

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพหรือแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ โดยการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการแอร์พอร์ตลิงค์ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับผลการวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัย “ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการให้บริการของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ โดยเก็บข้อมูลจากประชาชนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากรอายุ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับเงินเดือน

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการในการให้บริการ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชากร

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	112	28.00
30-39 ปี	135	33.75
40-49 ปี	58	14.50
มากกว่า 49 ปี	95	23.75
รวม	400	100.0
เพศ		
ชาย	211	52.75
หญิง	189	47.25
รวม	400	100.0
สถานภาพสมรส		
โสด	179	44.75
สมรส	194	48.50
หม้าย/หย่า	27	6.75
รวม	400	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	193	48.25
ปริญญาตรี	162	40.50
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.25
รวม	400	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	71	17.75
พนักงานเอกชน	159	39.75
ธุรกิจส่วนตัว	103	25.75
อื่น ๆ	67	16.75

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
รวม	400	100.0
ระดับเงินเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	70	17.50
10,000-20,000 บาท	118	29.50
20,001-30,000 บาท	87	21.75
30,001-40,000 บาท	60	15.00
มากกว่า 40,000 บาท	65	16.25
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 28.0, อายุมากกว่า 49 ปี ร้อยละ 23.8 และอายุ 40-49 ปี ร้อยละ 14.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 52.8 รองลงมาเป็นเพศหญิง ร้อยละ 47.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ โสด ร้อยละ 44.8 และ หม้าย/ หย่า ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 48.3 รองลงมา คือ ปริญญาตรี ร้อยละ 40.5 และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานเอกชน ร้อยละ 39.8 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.8, ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.8 และอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 16.8 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 29.5 รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 21.8, น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 17.5, มากกว่า 40,000 บาท ร้อยละ 16.3 และ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์

ตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ ในด้านราคา

ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
ราคาค่าโดยสาร								
ตลอดสาย	43	216	129	12	2.73	0.69	พึงพอใจ	2
ในขบวน	(10.75)	(54.00)	(32.25)	(3.00)			มาก	
ด่วนพิเศษ (Express Line)								
ราคาค่าโดยสาร	47	225	111	17	2.76	0.71	พึงพอใจ	1
ต่อสถานีใน	(11.75)	(56.25)	(27.75)	(4.25)			มาก	
ขบวนธรรมดา (City Line)								
ภาพรวม					2.74	0.63	พึงพอใจ มาก	

จากตารางที่ 3 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ ในด้านราคา พบว่า โดยภาพรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ ในด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.74 (SD = 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้

ด้านราคา ในเรื่องราคาค่าโดยสารต่อสถานีในขบวนธรรมดา (City Line) เป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.76 (SD = 0.71) รองลงมาคือ เรื่องราคาค่าโดยสารตลอดสายในขบวนด่วนพิเศษ (Express Line) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.73 (SD = 0.69) เป็นอันดับสุดท้าย

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจใน
การให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านสถานที่

ด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
ความสะดวก ของสถานีที่ เป็นจุดเชื่อมต่อ บริการ BTS,MRT	49 (12.25)	182 (45.50)	137 (34.25)	32 (8.00)	2.62	0.80	พึงพอใจมาก	4
ความสะดวก ของช่องทางใน การจำหน่ายตั๋ว สภาพแวดล้อม บรรยากาศและ	51 (12.75)	229 (57.25)	100 (25.00)	20 (5.00)	2.78	0.73	พึงพอใจมาก	1
ความสะอาด ในสถานที่ ให้บริการที่ เชื่อมต่อ การให้บริการ	48 (12.00)	201 (50.25)	129 (32.25)	22 (5.50)	2.69	0.75	พึงพอใจมาก	2
สภาพแวดล้อม ของสถานี ให้บริการที่มี ความปลอดภัย ในทรัพย์สิน	52 (13.00)	182 (45.50)	144 (36.00)	22 (5.50)	2.66	0.77	พึงพอใจมาก	3
ภาพรวม					2.69	0.61	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านสถานที่ พบว่า โดยภาพรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.69 (SD = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้

