

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพ  
การบริการ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ  
และสถานีที่รับ-ส่ง ผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย

A CASUAL RELATIONSHIP MODEL TOWARD SERVICE QUALITY  
MANAGEMENT OF THAILAND'S AIRPORT LINK PROJECT

ธิตินันท์ ชาญโกศล  
Thitinan Chankoson

อาจารย์ประจำคณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ  
Faculty of Applied Arts, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

---

**บทคัดย่อ**

การศึกษาวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของผู้ใช้บริการ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา ใช้การออกแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 600 คน เป็นทั้งคนไทยและชาวต่างชาติที่ได้ใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติอ้างอิงทดสอบสมมติฐานและค้นหาแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุครั้งนี้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติขั้นสูง ด้วยการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

### ผลการวิจัยพบว่า

ผู้โดยสารผู้ใช้บริการโครงการฯ มีความรู้สึกประทับใจต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโดยภาพรวม โดยต่างมีความรู้สึกประทับใจในทุกด้าน ซึ่งเรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ และด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ตามลำดับ สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ผู้โดยสารซื้อตั๋วโดยสารด้วยตัวเองและตัดสินใจด้วยตนเอง มีการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ (SA City Line) คือ ช่วงวันธรรมดาปกติ (จันทร์-ศุกร์) ในช่วงเวลา 6:00-8:59 นาฬิกา ซึ่งสถานีพญาไท เป็นสถานีที่เริ่มเลือกใช้บริการมากที่สุด ทั้งนี้ผู้โดยสารมีการวางแผนมาก่อนล่วงหน้าว่าจะเลือกใช้บริการโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ ทั้งนี้ผู้โดยสารให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับด้านพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าและด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่าย ด้านสถานที่และเวลา ด้านการส่งเสริมการตลาด และการให้การศึกษาลูกค้า และด้านหลักฐานที่เป็นตัววัด อยู่ในระดับมาก

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ในประเด็น อายุ พฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวข้อง เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ สถานีที่เริ่มเลือกใช้บริการ การวางแผนการเดินทาง และกลยุทธ์ทางการตลาดบริการ แสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการของโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ทั้งนี้ ในการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ โครงการฯ นั้น ได้ทำการอ้างอิงสถิติวิเคราะห์ ด้วยการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลแบบข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวม และประเมินความกลมกลืนของผลลัพธ์ในส่วนประกอบที่สำคัญของโมเดล โดยมีความสามารถในการพยากรณ์ต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการฯ ได้ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ คิดเป็นร้อยละ 57 ซึ่งผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ร้อยละ 40 ขึ้นไป

## ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the levels of service quality management of a casual relationship model toward service quality management of Thailand's airport link project in passenger's perspective 2) to study the behaviors of service and service marketing strategies was considered by passengers with the Thailand's airport link project and 3) to study a casual relationship model of factors affecting the service quality management of Thailand's airport link project. This research was the survey research and development. The data were collected by using questionnaires. The samples of this study were both Thai and foreign passengers totally 600 passengers who have travelled with Airport Rail Link project. The statistical analysis used in data analysis was frequencies distribution, percentages, mean and standard deviation. Referable advanced statistics for hypothesis test and statistical search were calculated by using statistical computer software for Structural Equation Modeling (SEM).

The results showed that the passengers were impressed with the overall of service quality management including; responsiveness, tangibles, reliability, empathy and assurance respectively. By the behaviors of service, mostly, the passengers bought tickets by themselves and decided on their own. They often took the train by selecting Suvarnabhumi Airport City Line (SA City Line) train on weekdays, at 6:00 – 8:59 Am., which was a prime time period. Mostly, Phaya Thai Station was decided and planned to take the train in advance. Then, the passengers were considered the overall of service marketing's mix at high level. The factor of People and Process factor was the most important level. For the factor of Product Elements, the factor of Productivity and Quality, the factor of Price and Other User Outlays, the factor of Place and Time, the factor of Promotion and Education, the Physical Evidence factor was at high level.

A casual relationship model toward service quality management of Thailand's Airport Link Project, the personal information indicated that Age,

Behaviors of service; the main reasons, the select of Airport Rail Link station service, the plan of travel, and service marketing strategies were correlated with service quality management of the Airport Rail Link project at a statistical significance of the 0.05. Furthermore, a development of Thailand's Airport Rail Link project model with referable statistics for verification of conformity of Overall Model Fit Measure, and the evaluation conformity of results in the important component of Model (Component Fit Measure) were analyzed by using Structural Equation Modeling (SEM). It was created consistently with empirical data and had an ability to predict the service quality management of Thailand's Airport Rail Link project at good level, acceptably. As a consequence of the correlation was 57% which the acceptance of correlation was more over than 40%.

