

Factors affecting customers' decision for repeated usage of The Pink Line mass transit system (Khae Rai - Min Buri)

Saranya Vichakorn^{1*} and Mana Luksamee-Arunothai²

¹ Master's degree student, Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

² Department of Economics, Faculty of Economics, Kasetsart University, Thailand

* Corresponding author. E-mail: saranyavichakorn@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to investigate (1) demographic factors; (2) behavioral factors; and (3) marketing mix factors on the decision for repeated usage of The Pink Line mass transit system (Khae Rai - Min Buri). The Pink Line mass transit system (Khae Rai - Min Buri), which connects key areas in Bangkok and Nonthaburi, plays a significant role in shaping travel behavior. Understanding the factors affecting repeat usage is essential for planning and developing transportation systems that align with users' long-term needs. Data were collected from a sample of 400 samples through questionnaires in Bangkok and Nonthaburi. The data were analyzed using descriptive statistics, inferential statistics, and binary logistic regression analysis. The results indicated that the factors that significantly affected the decisions to repeat the service were 1) demographic factors which were gender, age, occupation, and income; 2) behavioral factors which were the choice of transportation mode after disembarking from the Pink Line to reach the final destination; and 3) marketing mix factors (7Ps) which were product (travel speed, convenience, and system reliability), price (appropriateness of fare relative to travel distance), place (adequacy of ticket booth facilities), promotion (suitability of EMV Contactless card's promotional pricing and associated partner stores), process (support systems for people with disabilities), and physical evidence (availability of shops and services in the stations). The findings of this study can be utilized to inform the planning, development, and refinement of service models and marketing strategies for The Pink Line mass transit system (Khae Rai - Min Buri). These improvements aim to better meet the needs of passengers and support the growing urban expansion, ultimately contributing to an increase in ridership.

Keywords: Marketing Mix, Behavioral Factors, The Pink Line Mass Transit System (Khae Rai - Min Buri), Binary Logistic Regression Analysis

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี

ศรัณยา วิชาการ^{1*} และ มานะ ลักษณะมีรุโณทัย²

¹ นิสิตปริญญาโท ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

² ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ประเทศไทย

* Corresponding author. E-mail: saranyavichakorn@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (2) ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี และ (3) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี เนื่องจากโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี เป็นเส้นทางสำคัญในการเชื่อมโยงพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางของประชาชนอย่างมีนัยสำคัญ การเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำจึงมีความสำคัญต่อการวางแผนและพัฒนาระบบขนส่งให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการในระยะยาว โดยการศึกษาในครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี ผ่านแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงโลจิสติกแบบทวิ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูจนไปยังจุดหมายปลายทาง และ 3) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความรวดเร็วในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง และระบบรถไฟฟ้าไม่มีปัญหาขัดข้อง ด้านราคาในเรื่องราคาเหมาะสมกับระยะทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในเรื่องจำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารเพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless มีความเหมาะสม และร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่นมีความเหมาะสม ด้านกระบวนการในเรื่องการมีระบบช่วยเหลือคนพิการอย่างเหมาะสม และด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องการมีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสม โดยผลจากงานวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่แนวทางการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงแก้ไขรูปแบบการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการรถไฟฟ้าดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถรองรับกับการขยายตัวของเมืองที่เพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้มีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยด้านพฤติกรรม, รถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี, การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

© 2025 JSDP: Journal of Spatial Development and Policy

บทนำ

ในปัจจุบันรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง เพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจและจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมระบบขนส่งสาธารณะทางรางสำหรับรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนถือเป็นหนึ่งในโครงการลงทุนสำคัญที่ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรเทาปัญหาการจราจรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวมทั้งช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และยังเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการเดินทางนอกเหนือจากการบริการขนส่งมวลชนพื้นฐานอื่น โดยปัจจุบันภาครัฐได้มีการเร่งรัดขยายเส้นทางรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อให้บริการประชาชน โดยให้ความสำคัญกับการเชื่อมต่อระบบการขนส่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย, 2566ข)

โครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี เป็นโครงการหนึ่งในแผนแม่บทระบบขนส่งมวลชนทางรางในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเพื่อรองรับการเดินทางของประชาชนที่อาศัยอยู่ด้านตะวันออกของกรุงเทพมหานครและด้านตะวันตกเชื่อมกับเขตจังหวัดนนทบุรี โดยได้ประมาณการจำนวนผู้โดยสารในปีแรกอยู่ที่ 1.99 แสนคน/วัน อย่างไรก็ตามรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ได้เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม 2566 และมีสถิติจำนวนผู้ใช้บริการตั้งแต่เปิดให้บริการจนถึงสิ้นเดือนมิถุนายน 2568 เฉลี่ยอยู่ที่ 56,666 คน/วัน (การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย, 2566) ซึ่งจะเห็นได้ว่ามีผู้ใช้บริการเฉลี่ยต่อวันน้อยกว่าที่ประมาณการไว้ในเบื้องต้นอย่างมาก ทั้งนี้อาจด้วยการเดินทางโดยใช้ระบบขนส่งสาธารณะในช่วงแครายถึงมีนบุรีสามารถเดินทางได้หลากหลายทางเลือก ทำให้ผู้เดินทางสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการในทางเลือกต่าง ๆ โดยขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน เนื่องด้วยปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด อาทิ ผลผลิตหรือราคาที่แตกต่างกัน โดยในอดีตการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าโดยส่วนมากจะมุ่งเน้นไปที่รถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล ได้แก่ งานวิจัยของ วริศรา เจริญศรี (2560) โสภิตา รัตนสมโชค (2558) ปองพล นิกเรชิตโกศล (2557) และ กิรณา สีนเจริญ (2550) อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี โดยเฉพาะ เนื่องจากเป็นโครงการรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีลักษณะเป็นรถไฟฟ้าประเภทรางเดี่ยว (Straddle Monorail) ที่มีลักษณะแตกต่างจากรถไฟฟ้าสายอื่น ๆ ซึ่งอาจทำให้ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้ามีความแตกต่างจากผลจากวิจัยต่าง ๆ ก่อนหน้านี้