ด้านสถานที่ ในเรื่องความสะดวกของช่องทางในการจำหน่ายตั๋ว เป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.78 (SD = 0.73) รองลงมาคือ เรื่องสภาพแวดล้อมบรรยากาศและความสะอาดในสถานที่ให้บริการที่เอื้อต่อการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.69 (SD = 0.75) และลำดับสุดท้ายคือ เรื่องความสะดวกของสถานที่ที่เป็นจุดเชื่อมต่อการบริการ BTS, MRT มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.62 (SD = 0.80)

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้าน	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
การส่งเสริมการตลาด								
โปรโมชั่นการลดราคา 20 บาทตลอดสาย	105	185	82	28	2.92	0.86	พึงพอใจมาก	3
ระหว่าง	(26.25)	(46.25)	(20.50)	(7.00)				
ช่วงเวลา 11.00-14.00 น.								
การเข้าถึงสื่อประชาสัมพันธ์ของสถานที่บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์	49	153	174	24	2.57	0.78	พึงพอใจมาก	6
	(12.25)	(38.25)	(43.50)	(6.00)				

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ด้าน	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
การส่งเสริม การตลาด								
ความสะดวก ของบริการตู้ จำหน่ายตั๋ว อัตโนมัติ	57 (14.25)	212 (53.00)	115 (28.75)	16 (4.00)	2.78	0.74	พึงพอใจมาก	4
ความชัดเจนของ ป้ายสัญลักษณ์ ต่าง ๆ ในการ ให้บริการ	48 (12.00)	202 (50.50)	127 (31.75)	23 (5.75)	2.69	0.76	พึงพอใจมาก	5
รถรับส่งที่ ให้บริการ ภายในสถานี	45 (11.25)	157 (39.25)	164 (41.00)	34 (8.50)	2.53	0.80	พึงพอใจมาก	7
เอกสารคู่มือใน การให้บริการ	40 (10.00)	136 (34.00)	191 (47.75)	33 (8.25)	2.46	0.78	พึงพอใจ น้อย	8
สิทธิพิเศษของ ผู้สูงอายุสำหรับ ส่วนลด 20%	94 (23.50)	199 (49.75)	94 (23.50)	13 (3.25)	2.94	0.77	พึงพอใจมาก	2
สิทธิพิเศษของ นักเรียน นักศึกษา สำหรับ ส่วนลด 20%	100 (25.00)	210 (52.50)	76 (19.00)	14 (3.50)	3.00	0.76	พึงพอใจมาก	1
ภาพรวม					2.73	0.54	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.73 ($SD = 0.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องสิทธิพิเศษของนักเรียน, นักศึกษา สำหรับส่วนลด 20% เป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.00 ($SD = 0.76$) รองลงมาคือเรื่องสิทธิพิเศษของผู้สูงอายุสำหรับสำหรับส่วนลด 20% มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.94 ($SD = 0.77$) และลำดับสุดท้ายคือเรื่อง เอกสารคู่มือในการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.46 ($SD = 0.78$)

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
พนักงานในการให้บริการข้อมูล	31 (7.75)	201 (50.25)	149 (37.25)	19 (4.75)	2.61	0.69	พึงพอใจมาก	2
พนักงานรักษาความปลอดภัยระหว่างสถานี	31 (7.75)	193 (48.25)	154 (38.50)	22 (5.50)	2.58	0.71	พึงพอใจมาก	3
พนักงานในการให้บริการจำหน่ายตั๋ว	36 (9.00)	190 (47.50)	156 (39.00)	18 (4.50)	2.61	0.71	พึงพอใจมาก	1
มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานในการให้บริการ	36 (9.00)	179 (44.75)	162 (40.50)	23 (5.75)	2.57	0.74	พึงพอใจมาก	4
ภาพรวม					2.59	0.58	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านบุคลากร พบว่า โดยภาพรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.59 (SD = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้

ด้านการบุคลากร ในเรื่องพนักงานในการให้บริการจำหน่ายตั๋ว เป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.61 (SD = 0.71) รองลงมาคือ เรื่อง พนักงานในการให้บริการข้อมูล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.61 (SD = 0.69) และลำดับสุดท้ายคือ เรื่อง มนุษยสัมพันธ์ของพนักงานในการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.57 (SD = 0.74)

