

0077-29060



ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร

**PEOPLE'S ATTITUDES TOWARD USING BUS SERVICE
OF BANGKOK MASS TRANSIT AUTHORITY.**



โดย
นางศิริวรรณ สุวิชานันท์

การศึกษาด้วยตนเองนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

พ.ศ. 2548

การศึกษาด້วยตนเอง ทศนคติของผูั้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพใน
เขตกรุงเทพมหานคร
People's Attitudes Towards Using Bus Service of Bangkok Mass Transit
Authority.
ชื่อนักศึกษา นางศิริวรรณ สุวิชาชนันท์
รหัสประจำตัว 466008
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2547

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ตรวจสอบและอนุมัติให้การศึกษาด້วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2548

_____ คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พรรณราย แสงวิเชียร)

คณะกรรมการสอบการศึกษาด້วยตนเอง

_____ อาจารย์ที่ปรึกษา
(อาจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล)

_____ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เพ็ญ ชยาวิวัฒน์กุล)

_____ กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สถาพร ปิ่นเจริญ)

การศึกษาด้วยตนเอง

ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ใน
เขตกรุงเทพมหานคร

People's Attitudes Toward Using Bus Service of Bangkok Mass Transit
Authority.

ชื่อนักศึกษา

นางศิริวรรณ สุวิชาชนันท์

รหัสประจำตัว

466008

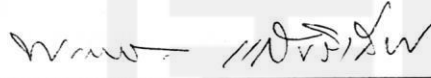
หลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา

2547

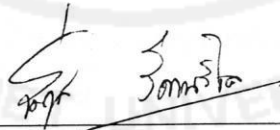
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้ตรวจสอบและอนุมัติให้
การศึกษาด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
เมื่อวันที่ 13 มีนาคม พ.ศ. 2548



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรรณราย แสงวีเชียร)

คณะกรรมการสอบการศึกษาด้วยตนเอง



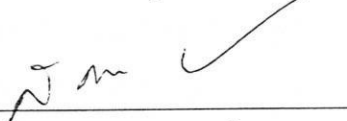
อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์รุ่งฤดี รัตนิไล)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญ ชยาวิวัฒน์กุล)



กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สถาพร ปิ่นเจริญ)

การศึกษาด้วยตัวเอง	ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพใน เขตกรุงเทพมหานคร People's Attitudes Toward Using Bus Services of Bangkok Mass Transit Authority.
ชื่อนักศึกษา	นางศิริวรรณ สุวิชาชนันท์
รหัสประจำตัว	466008
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

การศึกษาด้วยตัวเอง เรื่อง ทัศนคติ ของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชน
กรุงเทพ เขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการ
รถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (2) ศึกษารูปแบบการบริการที่ผู้โดยสารต้องการให้
องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพปรับปรุง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดย
ทำการศึกษาด้อย่าง จำนวน 400 คน จำแนกเป็น เพศชาย 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และ
เพศหญิง 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.50
ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.80 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็น
ร้อยละ 27.80 มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.50 สำหรับการวิเคราะห์ข้อ
มูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS For Window version 11.0 เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน
เบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับทัศนค
ติต่อการใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ โดยการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธี
Chi-Square Test และผลการศึกษาที่ได้มีดังนี้

ผู้ใช้บริการ เลือกโดยสารรถประจำทาง ขสมก. เพราะ ประหยัดเงิน สะดวก มีรถหลาย
สายให้เลือกใช้บริการ ปลอดภัย สำหรับบางเส้นทางเดินรถมีรถโดยสารบริการตลอดคืน และรถ
โดยสารของ ขสมก. ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ รถธรรมดา (ครีม-แดง) และรถปรับอากาศยูโร (เหลือง-
ส้ม)

ด้านเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนรถโดยสาร และเป็นอันตรายต่อตัวเอง รวมถึงทรัพย์สิน
สินของผู้ใช้บริการพบว่าจากสำรวจผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน มีเพียง 66 คนเท่านั้นที่ไม่เคย

ประสบเหตุการณ์ใด คิดเป็นร้อยละ 16.50 ส่วนอีก 334 คนหรือร้อยละ 83.50 เป็นบุคคลที่เคยประสบเหตุการณ์บนรถโดยสารมาแล้วทั้งสิ้น

ด้านกริยาของพนักงานเก็บตั๋ว พบว่า พนักงานพุดจาไม่สุภาพ เลือกตอบมากอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 45.50 รวมทั้งถึงการทะเลาะกันเอง คำผู้โดยสาร แต่งกายไม่เรียบร้อย นั่งหลับ เก็บค่าโดยสารไม่ถูกต้อง ไม่ให้ตั๋ว บางครั้งก็ให้ตั๋วเก่า ส่วนพนักงานขับรถ ขับรถประมาทแข่งไปแข่งมา ขับรถเร็ว ไม่จอดรับผู้โดยสาร จอดรถไม่ตรงป้าย พุดจาไม่สุภาพ

ด้านบริการสอบถามข้อมูลผ่าน 184 และจุดบริการต่าง ๆ ที่มีไว้บริการ จากการสำรวจ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่จะสอบถามเกี่ยวกับ เส้นทางเดินรถ เบอร์รถที่จะโดยสาร ลืมสัมภาระต่าง ๆ บนรถโดยสารเป็นต้น และปัญหาที่พบในการใช้บริการสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184 พบว่า โทรมติดยาก

ด้านสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของขสมก. จากผลการสำรวจ พบว่า เลือกใช้บริการเพราะความสะดวก มีรถให้เลือกหลายประเภท และประหยัดเงิน

ด้านบริการที่ควรปรับปรุง จากการสำรวจ พบว่า ขสมก. ควรปรับปรุงด้านปัญหา ควันรถ ระบบการเปิด-ปิดประตู อากาศถ่ายเทภายในรถ ความปลอดภัย จอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู และปิดประตูก่อนออกรถ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสิ่งทีจูงใจด้าน ราคา ความประทับใจในบริการ ความสะดวก ความปลอดภัย ความสะอาด ความรวดเร็ว ประหยัดเงิน มีรถให้เลือกหลายประเภท มีที่นั่งจำนวนมาก รถใหม่ มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนไม่จอดรอนอกป้าย อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก แอร์บนรถเย็น และประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง จากการทดสอบด้วยค่า Chi-square test ผลการทดสอบได้ค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน และสิ่งที่ควรปรับปรุงด้าน ราคา ความปลอดภัย ความสะอาด จอดรถสนิทก่อนเปิดประตู ปิดประตูรถก่อนออกจากป้าย อากาศถ่ายเทภายในรถ สภาพรถ ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ และควันรถ จากการทดสอบด้วยค่า Chi-square test ผลการทดสอบได้ค่า Sig. มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่ามีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร” สำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะความกรุณาของอาจารย์รุ่งฤดี รัตนวิไล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่ช่วยให้คำแนะนำ และเอาใจใส่ในการทำการศึกษ ตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งแล้วเสร็จเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์เป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติทุกท่าน ตลอดจนผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จ

ศิริวรรณ สุวิชาชนันท์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(6)
สารบัญแผนภูมิ.....	(8)
บทที่	
1. บทนำ	
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	1
1.3 ขอบเขตในการศึกษา.....	2
1.4 นิยามคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.5 สมมติฐาน.....	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
1.7 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	3
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค.....	4
2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ.....	5
2.3 ทฤษฎีการจูงใจ.....	8
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	9
2.5 แนวคิดเรื่องทัศนคติ.....	10
3. ระเบียบวิธีการวิจัย	
3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	13
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	14
3.3 การทดสอบเครื่องมือ.....	14

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	15
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	15
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล.....	17
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพ.....	22
4.3 ข้อมูลการปรับปรุงการบริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพ.....	33
4.4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพ.....	65
5. สรุปผล การวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	116
5.2 อภิปรายผล.....	117
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	119
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยและศึกษาครั้งต่อไป.....	121
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก	
ผนวก ก. เขตการเดินรถขนส่งมวลชนกรุงเทพ.....	125
ผนวก ข. แบบสอบถาม.....	127
ประวัติผู้เขียน.....	132

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	17
4.2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	18
4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	19
4.4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	20
4.5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	21
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการ รถโดยสารของ ขสมก.....	22
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับรถโดยสาร ที่ผู้โดยสารใช้บริการมากที่สุด.....	23
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในขณะที่โดยสารรถของขสมก.....	24
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความปลอดภัยในทรัพย์สิน ในขณะที่โดยสารรถของขสมก.....	25
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการ ของพนักงานเก็บตั๋ว.....	26
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมกรให้บริการ ของพนักงานเก็บตั๋วบนรถโดยสารของ ขสมก. พูดยาไม่สุภาพ.....	27
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรม การของพนักงานขับรถโดยสารของ ขสมก.	28
4.13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก.ผ่านหมายเลข 184 ในเรื่องต่าง ๆ.....	29
4.14 การให้บริการสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184.....	30
4.15 เรื่องที่ผู้โดยสารสอบถามจากจุดให้บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก.....	31
4.16 จุดให้บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก.จุดใดที่มีผู้โดยสารสอบถามมาก ที่สุด.....	32
4.17 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบริการของ ขสมก. ที่ควร ปรับปรุง.....	33

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.....	37
4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.....	41
4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.....	44
4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.....	49
4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.	54
4.23 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้กับรูปแบบ การบริการของ ขสมก.	60
4.24 จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการบริการที่เป็นสิ่งจูงใจให้ เลือกใช้บริการ.....	65
4.25 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ ขสมก.....	72
4.26 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก.....	79
4.27 ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก.....	84
4.28 ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก.....	92
4.29 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก.....	101
4.30 การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้กับรูปแบบ การบริการของ ขสมก.	111
5.1 ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย.....	120

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1.1 กรอบแสดงแนวคิดในการศึกษา.....	3
2.1 กระบวนการซื้อ(Buying Process).....	6
2.2 ลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ทั้ง 5 ชั้น.....	8
4.1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	17
4.2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	18
4.3 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	19
4.4 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	20
4.5 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	21
4.6 เหตุผลในการเลือกใช้บริการ.....	22
4.7 ประเภทรถโดยสารที่นิยมใช้บริการ.....	23

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัจจุบันกรุงเทพมหานครมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่นในแต่ละพื้นที่ ทำให้มีการเดินทางติดต่อสื่อสารกันจำนวนมาก แม้ว่าส่วนหนึ่งจะใช้รถส่วนบุคคล แต่ก็ยังมีประชากรอีกจำนวนมากที่ต้องโดยสารรถประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ โดยเฉพาะช่วงเช้าและช่วงเย็นในช่วงชั่วโมงเร่งด่วน รถโดยสารจะแน่นทุกคันในทุกสาย (รวมทั้งรถร่วมบริการ) และบ่อยครั้งพนักงานขับรถขับรถโดยประมาท ทำให้เกิดอุบัติเหตุ มีผู้โดยสารได้รับบาดเจ็บและตาย นอกจากนี้ผู้ใช้บริการยังกลัวการถูกละเมิดสิทธิ (เช่น ลวนลาม ชิงทรัพย์ ถูกลงจากเด็กเทคนิค / อาชีวะทะเลาะกัน) ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งบนรถประจำทางเป็นประจำ ดังนั้น ผู้ที่มีรายได้พอที่จะซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลได้ ก็จะซื้อ เพราะต้องการความสะดวกและปลอดภัยจากปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นบนรถประจำทาง ด้วยเหตุนี้จำนวนรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครจึงเพิ่มขึ้นในทุกปี เช่นปี 2546 จำนวนรถที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5,481,160 คัน ส่วนปี 2545 จำนวนรถจดทะเบียนเท่ากับ 5,399,153 จะเห็นว่าปี 2546 มีจำนวนรถเพิ่มขึ้นจากปี 2545 เท่ากับ 82,007 คัน (ข้อมูลจากฝ่ายสถิติสำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กรมการขนส่งทางบก) ในขณะที่ถนนมีจำนวนเท่าเดิมในบางเส้นทาง หรือเพิ่มเพียงเล็กน้อย จึงเกิดปัญหาการจราจรติดขัด หลายพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดมลพิษทางอากาศและมลพิษทางเสียงเสียงเพิ่มขึ้นตามจำนวนรถที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี มลพิษทางอากาศที่พบเกินมาตรฐานในเขตกรุงเทพมหานครได้แก่ฝุ่นขนาดเล็ก ก๊าซโอโซน และก๊าซไนโตรเจนไดออกไซด์ ซึ่งพบมากบริเวณริมถนนเพราะยานพาหนะเป็นแหล่งเกิดมลพิษ ทำให้เป็นโรคหอบหืด ถุงลมโป่งพอง หลอดลมอักเสบเรื้อรังแน่นหน้าอกสมรรถภาพปอดลดลง นอกจากนี้ปริมาณรถที่มากทำให้เกิดมลพิษทางเสียง หลายพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีระดับเสียงเกินมาตรฐานคือเกิน 70 เดซิเบลเอ

1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ทราบถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
2. ทราบถึงรูปแบบบริการที่ผู้โดยสารต้องการให้องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพปรับปรุง

1.3 ขอบเขตในการศึกษา

เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน (วิธีคำนวณ ดูภาคผนวก ก.) จากจำนวนทั้งหมด 5,844,607 คนในเขตกรุงเทพมหานคร

1.4 นิยามคำศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานครมีคำศัพท์ที่จะให้คำจำกัดความดังนี้

1. ทัศนคติคือแนวความคิดต่อการใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพของผู้ใช้บริการแต่ละคน
2. ผู้โดยสารคือผู้ใช้บริการโดยรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
3. ขสมก. หมายถึงองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
4. รถธรรมดาหมายถึงรถโดยสารสีครีม-แดงและมีอัตราค่าบริการเท่ากับ 4 บาท ตลอดสาย
5. รถโดยสารสีขา-เขียวและมีอัตราค่าบริการเท่ากับ 5 บาท ตลอดสาย
6. รถทางด่วนหมายถึงรถโดยสารสีครีม-แดงและมีอัตราค่าบริการ 5.50 บาท ตลอดสาย
7. รถบริการตลอดคืน หมายถึง รถโดยสาร สีครีม-แดง และมีอัตราค่าบริการ 5 บาท ตลอดคืน
8. รถปรับอากาศ หมายถึง รถโดยสาร ที่มีสีขา-น้ำเงิน และ มีอัตราค่าบริการ 8 บาท 10 บาท 12 บาท 14 บาท และ 16 บาท (คิดราคาตามระยะทาง)
9. รถปรับอากาศ (ยูโร 2) หมายถึง รถที่มีสีเหลือง-ส้ม และมีอัตราค่าบริการ 10 บาท 12 บาท 14 บาท 16 บาท 18 บาท และ 20 บาท (คิดราคาตามระยะทาง)

1.5 สมมติฐานในการศึกษา

1. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ใช้บริการ มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.
2. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ของผู้ใช้บริการ มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ
2. ทราบถึงความต้องการ ของผู้บริการ ที่ต้องการให้ทาง ขสมก. ปรับปรุงและเพิ่มการให้บริการ ในด้านใดบ้าง
3. ขสมก.สามารถหาวิธีจัดรูปแบบการบริการให้ เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้บริการ
4. ใช้เป็นแนวทางในการหาวิธีลดปัญหาการจราจรที่ติดขัด และลดปัญหามลพิษทางอากาศและมลพิษทางเสียงอันเนื่องมาจากมีผู้บริการเปลี่ยนจากนั่งรถยนต์ส่วนบุคคลมาใช้บริการของ ขสมก.มากขึ้น

1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้กำหนดตัวแปรที่จะทำการศึกษาดังนี้

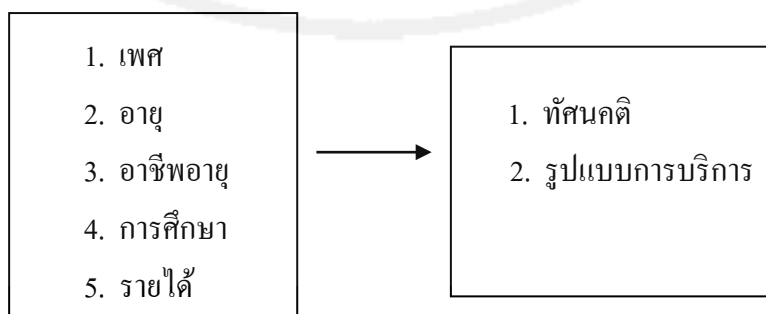
1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ประกอบด้วย ข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้
2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ประกอบด้วย ทัศนคติ และรูปแบบการบริการของ ขสมก.

แผนภูมิที่ 1.1

กรอบแสดงแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากปัจจุบันการทำธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการผลิตหรือธุรกิจเกี่ยวกับการบริการ จะประสบผลสำเร็จและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคได้นั้น จะต้องทำตามที่ผู้บริโภคต้องการ ดังคำกล่าวที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” และเรื่องที่ทำการศึกษาจัดได้ว่าเป็นธุรกิจการบริการประเภทหนึ่ง ดังนั้น จึงต้องทำการสำรวจทัศนคติของผู้ใช้บริการ รวมทั้งความต้องการในเรื่องต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ต้องการให้ปรับปรุงหรือเพิ่มการบริการ ดังนั้น จึงต้องอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาซึ่งประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้บริโภค
- 2.3 ทฤษฎีการจูงใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.5 แนวคิดเรื่องทัศนคติ

2.1 แนวคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค (อินทรา หิรัญเกื้อ. 2543)

พฤติกรรมผู้บริโภคหมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภค ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมาในรูปแบบต่างๆเกิดจากส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ

1. องค์ประกอบภายใน หรือองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยา เช่น การเรียนรู้ และการจูงใจ
2. องค์ประกอบภายนอก หรือองค์ประกอบทางด้านสังคม เช่น ความคาดหวังของสังคม

ข้อจำกัดของสังคม

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

ประกอบด้วย 5 กิจกรรมซึ่งเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาหนึ่งได้แก่กิจกรรมดังต่อไปนี้
คือ (London and Della. 1993 : 610-613)

1. การจูงใจและการรับรู้ถึงความจำเป็น (Motivation and need recognition)
2. การแสวงหาข้อมูล (Search For information)
3. การประเมินทางเลือก (Alternative evaluation)
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase)
5. ผลลัพธ์ (Outcome)

ส่วนปัจจัยตัวแปรต่างๆจะจัดแบ่งเป็นกลุ่มแยกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. สิ่งเร้าป้อนเข้า (Stimulus inputs)
2. กระบวนการข้อมูล (Information processing)
3. กระบวนการตัดสินใจ (Decision process)
4. ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจ (Variable influencing the decision-process)

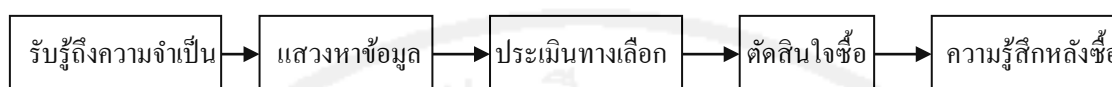
มุ่งเน้นศึกษา รูปแบบพฤติกรรมกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน 2 รูปแบบ คือ รูปแบบ “พฤติกรรมกรรมการซื้อที่ต้องแก้ปัญหาอย่างมาก” (Extended Problem-Solving behavior : EPS) และ รูปแบบ “พฤติกรรมกรรมการซื้อที่ต้องแก้ปัญหาง่ายๆ” (Limited Problem – Solving behavior : LPS)

รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อที่ต้องแก้ปัญหาอย่างมาก (EPS) เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องใช้ความพยายามในการซื้อสูง เพราะ การซื้อมีความสำคัญ ราคาแพง มีความเสี่ยงสูง เพราะมีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้อย ดังนั้น กระบวนการประเมินผลิตภัณฑ์แต่ละขั้นก่อนการซื้อจะต้องกระทำอย่างเข้มงวด ภายใต้อาณัติเช่นนี้ บางครั้งผู้บริโภคอาจจะออกไปตระเวนหาข้อมูลจากร้านค้าหลาย ๆ ร้าน และเมื่อผู้บริโภคได้รับความพอใจในสินค้าตราใดตราหนึ่งแล้วก็จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะผูกพันให้ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์ตราต่อไป