จากความสำคัญของปัญหาของต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี โดยผลจากงานวิจัยครั้งนี้จะนำไปสู่แนวทางการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงแก้ไขรูปแบบการให้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาดของโครงการรถไฟฟ้าดังกล่าว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการและสามารถรองรับกับการขยายตัวของเมืองที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้มีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การใช้บริการของผู้ใช้บริการเป็นการสะท้อนถึงความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และการยอมรับในคุณภาพของบริการ และสามารถเป็นกระบอกเสียงที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริการผ่านการบอกต่อได้ดียิ่งขึ้นและช่วยเพิ่มความมั่นคงทางรายได้ให้กับโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ และนำมาวิเคราะห์ด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ซึ่งจากการค้นหาข้อมูล พบว่า ในช่วง 5 เดือนแรกของการเปิดบริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี (มกราคม – พฤษภาคม 2567) มีจำนวนผู้ใช้บริการโดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 50,317 คน/วัน (การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย, 2566) การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะอ้างอิงวิธีการของ ยามาเน่ (Yamane, T., 1973) ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อน (Standard Deviation) ที่สามารถยอมรับได้ ไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมไม่น้อย

กว่า 396 ตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ต่อไปในอนาคต จำนวน 200 ตัวอย่าง และ 2) ผู้โดยสารที่เคยใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ที่ตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ต่อไปในอนาคต จำนวน 200 ตัวอย่าง โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มละ 200 ราย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มผู้ใช้บริการซ้ำกับกลุ่มที่ไม่ใช้บริการซ้ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมทั้งมุมมองเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำอย่างรอบด้าน ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลดำเนินการในพื้นที่สถานีรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี ตลอดเส้นทาง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายและเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุดในพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี โดยมีคำถามคัดกรองเบื้องต้นเพื่อแยกกลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจเลือกใช้และไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ต่อไปในอนาคต โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการปรับปรุงการให้บริการของรถไฟฟ้าสายสีชมพูช่วงแคราย - มีนบุรี

3. สมมติฐานการวิจัย

H₁ : ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี

H₂ : ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี

H₃ : ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี

ทั้งนี้ การกำหนดสมมติฐานงานวิจัยมาจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยอ้างอิงจากแนวคิดของ Kotler & Keller (2016)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้ ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงจากการใช้แบบสอบถาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่กรุงเทพมหานครและนนทบุรี ช่วงเดือนตุลาคม 2567 – ธันวาคม 2567 และได้ดำเนินการแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคทั้งชุดต้องมีความมากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 จะถือว่าแบบสอบถามมีระดับความน่าเชื่อถือที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาได้ (Nunnally, 1978) สำหรับข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาและเก็บรวบรวมจากเอกสารหรือบทความที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รายงานประจำปีการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ปี 2566 และรายงานฉบับสมบูรณ์ผลการสำรวจ ครั้งที่ 1 (Final Report) การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ประจำปี 2566

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใน 3 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยพฤติกรรมการใช้บริการ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี โดยการอธิบายความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็น

ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จะมีช่วงระยะจะเท่ากับ 0.8 โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด (4.21 – 5.00) มาก (3.41 – 4.20) ปานกลาง (2.61 – 3.40) น้อย (1.81 – 2.60) และน้อยที่สุด (1.00 – 1.80)

5.2 การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐมิติ (Econometric Model) ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงโลจิสติก (Logistic Regression Analysis) แบบ Binary Logistic เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงโลจิสติกแบบทวิ เนื่องจากตัวแปรตามมีลักษณะเป็นข้อมูลประเภทกลุ่มที่มีเพียงสองค่า (Binary Outcome) ซึ่งเหมาะสมกับการวิเคราะห์ด้วย Logistic Regression ทั้งยังสามารถแสดงความสัมพันธ์เชิงโอกาส (Odds Ratio) ได้อย่างชัดเจน และมีการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้วิธี Pearson's Correlation โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.8 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง เพื่อขจัดปัญหา Multicollinearity โดยหากตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง อาจส่งผลให้เกิดปัญหาการประมาณค่าที่มีความคลาดเคลื่อน โดยตั้งสมมติฐานว่า การตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ขึ้นอยู่กับตัวแปรตามที่มีค่าได้เพียง 2 ค่า จึงกำหนดให้การตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรีต่อไปในอนาคต = 1 และการตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรีต่อไปในอนาคต = 0

$$P(Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{-x}}$$

โดยที่

$$X = \beta_0 + \beta_1 Gen(1) + \sum_{a=1}^3 \beta_{1+a} Age(a) + \sum_{c=1}^4 \beta_{4+c} Car(c) + \sum_{d=1}^5 \beta_{8+d} Inc(d) + \sum_{k=1}^4 \beta_{13+k} Tra2(k) + \sum_{m=1}^4 \beta_{17+m} Pro(m) + \beta_{22} Pri(2) + \sum_{n=1}^3 \beta_{22+n} Pla(n) + \beta_{26} Prom(1) + \beta_{27} Prom(3) + \beta_{28} Peo(1) + \beta_{29} Peo(3) + \sum_{p=1}^3 \beta_{29+p} Proc(p) + \beta_{33} Phy(4) + \varepsilon$$

ซึ่ง	$P(Y = 1)$	คือ ความน่าจะเป็นที่เหตุการณ์ $Y = 1$ จะเกิดขึ้น
	β_0	คือ ค่าคงที่ (Intercept)
	$Age(a), \dots, Phy(q)$	คือ ตัวแปรอิสระ รายละเอียดดังตารางที่ 1
	$\beta_1, \dots, \beta_{33}$	คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละปัจจัย
	ε	คือ ความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