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านกระบวนการในการให้บริการ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
ความสะดวกในการขึ้นรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์	56 (14.00)	173 (43.25)	131 (32.75)	40 (10.00)	2.61	0.85	พึงพอใจมาก	7
การจัดที่นั่งสำหรับผู้ใช้บริการระหว่างรอขบวนรถ	61 (15.25)	174 (43.50)	122 (30.50)	43 (10.75)	2.63	0.87	พึงพอใจมาก	5
ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางในการให้บริการแต่ละสถานี	52 (13.00)	213 (53.25)	115 (28.75)	20 (5.00)	2.74	0.74	พึงพอใจมาก	3

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	น้อย	น้อยที่สุด				
การประกาศ								
ประชาสัมพันธ์ ภายในขบวนรถ	64 (16.00)	207 (51.75)	110 (27.50)	19 (4.75)	2.79	0.76	พึงพอใจมาก	1
ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ, ความ ตรงต่อเวลา	63 (15.75)	206 (51.50)	96 (24.00)	35 (8.75)	2.74	0.83	พึงพอใจมาก	2
สิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการ	50 (12.50)	174 (43.50)	148 (37.00)	28 (7.00)	2.62	0.79	พึงพอใจมาก	6
สิ่งอำนวยความสะดวก ในการให้บริการสำหรับผู้พิการ	55 (13.75)	184 (46.00)	132 (33.00)	29 (7.25)	2.66	0.80	พึงพอใจมาก	4
จำนวนรอบขบวน ของการให้บริการที่ เพียงพอในชั่วโมง เร่งด่วน	52 (13.00)	178 (44.50)	118 (29.50)	52 (13.00)	2.58	0.88	พึงพอใจมาก	8
ความสะดวกในการ ลงรถไฟฟ้า แอร์พอร์ตลิงค์	47 (11.75)	176 (44.00)	131 (32.75)	46 (11.50)	2.56	0.84	พึงพอใจมาก	9
ภาพรวม					2.66	0.62	พึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมของการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.66 (SD = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ได้ดังนี้

ด้านกระบวนการในการให้บริการ ในเรื่อง การประกาศประชาสัมพันธ์ภายในขบวนรถเป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.79 (SD = 0.76) รองลงมาคือ เรื่องความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ, ความตรงต่อเวลา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.74 (SD = 0.83) และลำดับสุดท้ายคือเรื่อง ความสะดวกในการลงรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.56 (SD = 0.84)

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ในภาพรวม

ความพึงพอใจในการให้บริการ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์	$\bar{X}$	SD	แปลความ	อันดับ
1. ด้านราคา	2.74	0.63	ระดับพึงพอใจมาก	1
2. ด้านสถานที่	2.69	0.61	ระดับพึงพอใจมาก	3
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.73	0.54	ระดับพึงพอใจมาก	2
4. ด้านบุคลากร	2.59	0.58	ระดับพึงพอใจมาก	5
5. ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	2.66	0.62	ระดับพึงพอใจมาก	4
ภาพรวม	2.68	0.48	ระดับพึงพอใจมาก	

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระดับความพึงพอใจในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ พบว่า โดยภาพรวม ในการให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.68 (SD = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคา เป็นอันดับ 1 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.74 (SD = 0.63) รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.73 (SD = 0.54) และลำดับสุดท้ายด้านบุคลากร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 2.59 (SD = 0.58)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์” โดยการสัมภาษณ์ประชาชนผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์จำนวน 8 คน ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์

1. ปัจจัยด้านราคา
2. ปัจจัยด้านสถานที่
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
4. ปัจจัยด้านบุคลากร
5. ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ

ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ โดยกำหนดให้มีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการในภาพรวม ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านราคา
2. ปัจจัยด้านสถานที่
3. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด
4. ปัจจัยด้านบุคลากร
5. ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ

ซึ่งจากผลการศึกษา มีรายละเอียดตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการ รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์	จำนวนความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ (คน)	
	เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ ปริมาณผู้ใช้บริการ	ไม่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ ปริมาณผู้ใช้บริการ
ด้านราคา	1	7
ด้านสถานที่	5	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	6	2
ด้านบุคลากร	2	6
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	7	1