ส่วนรูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อที่ต้องแก้ปัญหาง่ายๆ (LPS) เป็นรูปแบบที่ผู้บริโภคใช้ความพยายามในการซื้อต่ำเพราะการซื้อไม่มีความสำคัญมากนัก ราคาก็ไม่แพง รวมทั้งผู้บริโภคมีข้อมูลอยู่บ้างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้น เพียงแต่หาข้อมูลเพิ่มเติมบ้างเท่านั้น ดังนั้น ความเสี่ยงในการซื้อจึงต่ำ

ในกรณีที่เป็นกรตัดสินใจซื้อที่ต้องใช้ความพยายามในการซื้อสูง (EPS) กระบวนการซื้อทั้ง 5 ขั้นตอนมีดังนี้

แผนภูมิที่ 2.1 กระบวนการซื้อ (Buying Process)



1. การรับรู้ถึงความจำเป็น (Need recognition)

โดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคจะเกิดการรับรู้ถึงความจำเป็นเมื่อ พบว่า ความแตกต่างความต้องการระหว่างสภาวะในปัจจุบันที่เป็นอยู่ กับสภาวะปลายทางที่ปรารถนาที่ใฝ่ฝันอยากให้มีมากพอ ความจำเป็นหรือความต้องการก็จะเกิดขึ้นและกลายป็นแรงจูงใจผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายนั้นและปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความจำเป็นมาจาก 3 ทาง คือ จากข้อมูลที่ได้สัมผัสไว้ในความทรงจำ (ความรู้และประสบการณ์) อิทธิพลของสังคมและสิ่งแวดล้อม (โฆษณา ดารา) และเกิดจากบุคลิกและแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) เช่น มองตนเองเป็นคนทันสมัยรสนิยมสูง ความอยากได้ ความมีหน้ามีตา เป็นต้น

2. การแสวงหาข้อมูล(Search For information)

ภายหลังจากผู้บริโภคได้รับแรงกระตุ้นในขั้นที่ 1 แล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคก็จะแสวงหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจ ในตอนแรกจะค้นหาข้อมูลจากแหล่งภายในก่อน (Internal search)จากหน่วยความทรงจำ (Memory) ที่ได้สัมผัสไว้ในสมอง เพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือก หาก พบว่า ความรู้ที่มีอยู่ไม่เพียงพอก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอก (External search)

สำหรับแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of information) ของผู้บริโภคที่สำคัญมี 5 แหล่งที่เป็นหลักดังนี้คือ (Hawkins, Best and Coney. 1998 : 528)

2.1 จากความทรงจำ (Memory) เช่น เคยค้นหา เคยมีประสบการณ์ เคยพบ เคยผ่าน เคยเรียนรู้ในอดีต

2.2 จากแหล่งบุคคลส่วนตัว (Personal source) เช่น เพื่อน สมาชิกในครอบครัว รวมทั้งบุคคลอื่น ๆ

2.3 จากแหล่งอิสระ (Independent source) เช่น นิตยสารกลุ่มผู้บริโภค และ หน่วยงานรัฐ

2.4 จากแหล่งการตลาด (Marketing source) เช่น จากการตรวจสอบ หรือ การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

2.5 จากการสัมผัสกับแหล่งข่าวสารต่างๆภายนอก ข้อมูลต่างๆที่รับเข้ามาทั้งหมด ก็จะนำมากลั่นกรองเลือกสรร กิจกรรมดังกล่าวเรียกว่า”กระบวนการข้อมูล”(Information processing)

กระบวนการข้อมูลประกอบ จะประกอบด้วยกิจกรรม 5 ขั้นตอนดังนี้

(1) การเปิดรับ (Exposure) คือ ประชากรสัมผัสทั้งห้าของผู้บริโภค (หู ตา จมูก ลิ้น กาย) อย่างไม่อย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง รับรู้ต่อสิ่งเร้า เช่น ป้ายโฆษณาบนทางด่วน หรือจากการอ่านจากเอกสารการโฆษณาต่างๆ เป็นต้น

(2) การตั้งใจ (Attention) ภายหลังจากการเปิดรับ ได้สัมผัสกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่รับเข้ามา ผู้บริโภคจะเกิดความสนใจพิเศษต่อข่าวสารบางอย่าง ที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการนำไปแก้ปัญหาเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อของตน

(3) ความเข้าใจ (Comprehension) จากการเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่สำคัญ และได้คัดข้อมูลข่าวสารที่ไม่สำคัญและไม่สนใจออกในขั้นที่ 2 แล้ว ในขั้นนี้เป็นการทำความเข้าใจกับข่าวสารนั้น และเก็บไว้ใน “หน่วยความจำชั่วคราว” เพื่อนำไปประเมินต่อ

(4) การยอมรับ (Acceptance) ข่าวสารที่เก็บไว้ในหน่วยความจำชั่วคราวจะถูกนำมาทำการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประเมิน ซึ่งเป็นความเชื่อถาวรในหน่วยความจำที่มีอยู่เดิม หากผลการประเมินเป็นที่ยอมรับ ก็จะกลายเป็นตัวเสริมแรงความเชื่อมากขึ้นหรืออาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิมก็ได้

(5) การเก็บรักษา (Retention) คือ ผลของข้อมูล ความรู้ที่ได้รับการยอมรับ จะนำไปเก็บไว้ในหน่วยความจำถาวร (Permanent memory) ต่อไป ส่วนข้อมูลที่ไม่ได้รับการยอมรับก็จะตัดทิ้งออกไป

3. การประเมินทางเลือก (Alternative evaluation)

ในขั้นนี้ ผู้บริโภค จะนำข้อมูล และความรู้ต่าง ๆ ที่ผ่านกระบวนการข้อมูลแล้วมาใช้ในการประเมินทางเลือกโดยปกติแล้วมักจะนำไปสู่การเปลี่ยนความเชื่อ(Belive) ที่มีต่อตราสินค้าต่าง ๆ และจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และนำไปสู่ความมุ่งหวัง (Intention) ที่จะซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase)

ในขั้นนี้จะเป็นการซื้อสินค้าที่ได้ประเมินแล้วดีที่สุดใน หากไม่มีสถานการณ์บางอย่างเข้ามาแทรกแซง เช่น มีเงินไม่เพียงพอ หรือเกิดความไม่มั่นใจในรายได้ของตนในอนาคต ที่จะทำให้เลื่อนการซื้อออกไป หรือเลิกซื้อ ความมุ่งหวังที่จะซื้อนำไปสู่การซื้ออย่างแน่นอน

5. ขั้นสุดท้ายภายหลังการซื้อ

ผู้บริโภคนำผลิตภัณฑ์ที่ซื้อมาใช้ และขณะเดียวกัน ทำการประเมินผลผลิตภัณฑ์นั้นด้วย โดยการเปรียบเทียบการใช้งานหรือประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริงกับความคาดหวังที่คาดคิดเอาไว้ หากผลที่ได้เป็นไปตามความคาดหวังก็จะทำให้เกิดความพอใจ (Satisfaction)

2.3 ทฤษฎีการจูงใจ

ใช้ทฤษฎีการจูงใจ เพราะ การจูงใจ คือ การพยายาม ที่จะห้คนอื่น ยินยอม เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่เราต้องการ เมื่อเราทำสิ่งสนองความต้องการของเค้าได้ เรายังจะได้รับสิ่งที่ต้องการนั้น ๆ เนื่องจากความต้องการซับซ้อน ในเรื่องของการจัดการต้อง Due กับคนจำนวนมาก เมื่อแต่ละคนมีความต้องการไม่เหมือนกัน จะทำการจูงใจอย่างไร ต้องใช้ทฤษฎีช่วยอธิบาย เช่น ทฤษฎี Hierarchy-of needs Abraham ของ Abraham Maslow ซึ่งบอกว่า ความต้องการคือความปรารถนาไม่ว่าจะเป็นความปรารถนาทางร่างกายหรือจิตใจก็ตามที่ยังขาดอยู่ เช่น

1. มนุษย์มีความต้องการหลายประการและเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด
2. ความต้องการจะมีความสำคัญแตกต่างกัน ดังนั้น มนุษย์จึงสามารถลำดับความสำคัญความต้องการได้ (Hierarchy of needs)
3. บุคคลจะแสวงหาความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือสำคัญมากกว่าก่อน
4. เมื่อบุคคลได้สิ่งที่ต้องการเพื่อบำบัดความต้องการสำคัญพื้นฐานแล้วมนุษย์จะแสวงหาความต้องการที่สำคัญรองลงไปในระดับที่สูงขึ้น ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ได้จัดประเภทความต้องการตามความสำคัญออกเป็น 5 ระดับจากต่ำไปสูงดังนี้

แผนภูมิที่ 2.2

ลำดับขั้นของความต้องการตามทฤษฎีมาสโลว์ทั้ง 5 ชั้น



1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological need) เป็นความต้องการพื้นฐาน ความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการการยกย่อง และความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety need) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด ซึ่งมนุษย์ต้องการเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความปลอดภัยจากอันตรายต่าง ๆ
3. ความต้องการด้านสังคม (Social) หรือความต้องการความรัก และการยอมรับ เช่น ความต้องการทั้งในแง่ของการให้ และการได้รับซึ่งความรัก ความต้องการ เป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) ซึ่งเป็นความต้องการ ยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะจากสังคม ตลอดจนเป็นความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้รับการยอมรับ การเคารพนับถือ ความรู้ ศักดิ์ศรี ความสามารถ ฐานะดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม สินค้าที่สนองความต้องการในด้านนี้ได้แก่ บ้านหรู รถยนต์ราคาแพง แหวนเพชร เป็นต้น
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization need) ซึ่งเป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดสามารถบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่เกิดจากความสามารถทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับ ความพึงพอใจ มักนิยามศึกษากันในสองมิติ คือ มิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) และมิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาเฉพาะความพึงพอใจในการรับบริการ ปัจจุบันมีผู้กล่าวถึงแนวคิดนี้เป็นจำนวนมาก ตัวอย่าง เช่น

Good (1973 : 320) ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึงสภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ

Morse (1958 : 27) ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความเครียดของบุคคลให้น้อยลง เพราะถ้าหากความเครียดของบุคคลมีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือต่อกิจกรรมใด ๆ ได้

Shelly (1975) ศึกษาแนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้มีความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ และความสุขนี้ทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

Vroom (1964 : 99) กล่าวว่าไว้ว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Wolman (1973) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

Smith (1955 : 114) กล่าวว่า ความพึงพอใจต่อการให้บริการเป็นผลทางจิตวิทยา สาธารณวิทยา และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการ

วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (อ้างอิงจาก บรรเจิด หรินทรานนท์. 2542 : 8) กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคล ที่มีต่อสภาพแวดล้อม จะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ

ชริณี เดชจินดา (อ้างอิงจาก อรรถพล คุรุชเวโซ. 2540 : 7) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความรู้สึก หรือ ทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดมุ่งหมาย

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องทศนคติ

Allport (1951 : 311 ; อ้างอิงจาก สุรยุทธ วิศาลทรง. 2541 : 31) ทศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางร่างกาย จิตใจ และประสาทอันเกิดจากประสบการณ์ของบุคคล ความพร้อมดังกล่าว มีทิศทางหรืออิทธิพลเหนือการตอบสนองของบุคคลหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

Thurstone (1967 : 20 ; อ้างอิงจาก สุรยุทธ วิชาตรัง, 2541 : 31) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทักษคติ หมายถึง ผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก อคติทางความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง มีการแสดงออกทางด้านการพูด ความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทักษะคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทักษะคติเราก็วัดได้จากความคิดของบุคคลนั้นที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ

ทิตยา สุวรรณชฎ (2527 ; อ้างอิงจาก อรรถพล คุรุชเว โช, 2541 : 8) กล่าวถึง ลักษณะที่สำคัญของทักษะคติ 4 ประการคือ

1. ทักษคติ เป็นสภาวะก่อนที่พฤติกรรมโต้ตอบ จะเกิดขึ้นต่อเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะที่พร้อมจะมีพฤติกรรมจริง
2. ทักษคติ จะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา คือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนได้ยาก แต่มิได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทักษคติ คือ ตัวแปรที่ จะนำไปสู่ ความสอดคล้อง ระหว่างพฤติกรรม กับ ความรู้สึกนึกคิดไม่ว่าจะเป็น การแสดงออก โดยวาจา หรือ การแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่ต้องเผชิญ หรือ การหลีกเลี่ยงต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด
4. ทักษคติ มีคุณสมบัติของแรงจูงใจ ในอันที่จะทำให้ บุคคลประเมิน และการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย

คุณลักษณะของทักษะคติ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2529 : 2-6) สรุปคุณลักษณะของทักษะคติไว้ดังต่อไปนี้

1. ทักษคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ประสบการณ์ที่ได้รับ มีอิทธิพลต่อทักษะคติ การสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่าง ๆ ในสังคมมีผลโดยตรงต่อทักษะคติ ฉะนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจทักษะคติ จึงจำเป็นต้องอาศัยทฤษฎีการเรียนรู้ มาอธิบายซึ่งหมายถึงว่าจะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องการรับรู้ และประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเสริมสร้าง การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทักษะคติ
2. ทักษคติ มีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) บุคคลหนึ่งจะมีทักษะคติอย่างไรต่อสิ่งใดขึ้นอยู่กับผลการประเมินความรู้ความคิดหรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวกหรือลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล นอกนี้นักวิชาการด้านทักษะคติต่างก็มีความเห็นตรงกันว่าความรู้สึกเป็นส่วนสำคัญที่สุดของทักษะคติ เป็นคุณลักษณะที่ขาดไม่ได้
3. ทักษคติมีคุณภาพและความเข้ม (Auality and Intensity) คุณภาพและของความเข้มของทักษะคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทักษะคติ ที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่าง ๆ คุณภาพทักษะคติเป็น

สิ่งที่ได้จากการประเมิน เมื่อบุคคลประเมินสิ่งหนึ่งก็อาจมีทัศนคติทางบวก (ความรู้สึกชอบ) หรือทัศนคติทางลบ หรือการบ่งชี้ระดับการประเมิน เช่น ชอบมาก ชอบปานกลาง ชอบน้อย

4. ทัศนคติ มีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลง (Permanence) ทัศนคติ ที่ฝังแน่นลึกซึ้งเนื่องจากสิ่งที่ประเมินความชัดเจนถูกต้องแน่นอน หรือกรณีที่มีการสะสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่าน บังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ อยู่เสมอ ก็อาจไม่มีผลทำให้ทัศนคติที่กล่าวข้างต้นเปลี่ยน ในทำนองนี้จะสามารถใช้ทำนายหรืออธิบายพฤติกรรมในสถานการณ์ที่คล้ายคลึงกัน ในเวลาต่อมาได้อย่างถูกต้อง

5. ทัศนคติ ต้องมีสิ่งที่เหมาะสม (Attitude Object) ทัศนคติ ต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน นั่นคือทัศนคติต่ออะไร ต่อบุคคล ต่อสิ่งของ หรือต่อสถานการณ์ จะไม่มีทัศนคติลอย ๆ ที่หมายถึงสิ่งใด และบุคคลจะต้องมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น ทัศนคติจะแตกต่างกันตามระดับความแน่นอนชัดเจนและขอบเขตโครงสร้าง ซึ่งขึ้นอยู่กับจำนวนชนิดและคุณลักษณะของส่วนประกอบของสิ่งนั้น ในกรณีนี้ได้มีนักวิชาการได้ขยายความของคำว่า “ ลักษณะที่ซับซ้อน ” (Complexity) เมื่อพูดถึงบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มีส่วนประกอบซับซ้อนซึ่งแตกต่างกันมาก และมีหลายองค์ประกอบและใช้คำว่า “ ลักษณะเฉพาะ ” (Definitiveness) สำหรับสิ่งที่มีส่วนประกอบคล้ายคลึงกันไม่ซับซ้อนและมีองค์ประกอบน้อย ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหลังจะเข้าใจง่าย มีความเข้มข้นและลึกซึ้งมากกว่าทัศนคติที่มีต่อสิ่งแรกมีความคงทนและเปลี่ยนได้ยากกว่า

6. ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือสถานการณ์ และความสัมพันธ์นั้นเป็นความรู้สึกจิตใจ (Motivation Affect) กล่าวคือความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยง ฉะนั้น เมื่อมีการประเมินความเชื่อ ความสัมพันธ์ในรูปแบบดังกล่าว ก็จะเกิดขึ้นในโครงสร้างของทัศนคติ นอกจากนั้นยังมีความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละทัศนคติ ทั้งนี้ เนื่องจากทัศนคติสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะประกอบด้วยหลายทัศนคติที่มีระดับความสัมพันธ์แตกต่างกัน ในกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันเองสูง ก็จะมีการรวมตัวเป็นมิติตามคุณลักษณะหรือองค์ประกอบของสิ่งนั้น สิ่งที่ทัศนคติหมายถึงมิติเหล่านี้ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันเมื่อเทียบกัน ก็จะเป็นมิติของความรู้สึก (Affective) หรือทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ความสัมพันธ์นี้ยิ่งสูงมากเท่าใด การรวมตัวของแต่ละทัศนคติก็ยิ่งแน่นแฟ้น ความแน่นแฟ้นจะเป็นตัวบ่งชี้ความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงของทัศนคติ และความแม่นยำในการทำนายพฤติกรรม ทั้งยังเป็นทัศนคติที่มีความสำคัญต่อผู้เป็นเจ้าของ

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชน กรุงเทพมหานครในเขตกรุงเทพ” ครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ เพราะเป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการโดยตรง รายละเอียดระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้มีดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นประชากรที่ใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก. ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร มีประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครเท่ากับ 5,844,607 คน ดังนั้นจึงคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตร

$$n = N/1+N(E)^2$$

เมื่อ

n = จำนวนตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร(จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร)

E = ค่าความผิดพลาดในจำนวนตัวอย่าง (กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% มีความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5 %)

แทนค่าในสูตร

$$n = 5,844,607 / 1+5,844,607(0.05)^2$$

$$n = 390.405 \text{ คน}$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่จะทำการสำรวจเท่ากับ 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยรายละเอียดในแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล จะสอบถามเกี่ยวกับ

- 1.1 เพศ
- 1.2 อายุ
- 1.3 การศึกษา
- 1.4 อาชีพ
- 1.5 รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ แยกสอบถามข้อมูลเป็นกลุ่มๆ ดังนี้

- 2.1 คำถามทั่วไป
- 2.2 ความปลอดภัยในขณะที่ ใช้บริการ ประกอบด้วย ความปลอดภัยส่วนตัวและทรัพย์สิน
- 2.3 การให้บริการของพนักงานเก็บตั๋วและพนักงานขับรถ
- 2.4 การให้บริการสอบถามข้อมูล

ส่วนที่ 3 การปรับปรุงบริการของ ขสมก.

ส่วนที่ 4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ

3.3 การทดสอบเครื่องมือ

นำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 20 ชุด จากนั้นนำมาตรวจสอบและแจกแจงรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อดูข้อผิดพลาดหรือข้อที่ควรจะปรับปรุง เมื่อแก้ไขแบบสอบถามสมบูรณ์เรียบร้อยแล้วจึงนำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สัมภาษณ์ผู้ใช้บริการของ ขสมก. ในเขตกรุงเทพมหานคร ตามป้ายรถเมล์และห้างสรรพสินค้า จำนวน 400 คน โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 9 วันคือ ตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2548 – 18 กุมภาพันธ์ 2548

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าข้อมูลดังนี้

1. วัดตำแหน่งส่วนกลางโดยหาค่า Mean
2. ทำตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ
3. การคำนวณ Rank Order เพื่อหาค่าลำดับความพึงพอใจ
4. การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ตาราง Chi-square
5. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน และทำการวิเคราะห์ตามส่วนที่แบ่งไว้ คือ

การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

4.2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

4.3 การปรับปรุงการบริการของ ขสมก.

