

## บทความการวิจัย

# ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึง สถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร FACTORS AFFECTING THE DECISION-MAKING TO USE THE HIGH-SPEED TRAIN SERVICE, FROM BANG SUE CENTRAL STATION TO NONG KHAI STATION OF PEOPLE IN BANGKOK

ศิวาลักษณ์ จานทอง  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-Square) เพื่อทดสอบสมมติฐานผลการวิจัยพบว่า

ผู้สนใจใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท พฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง สถานีบางซื่อ-สถานีหนองคาย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้สนใจใช้บริการ มีวัตถุประสงค์ที่จะเดินทางโดยรถไฟความเร็วสูงเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน เลือกใช้บริการรถไฟความเร็วสูงในวันหยุดเสาร์-วันอาทิตย์ความถี่ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง อยู่ที่ 3-5 ครั้ง ต่อปีช่วงราคาค่าโดยสารที่เหมาะสมและยินดีจ่าย อยู่ที่ต่ำกว่า 1,000 บาทโดยเลือกใช้บริการสถานีกลางบางซื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการเดินทาง

การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับด้านช่วงราคาค่าโดยสารที่คิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย โดยผู้สนใจใช้บริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นช่วงราคา 1,000 บาท ในส่วนของปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง (ต่อปี) โดยพบว่า ผู้สนใจใช้บริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทั้งเพศหญิง ในช่วงอายุ 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่คาดการณ์ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง (ต่อปี) 3-5 ครั้ง

## ABSTRACT

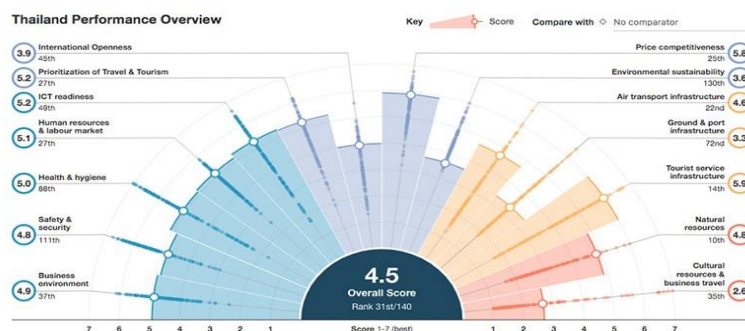
This research study purposed to study the factors affecting the decision-making to use the high-speed train service from Bang Sue Central Station to Nong Khai Station of people in Bangkok. 400 samples of train user who used train as transportation, using a survey questionnaire as the data collection tool and statistical analysis tools using, frequency, percentage, Mean, standard deviation and used Chi-Square to test the hypothesis. The results of the research were as follows:

Most of those respondents were female, average age is between 41-50 years, has a bachelor's degree or its equivalent, worked as employee of private companies, average monthly income between 20,001-30,000 baht, deciding behavior to use high-speed train service from Bang Sue Station to Nong Khai Station, from the results of this studying found those interested in using the service purposed to travel by high-speed trains on holidays Saturday - Sunday, the frequency of using the high-speed train would be 3-5 times a year, with the reasonable fare rate range and willing to pay less than 1,000 baht and decided to use the Bang Sue central station as the starting point of the journey.

From the hypothesis testing found that Personal factors including age, occupation and monthly income, in relation to the appropriated fare range and willing to pay, the majority respondents interested in using the service occupation worked private company employees, income 20,001-30,000 baht, welcome to pay at reasonable fare range and willing to pay barely than 1,000 baht, for personal factors like gender, age, education level, occupation, there was no relationship with the frequency of use of high-speed train (per year). It was detected that the majority of the inquisitive respondents were female in the age of 26-30 years old, bachelor's degree or equivalent, occupation as a privatecompany employee, and predicted that they would use the high-speed train service (per year) three to five times.