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์

ผลการศึกษา จากตารางที่ 9 ของผู้ให้สัมภาษณ์ในการแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ที่สำคัญอันดับแรก คือ ปัจจัยในด้านกระบวนการในการให้บริการ, ปัจจัยในการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านสถานที่ ตามลำดับ ซึ่งเมื่อพิจารณาตามด้านต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์ จะได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยด้านราคา พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นว่า ราคาค่าโดยสารในเรื่องของปัจจัยในด้านราคาไม่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการแอร์พอร์ตลิงค์แต่อย่างใด เพราะมีความเหมาะสมผลกับระยะทาง และความสะดวกรวดเร็วในบริการ

“พื่ว่าด้านราคาไม่มีผลต่อปัจจัยนะไม่น่าเกี่ยวกับจำนวนผู้ใช้บริการ เหมาะสมแล้วนะในสายธรรมดา ส่วนเอ็กซ์เพรสคนไทยน่าจะมีส่วนลดบ้าง” (นาย ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ปัจจัยด้านราคาพื่คิดว่าก็ไมแพงมากนะไม่มีผลต่อปัจจัยหรอก สำหรับขบวนปกติที่ไม่เกิน 45 บาท ถ้าเทียบกับรถไฟฟ้าอื่น ๆ ก็ราคาประมาณนี้แหละ” (นางสาว ข (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“พื่คิดว่าปัจจุบันราคาค่าโดยสารอยู่ในระดับเดียวกันกับรถไฟฟ้าบีทีเอส และรถไฟฟ้าใต้ดิน ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ประชาชนยอมรับได้ ทำให้มีปริมาณผู้ใช้บริการมากในช่วงเวลาที่คนเขารีบเร่งด่วน และจำนวนผู้โดยสารปานกลางในเวลาปกติ เพราะฉะนั้นพื่ว่าไม่น่าส่งผลต่อปัจจัยด้านราคา”

(นาย ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ปัจจัยในด้านราคาก็มีส่วนนะ เพราะถ้าราคาต่ำกว่าราคาที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน คนใช้บริการก็อาจจะมากขึ้น” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“สำหรับราคาคิดว่าก็เหมาะสมคงไม่มีผลต่อปัจจัยผู้ให้บริการหรอก ถ้าแลกกับความรวดเร็วในการเดินทาง รถก็ไม่ติดด้วย” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2556)

“ไม่ส่งผลต่อปัจจัยเลย ราคาเหมาะสมอยู่แล้ว เพราะหากเปรียบเทียบระยะเวลาการเดินทางด้วยการขนส่งทางอื่นที่มุ่งสู่ชานเมืองแอร์พอร์ตลิงก์ก็ถือว่าสะดวกรวดเร็วกว่าทางรถยนต์ และการตั้งราคาสมเหตุสมผลกับระยะเวลาเร่งด่วนของผู้ใช้บริการ แต่ที่ว่าทั้งนี้ทั้งนั้นหากจะให้มีการปรับอัตราค่าบริการเพิ่มก็ขอให้สอดคล้องกับการให้บริการด้วย เพราะค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นก็คาดว่าจะได้รับบริการที่ดีขึ้นด้วย” (นางสาว ฉ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ผมคิดว่าราคาก็เหมาะสมกับระยะทางในการเดินทางนะ ไม่แพงมากหรอกไม่น่ามีผลกับปัจจัยในด้านราคา” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ราคาสำหรับขบวนธรรมดากับขบวนพิเศษที่คิดมาก็เหมาะสมแล้วนะ ไม่น่าจะมีผลต่อปัจจัยผู้ให้บริการ มันขึ้นอยู่กับความรีบของแต่ละคน ใครรีบมากก็นั่งขบวนพิเศษถึงจะแพงกว่าขบวนธรรมดา แต่ที่คิดว่าถูกกว่าค่าแท็กซี่ไปสนามบินแน่นอน” (นาย ซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2556)

ปัจจัยด้านสถานที่

ผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยด้านสถานที่ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นว่า สถานที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ให้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ ในเรื่องของความสะดวกสบายในการใช้บริการไม่ว่าจะเป็นความสะดวกของสถานีกับสถานที่ที่เชื่อมต่อกับบริการอื่น ๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ให้บริการล้วนเป็นปัจจัยที่สำคัญส่งผลต่อปริมาณผู้ให้บริการ