4.4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ

ผลการทดสอบสมมติฐาน จากสมมติฐานที่กำหนดดังนี้

1. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ มีผลต่อทัศนคติ ในการเลือกบริการของ ขสมก.

2. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ใช้บริการ มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ได้รับคืน 400 ชุด คิดเป็น 100% และเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งหมด

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคล

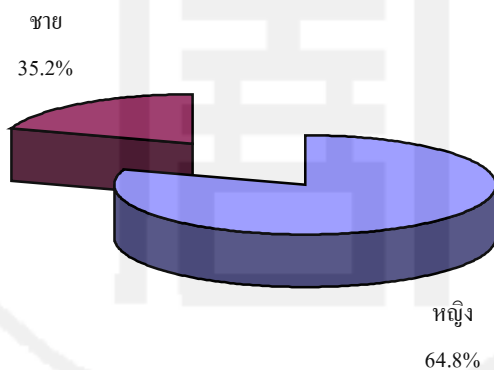
ตารางที่ 4.1

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	นวน	ร้อยละ
ชาย	141	35.2
หญิง	259	64.8
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.1

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

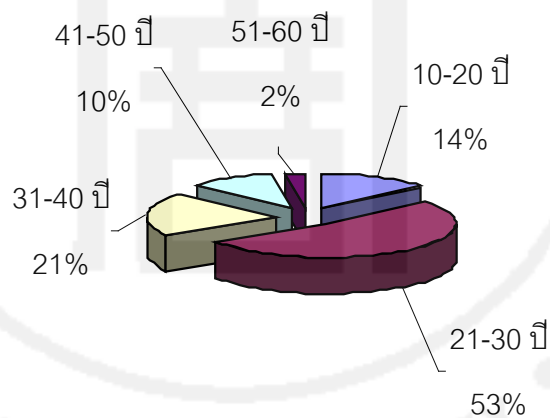


จากตารางและแผนภูมิที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกเป็นเพศชาย 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 เพศหญิง 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.8

ตารางที่ 4.2
สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
10-20	55	13.80
21-30	210	52.50
31-40	83	20.80
41-50	42	10.50
51-60	10	2.50
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.2
สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกเป็นผู้มีอายุระหว่าง 10-20 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ผู้มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 ผู้มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 ผู้มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ผู้มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

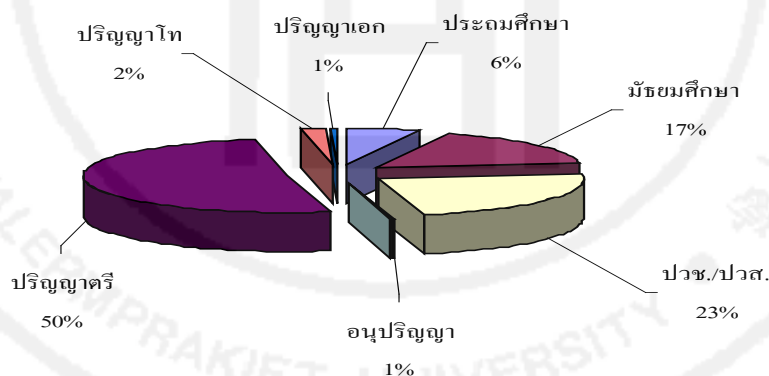
ตารางที่ 4.3

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	23	5.80
มัธยมศึกษา	69	17.30
ปวช./ปวส.	93	23.30
อนุปริญญา	2	.50
ปริญญาตรี	203	50.80
ปริญญาโท	8	2.00
ปริญญาเอก	2	.50
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.3

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จำแนกเป็นจบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 จบการศึกษาระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 จบการศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน

203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 จบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จบการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

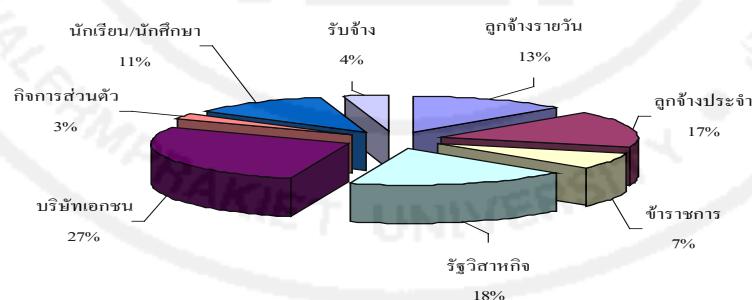
ตารางที่ 4.4

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ลูกจ้างรายวัน	52	13.00
ลูกจ้างประจำ	66	16.50
ข้าราชการ	28	7.00
รัฐวิสาหกิจ	73	18.30
บริษัทเอกชน	111	27.80
กิจการส่วนตัว	10	2.50
นักเรียน/นักศึกษา	45	11.30
รับจ้าง	15	3.80
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.4

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกตามอาชีพลูกจ้างรายวัน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 อาชีพลูกจ้างประจำ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 อาชีพข้าราชการ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 อาชีพรัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน คิดเป็น 18.30 อาชีพบริษัทเอกชน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 อาชีพกิจการส่วนตัว จำนวน 10 คน

คิดเป็น 2.50 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.30 และอาชีพรับจ้าง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

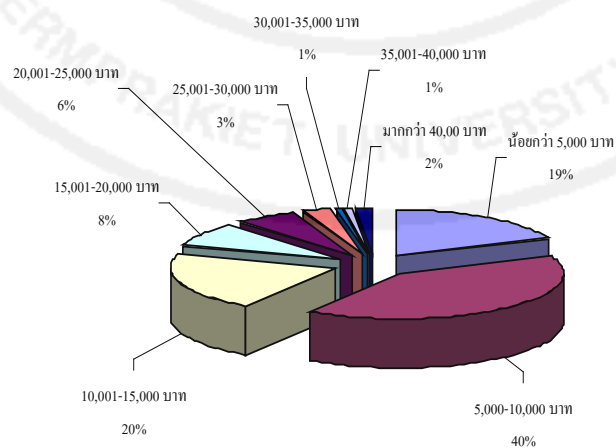
ตารางที่ 4.5

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	75	18.80
5,000-10,000 บาท	162	40.50
10,001-15,000 บาท	82	20.50
15,001-20,000 บาท	33	8.30
20,001-25,000 บาท	25	6.30
25,001-30,000 บาท	11	2.80
30,001-35,000 บาท	2	0.50
35,001-40,000 บาท	3	0.80
มากกว่า 40,00 บาท	7	1.80
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.5

สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้



จากตารางและแผนภูมิที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จำแนกตามผู้มีรายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 ผู้มีรายได้ 5,000-10,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 ผู้มีรายได้ 10,001- 15,000 บาท จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ผู้มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ผู้มีรายได้ 20,001-25,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 ผู้มีรายได้ 25,001-30,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ผู้มีรายได้ 30,001-35,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ผู้มีรายได้ 35,001-40,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ผู้มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

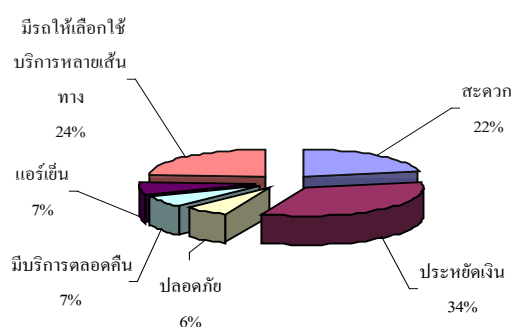
ตารางที่ 4.6

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก.

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	186	22.10
ประหยัดเงิน	287	34.00
ปลอดภัย	51	6.00
มีบริการตลอดคืน	61	7.20
แอร์เย็น	58	6.90
มีรถให้เลือกใช้บริการหลายเส้นทาง	200	23.70
รวม	843	100.0

แผนภูมิที่ 4.6

เหตุผลในการเลือกใช้บริการ



จากตารางที่ 4.6 แสดงเหตุผลในการเลือกใช้บริการรถประจำทางของ ขสมก. ซึ่งสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารเลือกใช้บริการของ ขสมก. เพราะประหยัดเงินมากเป็นลำดับหนึ่ง จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ส่วนเหตุผลที่ถูกเลือกเป็นอันดับสอง คือ มีรถให้เลือกใช้บริการหลายเส้นทาง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 23.70 และอันดับที่สามคือสะดวก จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10

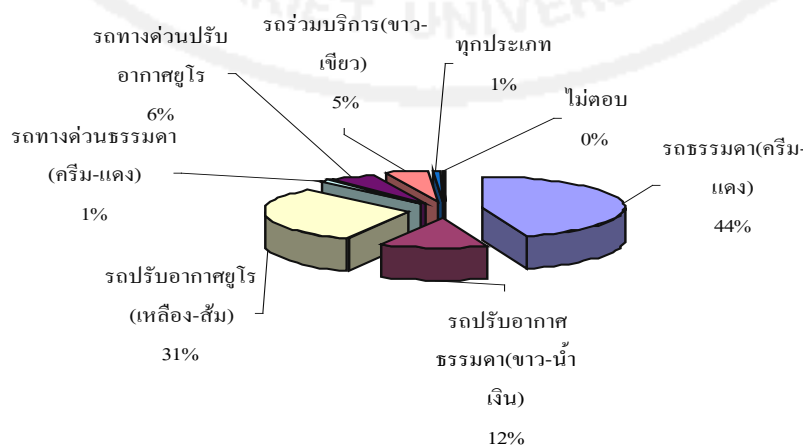
ตารางที่ 4.7

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับรถโดยสารที่ผู้โดยสารใช้บริการมากที่สุด

ประเภทรถโดยสาร	จำนวน	ร้อยละ
รถธรรมดา (ครีม-แดง)	180	45.00
รถปรับอากาศธรรมดา (ขาว-น้ำเงิน)	48	12.00
รถปรับอากาศยูโร (เหลือง-ส้ม)	123	30.80
รถทางด่วนธรรมดา (ครีม-แดง)	3	0.80
รถทางด่วนปรับอากาศยูโร	23	5.80
รถร่วมบริการ (ขาว-เขียว)	19	4.80
ทุกประเภท	3	0.80
ไม่ตอบ	1	0.30
รวม	400	100.0

แผนภูมิที่ 4.7

ประเภทรถโดยสารที่นิยมใช้บริการ



จากตารางที่ 4.7 แสดงประเภทรถโดยสารของ ขสมก. ที่ผู้โดยสารเลือกใช้บริการมากที่สุด จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารเลือกใช้รถธรรมดา (ครีม-แดง) มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 อันดับสอง คือรถปรับอากาศยูโร (เหลือง-ส้ม) จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ส่วนอันดับสามคือรถปรับอากาศธรรมดา (ขาว-น้ำเงิน) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00

ตารางที่ 4.8

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะที่โดยสารรถของขสมก.

เหตุการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ถูกล้วงกระเป๋า	53	6.10
ถูกละเมิดทางเพศ	29	3.30
ขณะก้าวขึ้นรถโดยสารรถก็เคลื่อนออกจากป้าย	236	27.10
โดนเหยียบเท้า	189	21.70
เด็กนักเรียนอาชีวะ/เทคนิคทะเลาะกัน	100	11.50
รถโดยสารออกจากป้ายโดยที่ประตูยังไม่ปิด	199	22.80
ไม่เคยพบเหตุการณ์ใดเลย	66	7.60
รวม	872	100.0

จากตารางที่ 4.8 แสดงเหตุการณ์ที่ผู้โดยสารประสบในขณะที่โดยสารรถของขสมก. ซึ่งสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ประสบกับเหตุการณ์ขณะก้าวขึ้นรถโดยสาร รถก็เคลื่อนออกไป มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 เหตุการณ์ที่ผู้โดยสารประสบ เป็นอันดับสอง คือ รถโดยสารออกจากป้ายโดยที่ประตูยังไม่ปิด จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 ส่วนเหตุการณ์ที่ผู้โดยสารประสบเป็นอันดับสามคือ โดนเหยียบเท้า จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 และมีผู้โดยสารที่ไม่พบเหตุการณ์ใดเลย จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 7.60

ตารางที่ 4.9
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความปลอดภัยในทรัพย์สินในขณะที่
โดยสารรถของ ขสมก.

เหตุการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ลืมโทรศัพท์บนรถโดยสาร	27	6.75
ลืมกระเป๋าเงิน	26	6.50
ไม่มีที่วางสิ่งของ	242	60.50
โดนขโมยสร้อยคอ	5	1.25
โดนล้วงกระเป๋าเงิน	12	3.00
ลืมเอกสารสัมภาระไว้บนรถ	10	2.50
ไม่เคยประสบเหตุการณ์	78	19.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 แสดงเหตุการณ์ ที่ผู้โดยสารประสบขณะโดยสารรถของ ขสมก. ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในทรัพย์สิน จากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ระบุถึงไม่มีที่วางสิ่งของบนรถประจำทาง มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 ส่วนอันดับสอง คือ ไม่เคยประสบเหตุการณ์ใด ๆ จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ส่วนเหตุการณ์ที่ถูกเลือกเป็นอันดับสาม คือ ลืมโทรศัพท์บนรถประจำทาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 4.10

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานเก็บตัว

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
พุดจาไม่สุภาพ	316	45.5
เก็บค่าโดยสารไม่ถูกต้อง	73	10.50
ไม่ให้ตัว	54	7.80
ทะเลาะกับพนักงานขับรถ	58	8.40
แต่งกายไม่เรียบร้อย	121	17.40
นั่งหลับ	72	10.40
รวม	694	100.0

จากตารางที่ 4.10 แสดงเหตุการณ์ ที่ผู้โดยสารประสบขณะโดยสารรถของ ขสมก. ที่เกี่ยวกับการบริการของพนักงานเก็บตัว ซึ่งสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ประสบเหตุการณ์ที่พนักงานเก็บตัวพุดจาไม่สุภาพจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 มากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง คือ พนักงานเก็บตัวแต่งกายไม่เรียบร้อย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 ส่วนอันดับสาม คือ พนักงานเก็บตัวเก็บค่าโดยสารไม่ถูกต้อง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50

ตารางที่ 4.11

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมของพนักงานเก็บตัวบนรถโดยสาร
ของ ขสมก.พุดจาไม่สุภาพ

จำนวนครั้ง/ปี	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	116	29.00
3-4 ครั้ง	82	20.50
5-6 ครั้ง	42	10.50
7-8 ครั้ง	62	15.50
มากกว่า 8 ครั้ง	50	12.50
นานๆครั้ง	6	1.50
ไม่เคยประสบ	42	10.50
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนครั้งที่พนักงานเก็บตัวพุดจาไม่สุภาพ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า จำนวนครั้งที่ผู้โดยสารประสบเหตุการณ์ที่พนักงานเก็บตัวพุดจาไม่สุภาพ 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 มากเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองคือ 3-4 ครั้งต่อปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ส่วนอันดับสามคือ 7-8 ครั้งต่อปี จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

ตารางที่ 4.12
จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับพฤติกรรมของพนักงานขับรถบมรล
โดยสารของขสมก.

พฤติกรรม	จำนวน	ร้อยละ
พุดจาไม่สุภาพ	123	16.38
จอดรถไม่ตรงป้าย	261	34.75
ขับรถแข่งไปแข่งมา	298	39.68
ทะเลาะกับพนักงานเก็บตั๋ว	37	4.93
ขับรถเร็ว	8	1.07
ไม่จอดรับผู้โดยสาร	5	0.67
สูบบุหรี่	3	0.40
อื่นๆ	16	2.12
รวม	751	100.00

จากตารางที่ 4.12 แสดงพฤติกรรมของพนักงานขับรถบมรลโดยสารของ ขสมก. ซึ่งเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า พฤติกรรมที่พนักงานขับรถแสดงต่อผู้โดยสารมากอันดับหนึ่ง คือ ขับรถแข่งไปแข่งมาจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 39.68 พฤติกรรมอันดับสอง คือ จอดรถไม่ตรงป้าย จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 ส่วนพฤติกรรมอันดับสาม คือ พุดจาไม่สุภาพ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 16.38

ตารางที่ 4.13

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการบริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก.
ผ่านหมายเลข 184 ในเรื่องต่าง ๆ

เรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
สอบถามเส้นทาง	218	41.90
อุ้งรถเมล์	12	2.30
เวลาในการเดินทาง	16	3.20
ระยะทาง	21	4.00
เบอร์รถที่จะใช้บริการ	91	17.50
สัมภาระต่างๆบนรถ	22	4.20
มารยาทพนักงานขับรถ	10	1.90
ไม่เคยโทร	119	22.90
อื่นๆ	11	2.10
รวม	520	100.00

จากตารางที่ 4.13 แสดงการบริการสอบถามข้อมูลของขสมก.ผ่านหมายเลข 184 ในเรื่อง ต่าง ๆ ซึ่งเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า เรื่อง ที่ผู้โดยสารสอบถามผ่านหมายเลข 184 มากที่สุด คือ สอบถามเส้นทาง จำนวน 218 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.90 อันดับสอง คือ ไม่เคยโทร จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 22.90 ส่วนอันดับสาม คือ เบอร์รถที่จะใช้บริการ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50

ตารางที่ 4.14

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการให้บริการสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184

เรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
โทรติดยาก	120	30.00
ข้อมูลถูกต้องแม่นยำ	86	21.50
พนักงานพูดจาสุภาพ	52	13.00
โทรติดแต่ไม่มีคนรับสาย	5	1.25
ข้อมูลไม่ชัดเจน/ไม่ถูกต้อง	6	1.50
ไม่ได้รับการแก้ไขเรื่องที่แจ้ง	5	1.25
มารยาทพนักงานขับรถ	7	1.75
ไม่เคยใช้บริการ	119	29.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.14 แสดงการให้บริการสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้จากการโทรสอบถาม พบว่า โทรติดยากมากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับสอง คือ ไม่เคยโทร จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 ส่วนอันดับสาม คือ ข้อมูลถูกต้องแม่นยำ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50

ตารางที่ 4.15

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเรื่องที่ถูกโดยสารสอบถามจากจุดให้บริการสอบถาม
ข้อมูลของ ขสมก.