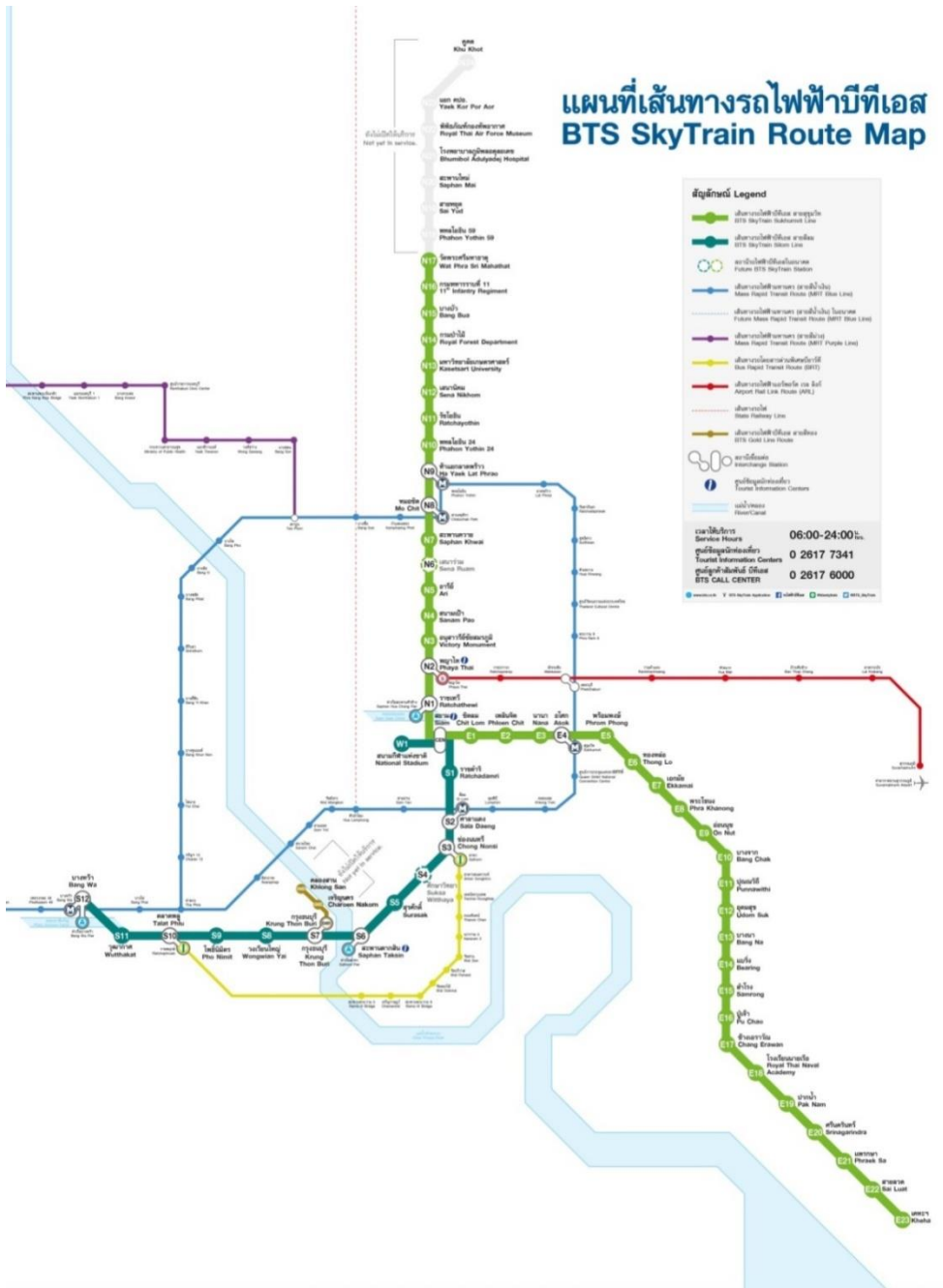
## ภูมิหลัง

ปัจจุบันเทคโนโลยีถูกพัฒนาและนำมาใช้อย่างก้าวกระโดด เพื่อรองรับการขยายตัวของประชากรในประเทศเติบโตมากขึ้น และรองรับธุรกิจการค้า การลงทุน และเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากรายงานจาก World Economic Forum ปี 2019 โดยวัดผลจากศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจท่องเที่ยวของแต่ละประเทศจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานะที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ นโยบายด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมและบริการ ไปจนถึงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 31 จาก 140 ประเทศ โดยในผลการจัดอันดับพบว่า มีหัวข้อที่มีผลต่อศักยภาพธุรกิจท่องเที่ยวยังมีการพัฒนาช้ากว่าที่ควร เช่น โครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมทางบกและทางน้ำ ซึ่งประสิทธิภาพแทบจะไม่เปลี่ยนแปลงไปจาก 2 ปีก่อน โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศแถบเอเชียแปซิฟิก ซึ่งจะทำให้เกิดคอขวดของการเดินทางเชื่อมต่อทางอากาศสู่ทางบกในอนาคต เป็นผลเสียต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น (ที่มา : FORMER ONLINE BUSINESS WRITER 2019, ออนไลน์)



ภาพที่ 1.1 : คะแนนของประเทศไทยในด้านต่างๆ จากการจัดอันดับประเทศที่มีศักยภาพแข่งขันด้านธุรกิจท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก ปี 2019  
(ที่มา : FORMER ONLINE BUSINESS WRITER 2019, ออนไลน์)