ตารางที่ 1 การกำหนดค่าตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก

ตัวแปรอิสระ	การกำหนดค่าตัวแปร	สัญลักษณ์
เพศ	1 = ชาย 2 = หญิง	Gen (1) Gen (2)
อายุ	1 = ต่ำกว่า 20 ปี 2 = 20 - 40 ปี 3 = 41 - 60 ปี 4 = 61 ปี ขึ้นไป	Age (1) Age (2) Age (3) Age (4)
อาชีพ	1 = นักเรียน/นักศึกษา 2 = พนักงานบริษัท 3 = ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 4 = ธุรกิจส่วนตัว 5 = อื่น ๆ	Car (1) Car (2) Car (3) Car (4) Car (5)
รายได้	1 = ต่ำกว่า 10,000 บาท 2 = 10,001 - 20,000 บาท 3 = 20,001 - 30,000 บาท 4 = 30,001 - 40,000 บาท 5 = 40,001 - 50,000 บาท 6 = มากกว่า 50,000 บาท	Inc (1) Inc (2) Inc (3) Inc (4) Inc (5) Inc (6)

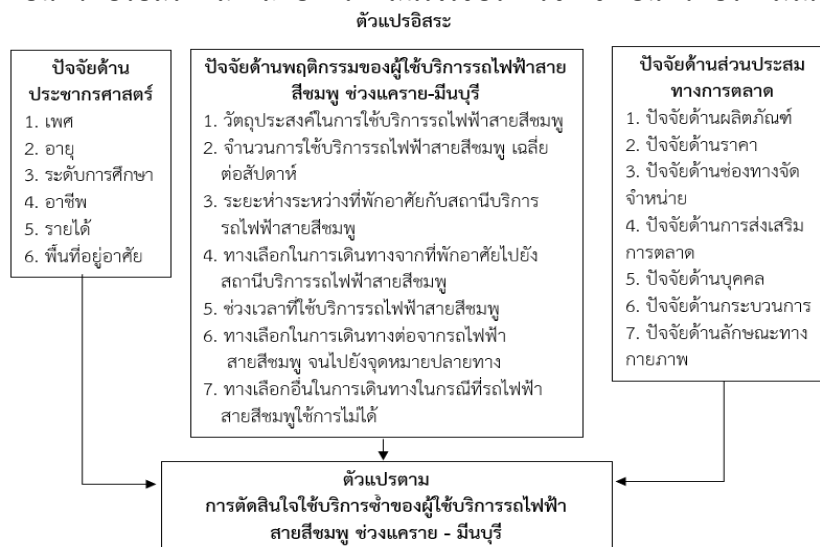
ตารางที่ 1 การกำหนดค่าตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	การกำหนดค่าตัวแปร	สัญลักษณ์
ทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้า	1 = รถเมล์	Tra2 (1)
สายสีชมพูจนไปยังจุดหมายปลายทาง	2 = มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	Tra2 (2)
	3 = รถตุ้	Tra2 (3)
	4 = รถแท็กซี่	Tra2 (4)
	5 = อื่น ๆ	Tra2 (5)
ความเร็วในการเดินทาง	1 = น้อยที่สุด	Pro1
ความสะดวกสบายในการเดินทาง	2 = น้อย	Pro2
ระบบรถไฟฟ้าไม่มีปัญหาขัดข้อง	3 = ปานกลาง	Pro3
ระบบรถไฟฟ้ามีความตรงต่อเวลา	4 = มาก	Pro4
ราคาเหมาะสมกับระยะทาง	5 = มากที่สุด	Pri2
จำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ		Pla1
จำนวนพนักงานในห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ		Pla2
จำนวนเครื่องจำหน่ายตั๋วอัตโนมัติเพียงพอสำหรับผู้ใช้บริการ		Pla3
ราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless มีความเหมาะสม		Prom1
ร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่นมีความเหมาะสม		Prom3
เจ้าหน้าที่ในสถานีมีความชำนาญและอำนวยความสะดวกได้ดี		Peo1
เจ้าหน้าที่ในสถานีมีความสุภาพเรียบร้อย		Peo3
ระบบออกตั๋วโดยสารมีความสะดวกและรวดเร็ว		Proc1
สามารถแก้ปัญหาความขัดข้องของระบบรถไฟฟ้าได้อย่างรวดเร็ว		Proc2
มีระบบช่วยเหลือคนพิการอย่างเหมาะสม		Proc3
มีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสม		Phy4

ที่มา: เสนอโดยผู้วิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยฉบับนี้พัฒนาขึ้นจากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของ Kotler & Keller (2016) เพื่ออธิบายว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู นอกจากนี้ยังพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู เช่น วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ ทางเลือกในการเดินทางต่อจากสถานี ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้า ซึ่งเป็นตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

หมายเหตุ: อ้างอิงจากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับด้านการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของ Payne (1993) และ Kotler & Keller (2016)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย พบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการศึกษาเชิงพรรณนา เป็นลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ตัวอย่างที่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี ต่อไปในอนาคต จำนวน 200 ตัวอย่าง และไม่ใช้บริการต่อไปในอนาคต จำนวน 200 ตัวอย่าง

ตารางที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง	การตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี ต่อไปในอนาคต			
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
ชาย	70	35.00	95	47.50
หญิง	130	65.00	105	52.50
รวม	200	100.00	200	100.00
อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	16	8.00	29	14.50
20 – 40 ปี	139	69.50	109	54.50
41 – 60 ปี	36	18.00	48	24.00
61 ปีขึ้นไป	9	4.50	14	7.00
รวม	200	100.00	200	100.00
ระดับการศึกษา				
มัธยมศึกษา/ปวช.	19	9.50	42	21.00
ปวส./อนุปริญญา	12	6.00	25	12.50
ปริญญาตรี	137	68.50	110	55.00
สูงกว่าปริญญาตรี	32	16.00	23	11.50
รวม	200	100.00	200	100.00
อาชีพ				
นักเรียน/นักศึกษา	22	11.00	46	23.00
พนักงานบริษัท	81	40.50	86	43.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	83	41.50	52	26.00
ธุรกิจส่วนตัว	3	1.50	4	2.00
อื่น ๆ *	11	5.50	12	6.00
รวม	200	100.00	200	100.00
รายได้				
ต่ำกว่า 10,000 บาท	6	3.00	15	7.50
10,000 - 20,000 บาท	69	34.50	60	30.00
20,001 - 30,000 บาท	47	23.50	39	19.50
30,001 - 40,000 บาท	31	15.50	47	23.50
40,001 - 50,000 บาท	20	10.00	17	8.50
มากกว่า 50,000 บาท	27	13.50	22	11.00
รวม	200	100.00	200	100.00
พื้นที่อยู่อาศัย				
กรุงเทพมหานคร	127	63.50	115	57.50
นนทบุรี	67	33.50	78	39.00
อื่น ๆ	6	3.00	7	3.50
รวม	200	100.00	200	100.00