เรื่อง	จำนวน	ร้อยละ
สอบถามเส้นทาง	243	44.18
อุ้งรถเมล์	16	2.93
เวลาในการเดินทาง	53	9.64
ระยะทาง	14	2.55
เบอร์รถที่จะใช้บริการ	125	22.70
สัมภาระต่างๆไว้บนรถ	11	2.00
ไม่เคยใช้บริการ	88	16.00
รวม	550	100.00

จากตารางที่ 4.15 แสดงเกี่ยวกับเรื่องที่ถูกโดยสารสอบถามที่จุดให้บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก. ซึ่งสามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้พบว่า ผู้โดยสารสอบถามบริการที่จุดให้บริการเรื่องการสอบถามเส้นทางมากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 44.18 อันดับสอง คือ เบอร์รถที่จะใช้บริการ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 22.70 ส่วนอันดับสาม คือ ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ตารางที่ 4.16

จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับจุดให้บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก.
จุดใดที่ผู้โดยสารสอบถามมากที่สุด

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
ป้ายรถเมล์	119	29.75
อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ	77	19.25
ผู้ตรวจสอบตั๋ว	66	16.50
อุรุถ	34	8.50
พนักงานเก็บตั๋ว	11	2.75
หมายเลข 184	3	0.75
ไม่เคยใช้บริการ	90	22.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.16 แสดงเกี่ยวกับจุดให้บริการสอบถามข้อมูลของ ขสมก. จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ผลลัพธ์ที่ได้ พบว่า ผู้โดยสารชอบสอบถามบริการที่ป้ายรถเมล์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.75 อันดับสอง คือ ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ส่วนอันดับสาม คือ อนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25

4.3 การปรับปรุงการบริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.17

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของบริการของ ขสมก. ที่ควรปรับปรุง

บริการ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ราคา	น้อยที่สุด	45	11.30	4.34	1.102
	น้อย	42	10.50		
	ปานกลาง	201	50.30		
	มาก	61	15.30		
	มากที่สุด	51	12.80		
ความปลอดภัย	น้อยที่สุด	9	2.30	4.34	6.807
	น้อย	34	8.50		
	ปานกลาง	113	28.30		
	มาก	87	21.80		
	มากที่สุด	157	39.10		
ความสะอาด	น้อยที่สุด	10	2.50	4.34	8.306
	น้อย	42	10.50		
	ปานกลาง	139	34.80		
	มาก	103	25.80		
	มากที่สุด	106	26.40		
จุดสนิทก่อนเปิดประตู	น้อยที่สุด	12	3.00	4.26	6.812
	น้อย	42	10.50		
	ปานกลาง	91	22.80		
	มาก	126	31.50		
	มากที่สุด	130	32.20		

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

บริการ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	— X	S.D.
ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	น้อยที่สุด	12	3.00	4.26	6.813
	น้อย	39	9.80		
	ปานกลาง	104	26.00		
	มาก	111	27.80		
	มากที่สุด	134	33.40		
อากาศถ่ายเทภายในรถ	น้อยที่สุด	11	2.80	4.46	8.297
	น้อย	31	7.80		
	ปานกลาง	130	32.50		
	มาก	101	25.30		
	มากที่สุด	127	31.60		
สภาพรถ	น้อยที่สุด	9	2.30	4.35	6.800
	น้อย	28	7.00		
	ปานกลาง	112	28.00		
	มาก	105	26.30		
	มากที่สุด	146	36.40		
ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	น้อยที่สุด	9	2.30	4.76	9.541
	น้อย	29	7.30		
	ปานกลาง	122	30.50		
	มาก	103	25.80		
	มากที่สุด	137	34.10		
กลิ่นรถ	น้อยที่สุด	17	4.30	5.31	10.618
	น้อย	27	6.80		
	ปานกลาง	55	13.80		
	มาก	91	22.80		
	มากที่สุด	210	52.30		

ผลการวิเคราะห์สิ่งที่ทาง ขสมก. ต้องปรับปรุงในแต่ละหัวข้อของการบริการ จากแบบสอบถามทั้งหมด 9 ข้อ และมีระดับความพึงพอใจให้ผู้ให้บริการเลือกตอบ 5 ระดับ ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.16 ดังนี้

1. เรื่องราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 ต้องการให้ปรับปรุงราคาปานกลาง และ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงราคาน้อย มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงราคาอยู่ในระดับปานกลาง (4.34)
2. เรื่องความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความปลอดภัยอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด (4.34)
3. เรื่องความสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องความสะดวกอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง (4.34)
4. เรื่องจอดรถสนิทก่อนเปิดประตู พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องจอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตูอยู่ในระดับมากที่สุดและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องจอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตูอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก. ปรับปรุงเรื่องจอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตูอยู่ในระดับมากที่สุด (4.26)
5. เรื่องปิดประตูก่อนออกจากป้าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.40 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องปิดประตูก่อนออกจากป้ายอยู่ในระดับมากที่สุดและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องปิดประตูก่อนออกจากป้ายอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงเรื่องปิดประตูก่อนออกจากป้ายอยู่ในระดับมากที่สุด (4.26)
6. เรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถอยู่ในระดับปานกลางและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถอยู่ในระดับปานกลาง (4.46)

7. เรื่องสภาพรถ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องสภาพรถอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องสภาพรถอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทางขสมก.ปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถอยู่ในระดับปานกลาง (4.35)

8. เรื่องประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.10 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติอยู่ในระดับมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทางขสมก.ปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถอยู่ในระดับมากที่สุด (4.76)

9. เรื่องควันรถ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.30 ที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องควันรถอยู่ในระดับมากที่สุดและกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการให้ปรับปรุงเรื่องควันรถอยู่ในระดับน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ต้องการให้ทาง ขสมก.ปรับปรุงเรื่องควันรถอยู่ในระดับมากที่สุด (5.31)

จากตารางที่ 4.17 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่ได้ในแต่ละเรื่องสามารถจัดลำดับการปรับปรุงการบริการของ ขสมก. จากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. ควรปรับปรุงเรื่องควันรถโดยสารเป็นอันดับที่หนึ่งเพราะมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 5.31
2. ควรปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติเป็นอันดับที่สองเพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76
3. ควรปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถเป็นอันดับที่สามเพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46
4. ควรปรับปรุงสภาพรถเป็นอันดับที่สี่เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35
5. ควรปรับปรุงราคา/ความปลอดภัย/ความสะดวกเป็นอันดับที่ห้าเพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากันเท่ากับ 4.34
6. ควรปรับปรุงเรื่อง การจอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู และปิดประตูก่อนออกจากป้าย เป็นอันดับที่หก เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
อากาศถ่ายเทภายในรถ							
- ชาย (ร้อยละ)	6 (54.50)	10 (32.30)	47 (36.20)	32 (31.70)	46 (36.20)	141	0.631
- หญิง (ร้อยละ)	5 (45.50)	21 (67.70)	83 (63.80)	69 (68.30)	81 (63.80)	259	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)		
สภาพรถ							
- ชาย (ร้อยละ)	3 (33.30)	13 (46.40)	36 (32.10)	35 (33.30)	54 (37.00)	141	0.666
- หญิง (ร้อยละ)	6 (66.70)	15 (53.60)	76 (67.90)	70 (66.70)	92 (63.00)	259	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)		
ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ							
- ชาย (ร้อยละ)	4 (44.40)	10 (34.50)	40 (32.80)	38 (36.90)	49 (35.80)	141	0.938
- หญิง (ร้อยละ)	5 (55.60)	19 (65.50)	82 (31.70)	65 (63.10)	88 (64.20)	259	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)		
คว้นรถ							
- ชาย (ร้อยละ)	6 (35.30)	9 (33.30)	27 (49.10)	29 (31.90)	70 (33.50)	141	0.312
- หญิง (ร้อยละ)	11 (64.70)	18 (66.70)	28 (50.90)	62 (68.10)	140 (66.50)	259	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	

จากตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการปรับปรุงบริการของ ขสมก. ในด้านต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. ราคา เพศชาย มีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุด ระดับปานกลาง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.893 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงราคา หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

2. ความปลอดภัย เพศชายมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 31.80 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 68.20 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.462 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงความปลอดภัย หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

3. ความสะอาด เพศชายมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.276 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงความสะอาด หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

4. จอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู เพศชายมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 34.10 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.313 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องจอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย เพศชายมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.865 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องปิดประตูก่อนออกจากป้าย หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

6. อากาศถ่ายเทภายในรถ เพศชายมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าการปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.631 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องอากาศถ่ายเทภายในรถ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

7. สภาพรถ เพศชายมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 63.80 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.631 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องสภาพรถ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

8. ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ เพศชายมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 64.20 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.938 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

9. คิววันรถ เพศชายมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าควรปรับปรุงมากที่สุดระดับมากที่สุด จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.312 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงเรื่องคิววันรถ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.19
ความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับการปรับปรุงบริการของขสมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ราคา							
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	9 (20.50)	1 (2.50)	29 (14.40)	9 (14.80)	7 (13.00)	55	0.042
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	17 (38.60)	20 (50.00)	107 (53.20)	37 (60.70)	29 (53.70)	210	
- อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ)	14 (31.80)	11 (27.50)	36 (17.90)	12 (19.70)	10 (18.50)	83	
- อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ)	4 (9.10)	4 (10.00)	25 (12.40)	3 (4.90)	6 (11.10)	42	
- อายุ 51-60 ปี (ร้อยละ)		4 (10.00)	4 (2.00)		2 (3.70)	10	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความปลอดภัย							
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	2 (22.20)	4 (11.80)	20 (17.70)	16 (18.40)	13 (8.30)	55	0.307
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	3 (33.30)	22 (64.70)	50 (44.20)	46 (52.90)	89 (56.70)	210	
- อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ)	2 (22.20)	4 (11.80)	23 (20.40)	17 (19.50)	37 (23.60)	83	
- อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ)	2 (22.20)	3 (8.80)	15 (13.30)	6 (6.90)	16 (10.20)	42	
- อายุ 51-60 ปี (ร้อยละ)		1 (2.90)	5 (4.40)	2 (2.30)	2 (1.30)	10	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
จอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู							
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (33.30)	12 (28.60)	12 (13.20)	16 (12.70)	11 (8.50)	55	.001
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	2 (16.70)	19 (45.20)	45 (49.50)	82 (65.10)	62 (48.10)	210	
- อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ)	5 (41.70)	6 (14.30)	16 (17.60)	18 (14.30)	38 (29.50)	83	

ตารางที่ 4.19 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ)	5 (41.70)	3 (7.10)	14 (15.40)	8 (6.30)	16 (12.40)	42	.001
- อายุ 51-60 ปี (ร้อยละ)	1 (8.30)	2 (4.80)	4 (4.40)	2 (1.60)	2 (1.60)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ปิดประตูรถก่อนออกจากป้าย							.024
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	3 (25.00)	10 (25.60)	16 (15.40)	15 (13.50)	11 (8.20)	55	
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	4 (33.30)	16 (41.00)	58 (55.80)	66 (59.50)	66 (49.30)	210	
- อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ)	4 (33.30)	7 (17.90)	15 (14.40)	17 (20.50)	40 (29.90)	83	
- อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ)	1 (8.30)	3 (7.70)	11 (10.60)	12 (10.80)	15 (11.20)	42	
- อายุ 51-60 ปี (ร้อยละ)		3 (7.70)	4 (3.80)	1 (0.90)	2 (1.50)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศถ่ายเทภายในรถ							0.002
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (36.40)	4 (12.90)	23 (17.70)	10 (9.90)	14 (11.00)	55	
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	4 (36.40)	10 (32.30)	70 (53.80)	65 (64.40)	61 (48.00)	210	
- อายุ 31-40 ปี (ร้อยละ)	1 (9.10)	6 (19.40)	23 (17.70)	20 (19.80)	33 (26.00)	83	
- อายุ 41-50 ปี (ร้อยละ)	2 (18.20)	8 (25.80)	10 (7.70)	6 (5.90)	16 (12.60)	42	
- อายุ 51-60 ปี (ร้อยละ)		3 (9.70)	4 (3.10)		3 (2.40)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
สภาพรถ							
- อายุ 10-20 ปี (ร้อยละ)	3 (33.30)	5 (17.90)	16 (14.30)	15 (14.30)	16 (11.00)	55	
- อายุ 21-30 ปี (ร้อยละ)	3 (33.30)	13 (46.40)	61 (54.50)	60 (57.10)	73 (50.00)	210	

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)	
ปิดประตูก่อนออกจากบ้าน								
- ประถมศึกษา (ร้อยละ)	1 (8.30)	2 (5.10)	3 (2.90)	6 (5.40)	11 (8.20)	23	0.335	
- มัธยมศึกษา (ร้อยละ)	2 (16.70)	8 (20.50)	25 (24.00)	18 (16.20)	16 (11.90)	69		
- ปวช./ปวส. (ร้อยละ)	4 (33.30)	13 (33.30)	24 (23.10)	19 (17.10)	33 (24.60)	93		
- อนุปริญญา (ร้อยละ)		1 (2.60)			1 (0.70)	2		
- ปริญญาตรี (ร้อยละ)	5 (41.70)	15 (38.50)	51 (49.00)	65 (58.60)	67 (50.00)	203		
- ปริญญาโท (ร้อยละ)			1 (1.00)	3 (2.70)	4 (3.00)	8		
- ปริญญาเอก (ร้อยละ)					2 (1.50)	2		
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400		
อากาศถ่ายเทภายในรถ								
- ประถมศึกษา (ร้อยละ)	2 (18.20)	2 (6.50)	6 (4.60)	3 (3.00)	10 (7.90)	23		0.087
- มัธยมศึกษา (ร้อยละ)	4 (36.40)	7 (22.60)	25 (19.20)	13 (12.90)	20 (15.70)	69		
- ปวช./ปวส. (ร้อยละ)	3 (27.30)	7 (22.60)	37 (28.50)	20 (19.80)	26 (20.50)	93		
- อนุปริญญา (ร้อยละ)		1 (3.20)			1 (0.80)	2		
- ปริญญาตรี (ร้อยละ)	2 (18.20)	14 (45.20)	60 (46.20)	60 (59.40)	67 (52.80)	203		
- ปริญญาโท (ร้อยละ)			2 (1.50)	5 (5.00)	1 (0.80)	8		
- ปริญญาเอก (ร้อยละ)					2 (1.60)	2		
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)			

ตารางที่ 4.21

ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับการปรับปรุงบริการของขสมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ราคา							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	6 (13.60)	5 (12.50)	30 (14.90)	6 (9.80)	5 (9.30)	52	0.027
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	5 (11.40)	5 (12.50)	36 (17.90)	5 (8.20)	15 (27.80)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	8 (18.20)	1 (2.50)	7 (3.50)	6 (9.80)	6 (11.10)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	9 (20.50)	12 (30.00)	36 (17.90)	9 (14.80)	7 (13.00)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	9 (20.50)	11 (27.50)	56 (27.90)	21 (34.40)	14 (25.90)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	2 (4.50)	1 (2.50)	3 (1.50)	3 (4.90)	1 (1.90)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	4 (9.10)	1 (2.50)	25 (12.40)	10 (16.40)	5 (9.30)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (2.30)	4 (10.00)	8 (4.00)	1 (1.60)	1 (1.90)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความปลอดภัย							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)		5 (14.70)	15 (13.30)	10 (11.50)	22 (14.00)	52	0.677
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (22.20)	4 (11.80)	18 (15.90)	11 (12.60)	31 (19.70)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (11.10)	3 (8.80)	7 (6.20)	5 (5.70)	12 (7.60)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (22.20)	11 (32.40)	20 (17.70)	17 (19.50)	23 (14.60)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	4 (44.40)	6 (17.60)	34 (30.10)	21 (24.10)	46 (29.30)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)			1 (0.90)	4 (4.60)	5 (3.20)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)		4 (11.80)	13 (11.50)	16 (18.40)	12 (7.60)	45	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- รับจ้าง (ร้อยละ)		1 (2.90)	5 (4.40)	3 (3.40)	6 (3.80)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะอาด							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (10.00)	2 (4.80)	24 (17.30)	12 (11.70)	13 (12.30)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (20.00)	10 (23.80)	18 (12.90)	12 (11.70)	24 (22.60)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (10.00)	3 (7.10)	8 (5.80)	7 (6.80)	9 (8.50)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	1 (10.00)	11 (26.20)	28 (20.10)	18 (17.50)	15 (14.20)	73	0.250
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	1 (10.00)	12 (28.60)	41 (29.50)	27 (26.20)	30 (28.30)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (10.00)		4 (2.90)	4 (3.90)	1 (0.90)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	3 (30.00)	4 (9.50)	10 (7.20)	17 (16.50)	11 (10.40)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)		6 (4.30)	6 (4.30)	6 (5.80)	3 (2.80)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
จุดสนิทาก่อนเปิดประตู							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (8.30)	12 (13.20)	12 (13.20)	16 (12.70)	21 (16.30)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)		17 (18.70)	17 (18.70)	16 (12.70)	25 (19.40)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (16.70)	7 (7.70)	7 (7.70)	6 (4.80)	12 (9.30)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	5 (41.70)	17 (18.70)	17 (18.70)	27 (21.40)	15 (11.60)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	2 (16.70)	20 (22.00)	20 (22.00)	41 (32.50)	36 (27.90)	111	0.282
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		2 (2.20)	2 (2.20)	4 (3.20)	3 (2.30)	10	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (16.70)	9 (21.40)	12 (13.20)	11 (8.70)	11 (8.50)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)			4 (4.40)	5 (4.00)	6 (4.70)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ปิดประตูก่อนออกจากป้าย							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)		3 (7.70)	13 (12.50)	14 (12.60)	20 (14.90)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)		6 (15.40)	21 (20.20)	14 (12.60)	25 (18.70)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)		1 (2.60)	8 (7.70)	5 (4.50)	12 (9.00)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)		11 (28.20)	20 (19.20)	20 (18.00)	18 (13.40)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)		9 (23.10)	21 (20.20)	40 (36.00)	39 (29.10)	111	0.341
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)			2 (1.90)	4 (3.60)	4 (3.00)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)		8 (20.50)	15 (14.40)	9 (8.10)	11 (8.20)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)		1 (2.60)	4 (3.80)	5 (4.50)	5 (3.70)	15	
รวม (ร้อยละ)		(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศถ่ายเทภายในรถ							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	3 (27.30)	2 (6.50)	20 (15.40)	11 (10.90)	16 (12.60)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (18.20)	8 (25.80)	23 (17.70)	11 (10.90)	22 (17.30)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (9.10)	2 (6.50)	8 (6.20)	5 (5.00)	12 (9.40)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (18.20)	6 (19.40)	26 (20.00)	21 (20.80)	18 (14.20)	73	0.641
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	1 (9.10)	6 (19.40)	29 (22.30)	38 (37.60)	37 (29.10)	111	

ตารางที่ 4.21 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (9.10)	1 (3.20)	2 (1.50)	4 (4.00)	2 (1.60)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	1 (9.10)	4 (12.90)	17 (13.10)	8 (7.90)	15 (11.80)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)		2 (6.50)	5 (3.80)	3 (3.00)	5 (3.90)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
สภาพรถ							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (11.10)	1 (3.60)	14 (12.50)	15 (14.30)	21 (14.40)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)		2 (7.10)	21 (18.80)	18 (17.10)	25 (17.10)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (11.10)	3 (10.70)	7 (6.30)	3 (2.90)	14 (9.60)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	3 (33.30)	6 (21.40)	27 (24.10)	20 (19.00)	17 (11.60)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	1 (11.10)	9 (32.10)	26 (23.20)	29 (27.60)	46 (31.50)	111	0.172
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (11.10)	2 (7.10)	2 (1.80)	2 (1.90)	3 (2.10)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (22.20)	5 (17.90)	11 (9.80)	10 (9.50)	17 (11.60)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)			4 (3.60)	8 (7.60)	3 (2.10)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ประตูเปิด-ปิดอัตโนมัติ							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (11.10)	2 (6.90)	15 (12.30)	12 (11.70)	22 (16.10)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	1 (11.10)	2 (6.90)	20 (16.40)	16 (15.50)	27 (19.70)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (22.20)	4 (13.80)	5 (4.10)	4 (3.90)	13 (9.50)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (22.20)	7 (24.10)	29 (23.80)	18 (17.50)	17 (12.40)	73	

ตารางที่ 4.22
ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับการปรับปรุงบริการของขสมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ราคา							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	9 (20.50)	4 (10.00)	37 (18.40)	17 (27.90)	8 (14.80)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	14 (31.80)	12 (30.00)	93 (46.30)	23 (37.70)	20 (37.00)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	9 (20.50)	9 (22.50)	36 (17.90)	13 (21.30)	15 (27.80)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	4 (9.10)	6 (15.00)	13 (6.50)	4 (6.60)	6 (11.10)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	6 (13.60)	4 (10.00)	10 (5.00)	1 (1.60)	4 (7.40)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		2 (5.00)	7 (3.50)	1 (1.60)	1 (1.90)	11	0.072
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)		1 (2.50)	1 (0.50)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		2 (5.00)	1 (0.50)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (4.50)		3 (1.50)	2 (3.30)		7	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความปลอดภัย							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)		6 (17.60)	22 (19.50)	18 (20.70)	29 (18.50)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	3 (33.30)	19 (55.90)	46 (40.70)	33 (37.90)	61 (38.90)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	4 (11.80)	20 (17.70)	20 (23.00)	37 (23.60)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	1 (2.90)	6 (5.30)	11 (12.60)	13 (8.30)	33	0.034
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	3 (33.30)	2 (5.90)	6 (5.30)	4 (4.60)	10 (6.40)	25	

