตลักษณ์ ผู้เข้าร่วมรับรู้ จดจำ ภาพไหนได้มากกว่ากัน

3. พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์

10 Min

1. ความถี่ในการใช้บริการ
2. ช่วงเวลาที่ใช้บริการเป็นประจำ
3. วัตถุประสงค์หลักในการใช้บริการ
4. เหตุผลที่เลือกใช้บริการ
5. ทางเลือกอื่นในการเดินทาง หากไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
6. เดินทางด้วยวิธีใดในการมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
7. ผู้ที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ เดินทางไปขึ้นเครื่องบินที่สนามบินสุวรรณภูมิ เพื่อเวลาในการเดินทางที่ชิวโมง

4. ความพึงพอใจต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ และปัญหาที่พบ

60 Min

- ระดับการให้คะแนน 1 - 5 โดย 1 = คัดหวัง/พึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 = คัดหวัง/พึงพอใจมากที่สุด
 - ท่านมีความพึงพอใจต่อประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ ในระดับใด และเพราะเหตุใด จึงเป็นเช่นนั้น
1. ความคาดหวังต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ (ในภาพรวม)
 2. ความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
 3. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านการรักษาความปลอดภัย
 4. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านความน่าเชื่อถือ
 5. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ
 6. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านคุณภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกบนสถานี และในขบวนรถ
 7. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านบัตรโดยสารและการตลาด
 - แสดงภาพกิจกรรมที่แอร์พอร์ต เรล ลิงก์เคยจัด
 - เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่แอร์พอร์ต เรล ลิงก์จัดหรือไม่
 - เข้าร่วมกิจกรรมอะไรบ้าง ทั้งที่เป็นการจัดกิจกรรม เช่น รังมาราธอน แจกตั๋วหนัง หรือ
 - ที่เป็นการแจกของที่ระลึกบนสถานี เช่น แจกสมมดวันตรุษจีน แจกเจลล้างมือและหน้ากากอนามัย ในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19
 - ความรู้สึกต่อกิจกรรมดังกล่าว
 - อยากให้จัดกิจกรรมแบบไหนเพิ่ม
 8. ความพึงพอใจ และปัญหาที่พบจากการใช้บริการ ในด้านการประชาสัมพันธ์ และการให้ข้อมูล
 9. จากปัญหาที่พบจากการใช้บริการทั้งหมดที่ได้พูดถึงกันนี้ ได้มีการ Complain ผ่านช่องทางต่างๆ ของแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ บ้างหรือไม่ ผ่านช่องทางไหน และผลตอบรับเป็นอย่างไร
 10. การดำเนินการในเรื่องอื่นๆ เช่น สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ฝุ่น PM2.5

4. ความภักดี

10 Min

- เกณฑ์การให้คะแนน คือ ใช่ เฉยๆ ไม่ใช่
- ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประเด็นต่างๆ ต่อไปนี้ และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
- 1. ท่านจะแนะนำบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
- 2. เมื่อเกิดปัญหาจากการใช้บริการ ท่านยินดีที่จะแจ้งให้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ทราบ เพื่อพัฒนาการให้บริการ
- 3. ถึงแม้จะมีทางเลือกอื่นในการเดินทาง แต่ท่านจะยังคงเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงก์ ต่อไป

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

10 Min

- 1. แม้ว่าจะพบปัญหาจากการใช้บริการ แต่ทำไมจึงยังคงใช้บริการอยู่
- 2. อยากให้เพิ่มเส้นทางเดินรถหรือไม่ อยากได้เส้นทางไหน เพราะอะไร
- 3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม / อยากให้พัฒนา ปรับปรุง ในเรื่องใด / ความคาดหวังต่อการให้บริการ
- 4. แนะนำช่องทางการสื่อสารและแจ้งเรื่องร้องเรียนของแอร์พอร์ต เรล ลิงก์
 - Call Center 1690 ตลอด 24 ชั่วโมง
 - เชิญชวนติดตาม Instagram "Airport Rail Link"
 - เชิญชวนกด Like Facebook page "Airport Rail Link" สามารถ Inbox สอบถามข้อมูล หรือแจ้งเรื่องร้องเรียนได้
- 5. ขอบคุนสำหรับการมาร่วมแสดงความคิดเห็นในวันนี้