หมายเหตุ: 1) อาชีพ กรณี “อื่น ๆ” ได้แก่ แม่บ้าน 8 ตัวอย่าง เกษียณ 4 ตัวอย่าง พ่อบ้าน 3 ตัวอย่าง ฟรีแลนซ์ 2 ตัวอย่าง ลูกจ้างชั่วคราว

พนักงานจ้างเหมา ทำงาน อาชีพอิสระ ค้าขาย และรับจ้างทั่วไป อาชีพละ 1 ตัวอย่าง

2) พื้นที่อยู่อาศัย กรณี “อื่น ๆ” ได้แก่ ปทุมธานี 8 ตัวอย่าง สมุทรปราการ 4 ตัวอย่าง และนครปฐม 1 ตัวอย่าง

ที่มา: จากการประมวลผลโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า เพศหญิงมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำสูงกว่าชาย โดยคิดเป็นร้อยละ 65.00 ของผู้ใช้บริการซ้ำ ขณะที่กลุ่มอายุ 20-40 ปี เป็นกลุ่มหลักที่ใช้บริการซ้ำมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 69.50 สะท้อนถึงความต้องการเดินทางของวัยทำงานและวัยเรียน ด้านระดับการศึกษา กลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีแนวโน้มใช้บริการซ้ำมากกว่า โดยเฉพาะระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 68.50 ในด้านอาชีพ กลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเป็นผู้ใช้บริการซ้ำในสัดส่วนสูงสุด ขณะที่กลุ่มพนักงานบริษัทมีสัดส่วนที่ไม่ใช้บริการซ้ำสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.00 ขณะที่รายได้ของผู้ใช้บริการซ้ำส่วนใหญ่ อยู่ในช่วง 10,001 – 30,000 บาท โดยกลุ่มรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีการใช้บริการซ้ำน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 3.50 ด้านพื้นที่อยู่อาศัย พบว่าผู้ที่อาศัยในกรุงเทพมหานครและนนทบุรีเป็นกลุ่มหลักที่เลือกใช้บริการซ้ำ โดยเฉพาะกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 63.50

ตารางที่ 3 ลักษณะด้านพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูช่วงแคราย – มีนบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า สายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี	การตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ต่อไปในอนาคต			
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ในการใช้บริการ				
ทำงาน/เรียนหนังสือ	107	53.50	104	52.00
เที่ยว/ช้อปปิ้ง	46	23.00	52	26.00
ธุระส่วนตัว	45	22.50	43	21.50
อื่น ๆ	2	1.00	1	0.50
รวม	200	100.00	200	100.00
จำนวนการใช้บริการ				
1-3 ครั้งต่อสัปดาห์	120	60.00	131	65.50
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	65	32.50	58	29.00
มากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	7.50	11	5.50
รวม	200	100.00	200	100.00
ระยะทางระหว่างที่พักอาศัยกับสถานีบริการ				
น้อยกว่า 5 กิโลเมตร	88	44.00	77	38.50
5-10 กิโลเมตร	53	26.50	53	26.50
11-15 กิโลเมตร	30	15.00	29	14.50
มากกว่า 15 กิโลเมตร	29	14.50	41	20.50
รวม	200	100.00	200	100.00
ทางเลือกในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังสถานีบริการ				
รถเมล์	34	17.00	45	22.50
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	97	48.50	80	40.00
รถตู้	18	9.00	32	16.00
รถแท็กซี่	20	10.00	23	11.50
อื่น ๆ	31	15.50	20	10.00
รวม	200	100.00	200	100.00
ช่วงเวลาที่ใช้บริการ				
ช่วงเวลาเร่งด่วน (06.00 - 09.00 น. และ 16.01 - 19.00 น.)	105	52.50	112	56.00
ช่วงเวลากลางวัน (09.01 - 16.00 น.)	74	37.00	69	34.50
ช่วงเวลากลางคืน (19.01 - 24.00 น.)	21	10.50	19	9.50
รวม	200	100.00	200	100.00

ตารางที่ 3 ลักษณะด้านพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูช่วงแคราย – มีนบุรี ของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้า สายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี	การตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ต่อไปในอนาคต			
	ใช้บริการ		ไม่ใช้บริการ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสี ชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี จนไปยังจุดหมายปลายทาง				
รถเมล์	19	9.50	29	14.50
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	131	65.50	111	55.50
รถตู้	3	1.50	25	12.50
รถแท็กซี่	17	8.50	12	6.00
อื่น ๆ	30	15.00	23	11.50
รวม	200	100.00	200	100.00
ทางเลือกอื่นในการเดินทางในกรณีที่รถไฟฟ้า สายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี ใช้การไม่ได้				
รถเมล์	77	38.50	71	35.50
มอเตอร์ไซด์รับจ้าง	12	6.00	28	14.00
รถตู้	43	21.50	56	28.00
รถแท็กซี่	56	28.00	38	19.00
อื่น ๆ	12	6.00	7	3.50
รวม	200	100.00	200	100.00