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		2 (5.90)	6 (5.30)	1 (1.10)	2 (1.30)	11	
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)			2 (1.80)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			3 (2.70)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.80)		5 (3.20)	7	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะอาด							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (30.00)	6 (14.30)	24 (17.30)	23 (22.30)	19 (17.90)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	4 (40.00)	22 (52.40)	61 (43.90)	34 (33.00)	41 (38.70)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)		6 (14.30)	28 (20.10)	26 (25.20)	22 (20.80)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (20.00)	2 (4.80)	9 (6.50)	9 (8.70)	11 (10.40)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (10.00)	4 (9.50)	6 (4.30)	8 (7.80)	6 (5.70)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		1 (2.40)	5 (3.60)	2 (1.90)	3 (2.80)	11	0.692
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)			2 (1.40)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (2.40)	2 (1.40)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.40)	1 (1.00)	4 (3.80)	7	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
จุดศนิกก่อนเปิดประตู							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (25.00)	12 (28.60)	15 (16.50)	21 (16.70)	24 (18.60)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	5 (41.70)	14 (33.30)	44 (48.40)	55 (43.70)	44 (34.10)	162	

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	1 (8.30)	12 (28.60)	14 (15.40)	26 (20.60)	29	82	0.088
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)		2 (4.80)	7 (7.70)	10 (7.90)	14 (10.90)	33	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (16.70)	2 (4.80)	2 (2.20)	8 (6.30)	11 (8.50)	25	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)			6 (6.60)	3 (2.40)	2 (1.60)	11	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)				1 (0.80)	1 (0.80)	2	
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)	1 (8.30)		2 (2.20)			3	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			1 (1.10)	2 (1.60)	4 (3.10)	7	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)					(100)	400	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)			
ปิดประตูก่อนออกจากป้าย							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	2 (16.70)	9 (23.10)	20 (19.20)	19 (17.10)	25 (18.70)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	5 (41.70)	15 (38.5)	55 (52.90)	43 (38.70)	44 (32.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	3 (25.00)	11 (28.20)	16 (15.40)	22 (19.80)	30 (22.40)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)		2 (5.10)	5 (4.80)	10 (9.00)	16 (11.90)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (8.30)		2 (1.90)	9 (8.10)	13 (9.70)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		2 (5.10)	3 (2.90)	4 (3.60)	2 (1.50)	11	
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)				2 (1.80)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (8.30)		2 (1.90)			3	

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)			1 (1.00)	2 (1.80)	4 (3.00)	7	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศถ่ายเทภายในรถ							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	2 (18.20)	7 (22.60)	28 (21.50)	14 (13.90)	24 (18.90)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	7 (63.60)	11 (35.50)	56 (43.10)	46 (45.50)	42 (33.10)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	1 (9.10)	5 (16.10)	23 (17.70)	25 (24.80)	28 (22.00)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)		2 (6.50)	7 (5.40)	10 (9.90)	14 (11.00)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)		2 (6.50)	7 (5.40)	3 (3.00)	13 (10.20)	25	0.022
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		4 (12.90)	3 (2.30)	1 (1.00)	3 (2.40)	11	
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)			2 (1.50)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (9.10)		2 (1.50)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.50)	2 (2.00)	3 (42.90)	7	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
สภาพรถ							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	5 (17.90)	19 (17.00)	21 (20.00)	28 (19.20)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	5 (55.60)	10 (35.70)	51 (45.50)	35 (33.30)	61 (41.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	7 (25.00)	19 (17.00)	28 (26.70)	27 (18.50)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)			9 (8.00)	12 (11.40)	12 (8.20)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	1 (3.60)	6 (5.40)	7 (6.70)	10 (6.80)	25	0.492

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
คว้นรด							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	5 (29.40)	7 (25.90)	10 (18.20)	16 (17.60)	37 (17.70)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	6 (35.30)	11 (40.70)	26 (47.30)	37 (40.70)	82 (38.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	2 (11.80)	4 (14.80)	9 (16.40)	23 (25.30)	44 (21.10)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	1 (5.90)	1 (3.70)	3 (5.50)	5 (5.50)	23 (11.00)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	2 (11.80)	1 (3.70)	3 (5.50)	6 (6.60)	13 (6.20)	25	0.483
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		2 (7.40)	2 (3.60)	1 (1.10)	6 (2.90)	11	
- 30,001-35,000 (ร้อยละ)		1 (3.70)			1 (0.50)	2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (5.90)		2 (3.60)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)				3 (3.30)	4 (1.90)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	

จากตาราง 4.18-4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้กับการปรับปรุงบริการของ ขสมก.ในด้านต่างๆ เมื่อเทียบกับค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.23

สรุปผลการทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศกับรูปแบบการบริการของ ขสมก.

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.893	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงราคา คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
2. ความปลอดภัย	0.462	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความปลอดภัยคือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะอาด	0.276	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความสะอาด คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. จุดสนิทก่อนเปิดประตู	0.313	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงจุดสนิทก่อนเปิดประตู คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	0.865	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงปิดประตูก่อนออกจากป้าย คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. อากาศถ่ายเทภายในรถ	0.631	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถ คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. สภาพรถ	0.666	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงสภาพรถ คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	0.938	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. ควันรด	0.312	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงควันรด คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

เพศ H_0 : เพศ ของผู้ใช้บริการมีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

H_1 : เพศ ของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.042	< 0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกปรับปรุงราคา คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความปลอดภัย	0.302	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความปลอดภัย คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะอาด	0.155	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความสะอาด คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. จอดสนิทก่อนเปิดประตู	0.001	< 0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกปรับปรุงจอดสนิทก่อนเปิดประตู คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	0.024	< 0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกปรับปรุงปิดประตูก่อนออกจากป้าย คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
6. อากาศถ่ายเทภายในรถ	0.002	< 0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถ คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
7. สภาพรถ	0.327	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงสภาพรถ คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	0.008	< 0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
9. คิวรถ	0.257	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงสภาพรถ คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

อายุ

H₀ : อายุของผู้ใช้บริการมีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.H₁ : อายุของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.029	< 0.05 แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกปรับปรุงราคา คือการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความปลอดภัย	0.186	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงความปลอดภัยคือ การศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะอาด	0.059	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงความสะอาด คือ การศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. จุดสนิทก่อนเปิดประตู	0.539	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงจุดสนิทก่อนเปิด ประตูคือการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	0.335	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงปิดประตูก่อนออก จากป้ายคือการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. อากาศถ่ายเทภายในรถ	0.087	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายใน รถคือการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. สภาพรถ	0.340	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงสภาพรถ คือ การศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	0.085	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบ อัตโนมัติคือการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. คิวรถ	0.495	> 0.05 แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับทางเลือกปรับปรุงคิวรถ คือการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

การศึกษา Ho : การศึกษาของผู้ใช้บริการมีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

H1 : การศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.027	< 0.05 แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการเลือกปรับปรุงราคา คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความปลอดภัย	0.677	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความปลอดภัยคืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะอาด	0.250	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความสะอาด คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. จอดสนิทก่อนเปิดประตู	0.282	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงจอดสนิทก่อนเปิดประตู คืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	0.341	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงปิดประตูก่อนออกจากป้ายคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. อากาศถ่ายเทภายในรถ	0.641	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. สภาพรถ	0.172	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงสภาพรถ คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	0.238	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. คิวรถ	0.538	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงคิวรถ คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

อาชีพ H_0 : อาชีพของผู้ใช้บริการมีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

H_1 : อาชีพของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.072	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงราคา คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
2. ความปลอดภัย	0.034	<0.05แสดงว่ารายได้มีผลต่อการเลือกปรับปรุงความปลอดภัย คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
3. ความสะอาด	0.692	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงความสะอาด คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. จอดสนิทก่อนเปิดประตู	0.088	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงจอดสนิทก่อนเปิดประตู คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ปิดประตูก่อนออกจากป้าย	0.046	<0.05แสดงว่ารายได้มีผลต่อการเลือกปรับปรุงปิดประตูก่อนออกจากป้ายคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
6. อากาศถ่ายเทภายในรถ	0.022	<0.05แสดงว่ารายได้มีผลต่อการเลือกปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
7. สภาพรถ	0.492	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงสภาพรถ คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ	0.098	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. คิวรถ	0.483	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกปรับปรุงคิวรถ คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

รายได้

Ho : รายได้ของผู้ใช้บริการมีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

H1 : รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อรูปแบบการบริการของ ขสมก.

4.4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.24

จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการบริการที่เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการ

บริการ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ราคา	น้อยที่สุด	9	2.30	4.21	6.797
	น้อย	14	3.50		
	ปานกลาง	158	39.50		
	มาก	110	27.50		
	มากที่สุด	109	27.20		
ความประทับใจในบริการ	น้อยที่สุด	31	7.80	3.83	8.351
	น้อย	69	17.30		
	ปานกลาง	166	41.50		
	มาก	89	22.30		
	มากที่สุด	45	11.10		
ความสะดวก	น้อยที่สุด	10	2.50	4.35	8.532
	น้อย	27	6.80		
	ปานกลาง	160	40.00		
	มาก	140	35.00		
	มากที่สุด	63	15.70		
ความปลอดภัย	น้อยที่สุด	27	6.80	3.99	8.341
	น้อย	55	13.80		
	ปานกลาง	160	40.00		
	มาก	95	23.80		
	มากที่สุด	63	15.60		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

บริการ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
ความสะอาด	น้อยที่สุด	21	5.30	3.89	8.339
	น้อย	63	15.80		
	ปานกลาง	188	47.00		
	มาก	77	19.30		
	มากที่สุด	51	12.60		
ความรวดเร็ว	น้อยที่สุด	21	5.30	3.98	8.334
	น้อย	56	14.00		
	ปานกลาง	173	43.30		
	มาก	94	23.50		
	มากที่สุด	56	13.90		
ประหยัดเงิน	น้อยที่สุด	5	1.30	3.86	.926
	น้อย	19	4.80		
	ปานกลาง	116	29.00		
	มาก	147	36.80		
	มากที่สุด	113	28.30		
มีรถให้เลือกหลายประเภท	น้อยที่สุด	9	2.30	4.34	7.365
	น้อย	27	6.80		
	ปานกลาง	130	32.50		
	มาก	150	37.50		
	มากที่สุด	84	20.90		
มีที่นั่งจำนวนมาก	น้อยที่สุด	22	5.50	3.86	8.349
	น้อย	86	21.50		
	ปานกลาง	154	38.50		
	มาก	86	21.50		
	มากที่สุด	52	13.00		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

บริการ	ระดับความ พึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.
รถใหม่	น้อยที่สุด	32	8.00	3.59	6.865
	น้อย	87	21.80		
	ปานกลาง	136	34.00		
	มาก	93	23.30		
	มากที่สุด	52	12.90		
มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน ไว้บริการ	น้อยที่สุด	44	11.00	3.95	8.359
	น้อย	55	13.80		
	ปานกลาง	126	31.50		
	มาก	108	27.00		
	มากที่สุด	67	16.70		
ไม่จอดรอนอกป้าย	น้อยที่สุด	32	8.00	3.84	8.354
	น้อย	69	17.30		
	ปานกลาง	165	41.30		
	มาก	80	20.00		
	มากที่สุด	54	13.40		
อากาศบนรถโดยสารถ่ายเท สะดวก	น้อยที่สุด	27	6.80	3.86	8.349
	น้อย	72	18.00		
	ปานกลาง	168	42.00		
	มาก	80	20.00		
	มากที่สุด	53	13.20		
แอร์บนรถเย็น	น้อยที่สุด	17	4.30	3.96	6.824
	น้อย	36	9.00		
	ปานกลาง	158	39.50		
	มาก	111	27.80		
	มากที่สุด	78	19.40		

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

บริการ	ระดับความพึงพอใจ	จำนวน (n=400)	ร้อยละ	— X	S.D.
มีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง	น้อยที่สุด	23	5.80	4.10	8.328
	น้อย	36	9.00		
	ปานกลาง	177	44.30		
	มาก	89	22.30		
	มากที่สุด	75	18.60		

ผลการวิเคราะห์เรื่องสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของ ขสมก. จากแบบสอบถามทั้งหมด 15 ข้อ และมีระดับความพึงพอใจให้ผู้ให้บริการเลือกตอบ 5 ระดับ ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.23 ดังนี้

1. ราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ที่มีราคาเป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าราคาเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ราคาเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของขสมก. ราคายู่ในระดับปานกลาง (4.21)

2. ความประทับใจในการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ที่ประทับใจในการบริการ และเลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าความประทับใจในการบริการเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80 ซึ่งค่าเฉลี่ยที่ประทับใจในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก. อยู่ในระดับปานกลาง (3.83)

3. ความสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า ความสะดวกเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องความสะดวกซึ่งเป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก. อยู่ในระดับปานกลาง (4.35)

4. ความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มี

จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องความปลอดภัยที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับปานกลาง (3.99)

5. ความสะอาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าความสะอาดเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องความสะอาดที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับปานกลาง (3.89)

6. ความรวดเร็ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าความรวดเร็วเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องความรวดเร็วที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับปานกลาง (3.98)

7. ประหยัดเงิน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ที่เลือกใช้บริการในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่า ประหยัดเงินเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ซึ่งค่าเฉลี่ย เรื่องการประหยัดเงินที่เป็นสิ่งจูงใจ ในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับมาก (3.86)

8. มีรถให้เลือกใช้หลายประเภท พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ที่เลือกใช้บริการในระดับมาก และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ามีรถให้เลือกใช้หลายประเภทเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องมีรถให้เลือกใช้หลายประเภท .ที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับมาก (4.34)

9. มีที่นั่งจำนวนมาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ามีที่นั่งจำนวนมากเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องมีที่นั่งจำนวนมากที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับมาก (3.86)

10. รถใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ารถใหม่เป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องรถใหม่ที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของชมก.อยู่ในระดับมาก (3.59)

11. มีตั๋ววัน/ตั๋วสัปดาห์/ตั๋วเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่าง ที่คิดว่ามีตั๋ววัน / ตั๋วสัปดาห์ / ตั๋วเดือน เป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 ซึ่งค่าเฉลี่ย เรื่องมีตั๋ววัน / ตั๋วสัปดาห์/ตั๋วเดือนที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของ ชมก. อยู่ในระดับมาก (3.95)

12. ไม่จอดรถนอกป้าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าไม่จอดรถนอกป้าย เป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องไม่จอดรถนอกป้ายที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก.อยู่ในระดับมาก (3.84)

13. อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าอากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวกเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องอากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวกที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก.อยู่ในระดับมาก (3.86)

14. แอร์บนรถเย็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าแอร์บนรถเย็นเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องแอร์บนรถเย็นที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก.อยู่ในระดับมาก (3.96)

15. มีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 ที่เลือกใช้บริการในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ามีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางเป็นสิ่งจูงใจน้อยที่สุด มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.80 ซึ่งค่าเฉลี่ยเรื่องมีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางที่เป็นสิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก.อยู่ในระดับมาก (4.10)

จากตารางที่ 4.23 สรุปลำดับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก. โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย(X) ดังนี้

1. ความสะอาดเป็นสิ่งจูงใจอันดับหนึ่งของผู้โดยสารใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก. เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35
2. มีรถให้เลือกหลายประเภทเป็นสิ่งจูงใจอันดับสองของผู้โดยสารใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก. เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34
3. ราคาเป็นสิ่งจูงใจอันดับสามของผู้โดยสารใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก. เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21
4. มีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง เป็นสิ่งจูงใจอันดับสี่ เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10
5. ความปลอดภัย / ราคาเป็นสิ่งจูงใจ อันดับห้า เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99
6. ความรวดเร็วเป็นสิ่งจูงใจอันดับหก เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98
7. แอร์บนรถเย็นเป็นสิ่งจูงใจอันดับเจ็ด เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

8. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนเป็นสิ่งที่งูใจอันดับแปด เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95
9. ความสะอาดเป็นสิ่งที่งูใจอันดับเก้า เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89
10. ประหยัดเงิน / มีที่ให้นั่งจำนวนมาก และ อากาศบนรถโดยสาร ถ่ายเทสะดวก เป็นสิ่งที่งูใจอันดับสิบเพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86
11. ไม่จอครถนอกป้ายเป็นสิ่งที่งูใจอันดับสิบเอ็ด เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84
12. ความประทับใจในบริการเป็นสิ่งที่งูใจอันดับสิบสอง เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83
13. รถใหม่เป็นสิ่งที่งูใจอันดับสิบสาม เพราะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59



ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Square Sig.(2-sided)
มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน							
- ชาย (ร้อยละ)	15 (34.10)	13 (23.60)	52 (40.94)	34 (31.76)	27 (40.30)	141	0.153
- หญิง (ร้อยละ)	29 (65.90)	42 (76.40)	75 (59.06)	73 (68.24)	40 (59.70)	259	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ไม่จอดรนอกป้าย							
- ชาย (ร้อยละ)	12 (37.50)	29 (42.00)	60 (36.40)	26 (32.50)	14 (25.90)	141	0.424
- หญิง (ร้อยละ)	20 (62.50)	40 (58.00)	105 (63.60)	54 (67.50)	40 (74.10)	259	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก							
- ชาย (ร้อยละ)	15 (55.60)	26 (36.10)	60 (35.70)	26 (32.50)	14 (26.40)	141	0.136
- หญิง (ร้อยละ)	12 (44.40)	46 (63.90)	108 (64.30)	54 (67.50)	39 (73.60)	259	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
แอร์บนรถเย็น							
- ชาย (ร้อยละ)	6 (35.30)	13 (36.10)	60 (38.00)	37 (33.30)	25 (32.10)	141	0.902
- หญิง (ร้อยละ)	11 (64.70)	23 (63.90)	98 (62.00)	74 (66.70)	53 (67.90)	259	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง							
- ชาย (ร้อยละ)	9 (39.1)	9 (25.00)	70 (39.50)	26 (29.20)	27 (36.00)	141	0.322
- หญิง (ร้อยละ)	14 (60.9)	27 (75.00)	107 (60.50)	63 (70.80)	48 (64.00)	259	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	

จากตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ ระหว่างเพศกับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ รถโดยสาร
ขสมก.ในด้านต่างๆ สรุปได้ดังนี้

1. ราคา เพศชาย มีความคิดเห็นว่า ราคาเป็นสิ่งจูงใจ ให้เลือกใช้บริการมากที่สุด ระดับปานกลาง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าราคาเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 65.80 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.858 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับราคาในการเลือกใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

2. ความประทับใจในบริการ เพศชาย มีความคิดเห็นว่า ความประทับใจในบริการเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุด ระดับปานกลาง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 ส่วนเพศหญิง มีความคิดเห็นว่า ความประทับใจในบริการเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุด ระดับปานกลาง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.095 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความประทับใจในบริการซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

3. ความสะดวก เพศชายมีความคิดเห็นว่าความสะดวกเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 33.73 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าความสะดวกเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 66.27 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.538 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสะดวกซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

4. ความปลอดภัย เพศชายมีความคิดเห็นว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าความปลอดภัยเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 68.80 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.360 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความปลอดภัยซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

5. ความสะอาด เพศชาย มีความคิดเห็นว่า ความสะอาดเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าความสะอาดเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ

68.60 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.507 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสะอาดซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

6. ความรวดเร็ว เพศชาย มีความคิดเห็นว่า ความรวดเร็วเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 38.20 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าความรวดเร็วเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.635 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความรวดเร็วซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

7. ประหยัดเงิน เพศชาย มีความคิดเห็นว่าความรวดเร็วเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าประหยัดเงินเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับมาก จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.051 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับประหยัดเงินซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