การที่เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว เติบโตอย่างรวดเร็ว การคมนาคมขนส่งก็ต้องได้รับการพัฒนาให้รองรับในสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ไปพร้อมกัน ประเทศไทยเริ่มการใช้บริการรถไฟฟ้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตั้งแต่วันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2542 เป็นเวลา 20 ปี (ที่มา : <https://www.bts.co.th/info/info-history.html>, ออนไลน์ )



ภาพที่ 1.2 แผนที่เส้นทางรถไฟฟ้า BTS

สาย	รูปแบบ	ผู้ให้บริการ	สถานีปลายทาง	จำนวนสถานี	ระยะทาง (กิโลเมตร)	จำนวนผู้โดยสาร ต่อวัน (คน)	ปีที่เปิดให้บริการ (พ.ศ.)	
							ส่วนแรก	ส่วนต่อขยาย ล่าสุด
รถไฟฟ้ามหานคร (2 สาย)				52	58.32	900,000		
สายสุขุมวิท	ขนส่งมวลชนเร็ว	บมจ. ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS)	วัดพระศรีมหาธาตุ - เกษฯ	40	43.65	รวมกัน 900,000	2542	2563
สายสีลม			สนามกีฬาแห่งชาติ - บางหว้า	13	14.67			2556
รถไฟฟ้ามหานคร (2 สาย)				53	70.6	470,000		
สายเฉลิมรัชมงคล	ขนส่งมวลชนเร็ว	บมจ. ทางด่วนและรถไฟฟ้ากรุงเทพ (BEM)	ท่าพระ - ศูนย์วัฒนธรรมฯ - หลักสอง	38	47	400,000	2547	2562
สายฉลองรัชธรรม			คลองบางไผ่ - เคาปูน	16	23.6	70,000	2559	-
รถไฟฟ้ามหานครสายตะวันออก-ตะวันตก (1 สาย)				8	28.6	90,000		
สายเชื่อมท่าอากาศยาน	ชานเมือง (เชื่อมท่าอากาศยาน)	บจ. รถไฟความเร็วสูงสายตะวันออกเชื่อมสามสนามบิน (EHA)	สุวรรณภูมิ - พญาไท	8	28.6	90,000	2553	-
รวมทั้งหมด				113	157.52	1,460,000		

ภาพที่ 1.3 : สายรถไฟฟ้าที่ให้บริการในปัจจุบัน

(ที่มา : <https://www.bts.co.th/info/info-history.html>, ออนไลน์ )