“คิดว่าไม่เป็นปัจจัยนะเกี่ยวกับสถานที่ เรื่องจุดเชื่อมต่อก็ดีแล้วนะ แต่จุดที่มีการลงบางจุดต้องข้ามถนนยังไม่มีสะพานลอยใช้ บางที่ข้ามถนนยากมากเลย” (นาย ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“สถานที่ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผล ซึ่งจุดเชื่อมต่อเท่าที่รู้ ก็จะมีแค่บีทีเอส ของสถานีพญาไท กับรถไฟฟ้าใต้ดินตรงสถานีมักกะสัน ที่มีความสะดวกของจุดเชื่อมต่อ แต่จุดเชื่อมต่อของสถานีมักกะสันกับรถไฟฟ้าใต้ดินค่อนข้างลำบากมากนื่อง เพราะต้องเดินลงมาจากแอร์พอร์ตลิงค์ แล้วต้องเดินข้ามทางรถไฟไปอีกทีกว่าจะถึงสถานีรถไฟใต้ดินเพชรบุรี” (นางสาว ข (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ปัจจุบันปัจจัยด้านนี้พบว่าอยู่ในเกณฑ์ไม่สะดวกเท่าที่ควร เนื่องจากมันอยู่ในแนวเส้นทางที่ขนานไปกับถนนมอเตอร์เวย์ และขนานกับเส้นทางรถไฟสายตะวันออก ส่งผลให้การเข้าออกสถานีเป็นการเดินรถแบบทางเดียว และบางสถานีก็ไม่มีรถประจำทางในการรองรับ เลยทำให้ผู้ใช้บริการเป็นประชาชนกลุ่มเดิมแหละนี่ที่ใช้อยู่เป็นประจำ” (นาย ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“เป็นปัจจัยแน่นอน ยกตัวอย่างเช่น สถานีที่จุดเชื่อมต่อของบางสถานีไกลมากสำหรับคนที่ไม่มีรถส่วนตัวมาแบบพี่” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ไม่น่าจะมีส่วนสำหรับปัจจัยในเรื่องสถานีนะ สถานีที่บริการก็เหมาะสมค่อนข้างสะดวกสบายสำหรับผู้ใช้บริการสำหรับคนที่บ้านอยู่ตามชานเมือง แบบนี่ที่ให้บริการบ่อย เพราะบ้านอยู่แถวลาดกระบังด้วยแหละ นี่เองเลยคิดว่ามันสะดวกในการเดินทางไปมาสะดวกดีกว่านั่งรถไฟ” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2556)

“สถานที่ให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญอยู่แล้ว เพราะการเดินทางเน้นเพียงแค่สะดวกและรวดเร็วจากสถานีต้นทางถึงปลายทางเท่านั้น แต่ระหว่างสถานีหากผู้โดยสารประสงค์ที่จะลงไปใช้บริการทางอื่น เช่น ทางเรือ รถไฟใต้ดิน หรือรถเมย์ เป็นไปได้อย่างความลำบาก เช่นเดียวกันกับผู้โดยสารที่เดินทางจากรถไฟใต้ดิน หรือรถเมย์ที่จะมาใช้บริการแอร์พอร์ตลิงค์แบบพี่ก็จะไม่ค่อยสะดวก เพราะจากจุดคมนาคมอื่น ๆ มาต่อยังแอร์พอร์ตลิงค์ค่อนข้างไกล สัญลักษณ์บอกทางก็ไม่ชัดเจน ค่อนข้างยากสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้โดยสารที่ไม่ได้ใช้บริการเป็นประจำ” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“สถานีที่มีส่วนในเรื่องของปัจจัยของผู้โดยสาร เพราะความสะดวกในการเดินทางยังมีความลำบากในการเดินจากช่วงสถานี ถึงชานชาลาในการขึ้น ลงหลายชั้นและเชื่อมต่อในการเดินทาง ด้านอื่น ๆ ยังไม่พร้อมสถานที่จอดรถของผู้โดยสารก็ยังไม่เพียงพอ” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ความสะดวกในเรื่องของสถานที่ก็ถือว่าพอใช้ได้ พี่ว่าไม่น่ามีส่วนต่อปัจจัยในด้านนี้ แต่ในบางเรื่อง เช่น การติดตั้งไฟทางเข้าในเวลากลางคืนมากยิ่งขึ้นบางที่มันดูไม่ค่อยปลอดภัย วินแท็กซี่ที่บางคันเลือกลูกค้า บางที่หน้าฝนหรือฝนตกก็ไม่มีแท็กซี่บางวันช่วงเวลาหนึ่งห่มลงจากรถมากก็ไม่มีแท็กซี่แล้ว” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2556)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยในการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ เพราะในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าผู้โดยสารส่วนใหญ่ไม่ทราบข่าวสารการ