8. มีรถให้เลือกใช้หลายประเภท เพศชาย มีความคิดเห็นว่ามีรถให้เลือกใช้หลายประเภทเป็นสิ่งจูงใจ ให้เลือกใช้บริการมากที่สุด ระดับมาก จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 ส่วนเพศหญิง มีความคิดเห็นว่า มีรถให้เลือกใช้หลายประเภทเป็นสิ่งจูงใจ ให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับมาก จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 68.00 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.741 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับมีรถให้เลือกใช้หลายประเภทซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

9. มีที่นั่งจำนวนมาก เพศชายมีความคิดเห็นว่าที่นั่งจำนวนมากเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่า มีที่นั่งจำนวนมากเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.452 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับ

มีที่นั่งจำนวนมากซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

10. รถใหม่ เพศชายมีความคิดเห็นว่ารถใหม่ เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่ารถใหม่ เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.972 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับรถใหม่ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน เพศชายมีความคิดเห็นว่ามีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 40.94 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่ามีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 59.06 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.153 ซึ่งมีค่ามากกว่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับมีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

12. ไม่จอครถนอกป้าย เพศชายมีความคิดเห็นว่ ไม่จอครถนอกป้าย เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่ไม่จอครถนอกป้าย เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 63.60 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.424 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับไม่จอครถนอกป้าย ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

13. อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก เพศชาย มีความคิดเห็นว่อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 ส่วนเพศหญิง มีความคิดเห็นว่อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวกเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 64.30 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.136 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่ ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับอากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

14. แอร์บนรถเย็น เพศชาย มีความคิดเห็นว่าแอร์บนรถเย็นเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่า แอร์บนรถเย็นเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 62.00 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.902 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับแอร์บนรถเย็น ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

15. มีประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง เพศชายมีความคิดเห็นว่าประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง เป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 ส่วนเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางเป็นสิ่งจูงใจให้เลือกใช้บริการมากที่สุดระดับปานกลาง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 60.50 และทดสอบด้วยสถิติค่า Chi-square test มีผลการทดสอบได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.322 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ คือ 0.05 แสดงว่าตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางซึ่งเป็นสิ่งจูงใจให้ใช้บริการ หมายความว่า ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	2 (6.50)	1 (1.40)	4 (2.40)	2 (2.20)	1 (2.20)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะดวก							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	1 (10.00)	2 (7.40)	25 (15.10)	19 (14.20)	8 (12.70)	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	8 (80.00)	11 (40.70)	89 (53.60)	69 (51.50)	33 (52.40)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	1 (10.00)	8 (29.60)	25 (15.10)	32 (23.90)	17 (27.00)	83	0.197
- 41-50 ปี (ร้อยละ)		6 (22.20)	23 (13.90)	9 (6.70)	4 (6.30)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)			4 (2.40)	5 (3.70)	1 (1.60)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความปลอดภัย							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	1 (3.70)	7 (12.70)	20 (12.50)	17 (17.90)	10 (15.90)	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	17 (63.00)	28 (50.90)	82 (51.30)	50 (52.60)	33 (52.40)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	6 (22.20)	14 (25.50)	31 (19.40)	17 (17.90)	15 (23.80)	83	0.816
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	2 (7.40)	6 (10.90)	21 (13.10)	9 (9.50)	4 (6.30)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	1 (3.70)		6 (3.80)	2 (2.10)	1 (1.60)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะอาด							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (19.00)	10 (15.90)	24 (12.80)	8 (10.40)	9 (17.60)	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	11 (52.40)	32 (50.80)	97 (51.60)	43 (55.80)	27 (52.90)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	4 (19.00)	14 (22.20)	37 (19.70)	19 (24.70)	9 (17.60)	83	0.914

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	2 (9.50)	7 (11.10)	22 (11.70)	6 (7.80)	5 (9.80)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)			8 (4.30)	1 (1.30)	1 (2.00)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความรวดเร็ว							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (19.00)	4 (7.10)	23 (13.30)	13 (13.80)	11 (19.60)	55	0.495
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	7 (33.30)	36 (64.30)	86 (49.70)	54 (57.40)	27 (48.20)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	7 (33.30)	9 (16.10)	35 (20.20)	20 (21.30)	12 (21.40)	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	3 (14.30)	5 (8.90)	23 (13.30)	6 (6.40)	5 (8.90)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)		2 (3.60)	6 (3.50)	1 (1.10)	1 (1.80)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ประหยัดเงิน							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	1 (20.00)	1 (5.30)	8 (6.90)	28 (19.00)	17 (15.00)	55	.303
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	2 (40.00)	12 (63.20)	69 (59.50)	68 (46.30)	59 (52.20)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	2 (40.00)	2 (10.50)	26 (22.40)	31 (21.10)	22 (19.50)	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)		3 (15.80)	11 (9.50)	18 (12.20)	10 (8.80)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)		1 (5.30)	2 (1.70)	2 (1.40)	5 (4.40)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีรถให้เลือกใช้หลายประเภท							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	1 (11.10)	1 (3.70)	15 (11.50)	21 (14.00)	17 (20.50)	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	5 (55.60)	15 (55.60)	68 (52.30)	81 (54.00)	41 (48.20)	210	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	2	9	29	25	18	83	0.718
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	(22.20)	(33.30)	(22.30)	(16.70)	(21.70)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	(11.10)	(3.70)	(10.00)	(14.00)	(7.20)	10	
รวม (ร้อยละ)		(3.70)	(3.80)	(1.30)	(2.40)		
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีที่นั่งจำนวนมาก							0.411
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	3	8	25	14	5	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	(13.60)	(9.30)	(16.20)	(16.30)	(9.60)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	9	48	76	47	30	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	(40.90)	(55.80)	(49.40)	(54.70)	(57.70)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	4	22	28	17	12	10	
รวม (ร้อยละ)	(18.20)	(25.60)	(18.20)	(19.80)	(23.10)		
	(18.20)	(8.10)	(12.30)	(9.30)	(7.70)	400	
	2	1	6		1		0.012
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	(9.10)	(1.20)	(3.90)		(1.90)	55	
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	(2.30)	(7.30)	(15.00)	(17.80)	(17.90)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	21	39	59	55	36	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	(47.70)	(70.90)	(46.50)	(51.40)	(53.70)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	13	6	27	25	12	10	
รวม (ร้อยละ)	(29.50)	(10.90)	(21.30)	(23.40)	(17.90)		
	(18.20)	(9.10)	(14.20)	(7.50)	(4.50)	400	
	8	5	18	8	3		0.012
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	(18.20)	(9.10)	(14.20)	(7.50)	(4.50)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	1	1	4		4	10	
รวม (ร้อยละ)	(2.30)	(1.80)	(3.10)		(6.00)		
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	

ตารางที่ 4.26 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ไม่จ้อครนอกป้าย							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (12.50)	7 (10.10)	22 (13.30)	13 (16.30)	9 (16.70)	55	0.839
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	15 (46.90)	40 (58.00)	86 (52.10)	44 (55.00)	25 (46.30)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	10 (31.30)	14 (20.30)	32 (19.40)	14 (17.50)	13 (24.10)	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	1 (3.10)	7 (10.10)	21 (12.70)	8 (10.00)	5 (9.30)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)	2 (6.30)	1 (1.40)	4 (2.40)	1 (1.30)	2 (3.70)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศบนรถโดยสารถ่ายเท สะดวก							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	4 (14.80)	6 (8.30)	23 (13.70)	15 (18.80)	7 (13.20)	55	0.387
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	13 (48.10)	42 (58.30)	86 (51.20)	45 (56.30)	24 (45.30)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	10 (37.00)	15 (20.80)	31 (18.50)	14 (17.50)	13 (24.50)	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)		7 (9.70)	23 (13.70)	5 (6.30)	7 (13.20)	42	
- 51-60 ปี (ร้อยละ)		2 (2.80)	5 (3.00)	1 (1.30)	2 (3.80)	10	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง							
- 10-20 ปี (ร้อยละ)	3 (13.00)	3 (8.30)	26 (14.70)	14 (15.70)	9 (12.00)	55	0.701
- 21-30 ปี (ร้อยละ)	12 (52.20)	21 (58.30)	91 (51.40)	48 (53.90)	38 (50.70)	210	
- 31-40 ปี (ร้อยละ)	5 (21.70)	10 (27.80)	31 (17.50)	19 (21.30)	18 (24.00)	83	
- 41-50 ปี (ร้อยละ)	3 (13.00)	2 (5.60)	25 (14.10)	6 (6.70)	6 (8.00)	42	

ตารางที่ 4.27
ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของชมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 51-60 ปี (ร้อยละ)			4 (2.30)	2 (2.20)	4 (5.30)	10	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ราคา							
- ประถมศึกษา (ร้อยละ)	1 (11.10)	1 (7.10)	8 (5.10)	3 (2.70)	10 (9.20)	23	0.024
- มัธยมศึกษา (ร้อยละ)		1 (7.10)	30 (19.00)	21 (19.10)	17 (15.60)	69	
- ปวช./ปวส. (ร้อยละ)	4 (44.40)	2 (14.30)	36 (22.80)	29 (26.40)	22 (20.20)	93	
- อนุปริญญา (ร้อยละ)			1 (0.60)		1 (0.90)	2	
- ปริญญาตรี (ร้อยละ)	3 (33.30)	10 (71.40)	82 (51.90)	54 (49.10)	54 (49.50)	203	
- ปริญญาโท (ร้อยละ)			1 (0.60)	3 (2.70)	4 (3.70)	8	
- ปริญญาเอก (ร้อยละ)	1 (11.10)				1 (0.90)	2	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความประทับใจในบริการ							
- ประถมศึกษา (ร้อยละ)	1 (3.20)	2 (2.90)	10 (6.00)	4 (4.50)	6 (13.30)	23	0.074
- มัธยมศึกษา (ร้อยละ)	6 (19.40)	10 (14.50)	28 (16.90)	22 (24.70)	3 (6.70)	69	
- ปวช./ปวส. (ร้อยละ)	8 (25.80)	12 (17.40)	39 (23.50)	27 (30.30)	7 (15.60)	93	
- อนุปริญญา (ร้อยละ)		1 (1.40)			1 (2.20)	2	
- ปริญญาตรี (ร้อยละ)	15 (48.40)	43 (62.30)	85 (51.20)	34 (38.20)	26 (57.80)	203	
- ปริญญาโท (ร้อยละ)		1 (1.40)	3 (1.80)	2 (2.20)	2 (4.40)	8	

ตารางที่ 4.28
ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของขสมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ราคา							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)		1 (7.10)	27 (17.10)	10 (9.10)	14 (12.80)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	1 (11.10)	5 (35.70)	31 (19.60)	13 (11.80)	16 (14.70)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (22.20)	3 (21.40)	8 (5.10)	5 (4.50)	10 (9.20)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	3 (33.30)	2 (14.30)	34 (21.50)	16 (14.50)	18 (16.50)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	1 (11.90)	2 (14.30)	36 (22.80)	38 (34.50)	34 (31.20)	111	0.004
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		1 (7.10)	4 (2.50)	2 (1.80)	3 (2.80)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)			13 (8.20)	22 (20.00)	10 (9.20)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	2 (22.20)		5 (3.20)	4 (3.60)	4 (3.70)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความประทับใจในบริการ							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (3.20)	8 (11.60)	25 (15.10)	12 (13.50)	6 (13.30)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	3 (9.70)	14 (20.30)	27 (16.60)	15 (16.90)	7 (15.60)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	4 (12.90)	7 (10.10)	9 (5.40)	4 (4.50)	4 (8.90)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	4 (12.90)	13 (18.80)	39 (23.50)	11 (12.40)	6 (13.30)	73	0.428
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	15 (48.40)	16 (23.20)	40 (24.10)	24 (27.00)	16 (35.60)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (3.20)	2 (2.90)	3 (1.80)	3 (3.40)	1 (2.20)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (6.50)	6 (8.70)	16 (9.60)	17 (19.10)	4 (8.90)	45	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (3.20)	3 (4.30)	7 (4.20)	3 (3.40)	1 (2.20)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะดวก							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (10.00)	2 (7.40)	25 (15.10)	17 (12.70)	7 (11.10)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (20.00)	5 (18.50)	32 (19.30)	17 (12.70)	10 (15.90)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (20.00)	4 (14.80)	12 (7.20)	7 (5.20)	3 (4.80)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	1 (10.00)	12 (44.40)	28 (16.90)	22 (16.40)	10 (15.90)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	4 (40.00)	2 (7.40)	39 (23.50)	46 (34.30)	20 (31.70)	111	0.099
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		1 (3.70)	3 (1.80)	5 (3.70)	1 (1.60)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)		1 (3.70)	19 (11.40)	14 (10.40)	11 (17.50)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)			8 (4.80)	6 (4.50)	1 (1.60)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความปลอดภัย							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	3 (11.10)	6 (10.90)	21 (13.10)	15 (15.80)	7 (11.10)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	6 (22.20)	6 (10.90)	28 (17.50)	16 (16.80)	10 (15.90)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (7.40)	6 (10.90)	8 (5.00)	8 (8.40)	4 (6.30)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	4 (14.80)	16 (29.10)	34 (21.30)	11 (11.60)	8 (12.70)	73	0.313
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	10 (37.00)	14 (25.50)	44 (27.50)	22 (23.20)	21 (33.30)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		2 (3.60)	1 (0.60)	4 (4.20)	3 (4.80)	10	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)		5 (9.10)	16 (10.00)	16 (16.80)	8 (12.70)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	2 (7.40)		8 (5.00)	3 (3.20)	2 (3.20)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะอาด							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (4.80)	7 (11.10)	25 (13.30)	12 (15.60)	7 (13.70)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (9.50)	7 (11.10)	41 (21.80)	8 (10.40)	8 (15.70)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (4.80)	3 (4.80)	13 (6.90)	7 (9.10)	4 (7.80)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	4 (19.00)	14 (22.20)	39 (20.70)	10 (13.00)	6 (11.80)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	6 (28.60)	23 (36.50)	44 (23.40)	22 (28.60)	16 (31.40)	111	0.237
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)			3 (1.60)	5 (6.50)	2 (3.90)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	6 (28.60)	7 (11.10)	15 (8.00)	10 (13.00)	7 (13.70)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (4.80)	2 (3.20)	8 (4.30)	3 (3.90)	1 (2.00)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความรวดเร็ว							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)		6 (10.70)	25 (14.50)	15 (16.00)	6 (10.70)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (9.50)	9 (16.10)	34 (19.70)	12 (12.80)	9 (16.10)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (9.50)	3 (5.40)	11 (6.40)	6 (6.40)	6 (10.70)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	8 (38.10)	14 (25.00)	31 (17.90)	13 (13.80)	7 (12.50)	73	0.438
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	5 (23.80)	19 (33.90)	41 (23.70)	30 (31.90)	16 (28.60)	111	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (4.80)	2 (3.60)	2 (1.20)	3 (3.20)	2 (3.60)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	3 (14.30)	3 (5.40)	19 (11.00)	12 (12.80)	8 (14.30)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)			10 (5.80)	3 (3.20)	2 (3.60)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ประหยัดเงิน							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (20.00)	1 (5.30)	16 (13.80)	18 (12.20)	16 (14.20)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)		3 (15.80)	26 (22.40)	22 (15.00)	15 (13.30)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (20.00)	3 (15.80)	5 (4.30)	11 (7.50)	8 (7.10)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (40.00)	4 (21.10)	29 (25.00)	24 (16.30)	14 (12.40)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	1 (20.00)	6 (31.60)	24 (20.70)	41 (27.90)	39 (34.50)	111	0.137
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)			6 (5.20)	2 (1.40)	2 (1.80)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)		1 (5.30)	5 (4.30)	24 (16.30)	15 (13.30)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)		1 (5.30)	5 (4.30)	5 (3.40)	4 (3.50)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
รถให้เลือกหลายประเภท							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	2 (22.20)	2 (7.40)	13 (10.00)	21 (14.00)	14 (16.90)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	1 (11.10)	3 (11.10)	26 (20.00)	21 (14.00)	15 (18.10)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	1 (11.10)		9 (6.90)	10 (6.70)	8 (9.60)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)		11 (40.70)	25 (19.20)	28 (18.70)	9 (10.80)	73	0.161

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	4 (44.40)	10 (37.00)	38 (29.20)	43 (28.70)	16 (18.10)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (11.10)		4 (3.10)	3 (2.00)	2 (2.40)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)			11 (8.50)	17 (11.30)	17 (20.50)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)		1 (3.70)	4 (3.10)	7 (4.70)	3 (3.60)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีที่ให้นั่งจำนวนมาก							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (4.50)	7 (8.10)	24 (15.60)	11 (12.80)	9 (17.30)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	3 (13.60)	19 (22.10)	25 (16.20)	8 (9.30)	11 (21.20)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (9.10)	6 (7.00)	7 (4.50)	5 (5.80)	8 (15.40)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	6 (27.30)	19 (22.10)	28 (18.20)	16 (18.60)	4 (7.70)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	6 (27.30)	28 (32.60)	38 (24.70)	28 (32.60)	11 (21.20)	111	0.150
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		2 (2.30)	4 (2.60)	2 (2.30)	2 (3.80)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (9.10)	4 (4.70)	20 (13.00)	12 (14.00)	7 (13.50)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	2 (9.10)	1 (1.20)	8 (5.20)	4 (4.70)		15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
รถใหม่							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	3 (9.40)	10 (11.50)	20 (14.70)	13 (14.00)	6 (11.50)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	3 (9.40)	22 (25.30)	16 (11.80)	16 (17.20)	9 (17.30)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	5 (15.60)	3 (3.40)	10 (7.40)	4 (4.30)	6 (11.50)	28	0.192

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	8 (25.00)	23 (26.40)	26 (19.10)	12 (12.90)	4 (7.70)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	8 (25.00)	16 (18.40)	40 (29.40)	30 (32.30)	17 (32.70)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)		4 (4.60)	2 (1.50)	2 (2.2)	2 (3.80)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	4 (12.50)	7 (8.00)	15 (11.00)	13 (14.00)	6 (11.50)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (3.10)	2 (2.30)	7 (5.10)	3 (3.20)	2 (3.80)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	2 (4.50)	4 (7.30)	17 (13.40)	17 (15.90)	12 (17.90)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	9 (20.50)	6 (10.90)	27 (21.30)	13 (12.10)	11 (16.40)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	6 (13.60)	2 (3.60)	9 (7.10)	4 (3.70)	7 (10.40)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	9 (20.50)	17 (30.90)	27 (21.30)	14 (13.10)	6 (9.00)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	13 (29.50)	20 (36.40)	27 (21.30)	34 (31.80)	17 (25.40)	111	0.024
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	2 (4.50)	1 (1.80)	4 (3.10)	2 (1.90)	1 (1.50)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	1 (2.30)	3 (5.50)	12 (9.40)	17 (15.90)	12 (17.90)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	2 (4.50)	2 (3.60)	4 (3.10)	6 (5.60)	1 (1.50)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ไม่จอดรถนอกป้าย							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	2 (6.30)	8 (11.60)	28 (17.00)	7 (8.80)	7 (13.00)	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (6.30)	11 (15.90)	31 (18.80)	9 (11.30)	13 (24.10)	66	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (6.30)	4 (5.80)	11 (6.70)	5 (6.30)	6 (11.10)	28	0.167
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	8 (25.00)	17 (24.60)	33 (20.00)	11 (13.80)	4 (7.40)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	11 (34.40)	21 (30.40)	39 (23.60)	27 (33.80)	13 (24.10)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (3.10)	2 (2.90)	1 (0.60)	4 (5.00)	2 (3.70)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	4 (12.50)	4 (5.80)	16 (9.70)	12 (15.00)	9 (16.70)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	2 (6.30)	2 (2.90)	6 (3.60)	5 (6.30)		15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศบนรถโดยสารถ่ายเท สะดวก							0.005
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (3.70)	4 5.60	30 17.90	10 12.50	7 13.20	52	
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	1 (3.70)	13 18.10	31 18.50	10 12.50	11 20.80	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	3 (11.10)	7 9.70	8 4.80	1 1.30	9 17.00	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	3 (11.10)	18 25.00	35 20.80	13 16.30	4 7.50	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	14 (51.90)	17 23.60	41 24.40	26 32.50	13 24.50	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	2 (2.80)	3 1.80	3 1.80	2 2.50	3 5.70	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	4 (14.80)	7 9.70	14 8.30	14 17.50	6 11.30	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (3.70)	4 5.60	6 3.60	4 5.00		15	
รวม (ร้อยละ)	100	100	100	100	100	400	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
แอร์บนรถเย็น							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	1 (5.90)	4 (11.10)	20 (12.70)	15 (13.50)	12 (15.40)	52	0.632
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	2 (11.80)	6 (16.70)	30 (19.00)	14 (12.60)	14 (17.90)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	3 (17.60)	3 (8.30)	6 (3.80)	7 (6.30)	9 (11.50)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	2 (11.80)	10 (27.80)	32 (20.30)	21 (18.90)	8 (10.30)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	5 (29.40)	6 (16.70)	49 (31.00)	33 (29.70)	18 (23.10)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)	1 (5.90)	1 (2.80)	3 (1.90)	2 (1.80)	3 (3.80)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (11.80)	5 (13.90)	12 (7.60)	14 (12.60)	12 (15.40)	45	
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (5.90)	1 (2.80)	6 (3.80)	5 (4.50)	2 (2.60)	15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีประตูเปิด-ปิดตลอดเส้นทาง							
- ลูกจ้างรายวัน (ร้อยละ)	3 (13.00)	2 (5.60)	27 (15.30)	8 (9.00)	12 (16.00)	52	0.249
- ลูกจ้างประจำ (ร้อยละ)	5 (21.70)	3 (8.30)	31 (17.50)	9 (10.10)	18 (24.00)	66	
- ข้าราชการ (ร้อยละ)	2 (8.70)	2 (5.60)	9 (5.10)	6 (6.70)	9 (12.00)	28	
- รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ)	6 (26.10)	10 (27.80)	33 (18.60)	16 (18.00)	8 (10.70)	73	
- บริษัทเอกชน (ร้อยละ)	4 (17.40)	14 (38.90)	49 (27.70)	26 (29.20)	18 (24.00)	111	
- กิจการส่วนตัว (ร้อยละ)			4 (2.30)	4 (4.50)	2 (2.70)	10	
- นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ)	2 (8.70)	4 (11.10)	16 (9.00)	15 (16.90)	8 (10.70)	45	

ตารางที่ 4.28 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- รับจ้าง (ร้อยละ)	1 (4.30)	1 (2.80)	8 (4.50)	5 (5.60)		15	
รวม (ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	



ตารางที่ 4.29
ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับสิ่งจูงใจให้ใช้บริการของขสมก.