สาย	รูปแบบ	ผู้ให้บริการ	จำนวนสถานี	ระยะทาง (กิโลเมตร)	สถานีปลายทาง	การดำเนินงาน (พ.ศ.)	
						ก่อสร้าง	เปิดบริการกำหนด เสร็จ
สายสุขุมวิท (ส่วนต่อขยาย)	ขนส่งมวลชนเร็ว	กทม. บีทีเอส	7	9.93	วัดพระศรีมหาธาตุ - คุก	2558	ไตรมาสที่ 4 ปี 2563
สายสีทอง	ขนส่งผู้โดยสาร อัตโนมัติ	กทม. บีทีเอส	3	1.8	กรุงธนบุรี - คลองสาน	2561	29 ตุลาคม 2563 [19]
สายสีชมพู	รางเดี่ยว	รฟม. เอ็นบีอีเอ็ม	32	34.5	ศูนย์ราชการนนทบุรี - มีนบุรี	2561	พ.ศ. 2564 - 2565
สายสีเหลือง	รางเดี่ยว	รฟม. เอ็นบีอีเอ็ม	25	32	ลาดพร้าว - สำโรง		
สายสีแดงเข้ม	ชานเมือง	รฟ.ท.	20	42.8	ธรรมศาสตร์รังสิต - หัวลำโพง	2556-2563	
สายสีแดงอ่อน	ชานเมือง	รฟ.ท.	21	53.7	ศาลายา - หัวหมาก ศิริราช - คลังจั่น	2552-2563	พ.ศ. 2564 - 2567
สายสีส้ม	ขนส่งมวลชนเร็ว	รฟม.	29	34.1	บางขุนนนท์ - ศูนย์วัฒนธรรมแห่งประเทศไทย - แครมเกล้า	2560	
สายฉลองรัชธรรม (ส่วนต่อขยาย)	ขนส่งมวลชนเร็ว	รฟม. เอ็นบีอีเอ็ม	17	23.6	เคาปูน - คุรุอิน	2563	พ.ศ. 2570
สายเชื่อมท่าอากาศยาน (ส่วนต่อขยาย)	เชื่อมท่าอากาศยาน ความเร็วสูง	รฟ.ท. อีเอชเอ	7	215.3	ท่าอากาศยานดอนเมือง - พญาไท ลาดกระบัง - ท่าอากาศยานอู่ตะเภา		2567 - 2570 [10]

ภาพที่ 1.4 : สายที่อยู่ระหว่างการดำเนินการ

(ที่มา : <https://www.bts.co.th/info/info-history.html>, ออนไลน์ )

โครงการรถไฟความเร็วสูงในประเทศไทยได้เริ่มศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 มีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจ และเชื่อมโยงตลาดการค้า ระหว่างกลุ่มประเทศแถบกลุ่มแม่น้ำโขง เนื่องจากประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางของอินโดจีน มีเป้าหมายในการก่อสร้าง 4 สาย ได้แก่ สายเหนือ, สายตะวันออก, สายตะวันออกเฉียงเหนือ และสายใต้ โดยความร่วมมือของ ประเทศไทยและประเทศจีน ในการสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาโครงการรถไฟระหว่างไทย-จีน 5 ด้าน คือ

- เส้นทางกรุงเทพฯ-หนองคาย
- เส้นทางกรุงเทพฯ-ระยอง
- เส้นทางกรุงเทพฯ-ปาดังเบซาร์
- เส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงใหม่
- เส้นทางกรุงเทพฯ-อุบลราชธานี

โดยเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2560 ได้มีการอนุมัติให้การทางรถไฟแห่งประเทศไทย ดำเนินการพัฒนารถไฟฟ้าความเร็วสูงเพื่อเชื่อมโยงภูมิภาค กรุงเทพมหานคร-หนองคาย โดยเริ่มระยะที่ ช่วงกรุงเทพมหานคร – นครราชสีมา โดยใช้งบประมาณ 179,412.21 ล้านบาท ( ที่มา : <https://www.easternhsr.com/utility/hsrthai>, ออนไลน์)