ประชาสัมพันธ์ของรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ ทำให้ไม่ทราบรายละเอียดในเรื่องของโปรโมชันในการลดราคาของแต่ละช่วงเวลา รวมถึงสิทธิพิเศษต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการควรที่จะทราบ เพื่อดึงดูดความสนใจให้ประชาชนได้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันในการส่งเสริมการตลาดจึงมีส่วนสำคัญในการเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้บริการ ได้มากยิ่งขึ้น

“เป็นปัจจัยนะ พี่ว่าไม่เห็นจะมีเลขนะเรื่องการประชาสัมพันธ์ ไม่ทราบข่าวสารเลย”

(นาย ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“เป็นปัจจัยที่ส่งผลแน่ ๆ เพราะขนาดพี่ยังไม่ค่อยได้รับรู้ข่าวสารเลยเกี่ยวกับการโฆษณาการลดราคาของแอร์พอร์ตลิงก์ พี่คิดว่าที่นี้เขาประชาสัมพันธ์น้อยหน่อยนะ เพื่อที่คนอื่นเขาจะได้รับรู้พวกเกณฑ์ในการลดราคาต่าง ๆ ” (นางสาว ข (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกับปริมาณนะ เท่าที่พี่รู้มาเขาจะเน้นส่งเสริมการตลาดโดยจะเน้นกลุ่มที่ใช้บริการอยู่เป็นประจำ พวกพนักงานรัฐวิสาหกิจ สังกัดท่าอากาศยาน และพวกบริษัทการบินไทย โดยให้ใช้บริการรถขบวนด่วนพิเศษได้ราคา 45 บาท ตลอดสาย นักเรียนนักศึกษาที่ใช้บัตรรายเดือนและผู้สูงอายุ ก็จะได้ลดราคา” (นาย ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ที่ว่าคืออยู่แล้วนะ แต่ในเรื่องโปรโมชันมันควรจะแบ่งช่วงเวลาเข้า เวลาเที่ยงถึงบ่ายพี่ว่าไม่เหมาะ จึงเป็นปัจจัยที่มีส่วนต่อปริมาณผู้ใช้บริการ เพราะดันไปลดราคาในช่วงที่คนไม่ค่อยใช้บริการ” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ก็คิดนะกะในด้านการส่งเสริมการตลาด สำหรับสิทธิพิเศษของนักเรียนนักศึกษากับผู้สูงอายุ จึงไม่น่าจะมีส่วนที่ส่งผลต่อปัจจัย แต่ถ้าจะเป็นคนละ 20 บาทตลอดสายจะดีมาก ๆ เลย” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2556)

“เป็นปัจจัยที่ส่งผลอยู่แล้ว เพราะโปรโมชันและการประชาสัมพันธ์ของที่นี่ไม่น่าสนใจเลย ไม่มีจุดเด่นอะ และก็ไม่มีข้อมูลที่ชัดเจนด้วย” (นางสาว ฉ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“การประชาสัมพันธ์ยังมีน้อยไปหน่อย โปรโมชันก็ยังไม่ค่อยถูกช่วงเวลาในการเดินทาง จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบบ้างให้คนใช้น้อย” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“การส่งเสริมการตลาดก็ถือว่ามีส่วนในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลนะ เพราะพี่ไม่ค่อยได้รับข่าวสารหรือโปรโมชัน ถ้ามีก็ควรให้ส่วนลดบ้างบางเวลาก็ยังดี” (นาย ซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2556)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยด้านบุคลากร พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยในด้านบุคลากรในการให้บริการ ไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผู้ใช้บริการแอร์พอร์ตลิงค์ แต่อย่างใด เพราะส่วนใหญ่พนักงานมีการบริการที่ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จะมีพนักงานเพียงบางคนที่ทำหน้าที่ขาดมนุษยสัมพันธ์ต่อลูกค้าในการให้บริการ