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
ราคา							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)			30 (19.00)	23 (20.90)	22 (20.20)	75	0.003
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	5 (35.70)	74 (46.80)	42 (38.20)	39 (35.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	4 (28.60)	28 (17.70)	25 (22.70)	23 (21.10)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	3 (21.40)	11 (7.00)	7 (6.40)	10 (9.20)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (22.20)	2 (14.30)	9 (5.70)	2 (1.80)	11 (10.10)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			4 (2.50)	5 (4.50)	2 (1.80)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)				2 (1.80)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)				1 (0.90)	2 (1.80)	3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)		2 (1.30)	3 (2.70)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความประทับใจในบริการ							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	4 (12.90)	12 (17.40)	31 (18.70)	20 (22.50)	8 (17.80)	75	0.715
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	10 (32.30)	30 (43.50)	71 (42.80)	36 (40.40)	15 (33.30)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	7 (22.60)	12 (17.40)	40 (24.10)	12 (13.50)	11 (24.40)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	4 (12.90)	7 (1.10)	8 (4.80)	10 (11.20)	4 (8.90)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	4 (12.90)	4 (5.80)	8 (4.80)	5 (5.60)	4 (8.90)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.40)	4 (2.40)	4 (4.50)	2 (4.40)	11	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.40)	2 (1.20)	1 (1.10)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.40)	2 (1.20)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (6.50)	1 (1.40)	(100)	1 (1.10)	1 (2.20)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)		(100)	(100)	400	
ความสะดวก							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	2 (20.00)	3 (11.10)	33 (19.90)	24 (17.90)	13(20.60) 21	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	3 (30.00)	13 (48.10)	73 (44.00)	52 (38.80)	(33.30) 18	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)		6 (22.20)	25 (15.10)	33 (24.60)	(28.60) 5	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	3 (30.00)	4 (14.80)	12 (7.20)	9 (6.70)	(7.90) 4	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (10.00)	1 (3.70)	10 (6.00)	9 (6.70)	(6.30) 2	25	0.387
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			4 (2.40)	5 (3.70)	(3.20)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.20)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			3 (1.80)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (10.00)		4 (2.40)	2 (1.50)	(100)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)		400	
ความปลอดภัย							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (11.10)	8 (14.50)	28 (17.50)	24 (25.30)	12 (19.00)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	11 (40.70)	28 (50.90)	68 (42.50)	31 (32.60)	24 (38.10)	162	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	7 (25.90)	10 (18.20)	33 (20.60)	17 (17.90)	17 (17.90)	82	0.828
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (7.40)	6 (10.90)	9 (5.60)	9 (9.50)	7 (11.10)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	3 (11.10)	2 (3.60)	10 (6.30)	7 (7.40)	3 (4.80)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			6 (3.80)	3 (3.20)	2 (3.20)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			1 (0.60)	1 (1.10)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			3 (1.90)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.70)	1 (1.80)	2 (1.30)	3 (3.20)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
ความสะอาด							0.690
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	5 (23.80)	9 (14.30)	34 (18.10)	16 (20.80)	11 (21.60)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	6 (28.60)	32 (50.80)	81 (43.10)	25 (32.50)	18 (35.30)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	4 (19.00)	11 (17.50)	39 (20.70)	16 (20.80)	12 (23.50)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	3 (14.30)	4 (6.30)	13 (6.90)	9 (11.70)	4 (7.80)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (4.80)	5 (7.90)	8 (4.30)	8 (10.40)	3 (5.90)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			7 (3.70)	2 (2.60)	2 (3.90)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)	1 (4.80)		1 (0.50)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.60)	2 (1.10)			3	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ) รวม(ร้อยละ)	1 (4.80) (100)	1 (1.60) (100)	3 (1.60) (100)	1 (1.30) (100)	1 (2.0) (100)	7 400	
ความรวดเร็ว							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (14.30)	7 (12.50)	33 (19.10)	22(23.40) 44	10(17.90) 21	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	5 (23.80)	24 (42.90)	68 (39.30)	(46.80) 14	(37.50) 12	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	8 (38.10)	13 (23.20)	35 (20.20)	(14.90) 6	(21.40) 7	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (9.50)	6 (10.70)	12 (6.90)	(6.40) 5	(12.50) 3	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	2 (9.50)	4 (7.10)	11 (6.40)	(5.30) 1	(5.40) 3	25	0.771
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			7 (4.00)	(1.10)	(5.40)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.20)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.80)	2 (1.20)	2		3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ) รวม(ร้อยละ)	1 (4.80) (100)	1 (1.80) (100)	3 (1.70) (100)	(2.10) (100)	(100) (100)	7 400	
ประหยัดเงิน							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	1 (20.00)	2 (10.50)	19 (16.40)	33 (22.40)	20 (17.70)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	3 (60.00)	7 (36.80)	52 (44.80)	55 (37.40)	45 (39.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)		5 (26.30)	21 (18.10)	33 (22.40)	23 (20.40)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)		2 (10.50)	12 (10.30)	11 (7.50)	8 (7.10)	33	0.263

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)		3 (15.80)	6 (5.20)	5 (3.40)	11 (9.70)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			1 (0.90)	6 (4.10)	4 (3.50)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)				1 (0.70)	1 (0.90)	2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			3 (2.60)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (20.00)		2 (1.70)	3 (2.00)	1 (0.90)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีรถให้เลือกหลายประเภท							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	1 (3.70)	20(15.40) 53	28(18.70) 66	24 (28.90)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	8 (29.60)	(40.80) 30	(44.00) 30	33 (39.80)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	6 (22.20)	(23.10) 13	(20.00) 10	15 (16.90)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (22.20)	3 (11.10)	(10.00) 8	(6.70) 8	5 (6.00)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	6 (22.20)	(6.20) 1	(5.30) 4	2 (2.40)	25	0.086
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		1 (3.70)	(0.80) 1	(2.70) 1	5 (6.00)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			(0.80) 2	(0.70) 1		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)			(1.50) 2	(0.70) 2		3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (11.10)	2 (7.40)	(1.50) (100)	(1.30) (100)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)			(100)	400	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
มีที่นั่งจำนวนมาก							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (13.60)	10 (11.60)	36 (23.40)	14 (16.30)	12 (23.10)	75	0.145
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	6 (27.30)	35 (40.70)	63 (40.90)	37 (43.00)	21 (40.40)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	5 (22.70)	19 (22.10)	27 (17.50)	20 (23.30)	11 (21.20)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	3 (13.60)	10 (11.60)	7 (4.50)	8 (9.30)	5 (9.60)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	2 (9.10)	6 (7.00)	14 (9.10)	2 (2.30)	1 (1.90)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)	1 (4.50)	1 (1.20)	4 (2.60)	3 (3.50)	2 (3.80)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.20)	1 (0.60)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		3 (3.50)				3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (9.10)	1 (1.20)	2 (1.30)	2 (2.30)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
รถใหม่							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	5 (15.60)	15 (17.20)	25 (18.40)	20 (21.50)	10 (19.20)	75	0.782
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	11 (34.40)	45 (51.70)	54 (39.70)	35 (37.60)	17 (32.70)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	9 (28.10)	15 (17.20)	28 (20.60)	18 (19.40)	12(23.10) 6	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (6.30)	5 (5.70)	11 (8.10)	9 (9.70)	(11.50) 4	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	2 (6.30)	4 (4.60)	9 (6.60)	6 (6.50)	(7.70) 3	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.10)	1 (1.10)	5 (3.70)	1 (1.10)	(5.80)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			1 (0.70)	1 (1.10)		2	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		2 (2.30)	1 (0.70)	3 (3.20)		3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (6.30)		2 (1.50)	(100)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)		(100)	400	
มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	1 (2.30)	9 (16.40)	23 (18.10)	29(27.10) 46	13(19.40) 29	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	14(31.80) 12 (27.30)	23 (41.80)	50 (39.40)	(43.00) 13	(43.30) 15(22.40)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	7 (15.90)	15 (27.30)	27 (21.30)	(12.10) 9	6 (9.00)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	4 (9.10)	2 (3.60)	9 (7.10)	(8.40) 4	3 (4.50)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (2.30)	5 (9.10)	9 (7.10)	(3.70) 3	1 (1.50)	25	0.056
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)	1 (2.30)		5 (3.90)	(2.80) 1		11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)	2 (4.50)			(0.90)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (4.50)		1 (0.80)	2		3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	2 (4.50)		3 (2.40)	(1.90) (100)	(100)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)			400	
ไม่จอดรถนอกป้าย							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	4 (12.50)	8 (11.60)	33 (20.00)	18 (22.50)	12 (22.20)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	14 (43.80)	35 (50.70)	63 (38.20)	29 (36.30)	21 (38.90)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	7 (21.90)	14 (20.30)	33 (20.00)	18 (22.50)	10 (18.50)	82	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	3 (9.40)	4 (5.80)	13 (7.90)	8 (10.00)	5 (9.30)	33	0.939
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	2 (6.30)	6 (8.70)	11 (6.70)	3 (3.80)	3 (5.60)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		1 (1.40)	5 (3.00)	2 (2.50)	3 (5.60)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.20)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.1)		2 (1.20)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.10)	1 (1.40)	3 (1.80)	2 (2.50)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
อากาศยานรบโดยสารถ่ายเท สะดวก							0.401
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (11.10)	12 (16.70)	29 (17.30)	21(26.30) 25	10(18.90) 20	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	10 (37.00)	30 (41.70)	77 (45.80)	(31.30) 17	(37.70) 9	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	5 (18.50)	17 (23.60)	34 (20.20)	(21.30) 6	(17.00) 7	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	4 (14.80)	6 (8.30)	10 (6.00)	(7.50) 6	(13.20) 4	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	3 (11.10)	2 (2.80)	10 (6.00)	(7.50) 2	(7.50) 3	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)		2 (2.80)	4 (2.40)	(2.50)	(5.70)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			2 (1.20)			2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.70)		2 (1.20)	3		3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (3.70)	3 (4.20)		(3.80) (100)	(100)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)			400	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
แอร์บนรถยนต์							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	3 (17.60)	11 (30.60)	22 (13.90)	23 (20.70)	16 (20.50)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	7 (41.20)	16 (44.40)	66 (41.80)	44 (39.60)	29 (37.20)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	3 (17.60)	3 (8.30)	40 (25.30)	26 (23.40)	10 (12.80)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	2 (11.80)	2 (5.60)	13 (8.20)	6 (5.40)	10 (12.80)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	1 (5.90)	2 (5.60)	8 (5.10)	7 (6.30)	7 (9.00)	25	
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			4 (2.50)	1 (0.90)	6 (7.70)	11	0.267
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			1 (0.60)	1 (0.90)		2	
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (2.80)	2 (1.30)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (5.90)	1 (2.80)	2 (1.30)	3 (2.70)		7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	
มีประตูปิด-เปิดตลอดเส้นทาง							
- น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ)	5 (21.70)	5 (13.90)	32 (18.10)	19 (21.30)	14 (18.70)	75	
- 5,001-10,000 บาท (ร้อยละ)	8 (34.80)	18 (50.00)	76 (42.90)	31 (34.80)	29 (38.70)	162	
- 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ)	5 (21.70)	6 (16.70)	39 (22.00)	21 (23.60)	11 (14.70)	82	
- 15,001-20,000 บาท (ร้อยละ)	1 (4.30)	4 (11.10)	12 (6.80)	9 (10.10)	7 (9.30)	33	
- 20,001-25,000 บาท (ร้อยละ)	3 (13.00)	1 (2.80)	10 (5.60)	5 (5.60)	6 (8.00)	25	0.724
- 25,001-30,000 บาท (ร้อยละ)			3 (1.70)	2 (2.20)	6 (8.00)	11	
- 30,001-35,000 บาท (ร้อยละ)			1 (0.60)		1 (1.30)	2	

ตารางที่ 4.29 (ต่อ)

เรื่อง	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวมกลุ่ม ตัวอย่าง	Chi-Squar Sig.(2-sided)
- 35,001-40,000 บาท (ร้อยละ)		1 (2.80)	2 (1.10)			3	
- มากกว่า 40,000 บาท (ร้อยละ)	1 (4.30)	1 (2.80)	2 (1.1)	2 (2.20)	1 (1.30)	7	
รวม(ร้อยละ)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	400	

จากตารางที่ 4.26-4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้กับ
 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของ ขสมก. ในด้านต่าง ๆ เมื่อเทียบกับค่า ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
 0.05 สรุปได้ดังตารางต่อไปนี้



ตารางที่ 4.30

การทดสอบสมมุติฐานระหว่างเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้กับทัศนคติในการเลือกใช้บริการ

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.858	>0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะราคา คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
2. ความประทับใจในบริการ	0.095	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความประทับใจ คือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะดวก	0.538	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวก คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
4. ความปลอดภัย	0.360	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะจะอดสนิทก่อนเปิดประตู คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ความสะอาด	0.507	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะอาดคือ ทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
6. ความรวดเร็ว	0.635	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความเร็วคือทั้ง เพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. ประหยัดเงิน	0.051	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประหยัดเงินคือ ทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
8. มีรถให้เลือกหลายประเภท	0.741	> 0.05 แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีรถให้เลือก หลายประเภท คือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. มีที่นั่งจำนวนมาก	0.452	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีที่นั่ง จำนวนมากคือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
10. รถใหม่	0.927	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะรถใหม่ คือทั้ง เพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน	0.153	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีตัววัน/ตัว สัปดาห์/ตัวเดือนคือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
12. ไม่จอดนอกป้าย	0.424	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะไม่จอดนอกป้าย คือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
13. อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก	0.136	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะอากาศบนรถ ถ่ายเทสะดวกคือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
14. แอร์บนรถเย็น	0.902	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะแอร์บนรถเย็น คือทั้งเพศหญิงและเพศชายมีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน
15. ประตูเปิด-ปิดตลอดการ เดินทาง	0.322	>0.05แสดงว่าเพศไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประตูเปิด-ปิด ตลอดการเดินทางคือทั้งเพศหญิงและเพศชาย มีความคิดเห็น ไม่ต่างกัน

เพศ H_0 : เพศของผู้ใช้บริการมีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.

H_1 : เพศของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.003	<0.05 แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะราคา คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความประทับใจในบริการ	0.712	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความประทับใจคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะดวก	0.197	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวกคืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. ความปลอดภัย	0.816	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะจุดสนิทก่อนเปิดประตู คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ความสะอาด	0.914	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะอาดคืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. ความรวดเร็ว	0.495	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความเร็วคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. ประหยัดเงิน	0.303	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประหยัดเงินคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. มีรถให้เลือกหลายประเภท	0.718	> 0.05 แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีรถให้เลือกหลายประเภทคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. มีที่นั่งจำนวนมาก	0.411	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีที่นั่งจำนวนมากคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
10. รถใหม่	0.576	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะรถใหม่ คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน	0.012	<0.05แสดงว่าอายุมีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะมีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
12. ไม่จอดนอกป้าย	0.839	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะไม่จอดนอกป้ายคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
13. อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก	0.387	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะอากาศบนรถถ่ายเทสะดวกคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
14. แอร์บนรถเย็น	0.245	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะแอร์บนรถเย็น คืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
15. ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง	0.701	>0.05แสดงว่าอายุไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางคืออายุต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

อายุ

Ho : อายุของผู้ใช้บริการมีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.

H1 : อายุของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.024	<0.05 แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะราคา คืออายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความประทับใจในบริการ	0.074	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความประทับใจคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะดวก	0.018	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวก คือการศึกษิต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
4. ความปลอดภัย	0.472	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะจุดสนิทก่อนเปิดประตู คือการศึกษิต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ความสะอาด	0.007	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะความสะอาดคือการศึกษิต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
6. ความรวดเร็ว	0.155	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความเร็วคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. ประหยัดเงิน	0.000	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะประหยัดเงินคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
8. มีรถให้เลือกหลายประเภท	0.142	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีรถให้เลือกหลายประเภทคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. มีที่นั่งจำนวนมาก	0.141	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีที่นั่งจำนวนมากคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
10. รถใหม่	0.578	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะรถใหม่ คือการศึกษิต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน	0.010	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะมีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
12. ไม่จอดนอกป้าย	0.049	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะไม่จอดนอกป้ายคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
13. อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก	0.206	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะอากาศบนรถถ่ายเทสะดวกคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
14. แอร์บนรถเย็น	0.265	>0.05แสดงว่าการศึกษาไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะแอร์บนรถเย็นคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
15. ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง	0.002	<0.05แสดงว่าการศึกษามีผลต่อการการเลือกใช้บริการเพราะประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางคือการศึกษิต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน

การศึกษา H_0 : การศึกษาของผู้ใช้บริการมีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของ ขสมก.
 H_1 : การศึกษาของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของขสมก.

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.004	<0.05แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะราคา คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความประทับใจในบริการ	0.428	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความประทับใจคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะดวก	0.099	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวก คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. ความปลอดภัย	0.313	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะจุดสนธิทก่อนเปิดประตู คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ความสะอาด	0.237	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะอาดคืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. ความรวดเร็ว	0.438	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความเร็วคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. ประหยัดเงิน	0.137	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประหยัดเงินคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. มีรถให้เลือกหลายประเภท	0.161	> 0.05 แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีรถให้เลือกหลายประเภทคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. มีที่นั่งจำนวนมาก	0.150	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีที่นั่งจำนวนมากคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
10. รถใหม่	0.192	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะรถใหม่คืออาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน	0.024	<0.05แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะมีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
12. ไม่จอดนอกป้าย	0.167	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะไม่จอดนอกป้ายคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
13. อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก	0.005	<0.05แสดงว่าอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะอากาศบนรถถ่ายเทสะดวกคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่างกัน
14. แอร์บนรถเย็น	0.632	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะแอร์บนรถเย็น คืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
15. ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง	0.249	>0.05แสดงว่าอาชีพไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางคืออาชีพต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

อาชีพ

Ho : อาชีพของผู้ใช้บริการมีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของขสมก.