โดยการคาดการณ์ปริมาณผู้โดยสารที่ใช้ระบบรถไฟของโครงการสาขากรุงเทพฯ - หนองคาย ระยะที่ กรุงเทพฯ-นครราชสีมาให้บริการปี พ.ศ. 2563 และระยะที่ 2 นครราชสีมา - หนองคาย

เวลาเดินรถ ให้บริการเวลา 06.00 - 22.00 น. ขบวนรถจะออกทุกๆ 90 นาที ระยะเวลาเดินทาง กรุงเทพมหานคร – นครราชสีมา ประมาณ 1.30 ชั่วโมง ให้บริการ 6 ขบวน จำนวน 9 สถานี โดยสาร 80+1.8 บาท/กม.

สถานีต้นทาง ปลายทาง	ค่าโดยสาร
กรุงเทพมหานคร - นครราชสีมา	535 บาท
กรุงเทพมหานคร - ปากช่อง	393 บาท
กรุงเทพมหานคร - สระบุรี	278 บาท
กรุงเทพมหานคร - อัญญา	195 บาท
กรุงเทพมหานคร - ดอนเมือง	105 บาท

ตาราง ที่ 1.1 แสดงราคาค่าโดยสาร

สถานี*	พ.ศ. 2563		พ.ศ. 2568		พ.ศ. 2573		พ.ศ. 2583		พ.ศ. 2593	
	Boarding	Alighting	Boarding	Alighting	Boarding	Alighting	Boarding	Alighting	Boarding	Alighting
บางซื่อ	4,300	4,280	5,500	5,470	6,960	6,940	10,220	10,180	13,380	13,320
ดอนเมือง	1,410	1,400	1,800	1,800	2,260	2,260	3,360	3,350	4,400	4,400
อูธยา	1,490	1,500	1,900	1,910	2,410	2,420	3,770	3,780	5,090	5,100
สระบุรี	1,010	1,030	1,280	1,300	1,630	1,650	2,470	2,510	3,280	3,330
ปากช่อง	560	560	730	730	920	920	1,300	1,300	1,670	1,670
นครราชสีมา	3,070	3,070	3,930	3,930	4,970	4,960	7,070	7,070	9,130	9,130
รวม	11,840	11,840	15,140	15,140	19,150	19,150	28,190	28,190	36,950	36,950
ระยะทางเฉลี่ย (กม.)	168		166		165		164		163	

ภาพที่ 1.5 : การคาดการณ์ผู้โดยสารรายสถานี (คนต่อวัน)

ที่มา : การวิเคราะห์ของที่ปรึกษาหมายเหตุ: \* ระยะที่ เปิดให้บริการเฉพาะช่วงกรุงเทพ-นครราชสีมา

จะเห็นว่าโครงการรถไฟความเร็วสูงมีวัตถุประสงค์ ยกกระดับคุณภาพชีวิตในการเดินทางของประชาชน ลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเชื่อมโยงชุมชนภูมิภาค ให้ดีขึ้น

ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง และศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เพื่อทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถไฟความเร็วสูงและผลของการศึกษาเพื่อจะนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นและแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และทางการตลาดในการพัฒนาโครงการในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร รวมทั้งหมด 400 ตัวอย่าง
2. ระยะเวลาที่ใช้ศึกษาโดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนทั่วไป กรุงเทพมหานคร ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2563 ถึงเดือน ธันวาคม 2563

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยสร้างให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากกรอบแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และผลงานวิจัยที่ผ่านมา โดยรูปแบบของแบบสอบถามสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของบุคคลที่ตอบแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบเลือกเพียงข้อเดียว ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเข้าใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง เป็นต้น โดยให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียวและหลายข้อ