ที่มา: จากการประมวลผลโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเดินทางไปทำงานหรือเรียนหนังสือ คิดเป็นร้อยละ 53.50 และมักใช้บริการในความถี่ 1–3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 60.00 โดยมีระยะห่างจากที่พักอาศัยถึงสถานีไม่เกิน 5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 44.00 ในด้านการเดินทางเชื่อมต่อจากที่พักสู่สถานีบริการ กลุ่มผู้ใช้บริการข้าเลือกใช้มอเตอร์ไซด์รับจ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือรถเมล์และรถแท็กซี่ สำหรับช่วงเวลาในการใช้บริการ พบว่าทั้งสองกลุ่มนิยมใช้ในช่วงเวลาเร่งด่วน โดยกลุ่มที่ไม่ใช้บริการข้ามีสัดส่วนสูงกว่าเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 56.00 เมื่อต้องเดินทางต่อจากสถานีปลายทาง กลุ่มที่ใช้บริการข้ายังคงเลือกใช้มอเตอร์ไซด์รับจ้างเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 65.50 ซึ่งมากกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการข้า สะท้อนถึงความสำคัญของการเชื่อมต่อในการตัดสินใจใช้บริการข้า ขณะที่ทางเลือกอย่างรถตู้และรถเมล์มีบทบาทมากกว่าในกลุ่มที่ไม่ใช้บริการข้า โดยเฉพาะรถตู้ที่มีสัดส่วนการเลือกใช้สูงกว่าอย่างชัดเจน เมื่อพิจารณาทางเลือกในการเดินทางหากรถไฟฟ้าสายสีชมพูไม่สามารถใช้งานได้ กลุ่มที่ใช้บริการข้ามีแนวโน้มเลือกใช้รถเมล์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 ในขณะที่กลุ่มที่ไม่ใช้บริการข้ามีทางเลือกที่หลากหลายมากกว่า โดยเฉพาะรถตู้และรถแท็กซี่

ตารางที่ 4 ผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	ตัดสินใจใช้บริการ ต่อไปในอนาคต		ตัดสินใจไม่ใช้บริการ ต่อไปในอนาคต		ภาพรวม		การแปลผล (ภาพรวม)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.412	0.569	4.326	0.679	4.369	0.627	มากที่สุด
ด้านราคา (Price)	4.098	0.872	4.300	0.766	4.199	0.826	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	4.362	0.617	4.288	0.742	4.325	0.682	มากที่สุด
ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.940	0.659	3.495	0.775	3.718	0.752	มาก
ด้านบุคคล (People)	4.515	0.593	4.333	0.746	4.424	0.679	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ (Process)	4.473	0.651	4.377	0.719	4.425	0.687	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)	4.239	0.557	3.978	0.667	4.108	0.627	มาก
ภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	4.296	0.526	4.175	0.609	4.235	0.571	มากที่สุด

ที่มา: จากการประมวลผลโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 4 พบว่า ภาพรวมปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีค่าเฉลี่ย 4.235 ซึ่งแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีค่าเฉลี่ยรวม 4.369 ซึ่งแปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มที่ตัดสินใจใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.412 สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 4.326 ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ย 4.199 แปลผลอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.098 ต่ำกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 4.300 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าเฉลี่ย 4.325 แปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มใช้บริการมีค่าเฉลี่ยที่ 4.362 สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 4.288 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ย 3.717 แปลผลอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มใช้บริการมีค่าเฉลี่ยที่ 3.940 สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 3.495 ด้านบุคคล (People) มีค่าเฉลี่ย 4.424 แปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มใช้บริการมีค่าเฉลี่ยถึง 4.515 สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 4.333 ด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ย 4.425 แปลผลอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกลุ่มใช้บริการมีคะแนนเฉลี่ย 4.473 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งอยู่ที่ 4.377 และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) มีค่าเฉลี่ย 4.108 ซึ่งแปลผลอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มที่ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยเฉลี่ย 4.239 สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ใช้บริการซึ่งค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.977

2. ผลการศึกษาเชิงอนุมาน เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี

ผลการศึกษาเชิงอนุมาน เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี โดยการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก (Logistic Regression) ซึ่งก่อนการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้วิธี Pearson's Correlation โดยกำหนดค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ยอมรับได้ไม่เกิน 0.8 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในระดับสูง เพื่อขจัดปัญหา Multicollinearity กล่าวคือ ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันสูง เรียบร้อยแล้ว โดยผลจากการวิเคราะห์การถดถอยแบบโลจิสติก มีรายละเอียดปรากฏตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้รถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี

Variables in the Equation	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1^a						
Gen(1)	-0.681	0.306	4.973	1	0.026**	0.506
Age	Ref.	-	-	-	-	-
Age(1)	1.997	1.126	3.144	1	0.076*	7.369
Age(2)	1.394	0.804	3.004	1	0.083*	4.032
Age(3)	0.324	0.818	0.156	1	0.692	1.382
Car	Ref.	-	-	-	-	-
Car(1)	-2.27	1.059	4.596	1	0.032**	0.103
Car(2)	-1.184	0.904	1.717	1	0.19	0.306
Car(3)	-0.698	0.875	0.636	1	0.425	0.498
Car(4)	-2.806	1.427	3.865	1	0.049**	0.06
Inc	Ref.	-	-	-	-	-
Inc(1)	-1.129	0.984	1.317	1	0.251	0.323
Inc(2)	-0.733	0.571	1.648	1	0.199	0.481
Inc(3)	-1.002	0.56	3.2	1	0.074*	0.367
Inc(4)	-1.154	0.556	4.302	1	0.038**	0.315
Inc(5)	-0.219	0.6	0.133	1	0.715	0.803
Tra2	Ref.	-	-	-	-	-
Tra2(1)	-0.829	0.612	1.837	1	0.175	0.436
Tra2(2)	-0.057	0.436	0.017	1	0.897	0.945
Tra2(3)	-2.305	0.841	7.51	1	0.006***	0.1

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้รถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี (ต่อ)