### คำสำคัญ

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ การบริหารจัดการคุณภาพบริการ โครงการแอร์พอร์ตลิงค์

### ความสำคัญของปัญหา

โครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นโครงการขนาดใหญ่ที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานมากกว่า 40 ปี ผ่านรัฐบาลในการพิจารณาหลายสมัย โดยในสมัยรัฐบาลนาย อนันต์ ปันยารชุน คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม พ.ศ. 2534 อนุมัติการก่อสร้างโครงการท่าอากาศยานสากลกรุงเทพแห่งที่สอง หรือท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในปัจจุบัน อันสนับสนุนนโยบายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในภูมิภาคได้ในอนาคต (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553) โดยโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิถือได้ว่าเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ และเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามที่มโนนโยบายส่งเสริมท่าอากาศยานให้เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค (Regional Aviation Hub) ของทวีปเอเชีย พร้อมทั้งขยายความเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจและโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย (ท่าอากาศยานไทย, 2555) ดังนั้น เพื่อเป็นการยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถ

บริการของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้มีความสมบูรณ์ อีกทั้ง สร้างศักยภาพด้านการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนของประเทศ สำหรับรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN) แบบเต็มรูปแบบในอนาคต จึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเชิงการขนส่งในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบคมนาคมขนส่งมวลชนที่มีการเชื่อมต่อเขตเมืองกับท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

โครงการระบบขนส่งทางรถไฟ (Airport Link Project) เป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การควบคุมดูแลของสำนักงานบริหารโครงการระบบซึ่งเป็นหน่วยงานของการรถไฟแห่งประเทศไทย ตามกรอบพระราชบัญญัติว่าด้วย (พ.ร.บ.) การให้เอกชนเข้าร่วมงานหรือดำเนินการในกิจการของรัฐ พ.ศ. 2535 (คณะกรรมการบริหารการพัฒนาการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, 2555) ทั้งนี้ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟ มีรูปแบบการให้บริการอยู่ 3 ลักษณะคือ (i) รถไฟฟ้าด่วน (ii) รถไฟฟ้ารับ-ส่งธรรมดา และ (iii) การให้บริการเช็คอินสัมภาระและบริการขนถ่ายไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ที่สถานีรับส่งผู้โดยสารในเมือง (สำนักบริหารโครงการระบบรถไฟฟ้า การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2553) สำหรับโครงการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จัดว่าเป็นโครงการระดับนานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ที่รองรับการเติบโตของประเทศไทย การขยายตัวของภาคธุรกิจและพร้อมเป็นประตูสู่ภูมิภาคอาเซียนของประเทศไทยในอนาคต ประเด็นสำคัญของโครงการฯ ถือว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และความพร้อมของการเป็นศูนย์กลางทางการบินในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งนี้ ทางภาครัฐบาลมีความคาดหวังว่า โครงการนี้จะเป็นแรงผลักดันและกระตุ้นเศรษฐกิจของชาติ ประกอบกับ เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถของระบบโครงสร้างพื้นฐานเชิงการขนส่งให้เป็นระบบโครงข่าย ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ทางด้านการขนส่งมวลชนที่มีการเชื่อมต่อตัวเมืองขึ้นในกับท่าอากาศยาน ผนวกเข้ากับระบบรถไฟฟ้าบีทีเอส (Bangkok Transit System : BTS) และรถไฟฟ้ามหานคร (Mass Rapid Transit: MRT) ตลอดจน เป็นการอำนวยความสะดวกในการลำเลียงสัมภาระผู้โดยสารผ่านสถานีรับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองที่สะดวก รวดเร็ว ตรงเวลา มีประสิทธิภาพสูง (ท่าอากาศยานไทย, 2555) ซึ่งจะทำให้เป็นระบบที่สามารถลดต้นทุนภาระทางสังคมโดยอ้อม เช่น พลังงาน มลพิษและความแออัดทางการจราจรของรถยนต์ส่วนบุคคลและรถโดยสารสาธารณะ เป็นต้น อีกทั้งยังเป็น การบรรเทาและลดปัญหาด้านการคมนาคมขนส่งระหว่างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิของผู้โดยสารกับตัวเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

ทั้งนี้ การทำอากาศยานสุวรรณภูมิจัดได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางการบินที่สำคัญในระดับภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ของไทย สำหรับรองรับผู้โดยสารทุกชนชาติที่มีการเดินทางทั้งระดับภายในและระหว่างประเทศ ตลอดจน ระดับภูมิภาคอาเซียนแบบเต็มรูปแบบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาวิจัยและทำการวิเคราะห์ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นการสะท้อนภาพให้เห็นถึงข้อเท็จจริง (Fact) ที่เกิดจากการบริการของผู้ให้บริการที่แท้จริง โดยค้นหารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship Model) ของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการฯ ดังกล่าว ทั้งนี้ เป็นการเตรียมความพร้อมเชิงรุกและเชิงรับ อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการวางแผน การกำหนดนโยบายการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ และการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ให้สอดคล้องเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการจนได้รับความพึงพอใจสูงสุด อันส่งผลต่อประเทศชาติและสังคมโดยรวม

### โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของผู้ใช้บริการ มีลักษณะอย่างไร

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทยในมุมมองของผู้ใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและกลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญต่อโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย

3. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา (Survey research and development)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีขนาดประชากรเป้าหมาย เท่ากับจำนวนโดยเฉลี่ยประมาณ 51,500 คนต่อวัน และนำมาใช้เพื่อการอ้างอิงถึงจำนวนประชากรทั้งหมด (Inference Statistics) ด้วยวิธีการคัดเลือกตัวอย่างสุ่มแบบหลายชั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) คือ ชั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเชิงช่วงชั้นอย่างไม่เป็นสัดส่วน (Disproportional Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามลักษณะการใช้บริการ ชั้นตอนที่ 2 สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ที่สะดวกต่อการให้ข้อมูลและเข้าถึงได้ง่าย รวมจำนวนทั้งสิ้น 600 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งได้ออกแบบโดยมุ่งเน้นการถามความเป็นจริง (Fact) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยพิจารณาจากกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่มีความเกี่ยวข้อง และทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง ความชัดเจนของข้อความถามและความน่าเชื่อถือดังนี้

ขั้นตอนแรก การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ผ่านแบบประเมินให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้และประสบการณ์ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามโดยใช้เทคนิคการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ซึ่งข้อความถามในการวิจัยครั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกันโดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC มากกว่า 0.5 ทุกข้อ

ขั้นตอนที่สอง ทดสอบคุณภาพความชัดเจนของข้อความถาม ซึ่งทำการทดสอบโดยผ่านนักศึกษาชาวต่างประเทศในระดับปริญญาตรี จำนวน 30 คน และนักวิชาการ

(ภาษาศาสตร์) เพื่อทำการตรวจวิเคราะห์คุณภาพทางภาษาเพื่อให้ได้ข้อคำถามในแบบสอบถามที่มีความชัดเจนมากที่สุดสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารชาวต่างชาติ

ขั้นตอนสุดท้าย การหาค่าความเชื่อมั่นหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำไปทดลอง (Pilot Survey) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 30 คน โดยผลทดสอบความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.783 ซึ่งมีค่าทดสอบอยู่ในระดับที่สูงและเป็นเกณฑ์ที่นำไปใช้ศึกษาได้

ทั้งนี้ โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้ ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการคือ เพศ อายุ สัญชาติ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) แบบระบุรายการ (Check List) จำนวน 6 ข้อ ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง โดยศึกษาถึงการแสดงออกในการปฏิบัติตนต่อการใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ที่ซื้อตั๋วโดยสาร ประเภทบริการที่ใช้ เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ช่วงวันและเวลาที่ใช้บริการ สถานีที่เริ่มใช้บริการ และการวางแผนการเดินทาง เป็นต้น เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด แบบระบุรายการ จำนวน 8 ข้อ ตอนที่ 3 ระดับความสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาดบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ที่พิจารณาจากผู้ใช้บริการต่อระดับความสำคัญในด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่าย ด้านสถานที่และเวลา ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า ด้านพนักงานผู้ให้บริการลูกค้า ด้านหลักฐานที่เป็นตัววัตถุ และด้านกระบวนการให้บริการ เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 38 ข้อ ตอนที่ 4 ระดับความสำคัญของการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ซึ่งเป็นการศึกษาถึง ผลต่างของความรู้สึกระหว่างความเป็นจริงที่ได้รับ (Perception) และความคาดหวัง (Expectation) เพื่อทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่ง



ผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ในด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ เป็นลักษณะของคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า จำนวน 16 ข้อ ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ ของการใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open ended Questions) ทั้งนี้ สำหรับแบบสอบถามในตอนต้นที่ 3 และตอนที่ 4 มีลักษณะข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่าน้ำหนักตามหลักวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยคำตอบมีการแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

### 3. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบสอบถาม ซึ่งจะมีการตรวจสอบหาความเที่ยงตรง ความชัดเจนของข้อคำถามและความน่าเชื่อถือที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ และทำการสรุปประเด็น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลขั้นพื้นฐานและขั้นสูง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและสถิติเชิงพรรณนาในการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย ได้ผลสรุปผลดังนี้