“ปัจจัยในด้านพนักงานมีผลนะ เพราะพี่เห็นบางครั้งพนักงานก็หน้าจู้จี้ขมวด เราคนใช้บริการเลยไม่ค่อยประทับใจ” (นาย ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ด้านบุคลากรความคิดเห็นของพี่คิดว่าคนส่วนมากเขาก็บริการดีนะ แต่รู้สึกว่าพนักงานในช่องขายตั๋วจะมีสีหน้าไม่ค่อยยิ้มแย้มเลยอะ ไม่รู้ว่าเป็นอะไร แต่ก็ไม่น่ามีส่วนที่เป็นปัจจัยทำให้คนมาใช้บริการน้อย” (นางสาว ข (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“การบริการของพนักงานที่นี่พี่ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีนะ” (นาย ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ในด้านบุคลากร พี่ก็เห็นว่าพนักงานบริการที่นี่ก็ดีแล้วนะ ไม่น่าจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ส่งผล” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“โดยภาพรวมในด้านนี้ก็ดีนะคะ ไม่คิดว่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผล เพราะพนักงานที่คอยบริการ พวกเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตามชานชาลาสถานีเขาก็เข้มงวดกวดขันดี” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2556)

“บุคลากรของแอร์พอร์ตลิงค์ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี จึงไม่คิดว่าเป็นปัจจัยที่มีส่วนเพราะระหว่างการใช้บริการมีปัญหาเกิดขึ้นบ่อยครั้ง เช่น การแตะบัตรแล้วช่องไม่เปิดให้ผู้โดยสารออก หรือเติมเงินแล้วมูลค่าในบัตรมีปัญหา พี่ก็เห็นว่าจะได้รับการแก้ไขจากพนักงาน ซึ่งถือว่าสามารถแก้ไขปัญหาได้ค่อนข้างดี” (นางสาว ฉ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“พนักงานของที่นี่ก็ดีนะ ก็ไม่ได้ดีมากไม่ได้แย่มากจนเกินไป ไม่น่าจะเป็นปัจจัย” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“พี่ว่าก็มีส่วนในเรื่องปัจจัยที่ทำให้คนน้อยนะ เพราะพนักงานทำงานช้า มีน้อยคน บางทีพี่ก็รีบ ๆ แต่ไม่เห็นเขาจะรีบให้เลย” (นาย ซ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2556)

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ

ผลการศึกษาในเรื่อง ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ พบว่า ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงค์ เพราะ ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ไม่ได้รับความสะดวกสบายจากปัจจัยในด้านนี้ไม่ว่าจะเป็นปัญหาลิฟต์เสีย บันไดเลื่อนเสีย จำนวนขบวนรถที่ไม่เพียงพอใน

ชั่วโมงเร่งด่วน รวมไปถึงเรื่องตารางเวลาการเดินทางที่ไม่ตรงต่อเวลาในบางครั้ง จากความคิดเห็นของผู้ใช้บริการดังกล่าวข้างต้นนี้ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อปริมาณผู้ใช้รถไฟฟ้าแอร์พอร์ตลิงก์ในปัจจุบัน