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง เช่น ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย)

นอกจากผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามโดยทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

- การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามถึงความตรงของเนื้อหา (Content validity) ว่าแบบสอบถามสามารถวัดได้ครอบคลุมขอบเขต และครบตามวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ศึกษาได้ครบถ้วนหรือไม่ โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือที่ปรึกษางานวิจัยตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของงานวิจัย จากนั้นวัดโดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) และเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามก่อนจะนำไปใช้ต่อไป

- การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้นำแบบสอบถามที่ได้จัดทำเรียบร้อยแล้วไปทำการทดสอบเบื้องต้น (Pre-test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะตรงตามกลุ่มตัวอย่างจริงที่กำหนดไว้เพื่อทดสอบความเข้าใจในแบบสอบถาม รวมทั้งเพื่อนำมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient-  $\alpha$ )



### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้มี 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยมีการรวบรวมดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้บริการต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง ซึ่งได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนทั่วไป จำนวน 400 ชุด ข้อมูลที่เก็บรวบรวมเป็นข้อมูลช่วงเวลาเดียว (Cross Sectional Approach) คือระหว่างเดือน ตุลาคม2563 ถึง ธันวาคม2563

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น ข้อมูลหรือบทความทางเศรษฐกิจจากหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตตำราเรียน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency Data) และค่าสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบ ไคสแควร์ (Chi Square) ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบไคสแควร์ (Chi Square)

#### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภค

ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean)

#### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบไคสแควร์ (Chi Square)

## สรุปผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 39.75 ตามลำดับ มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.25 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 46.25 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.25

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูงจากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะเดินทางโดยรถไฟฟ้าความเร็วสูงเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาเพื่อกลับภูมิลำเนา / เยี่ยมญาติ คิดเป็นร้อยละ 35.75 เพื่อทำงาน / ติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 8.75 และอื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 1.50

วันที่จะเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูงของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในวันหยุดเสาร์-วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาเป็นวันหยุดนักขัตฤกษ์ประจำปีคิดเป็นร้อยละ 35.00 และในวันทำการปกติ จันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 17.75

ช่วงเวลาที่จะเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูงของผู้ใช้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่นิยมจะเลือกเดินทางช่วงเวลา 11:01 น. - 17:00 น. คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาเป็นช่วงเวลาระหว่าง 7:01 น. - 11:00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.50 ช่วงเวลาระหว่าง 17:01 น. - 23:00 น. คิดเป็นร้อยละ 18.25 ช่วงเวลาระหว่าง 5:00 น. - 7:00 น. คิดเป็นร้อยละ 7.00 และช่วงเวลา 23:01 น. เป็นต้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.75

ความถี่ที่คาดว่าจะใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูง (ต่อปี) พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้าความเร็วสูงปีละ 3-5 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาใช้บริการ 6-9 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.50 ใช้บริการมากกว่า 10 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 19.50 และใช้บริการ 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 17.50

ช่วงราคาค่าโดยสารที่คิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่าช่วงราคาค่าโดยสารเหมาะสมและยินดีจ่ายคือ ต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาเป็นราคา 1,001 บาท - 1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.75 ราคาที่ 1,501 บาท - 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.00 และมากกว่า 2,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.50

สถานีรถไฟความเร็วสูงที่จะเลือกใช้เป็นจุดเริ่มต้นในการเดินทาง พบว่าเลือกใช้บริการรถไฟความเร็วสูงจากสถานีกลางบางซื่อ คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือสถานีดอนเมือง คิดเป็นร้อยละ 43.50