ผลสำรวจข้อมูลทั่วไปและสถิติเชิงพรรณนา ของลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่ออากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ในจำนวนนี้ประมาณครึ่งหนึ่งเป็นผู้มีสัญชาติไทย ส่วนสัญชาติชาวต่างชาติ ที่พบมาก คือ จีน ฮองกง ไต้หวัน และสัญชาติในกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) อยู่ในสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 50,000 ขึ้นไป

จากวัตถุประสงค์ที่ 1 ระดับของการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง พบว่า ผู้โดยสารผู้ใช้บริการมีความรู้สึกประทับใจต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโดยภาพรวม (ผลต่างค่าเฉลี่ย=0.18) โดยต่างมีความรู้สึกประทับใจในทุกด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถในการตอบสนอง ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความเข้าใจและความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ และด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการ ตามลำดับ โดยเกือบทุกประเด็นจะมีความรู้สึกประทับใจ แต่จะมีเพียงบางประเด็น ได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นต่อการบริการที่จะรู้สึกพอใจ ในส่วนของความมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของโครงการแอร์พอร์ตลิงก์ และรู้สึกไม่พอใจ ในส่วนของความเป็นเอกลักษณ์จากสิ่งปรากฏ อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ผลงานและรางวัลต่างๆ

จากวัตถุประสงค์ที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง พบว่า ผู้โดยสารที่ใช้บริการ ชื้อตั๋วโดยสารด้วยตัวเอง เลือกใช้บริการรถไฟฟ้าท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (SA City Line) โดยเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการคือ สามารถเดินทางถึงจุดหมายได้ในราคาประหยัด ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตัวเอง และเลือกใช้บริการในช่วงวันธรรมดาปกติ (จันทร์-ศุกร์) ช่วงเวลา 06:00-08:59 นาฬิกา ซึ่งสถานีพญาไท เป็นสถานีที่เริ่มเลือกใช้บริการมากที่สุด ทั้งนี้ ผู้โดยสารจะมีการวางแผนมาก่อนล่วงหน้าว่าจะเลือกใช้บริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง

กลยุทธ์ทางการตลาดบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมต่อท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง พบว่า ผู้โดยสารให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดบริการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.97$ , S.D.=0.21) สำหรับด้านพนักงานผู้ให้บริการลูกค้าและด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนประเด็นความสำคัญที่อยู่ในระดับมาก สามารถเรียงลำดับได้ ดังนี้ ด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ด้านหลักฐานที่เป็นตัววัตถุ ด้านความสามารถในการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า ด้านราคาและค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องจ่าย ด้านสถานที่และเวลา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแต่ละประเด็นพบว่า ประเด็นที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสถานที่และเวลาที่เกี่ยวกับ สภาพแวดล้อมในบริเวณสถานีชานชาลา มีความเหมาะสม และด้านการส่งเสริม

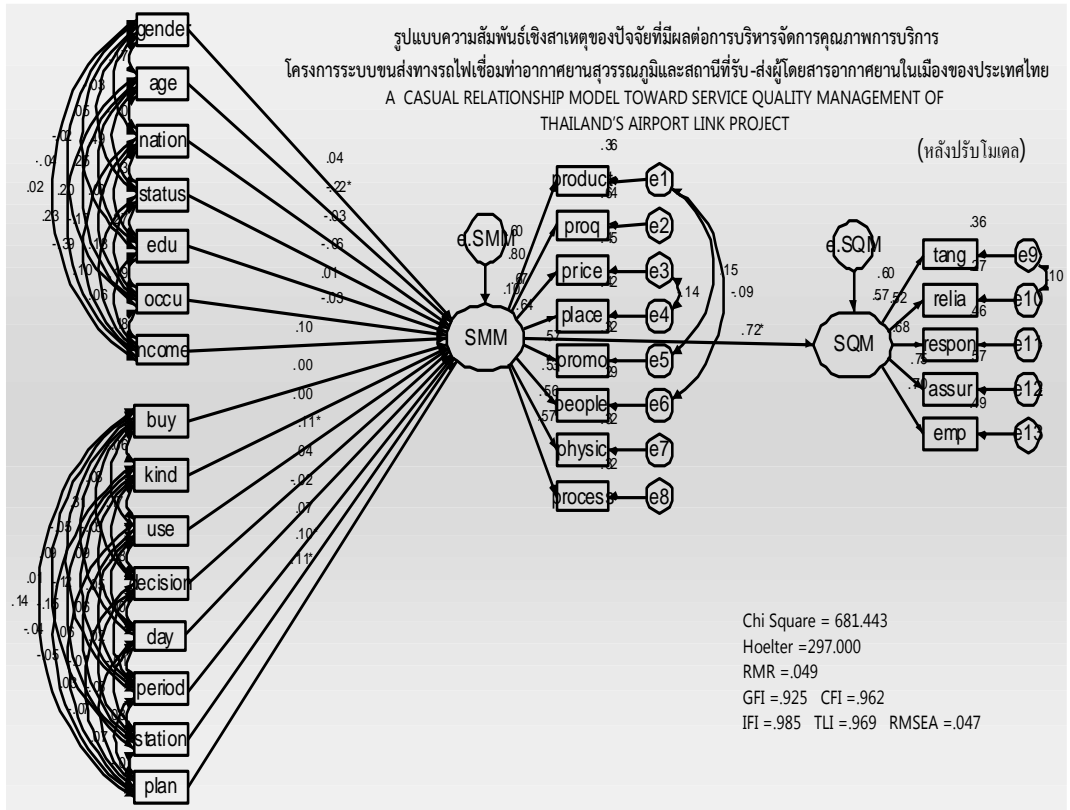
การตลาดและการให้การศึกษาลูกค้า ที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ตามลำดับ ประเด็นอื่นๆนั้น ต่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก และมากที่สุด

จากวัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังผลสรุปการทดสอบตามตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ในประเด็นอายุ มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ โดยมีความสัมพันธ์ทางลบ ( $IE = -0.155$ ) พฤติกรรมการใช้บริการที่เกี่ยวกับ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ สถานีที่เริ่มเลือกใช้บริการ การวางแผนการเดินทาง มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ ทั้งนี้ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ มีความสัมพันธ์ทางลบ ( $IE = -0.082$ ) สถานีที่เริ่มเลือกใช้บริการ และการวางแผนการเดินทาง จะมีความสัมพันธ์ทางบวก ( $IE = 0.074$  และ  $0.078$  ตามลำดับ) กลยุทธ์ทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ( $DE = 0.721$ )

### ตารางที่ 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	อิทธิพล	ยอมรับ/ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1 (H1) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง		
- เพศ	-	ปฏิเสธ
- อายุ	$IE = -0.155^*$	ยอมรับ
- สัญชาติ	-	ปฏิเสธ
- สถานภาพ	-	ปฏิเสธ
- ระดับการศึกษา	-	ปฏิเสธ
- อาชีพ	-	ปฏิเสธ
- รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	-	ปฏิเสธ

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	อิทธิพล	ยอมรับ/ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 2 (H2) พฤติกรรมการใช้บริการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง		
- ผู้ที่ซื้อตั๋วโดยสาร	-	ปฏิเสธ
- ประเภทบริการที่ใช้	-	ปฏิเสธ
- เหตุผลสำคัญที่ใช้บริการ	IE =-0.082*	ยอมรับ
- บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	-	ปฏิเสธ
- ช่วงวันที่ใช้บริการ	-	ปฏิเสธ
- ช่วงเวลาที่ใช้บริการ	-	ปฏิเสธ
- สถานีที่เริ่มใช้บริการ	IE =0.074*	ยอมรับ
- การวางแผนการเดินทาง	IE =0.078*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 (H3) กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง	DE=0.721*	ยอมรับ



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ (หลังการปรับโมเดล)

จากภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุๆ ของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการโครงสร้าง ได้ดังนี้

$$\text{SMM} = 0.035 \text{ Gender} - 0.215* \text{ Age} - 0.030 \text{ Nation} - 0.058 \text{ Status} + 0.009 \text{ Edu} - 0.025 \text{ Occu} + 0.095 \text{ Income} + 0.003 \text{ Buy} + 0.003 \text{ Kind} - 0.114* \text{ Use} + 0.037 \text{ Decision} - 0.022 \text{ Day} + 0.066 \text{ Period} + 0.103* \text{ Station} + 0.108* \text{ Plan}; R^2 = 0.098$$

$$\text{SQM} = 0.721* \text{ SMM}; R^2 = 0.570$$

## ตารางที่ 2 สรุปค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์การพิจารณา	ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์
$\chi^2 / df$ (CMIN/DF)	< 3	2.302
GFI	≥0.90	0.925
AGFI	≥0.90	0.907
NFI	≥0.90	0.951
NNFI (TLI)	≥0.90	0.969
IFI	≥0.90	0.985
CFI	≥0.90	0.962
HOELTER	> 200	297
RMR	<0.05	0.049
RMSEA	<0.05	0.047

ผลสรุปผ่านเกณฑ์การพิจารณา โมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