“การให้บริการของทีนี้สะดวกแต่ไม่ค่อยตรงต่อเวลา เป็นปัจจัยที่คนเลยไม่นิยมใช้ ห้องสุขาก็ต้องมีให้ประชาชนรู้ว่าอยู่โซนไหนบ้าง” (นาย ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ที่คิดว่าเป็นปัจจัยนะที่ทำให้พี่ไม่ค่อยใช้ เพราะเวลาขึ้นรถค่อนข้างยากลำบากมากเลยอะ กว่าที่จะเดินขึ้นบันไดมาก็เหนื่อยเหงื่อท่วมแล้วลงมาเจอกับบางสถานีที่บันไดเลื่อนเสียอีก ซึ่งพี่จะพบบ่อยมากแทบทุกสถานี จะต้องมีบันไดเลื่อนที่เสียซ่อมไม่เสร็จซะที ไม่เสียตอนขึ้นก็เสียตอนลง” (นางสาว ข (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ปัจจัยในด้านนี้ไม่น่าส่งผลที่ทำให้คนน้อยนะ เพราะกระบวนการต่าง ๆ ในการบริการได้ความสะดวกสบายขึ้นไม่ต้องไปกลัวรถติดด้วย ขบวนรถก็ตรงตามเวลาดี ถึงบางวันจะช้าก็ไม่ช้ามากจนเกินไป” (นาย ค (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“เรื่องความสะดวกมันก็สะดวกอยู่หรอคะ แต่ความตรงต่อเวลาบางทีก็ไม่ตรงเวลา ทำให้คนที่รีบไปขึ้นเครื่องบางครั้งเดือดร้อน ส่วนตอนลงสถานีก็ลำบากมากนะสำหรับผู้สูงอายุเลย เป็นปัจจัยที่คนเขาไม่ค่อยใช้บริการ” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ปัจจัยด้านนี้ก็จะมึ บันไดเลื่อนก้าลิฟต์ มันชอบเสียอะพี่บ่อยมาก ๆ เลย จำนวนขบวนรถก็ไม่เพียงพอในเวลาเร่งด่วนเพราะคนมาขึ้นรถกันมากเลย เวลาเดินรถก็ไม่แน่นอนซะที รอบขบวนบางทีก็ห่างกันจนเกินไป เลยเป็นปัจจัยส่งผลให้คนไม่ค่อยใช้กันไง” (นางสาว จ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 19 เมษายน 2556)

“เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนไม่ค่อยใช้เลยแหละ ในเรื่องความสะดวกก็จะสะดวกสำหรับผู้โดยสารที่อยู่ใกล้สถานี แต่กับผู้โดยสารที่เดินทางมาจากทางอื่นเพื่อมาต่อแอร์พอร์ตลิงค์ค่อนข้างลำบาก ส่วนในเรื่องของเวลาที่ช่วงระหว่างขบวนนานเกินไป จากคอนเซ็ปต์คือ สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา แต่ตอนนี้ผู้โดยสารต้องมายืนรอเวลาซึ่งเฉพาะเวลาเร่งด่วนผู้โดยสารหนาแน่นควรเพิ่มขบวนรถเพื่อรองรับกับปริมาณผู้โดยสารให้เพียงพอ และสิ่งอำนวยความสะดวกก็มีการสร้างคอมม่อนบันไดเลื่อนผู้โดยสารเดินขึ้นบันไดเดินกันเป็นแถว ลิฟต์ก็เสียบ่อยครั้ง บันไดเลื่อนอยู่ ๆ ก็หยุด แอร์ในขบวนรถบางทีก็ไม่เย็นซะอีก” (นางสาว ฉ (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 23 เมษายน 2556)

“ผมคิดว่าเป็นปัจจัยที่ทำให้ส่งผลนะ ในเรื่องขบวนรถเที่ยวธรรมดาในช่วงชั่วโมงเร่งด่วนก็ไม่เพียงพอต่อผู้โดยสาร เวลาการเดินทางที่ห่างกันนานทำให้คนที่มารอต้องเสียเวลารอขบวนหลังอีกนาน อย่างน้อยก็ควรใช้เวลาประมาณ 5-7 นาทีต่อขบวน ถึงจะเพียงพอแก่การเดินทาง ซึ่งบางทีมันห่างกันเกินไปนะ สำหรับคนที่รีบ” (นาย ช (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 24 เมษายน 2556)

“ปัจจัยที่เห็นชัด ๆ ว่าส่งผลก็จะมีลิปต์กับบันไดเลื่อนเสียบ่อยครั้ง และมันจำเป็นมาก
สำหรับผู้โดยสารเพราะระหว่างชานชาลากับสถานีมีความสูงห่างกันมาก ควรมีเครื่องทุ่นแรงไว้คอย
อำนวยความสะดวกไม่ใช่ว่ามีแต่เสียแทบทุกสถานีนะ บางทีเหนื่อยนะพี่ก็แก่แล้ว” (นาย ช
(นามสมมติ), สัมภาษณ์, 22 เมษายน 2556)

มหาวิทยาลัยบูรพา
Burapha University