### อภิปรายผล

การวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครของผู้ใช้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญในการตัดสินใจของกลุ่มผู้ใช้บริการสถานีรถไฟความเร็วสูงในลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  $X=4.76$  รองลงมาคือด้านราคา  $X=4.65$  ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  $X=4.65$  และปัจจัยด้านกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด  $X=4.02$  มีความสำคัญในลำดับสุดท้ายเมื่อพิจารณารายละเอียดของแต่ละปัจจัยด้านย่อยพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีรถไฟความเร็วสูง เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ทำให้การเดินทางมีความสะดวกมากขึ้น เป็นอันดับ 1 อันดับ 2 ทำให้การเดินทางไปได้รวดเร็วขึ้น และพิจารณาว่ามีระบบรถไฟความเร็วสูงมีความปลอดภัยเป็นอันดับสุดท้าย

ด้านราคา พบว่า ผู้ใช้พิจารณาราคาเหมาะสมกับความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือราคาเหมาะสมกับระยะทาง อันดับ 3 คือ การแจ้งราคามีความชัดเจนและเข้าใจได้ง่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะพิจารณาที่ตั้งสถานีครอบคลุมสถานที่สำคัญต่างๆ เพียงพอ เป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือมีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ เช่น รถไฟราง ขนส่งรถประจำทาง และเส้นทางในการเดินทางมาสถานีมีความสะดวกเป็นอันดับสุดท้าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการพิจารณาเรื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการเป็นอันดับ 1 อันดับ 2 คือการมีส่วนลดในวันที่เปิดให้บริการ อันดับ 3 ราคาโปรโมชั่นของบัตรโดยสารมีความเหมาะสม และพิจารณาสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรสมาชิกมีความเหมาะสมเป็นอันดับสุดท้าย

การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติ Chi-Square ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวแปรต้นและพฤติกรรมการใช้บริการตัดสินใจใช้บริการรถไฟความเร็วสูง จากสถานีกลางบางซื่อถึงสถานีหนองคาย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟความเร็วสูงด้านความถี่ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง (ต่อปี) พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง (ต่อปี) โดยพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ทั้งเพศหญิง ในช่วงอายุ 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่คาดการณ์ที่จะใช้บริการรถไฟความเร็วสูง (ต่อปี) 3-6 ครั้งคิดเป็นร้อยละมากที่สุด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ อับสร เลหาจาร์ภูทร์ (2557). ได้ศึกษาความพึงพอใจการใช้บริการรถไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอายุระหว่าง 26-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการรถไฟฟ้า BTS โดยมีระยะเวลาที่เคยใช้บริการอยู่ระหว่าง 4-6 ปี

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้บริการรถไฟความเร็วสูงในด้านช่วงราคา ค่าโดยสารที่คิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับด้านช่วงราคา ค่าโดยสารที่คิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่าย โดยพบว่าส่วนใหญ่ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นช่วงราคา ค่าโดยสารที่คิดว่าเหมาะสมและยินดีจ่ายอยู่ที่ ต่ำกว่า 1,000 บาท

จากความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจสรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักจะในช่วงอายุ อายุ 26-30 ปี มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความนิยมในด้านการท่องเที่ยวและคาดการณ์การใช้บริการอยู่ที่ 3-6 ครั้งต่อปี

### ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรไปศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการรถไฟความเร็วสูงให้ละเอียดยิ่งขึ้น โดยจะทำการศึกษาภายหลังจากที่รถไฟความเร็วสูงได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการแล้ว ซึ่งต้องการจะศึกษาเพื่อหาข้อเปรียบเทียบความต้องการของประชาชนหลังจากที่ได้ทดลองใช้จริงเป็นต้น
2. ศึกษาในเชิงลึกภายหลังจากเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการ ในด้านปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด
3. ในการศึกษาครั้งนี้ยังไม่ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดครบทุกปัจจัยเช่น ด้านบุคลากร ด้านขั้นตอนการให้บริการ ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นในครั้งการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยทางการตลาดเพิ่มเติมให้ครบอย่างละเอียด เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในค้นหาเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางให้ตรงความต้องการของผู้บริการมาก