นอกจากนี้ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม ด้วยค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ ( $\chi^2/df$ ) เท่ากับ 2.302 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 สำหรับค่าดัชนีอื่นทุกตัว ได้แก่ GFI, AGFI, NFI, NNFI (TLI), IFI, CFI ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ได้กำหนดตั้งแต่ 0.90 ขึ้นไป ส่วนดัชนีที่กำหนดไว้ที่ระดับน้อยกว่า 0.05 พบว่า ดัชนี RMR และ RMSEA ก็ผ่านเกณฑ์การพิจารณาเช่นกัน รวมถึง ค่าดัชนีประเมินความกลมกลืนของโมเดลด้วยความเพียงพอของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับ Hoelter > 200 พบว่า ค่าดัชนี Hoelter =297 ดังผลสรุปตามตารางที่ 2 (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ทั้งนี้ ในแต่ละองค์ประกอบของโมเดลมีความเที่ยงตรง (Validity) เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (ค่าสัมบูรณ์) และมีนัยสำคัญทางสถิติ ตลอดจน ประสิทธิภาพของความสามารถในการพยากรณ์อยู่ในระดับดีและเป็นที่ยอมรับ โดยมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.570 หรือคิดเป็นร้อยละ 57.0 ซึ่งผ่านเกณฑ์พิจารณาที่มีค่าร้อยละ 40 ขึ้นไป ทั้งนี้ สามารถนำเสนอรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างเหมาะสมได้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ที่ได้รับพัฒนาอย่างเหมาะสมสำหรับรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการแอร์พอร์ตลิงค์

## อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ที่ได้จากการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญอภิปรายผล ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ในประเด็นอายุ มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient=-0.155) (IE=-0.155) นั้นแสดงว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพ ต่ำกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุไม่เกินกว่า 30 ปี เหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องด้วยวุฒิภาวะหรือวัยวุฒิเป็นตัวแปรที่แสดงถึง สภาวะความคาดหวังที่ได้รับ ซึ่งผู้ที่มีวุฒิภาวะสูงผ่านประสบการณ์มากกว่า ด้วยเหตุนี้ ทำให้มาตรฐานการพิจารณาคุณภาพว่าดี หรือมีความพึงพอใจจะสูงกว่า ผู้ที่มีวุฒิภาว่น้อยกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์ (2550) ที่พบว่า ปัจจัยของอายุ ที่ต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกัน

ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ ในประเด็นอื่น ได้แก่ เพศ สัญชาติ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ นั่นคือ ไม่ว่าผู้ใช้บริการจะมีลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลใดก็ตาม เช่น เพศชาย หรือโสด หรือสมรส จบการศึกษาระดับตั้งแต่ปริญญาตรี/เทียบเท่าขึ้นไป หรือน้อยกว่า ประกอบอาชีพ หรือไม่ประกอบอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาท หรือเกินกว่า 30,000 บาท จะมีความเห็นว่า การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพไม่แตกต่าง เหตุที่เป็นเช่นนี้ ด้วยความแตกต่างของลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว ไม่ใช่ตัวแปรสำคัญที่ส่งผลให้มีความเห็นต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการจากโครงการฯ ดังกล่าวที่มีความแตกต่างกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า คุณภาพการบริการมีความใกล้เคียงกันในแต่ละกลุ่มเพศ สัญชาติ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งมีความต่างจากแนวคิดงานวิจัยของ ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์ (2550) ที่พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการให้บริการที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



พฤติกรรมการใช้บริการ ในประเด็น เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ สถานที่ที่เริ่มเลือกใช้บริการ การวางแผนการเดินทาง มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient=-0.082, 0.074 และ 0.078 ตามลำดับ) (IE=-0.082, 0.074 และ 0.078 ตามลำดับ) นั่นแสดงว่า ผู้ใช้บริการให้เหตุผลที่เลือกใช้บริการคือ สามารถเดินทางถึงจุดหมายได้ในราคาประหยัด นั่นคือ การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพดีกว่าผู้บริการที่ให้เหตุผลสำคัญเลือกใช้บริการอย่างอื่น (เช่น ลำบากสัมภาระเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ/ความรวดเร็วตรงเวลา/ความปลอดภัยสูง) สำหรับผู้บริการที่เลือกสถานที่เริ่มใช้บริการ สถานีพญาไท/มักกะสัน/สุวรรณภูมิ หรือการวางแผนมาก่อนล่วงหน้าว่าจะเลือกใช้บริการ จะเห็นว่า การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพดีกว่าผู้บริการที่เลือกสถานที่เริ่มใช้บริการสถานีอื่น หรือการตัดสินใจในทันที...โดยไม่มีกรวางแผนมาก่อนเลย นั่นแสดงให้เห็นว่า ทั้ง 3 พฤติกรรมที่สำคัญดังกล่าว (มูลเหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการ (Why?), สถานที่ที่เริ่มเลือกใช้บริการ (Where?) และการวางแผนการเดินทาง (How?) เป็นการแสดงออกทางความคิด โดยไม่ได้รับอิทธิพลจากบุคคลอื่นร่วมต่อกระบวนการคิด เป็นการพิจารณาจากความจำเป็น ความสะดวกเพียงพร้อมของบริการที่จะได้รับ เป็นประเด็นที่ให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock & Wright (2002) และ Lovelock & Wirtz (2007) ที่ได้กล่าวว่า กระบวนการที่มีการวางแผนเป็นอย่างดี ก่อให้เกิดกระบวนการส่งมอบการให้บริการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจประทับใจจนกลายเป็นความภักดีในการใช้บริการนั้น

ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการ ในประเด็น ผู้ที่ซื้อตั๋วโดยสาร ประเภทบริการที่เลือกใช้ บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ช่วงวันที่เลือกใช้บริการ ช่วงเวลาที่เลือกใช้บริการ ต่างไม่มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อการบริหารจัดการคุณภาพการบริการ ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ ( $P \geq 0.05$ ) นั่นคือ ไม่ว่าผู้บริการ จะมีลักษณะการใช้บริการใดก็ตาม เช่น ซื้อด้วยตนเองหรือผู้อื่น การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าทำอากาศยานสุวรรณภูมิ หรือรถไฟฟ้าด่วนทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตัวเองหรือผู้อื่น เลือกใช้บริการในช่วงวันธรรมดาหรือวันหยุด ช่วงเวลา 06:00-11:59 นาฬิกา หรือ 12:00-05:59 นาฬิกา จะมีความเห็นว่า การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพไม่แตกต่าง เหตุที่เป็นเช่นนี้ ด้วยความแตกต่างของพฤติกรรมดังกล่าว มีบุคคลอื่นเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการคิด และสถานการณ์ที่อาจควบคุมได้ยาก ได้แก่

ช่วงวัน/เวลาที่เลือกใช้บริการ อันส่งผลทำให้ความรู้สึกพอใจดังกล่าว ไม่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งต่างจากแนวคิงานวิจัยของ ทศพร อารีราษฎร์ (2550) ที่พบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ในประเด็น ผู้ซื้อตั๋วโดยสาร บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ จะมีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ

กลยุทธ์ทางการตลาดบริการมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อการบริหารจัดการคุณภาพ การบริการโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ ( $P \geq 0.05$ ) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกและมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient=0.721) ( $DE=0.721$ ) นั้นแสดงว่า การนำเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่มีความเหมาะสมมาดำเนินการประยุกต์และปรับใช้แล้ว การบริการก็จะมีคุณภาพที่ดีสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เหตุที่เป็นเช่นนี้ อาจกล่าวได้ว่า การตระหนักถึงคุณภาพการบริการขององค์กรในภาคบริการถือเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินการและการมีส่วนร่วมในการปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีต่อกลยุทธ์การตลาดบริการที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทั้งนี้ โครงการแอร์พอร์ตลิงค์ ถือเป็นโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ (Mega Project) ซึ่งจะต้องได้รับการวิจัยและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดบริการจากผู้เชี่ยวชาญให้เกิดความเหมาะสมและดีพร้อมอยู่อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock & Wright (2002) ที่ได้อธิบายถึง องค์ประกอบของกลยุทธ์ทางการตลาดบริการทั้ง 8 ด้าน ของการบริการแบบผสมผสาน ในประเด็นที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 1 'Ps คือ ความสามารถในการผลิตและคุณภาพที่สม่ำเสมอ (Productivity and Quality) ที่เป็นการมุ่งรักษาคุณภาพการบริการ ทำให้ธุรกิจบริการมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และสามารถดำรงอยู่ได้ หรือเกิดเป็นความภาคภูมิใจผู้ใช้บริการ ซึ่งทำให้การบริการของโครงการแอร์พอร์ตลิงค์ มีคุณภาพที่ดี มีประสิทธิภาพและได้รับการตอบรับจากผู้ใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้โดยสารที่ใช้บริการโครงการฯ เมื่อเทียบความคาดหวังกับการได้รับบริการอยู่ในระดับ รู้สึกไม่พอใจ เกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์จากสิ่งที่ปรากฏ อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ผลงานและรางวัลต่างๆ (ผลต่างค่าเฉลี่ย=-0.13) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรนำเสนอและผลักดัน นโยบายทางด้านการออกแบบ จัดทำสื่อ รวมถึง สร้างสโลแกนที่แสดงถึง ความเป็นเอกลักษณ์ ความภูมิใจของคนในชาติต่อโครงการฯ อีกทั้งเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีสู่ระดับความเป็นสากลมากขึ้น รวมถึง ผลงาน การได้รับการเชิดชู

เกียรติ และรางวัลที่ได้รับให้เป็นที่ยอมรับในระดับมาตรฐานสากล ไม่ว่าจะด้านความปลอดภัย การมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ชุมชน สังคมและรักษา มาตรฐานการบริการที่ดี ทั้งนี้ อาจดำเนินการโดยเทคนิควิธีการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อบุคคล (Personal Media) และ สื่อกิจกรรม (Activity Media) เพื่อให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึง

2. ผู้โดยสารที่ใช้บริการโครงการฯ ที่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป มีความเห็นว่า การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพด้อยกว่าผู้ใช้บริการที่มีอายุไม่เกินกว่า 30 ปี รวมถึง ผู้ใช้บริการให้เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการคือ สามารถเดินทางถึงจุดหมายได้ในราคา ประหยัด นั่นคือ การบริการที่ได้รับจากการบริหารจัดการมีคุณภาพด้อยกว่าผู้ใช้บริการที่ให้ เหตุผลสำคัญที่เลือกใช้บริการอย่างอื่น (เช่น ลำเลียงสัมภาระเข้าสู่สนามบินสุวรรณภูมิ/ ความรวดเร็วตรงเวลา/ความปลอดภัยสูง) ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการผลักดัน นโยบายการรับประกันบริการ (Service Guarantees) ไม่ว่าจะด้านความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน การอำนวยความสะดวก จัดพนักงานประจำแต่ละจุด เพื่อให้บริการ ช่วยเหลือ โดยเฉพาะสัมภาระที่ติดตัวมา รวมถึง การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้แก่ผู้โดยสารที่ ใช้บริการ

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการนำเทคนิคและกลยุทธ์ทางการตลาดบริการที่ เหมาะสมมาดำเนินการประยุกต์และปรับใช้แล้ว การบริการก็จะมีคุณภาพที่ดีสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ด้วยการผลักดันเชิงนโยบายการวางแผน พัฒนา และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดบริการทั้ง 8 ด้านอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ด้านความสามารถในการผลิตและคุณภาพที่สม่ำเสมอ ซึ่งจะทำได้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ ดำเนินการโดยมีการประเมินและติดตามผลอย่าง ต่อเนื่อง ในการรักษามาตรฐานการบริการให้มีคุณภาพ ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิวิภาพมาก ยิ่งขึ้น

สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งต่อไปขอเสนอแนะให้ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การ สัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับกลุ่มผู้บริหาร พนักงานที่มีความเกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการและภาครัฐเชิงนโยบาย ในประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สภาพ และปัญหา ข้อจำกัดที่แท้จริง รวมถึง ศักยภาพและขีดความสามารถในระดับภูมิภาคอาเซียน (ASEAN) เพื่อนำมาเป็นแนวทาง การประยุกต์ปรับใช้ในการดำเนินการและบริหารจัดการที่มี ศักยภาพเชิงบูรณาการ มีประสิทธิผลและประสิทธิวิภาพ

2. การวิจัยในครั้งต่อไปขอเสนอแนะให้ศึกษาปัจจัยสู่แห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ในการดำเนินโครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมืองของประเทศไทย เพื่อเป็นการสกัดปัจจัยที่สำคัญมาใช้ในการวางแผน กำหนดนโยบาย แผนงานต่างๆ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาให้โครงการฯ ดังกล่าวประสบความสำเร็จสามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน

### บรรณานุกรม

- คณะกรรมการบริหารการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. (2555). **มติคณะกรรมการบริหารการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (กทภ.).** สืบค้นจาก [http://www.nesdb.go.th/specialWork/suvarnabhumi/meeting\\_center/osdc\\_committee/4%20osdc\\_meeting%203-2546%20-%2028july46/osdc\\_meeting%203-2546.htm](http://www.nesdb.go.th/specialWork/suvarnabhumi/meeting_center/osdc_committee/4%20osdc_meeting%203-2546%20-%2028july46/osdc_meeting%203-2546.htm)
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. (2553). **กว่าจะเป็น... สนามบินสุวรรณภูมิ.** สืบค้นจาก <http://www.relaxzy.com/place/suwannabhumi.html>
- ดวงฤทัย น้อยพะวงษ์. (2550). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟที่มีต่อการบริหารจัดการขบวนขานเมืองของการรถไฟแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาลัยบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ทศพร อารีราษฎร์. (2550). **พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารในและระหว่างประเทศ ศึกษากรณีท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ท่าอากาศยานไทย. (2555). **ข้อมูลทั่วไปของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.** สืบค้นจาก <http://www2.airportthai.co.th>
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). **ความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (LISREL): สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์.** กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- 
- สำนักบริหารโครงการระบบรถไฟฟ้า การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2553). **โครงการระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีที่รับ-ส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง**. สืบค้นจาก <http://www.railway.co.th/sarl/>
- Lovelock, C., & Wright, L. (2002). **Principles of service marketing and management**. 2<sup>nd</sup> ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2007). **Services Marketing: People Technology, Strategy**. 6<sup>th</sup> ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.