Variables in the Equation	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Tra2(4)	-0.612	0.695	0.775	1	0.379	0.542
Pro1	1.125	0.369	9.317	1	0.002***	3.081
Pro2	0.92	0.347	7.005	1	0.008***	2.508
Pro3	-1.03	0.306	11.316	1	0.001***	0.357
Pro4	0.399	0.265	2.261	1	0.133	1.491
Pri2	-0.752	0.268	7.864	1	0.005***	0.472
Pla1	-0.519	0.291	3.185	1	0.074*	0.595
Pla2	0.481	0.332	2.107	1	0.147	1.618
Pla3	-0.263	0.307	0.734	1	0.392	0.769
Prom1	-1.151	0.274	17.617	1	0.000***	0.316
Prom3	1.441	0.213	45.748	1	0.000***	4.225
Peo1	0.514	0.333	2.381	1	0.123	1.672
Peo3	0.21	0.337	0.387	1	0.534	1.233
Proc1	0.053	0.397	0.018	1	0.893	1.055
Proc2	0.345	0.327	1.112	1	0.292	1.412
Proc3	-0.596	0.36	2.738	1	0.098*	0.551
Phy4	0.333	0.16	4.312	1	0.038**	1.395
Constant	-4.039	1.672	5.837	1	0.016**	0.018
Method: Logit Model						
Nagelkerke R Square			0.599			
Log likelihood			316.062			
Hosmer and Lemeshow Test			p-value = 0.178			
Classification Accuracy			82.3			

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า แบบจำลอง Logit Model มีค่าสถิติ Nagelkerke R Square เท่ากับ 0.599 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ถึงร้อยละ 59.9 และพบว่า ค่าสถิติ Hosmer and Lemeshow Test มี p-value = 0.178 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.05 (ระดับนัยสำคัญที่ใช้ในการทดสอบ) รวมถึงผลการทดสอบความแม่นยำในการพยากรณ์ของแบบจำลอง (Classification Accuracy) พบว่ามีความแม่นยำโดยรวมร้อยละ 82.3 ดังนั้นจึง สรุปได้ว่า แบบจำลอง Binary Logistic Regression มีความเหมาะสม

โดยผลการศึกษา สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศชาย ผู้ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้มีอายุ 20 – 40 ปี และผู้มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน ขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ได้แก่ ผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน ด้านอาชีพ เมื่อกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษา และประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีโอกาสตัดสินใจที่จะไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูมากกว่าใช้บริการต่อไปในอนาคต อยู่ 0.103 เท่า และ 0.06 เท่า ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเรียน/นักศึกษามีรายได้ที่ยังไม่สูงเมื่อเทียบกับอัตราค่าโดยสาร และกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวอาจไม่จำเป็นต้องเดินทางทุกวัน หรือสามารถเลือกการเดินทางได้หลายรูปแบบ ด้านรายได้ เมื่อกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนเป็นกลุ่มอ้างอิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีโอกาสที่จะไม่เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท อยู่ 0.367 เท่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้มีรายได้สูงมีความเต็มใจจ่ายในอัตราค่าโดยสารมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า

2. ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ผู้ใช้มอเตอร์ไซค์รับจ้างในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูจนถึงจุดหมายปลายทาง เมื่อกำหนดให้การใช้บริการอื่น ๆ ในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูจนถึงจุดหมายปลายทาง เป็นกลุ่มอ้างอิง พบว่า กลุ่มที่เลือกใช้มอเตอร์ไซค์รับจ้างเป็นทางเลือกในการเดินทางต่อ มีโอกาสที่จะไม่เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าเลือกใช้บริการต่อไปในอนาคตมากกว่า อยู่ 0.1 เท่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจะต้องมีการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางต่อจากสถานีรถไฟฟ้า ซึ่งการเดินทางด้วยรูปแบบอื่นอาจทำให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกและรวดเร็วกว่า

3. ด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย – มีนบุรี ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความเร็วในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง ระบบรถไฟฟ้าไม่มีปัญหาขัดข้อง ราคาเหมาะสมกับระยะทาง ราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless มีความเหมาะสม และร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่นมีความเหมาะสม ขณะที่ตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ การมีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสม และตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ณ ระดับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ได้แก่ จำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารเพียงพอสำหรับผู้โดยสาร และการมีระบบช่วยเหลือคนพิการอย่างเหมาะสม ด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องความรวดเร็วในการเดินทาง และความสะดวกสบายในการเดินทาง ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจเลือกใช้บริการต่อไปในอนาคตมากขึ้น 3.081 เท่า และ 2.508 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงความเร็วในการเดินทางและความสะดวกสบายจากการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู สำหรับปัจจัยด้านระบบรถไฟฟ้ามีปัญหาขัดข้องจะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจใช้บริการต่อไปในอนาคตลดลง 0.357 เท่า อาจเป็นเพราะทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความล่าช้าในการเดินทางและอาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมอื่นของกลุ่มตัวอย่างอีกด้วย ด้านราคาในเรื่องของเหมาะสมของราคากับระยะทาง ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าใช้บริการต่อไปในอนาคตอยู่ 0.472 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าอัตราค่าโดยสารราคาสูงเกินไปเมื่อเทียบกับระยะทาง และเลือกที่จะเดินทางโดยใช้ทางเลือกอื่น ๆ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของจำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารเพียงพอสำหรับผู้โดยสาร ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าใช้บริการต่อไปในอนาคตอยู่ 0.595 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างต้องรอคอยคิวที่นาน หากจำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารไม่สอดคล้องกับปริมาณความต้องการ ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องของร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่น ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าใช้บริการต่อไปในอนาคตอยู่ 0.316 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างอาจไม่ได้คำนึงถึงโปรโมชั่นของร้านค้าที่ร่วมรายการกับบริษัทแต่คำนึงถึงคุณภาพของรถไฟฟ้าสายสีชมพูเป็นหลัก สำหรับปัจจัยราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากขึ้น 4.225 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างได้คำนึงถึงความคุ้มค่าของส่วนลดค่าโดยสารที่ได้รับจากการใช้บัตร EMV Contactless ในการชำระค่าโดยสาร สำหรับปัจจัยด้านกระบวนการในเรื่องของระบบช่วยเหลือคนพิการอย่างเหมาะสม ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจไม่ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากกว่าใช้บริการต่อไปในอนาคตอยู่ 0.551 เท่า อาจเป็นเพราะการที่สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอจะทำให้จำนวนผู้ใช้บริการที่เป็นผู้พิการและผู้ติดตามอาจลดลงและหันไปใช้บริการขนส่งรูปแบบอื่นแทน และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในเรื่องของการมีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสม ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูต่อไปในอนาคตมากขึ้น 1.395 เท่า อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างคำนึงถึงการได้ใช้บริการอื่น ๆ ที่หลากหลาย

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ในขณะที่อายุ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปองพล นิกรกิตติโกศล (2557) ที่พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีความแตกต่างกันในด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย มีระดับความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่ต่างกัน และสอดคล้องกับ ยุวดี วรสิทธิ์ และเอก ชุมหัชชราชัย (2559) ที่พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ในกรุงเทพมหานครต่างกัน รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา เจริญศรี (2560) ที่ผลการศึกษพบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรณา สีนเจริญ (2550) ที่ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคลไม่แตกต่างกัน รวมถึงงานวิจัยของโสภิตา รัตนสมโชค (2558) ผลการศึกษพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส

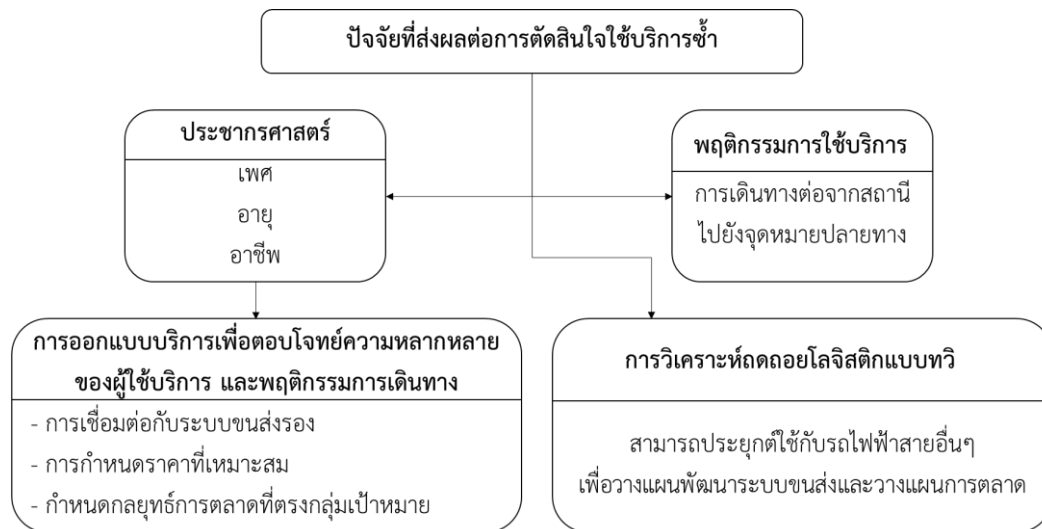
2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี คือ ทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูจนถึงจุดหมายปลายทาง มีความสัมพันธ์ในเชิงลบต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการสำหรับปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้า ผลการศึกษไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา เจริญศรี (2560) ที่พบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส

3) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความเร็วในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง และระบบรถไฟฟ้าไม่มีปัญหาขัดข้อง ด้านราคา ในเรื่องของความเหมาะสมของราคากับระยะทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของจำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสารที่เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless มีความเหมาะสม และร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่นมีความเหมาะสม ด้านกระบวนการ ในเรื่องของบริการมีระบบช่วยเหลือคนพิการอย่างเหมาะสม และด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องของร้านค้านี้ที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสม อีกทั้ง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ปัจจัยด้านบุคคล มีคะแนนค่าเฉลี่ยของระดับความเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยกล่าวได้ว่าปัจจัยด้านบุคคลเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วริศรา เจริญศรี (2560) ซึ่งผลการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ โสภิตา รัตนสมโชค (2558) ผลการศึกษพบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการบริหารจัดการกระบวนการทำงานของรถไฟฟ้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรณา สีนเจริญ (2550) ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ รถไฟฟ้ามหานครและสถานีให้บริการ อัตราค่าโดยสาร สถานที่จัดจำหน่าย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล รวมทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rasca, S., & Saeed, N. (2022) ซึ่งพบว่า ราคาค่าโดยสารมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ระบบขนส่งสาธารณะในการเดินทางประจำวันอย่างมีนัยสำคัญ

องค์ความรู้ใหม่

ผลการศึกษ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้โดยสารรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี แตกต่างจากงานวิจัยก่อนหน้านี้ โดยเฉพาะด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ และอาชีพ ซึ่งในอดีตผลการศึกษพบว่าไม่มีผลต่อการใช้บริการซ้ำ ขณะที่ผลการศึกษครั้งนี้พบว่ามีความสำคัญ นอกจากนี้ พฤติกรรมการเดินทางต่อเนื่องจากรถไฟฟ้าสู่จุดหมายปลายทางยังส่งผลต่อการใช้บริการซ้ำซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาในอดีตที่พบว่าพฤติกรรม

ไม่มีอิทธิพลต่อการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส โดยองค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยนี้ คือการให้ความสำคัญกับการออกแบบบริการที่ตอบ
โจทย์ความหลากหลายของประชากรและพฤติกรรมการเดินทาง รวมถึงการเชื่อมต่อกับระบบขนส่งรอง การกำหนดราคา
ที่เหมาะสม และกลยุทธ์การตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบทวิจึงเป็นเครื่องมือที่สามารถ
นำไปประยุกต์ใช้กับรถไฟฟ้าสายอื่น เพื่อวางแผนพัฒนาระบบขนส่งและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต



ภาพที่ 2 ปัจจัยและแนวทางใหม่ในการส่งเสริมการใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ และด้านปัจจัย
ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตัวแปรด้านเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพูอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ด้านพฤติกรรมการใช้บริการ
พบว่าตัวแปรทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูไปยังจุดหมายปลายทางอย่างมีผลต่อการตัดสินใจ
ใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) คือ ด้านผลิตภัณฑ์
ในเรื่องของความรวดเร็วในการเดินทาง ความสะดวกสบายในการเดินทาง และระบบรถไฟฟ้าไม่มีปัญหาขัดข้อง ด้านราคา
ในเรื่องของความเหมาะสมของราคากันระยะทาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในเรื่องของจำนวนห้องจำหน่ายตั๋วโดยสาร
ที่เพียงพอแก่ผู้ใช้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องของราคาโปรโมชั่นของการใช้บัตร EMV Contactless
มีความเหมาะสม และร้านค้าที่ร่วมโปรโมชั่นมีความเหมาะสม ด้านกระบวนการ ในเรื่องของกรมระบบช่วยเหลือคนพิการ
อย่างเหมาะสม และด้านลักษณะทางกายภาพ ในเรื่องของกรมีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการ
อย่างเหมาะสม มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากการศึกษาในปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ เป็นปัจจัยที่ส่งผล
ต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มผู้มี
รายได้ต่ำและกลุ่มนักเรียน/นักศึกษา มีแนวโน้มไม่ใช้บริการซ้ำ ดังนั้นควรมีการกำหนดอัตราค่าโดยสารแบบ “Concession
Rate” สำหรับกลุ่มเป้าหมายเหล่านี้ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงระบบขนส่ง เพื่อเป็นการรักษาให้มีผู้ใช้บริการซ้ำมากขึ้นและเป็น
การจูงใจให้ผู้ที่ไม่ต้องการใช้บริการซ้ำกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

1.2 จากการศึกษาในปัจจัยด้านพฤติกรรมของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี พบว่าทางเลือกในการเดินทางต่อจากรถไฟฟ้าสายสีชมพูจนไปยังจุดหมายปลายทาง เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ควรพิจารณาให้มีการจัดรถบริการจากสถานีรถไฟฟ้าไปยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ และดึงดูดให้มีผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น

1.3 จากการศึกษาในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงแคราย - มีนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ควรเน้นความรวดเร็ว ความสะดวกสบาย และระบบที่มีเสถียรภาพเพื่อสร้างความมั่นใจและเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ 2) ด้านราคา ควรตั้งอัตราค่าโดยสารให้เหมาะสมกับระยะทางเพื่อให้คุ้มค่าเมื่อเทียบกับขนส่งสาธารณะอื่น 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มจุดจำหน่ายตั๋วและพัฒนาระบบขายตั๋วที่หลากหลายเพื่อรองรับผู้โดยสารในชั่วโมงเร่งด่วน 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรให้ความสำคัญกับร้านค้าต่าง ๆ ที่ร่วมโปรโมชัน รวมถึงมอบสิทธิพิเศษให้กับผู้ใช้บัตรโดยสาร 5) ด้านกระบวนการ ควรรักษากระบวนการที่มีประสิทธิภาพและเป็นระเบียบเพื่อให้การดำเนินงานของระบบขนส่งมีความราบรื่น 6) ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรมีร้านค้าและบริการต่าง ๆ ภายในสถานีที่เปิดให้บริการอย่างเหมาะสมเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้โดยสาร

2. ข้อเสนอแนะด้านการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้ศึกษาได้เสนอแนวทางในการวิจัยสำหรับผู้สนใจในการต่อยอดองค์ความรู้ ได้แก่ การศึกษาเพิ่มเติมสำหรับโครงการรถไฟฟ้าสายสีชมพูส่วนต่อขยาย ช่วงสถานีศรีรัช-เมืองทองธานี ซึ่งคาดว่าจะเปิดให้บริการในเดือนกรกฎาคม 2568 โดยได้ประมาณการว่าจะทำให้มีผู้โดยสารเพิ่มขึ้น 13,785 คนต่อวัน ดังนั้น ควรเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการในเส้นทางนี้เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบบริการและกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้โดยสาร นอกจากนี้ ควรพิจารณาใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจทั้งในเชิงสถิติและเชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทศนคติ และประสบการณ์ของผู้ใช้บริการได้อย่างรอบด้าน หรือมีการติดตามข้อมูลเชิงพฤติกรรมของผู้โดยสารในลักษณะ Longitudinal Study เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการเดินทางและการใช้บริการในช่วงเวลาต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้สามารถประเมินผลกระทบจากนโยบายหรือมาตรการใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรติดตามศึกษารูปแบบบริการและนโยบายราคาค่าโดยสารอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการดำเนินงานอยู่ภายใต้การกำกับของการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย และมติคณะรัฐมนตรี ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามนโยบาย เช่น มาตรการค่าบริการ 20 บาทตลอดสายหรือการให้บริการฟรีช่วงเทศกาล ซึ่งล้วนแต่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการให้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และทำการเปรียบเทียบกับรถไฟฟ้าสายอื่น ๆ เช่น สายสีเขียว สายสีน้ำเงิน หรือสายสีแดง เพื่อวิเคราะห์ความเหมือนหรือแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะช่วยให้สามารถประเมินศักยภาพของรถไฟฟ้าสายสีชมพูช่วงแคราย - มีนบุรี ในภาพรวม และสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาที่สามารถแข่งขันหรือบูรณาการร่วมกับระบบขนส่งสาธารณะสายอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย. (2566ก). *รายงานประจำปี 2566*. สืบค้นจาก

<https://www.mrta.co.th/th/annual-report/18186>.

_____. (2566ข). *รายงานฉบับสมบูรณ์ผลการสำรวจ ครั้งที่ 1 (Final Report) ประจำปี 2566*. สืบค้นจาก

<https://www.mrta.co.th/th/satisfaction-survey-reports/14804>.

ภิรดา สินเจริญ. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้ามหานคร สายเฉลิมรัชมงคล*. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).

- ปองพล นิกรกิตติโกศล. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอสของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ยุวดี วรสิทธิ์ และ เอก ชุณหะวัณชัย. (2559). ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ และพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตเรลลิงก์ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 13(1), 24-42.
- วรศรา เจริญศรี. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้รถไฟฟ้าบีทีเอส. (เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. (15th global ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Payne, A. (1993). *The essence of service marketing*. London: Prentice Hall.
- Rasca, S., & Saeed, N. (2022). Exploring the factors influencing the use of public transport by commuters living in networks of small cities and towns. *Travel Behaviour and Society*, 28, 249–263.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis*. (2nd ed.). New York: Harper & Row.