H1 : อาชีพของผู้ใช้บริการ ไม่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของขสมก.

ตารางที่ 4.30 (ต่อ)

เรื่อง	Chi-Square Sig.(2-sided)	ความสัมพันธ์ของตัวแปร
1. ราคา	0.003	<0.05แสดงว่ารายได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการเพราะราคา คือ รายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกัน
2. ความประทับใจในบริการ	0.715	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความประทับใจคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
3. ความสะดวก	0.387	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะดวกคือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
4. ความปลอดภัย	0.828	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะจุดสนิทก่อนเปิดประตูคือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
5. ความสะอาด	0.690	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความสะอาดคือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
6. ความรวดเร็ว	0.771	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะความเร็วคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
7. ประหยัดเงิน	0.263	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประหยัดเงินคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
8. มีรถให้เลือกหลายประเภท	0.086	> 0.05 แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีรถให้เลือกหลายประเภทคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
9. มีที่นั่งจำนวนมาก	0.145	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีที่นั่งจำนวนมากคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
10. รถใหม่	0.782	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะรถใหม่คือรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
11. มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน	0.056	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะมีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือนคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
12. ไม่จอดนอกป้าย	0.939	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะไม่จอดนอกป้ายคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
13. อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก	0.401	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะอากาศบนรถถ่ายเทสะดวกคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
14. แอร์บนรถเย็น	0.267	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะแอร์บนรถเย็น คือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน
15. ประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง	0.724	>0.05แสดงว่ารายได้ไม่ขึ้นอยู่กับการเลือกใช้บริการเพราะประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทางคือรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นไม่ต่างกัน

รายได้

Ho : รายได้ของผู้ใช้บริการมีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของขสมก.

H1 : รายได้ของผู้ใช้บริการไม่มีผลต่อทัศนคติในการเลือกใช้บริการของขสมก.

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เพื่อให้ทราบถึง ทัศนคติที่มีต่อการใช้บริการ ของรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพและรูปแบบการบริการ ที่ผู้โดยสารต้องการสำหรับ ผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ ของรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไปได้อีกในอนาคต ซึ่งจากผลการศึกษาสามารถสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพใน เขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ 2 คือ (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารของ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (2) ทราบถึงรูปแบบการบริการที่ผู้โดยสารต้องการให้ องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพปรับปรุง การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม โดยทำการศึกษา ตัวอย่างจำนวน 400 คน จำแนกเป็นเพศชาย 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.30 และเพศหญิง 259 คน คิดเป็นร้อยละ 64.80 อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.50 ส่วนใหญ่สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.80 เป็นพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 27.80 มี รายได้อยู่ระหว่าง 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.50 สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม สำเร็จรูป SPSS For Window version 11.0 เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างกับทัศนคติต่อการใช้บริการ รถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ โดยการทดสอบค่าสถิติด้วยวิธี Chi-Square Test และ ผลการศึกษาที่ได้มีดังนี้

ผู้ให้บริการเลือกโดยสารรถประจำทางขสมก.เพราะ ประหยัดเงิน สะดวก มีรถหลายสายให้ เลือกใช้บริการ ปลอดภัย สำหรับบางเส้นทางเดินรถมีรถโดยสารบริการตลอดคืน และรถโดยสาร ของขสมก.ที่นิยมใช้มากที่สุด คือ รถธรรมดา (ครีม-แดง) และรถปรับอากาศยูโร (เหลือง-ส้ม) ส่วน เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นบนรถโดยสารและเป็นอันตรายต่อตัวเองและทรัพย์สินของผู้ใช้บริการ พบว่า ร้อยละ 83.50 ที่ประสบเหตุการณ์ต่างๆ เช่น ถูกล้วงกระเป๋า ขโมยสร้อยคอ ถูกละเมิด

ทางเพศ โคนเหยียบเท้า เป็นต้น ส่วนกิริยาของพนักงานเก็บตั๋ว พบว่า พนักงานพูดจาไม่สุภาพเป็นอันดับหนึ่ง และพนักงานขับรถ ขับรถประมาทแข่งไปแข่งมา ขับรถเร็ว ไม่จอดรับผู้โดยสาร จอดรถไม่ตรงป้าย พูดจาไม่สุภาพ

ด้านบริการสอบถามข้อมูลผ่าน 184 และจุดบริการต่างๆที่มีไว้บริการ จากการสำรวจ พบว่า ส่วนใหญ่จะสอบถาม เกี่ยวกับเส้นทางเดินรถ เบอร์รถที่จะโดยสาร ลืมสัมภาระต่าง ๆ บนรถโดยสาร เป็นต้น สำหรับการโทรสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184 พบว่าโทรติดยาก

สิ่งจูงใจให้ใช้บริการของ ขสมก. จากผลการสำรวจ พบว่า เลือกใช้บริการเพราะความสะดวก มีให้เลือกหลายประเภท และประหยัดเงิน

จากการสำรวจพบว่า ขสมก. ควรปรับปรุงบริการเกี่ยวกับปัญหา ควันรถ ระบบการเปิด-ปิดประตู อากาศถ่ายเทภายในรถ ความปลอดภัย จอดรถให้สนิทก่อนเปิดประตู และปิดประตูก่อนออกรถ

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ของผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสิ่งที่มีใจด้าน ราคา ความประทับใจในบริการ ความสะดวก ความปลอดภัย ความสะอาด ความรวดเร็ว ประหยัดเงิน มีรถให้เลือกหลายประเภท มีที่นั่งจำนวนมาก รถใหม่ มีตู้วัน/ตู้สัปดาห์/ตู้เดือนไม่จอดรถนอกป้าย อากาศบนรถถ่ายเทสะดวก แอร์บนรถเย็น และประตูเปิด-ปิดตลอดการเดินทาง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 และสิ่งที่ควรปรับปรุงด้าน ราคา ความปลอดภัย ความสะอาด จอดรถสนิทก่อนเปิดประตู ปิดประตูรถก่อนออกจากป้าย อากาศถ่ายเทภายในรถ สภาพรถ ประตูเปิด-ปิดแบบอัตโนมัติ และควันรถ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้คือ 0.05

5.2 การอภิปรายผล

จากการสำรวจ พบว่า การบริการขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ มีสิ่งทีควรปรับปรุงในอีกหลาย ๆ ด้าน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งแยกการอภิปรายผลดังนี้

ลักษณะข้อมูลทั่วไป ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศหญิงใช้บริการรถโดยสารของ ขสมก. มากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.80 ผู้โดยสารส่วนใหญ่ส่วนใหญ่อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 52.80 ประกอบอาชีพบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.5

ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ใช้บริการเลือกใช้รถประจำทางของ ขสมก. เพราะประหยัดเงินมากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 34.00 และรถโดยสารของ ขสมก. ที่ผู้บริคนิยมใช้โดยสารมากที่สุดคือ รถธรรมดา (ครีม-แดง) คิดเป็นร้อยละ 45.00

ความปลอดภัยส่วนตัว

มีเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขณะที่กำลังโดยสารรถประจำทางของขสมก.อยู่เป็นประจำ จากการสำรวจ พบว่า เหตุการณ์ ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสบคือขณะกำลังก้าวขึ้นรถโดยสารรถที่เคลื่อนออกไป มีจำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 เหตุการณ์ที่ประสบอันดับสอง คือ รถโดยสารออกจากป้ายโดยที่ประตูยังไม่ปิด มีจำนวน 199 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.80 อันดับสามคือ โคนเหยียบเท้ามีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 นอกนั้นมีเหตุการณ์เด็กนักเรียนอาชีวะหรือเทคนิคทะเลาะกันบนรถโดยสาร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 ถูกล้วงกระเป๋าจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 6.10 และถูกลวนลามทางเพศ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

ความปลอดภัยในทรัพย์สิน

ผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประสบเหตุการณ์ที่ไม่มีที่วางสิ่งของเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 80.70 อันดับสองคือลืมโทรศัพท์บนรถโดยสาร จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 อันดับสามคือลืมกระเป๋าสตางค์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และโดนขโมยสร้อยคอ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.70

การให้บริการของพนักงานเก็บตัว

ผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประสบกับเหตุการณ์ไม่ประทับใจเกี่ยวกับพนักงานเก็บตัวมากเป็นอันดับหนึ่งคือ พุดจาไม่สุภาพมีจำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 อันดับสองแต่งกายไม่เรียบร้อย จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 อันดับสามคือเก็บค่าโดยสารไม่ถูกต้อง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 นอกนั้น มีนั่งหลับ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 10.40 ทะเลาะกับพนักงานขับรถ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และไม่ให้อำนาจผู้โดยสาร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 7.80

จำนวนครั้งที่กลุ่มตัวอย่างประสบกับเหตุการณ์พนักงานเก็บตัวพุดจาไม่สุภาพ มากเป็นอันดับหนึ่งคือ 1-2 ครั้งต่อปี จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 อันดับสอง 3-4 ครั้งต่อปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอันดับสามคือ 7-8 ครั้งต่อปี คิดเป็นร้อยละ 15.50

การให้บริการของพนักงานขับรถ

ผลการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประสบกับเหตุการณ์ไม่ประทับใจเกี่ยวกับพนักงานขับรถมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ ขับรถประมาทแซงไปแซงมามีจำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 41.70 อันดับสองจอดรถไม่ตรงป้าย จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 และอันดับสาม คือ พุดจาไม่สุภาพ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 นอกนั้นมีทะเลาะกับพนักงานเก็บตัว จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20

การให้บริการสอบถามข้อมูล

การให้บริการสอบถามข้อมูลผ่านหมายเลข 184 ของ ขสมก. ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการจะสอบถามเกี่ยวกับเส้นทางการเดินรถของขสมก.มากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 57.70 อันดับสองสอบถามเกี่ยวกับเบอร์รถที่จะใช้บริการ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 24.10 สำหรับการโทรสอบถามหมายเลข 184 จากการสำรวจ พบว่า โทรติดยาก มากเป็นอันดับหนึ่งมีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และจุดบริการที่ทาง ขสมก. จัดไว้บริการเพื่อให้ผู้โดยสารสอบถามข้อมูล จากการสำรวจ พบว่า สอบถาม ณ จุดตามป้ายรถเมล์มีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งคือ 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 นอกนั้นก็สอบถามจากพนักงานเก็บตัว ผู้ตรวจตัว และจุดบริการบริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ

การปรับปรุงบริการของขสมก.

จากการสำรวจ พบว่า ผู้ใช้บริการทุกคน ต้องการให้ทาง องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ปรับปรุงเป็นอันดับหนึ่ง คือ เรื่องควันรถ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 5.31 อันดับสอง คือ ปรับปรุงประตูปิด-เปิดอัตโนมัติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 ส่วนอันดับสาม คือ การปรับปรุงอากาศถ่ายเทภายในรถ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46

สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการของขสมก.

จากการสำรวจ พบว่า บริการที่เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้โดยสาร เลือกใช้บริการของ ขสมก. มากอันดับหนึ่ง คือ ความสะดวก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.35 อันดับสอง คือ มีรถให้เลือกหลายประเภท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ส่วนอันดับสาม คือ พอใจเรื่องราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

5.3 ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

ผู้วิจัย ขอเสนอแนะ แนวทางป้องกันและแก้ไขอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นกับผู้โดยสารรถประจำทางของขสมก. ตามเหตุการณ์โดยสรุปดังนี้

ตารางที่ 5.1
ข้อเสนอแนะของผู้วิจัย

ลำดับที่	เหตุการณ์	แนวทางป้องกันและแก้ไข
1	ขณะกำลังก้าวขึ้นรถโดยสารรถก็เคลื่อนออกไป/รถโดยสารออกจากป้ายโดยที่ประตูยังไม่ปิด	- ฝึกอบรมพนักงานขับรถให้เข้าใจ หลักการปฏิบัติในการขับรถ - มีผู้ตรวจสอบ(Audit)สุ่มตรวจเช็คโดยใช้เจ้าหน้าที่จากองค์กรภายนอก - มีบทลงโทษกรณีไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ
2	เด็กนักเรียนอาชีวะหรือเทคนิคทะเลาะกันบนรถโดยสาร	- สรุป จุดเกิดเหตุ ที่มีการทะเลาะเป็นประจำและเปลี่ยนให้จุดนั้นๆมีแอร์โดยสารปรับอากาศแทนรถธรรมดาเพราะจากสถิติ ส่วนมากทะเลาะกันบนรถโดยสารธรรมดา
3	ถูกละเมิดทางเพศ	- ไม่ควรรับผู้โดยสารจนแน่น(ไม่มีที่ที่จะยืนทำให้ต้องยืนชิดกัน ไม่ว่าจะหญิงหรือชาย)
4	อากาศถ่ายเทไม่สะดวก(รถธรรมดา)	- เปิดพัดลมระบายอากาศ(มิใช่เปิดเฉพาะคนขับ)
5	พนักงานพุดจาไม่สุภาพ	- ฝึกอบรมเรื่องการบริการลูกค้า - สร้างจิตสำนึกผู้โดยสารคือพระเจ้า(เจ้านาย)
6	โดนเหยียบเท้า	- ไม่ควรรับผู้โดยสาร จนแน่นรถ (ไม่มีแม่ที่ที่จะยืน ต้องห้อยโหน)

นอกจากเหตุการณ์ในตารางดังกล่าว ผลการสำรวจ พบว่า ยังมีพฤติกรรมของพนักงานขับรถและพนักงานเก็บตั๋วที่พุดจาไม่สุภาพ แต่งกายไม่เรียบร้อย ทะเลาะกันเองหรือบางครั้งด่าผู้โดยสาร ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าถึงเวลาแล้วที่ขสมก.ควรมีการพัฒนาด้านบุคลากร ให้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เอาใจใส่ในหน้าที่ให้มากขึ้นและใช้กิริยาจาให้สุภาพเรียบร้อย โดยเฉพาะพนักงานขับรถและพนักงานเก็บตั๋วของรถโดยสารธรรมดา (ครีม-แดง หรือ ขาว-น้ำเงิน)

สำหรับสภาพรถโดยสารของขสมก.โดยเฉพาะรถโดยสารธรรมดา ควรมีการตรวจสอบสภาพรถอย่างสม่ำเสมอเพราะจากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่า รถมีควันดำ ประตู-หน้าต่างชำรุด พื้นรถ(เป็นไม้) มีรอยแตก มีฝุ่นผงออกจากช่องแอร์ พัดลมเสีย ฯลฯ ทางขสมก.ควรปรับปรุง เพื่อเพิ่ม

บริการที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ และทางองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพควรเข้าควบคุมดูแลการบริการของรถโดยสารร่วมบริการให้เข้มงวดกว่านี้เพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร อันเนื่องมาจากปัจจุบันมีอุบัติเหตุที่เกิดจากรถร่วมบริการเกิดขึ้นบ่อยครั้ง

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยและศึกษาครั้งต่อไป

จากการสำรวจ ทศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ ในครั้งนี้ พบว่า บริการต่าง ๆ ที่ควรปรับปรุงส่วนหนึ่งเกิดจากการบริการของรถร่วมบริการ ดังนั้นเพื่อความชัดเจนในการสรุปบริการที่ควรปรับปรุงว่าเกิดจากการใช้บริการขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพในด้านใดบ้าง และจากการใช้บริการรถร่วมบริการในด้านใดบ้างนั้น ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับทศนคติของผู้ใช้บริการรถร่วมบริการในครั้งต่อไปด้วย



บรรณานุกรม

หนังสือ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. (2529). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์ จำกัด.

ภาคินพนธ์

ชนาธิป ใจสุข. (2543). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ KFC จัดส่งถึงบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. สมุทรปราการ : มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

สุรยุทธ์ วิศาลทรง. (2541). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการให้บริการเสียภาษีรถยนต์ประจำปี กรมการขนส่งทางบก: ศึกษาเฉพาะกรณีในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคินพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตพัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อินทิรา หิรัญเกื้อ. (2543). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของกลุ่มผู้หญิงทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคินพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย. สมุทรปราการ : มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

อรรถพล ครุเวชโช. (2540). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริการของสำนักงานทะเบียนอำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. ภาคินพนธ์ พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต. พัฒนาสังคม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

กรมควบคุมมลพิษ. มลพิษทางอากาศกับระบบทางเดินหายใจ. [Online]

www.nso.go.th

กรมควบคุมมลพิษ. ไร้มลพิษทางอากาศ. [Online].

www.info@praram9.com

ฝ่ายสถิติ. สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก. กรมการขนส่งทางบก.

<http://www.bma.go.th/info>

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. ข้อมูลอุบัติเหตุ. [Online]

www.police.co.th

บรรณานุกรม (ต่อ)

องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร.เขตการการเดินรถของขสมก.[Online].

www.bmta.com

Books

Hawkins, Best and Coney. (1998).

London and Della. (1993).

Shelly W. Maynard. (1975). Responding to social change. Pennsylvania : Dowden
Hutchison

Smith C. Hency. (1955). Psychology of Industrial Behavior. New York : McGraw-
Hill.

Vroom W.H. (1964). Work and Motivation. New York : John Weley and Sons.

William G.Zikmund.Business Research Methods. (1997). 5th ed. Orlando : Harcourt
Brace College Publishers.

Wolman B.Benjamin. (1973). Dictionary of Behavioral Science. London : Macmillan.



ภาคผนวก

ผนวก ก.

ปัจจุบันองค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานครมีเขตการเดินรถทั้งหมด ๘ เขตการเดินรถ ซึ่งแต่ละเขตมีสายเดินรถดังนี้ (ข้อมูล : www.bmta.com)

เขต	สาย	จำนวน(สาย)
1	3,29,34,39,59,95,107,126,129,185,503,510,513,520,522	15
2	11,26,27,60,71,93,96,168,206,501,502,512,514,517,518,519,525	17
3	2,23,25,45,102,142,145,508,511,513,536	11
4	1,4,12,13,47,62,72,74,77,136,137,162,179,180,205	15
5	15,20,21,37,42,68,75,76,82,105,111,138,140,141,510	15
6	7,7ก,79,80,80 ก,84,84ก,91,91ก,101,165,509,515	13
7	5,16,18,32,50,53,63,65,66,67,70,97,112,114,134,166,203,505,516,543	20
8	22,24,36,49,54,73,73ก,112,117,122,134,134ก,156,204	14

จำนวนรถที่ให้บริการประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีจำนวน 3,590 คันแบ่งเป็นรถธรรมดา 1,670 คันและรถปรับอากาศ 1,920 คัน (ข้อมูลจาก : www.bmta.com ซึ่ง สํารวจ ณ เดือนกรกฎาคม 2547)การสุ่มสํารวจผู้ที่ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ(ขสมก.) ใช้สูตร $n = N/1+N(E^2)$ ผลจากการคำนวณสามารถสุ่มเลือกจำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานครได้จำนวน 400 คน จากจำนวนประชากรในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 5,844,607 คน สำหรับประชากรในแต่ละเขตแสดงดังตาราง

เขตการปกครอง	จำนวนประชากร(คน)	เขตการปกครอง	จำนวนประชากร(คน)
บางบอน	89,140	คันนายาว	82,573
บางกะปิ	149,747	คลองสามวา	117,060
บางแค	183,809	คลองสาน	107,150
บางเขน	178,864	คลองเตย	133,131
บางคอแหลม	113,781	หลักสี่	121,815
บางขุนเทียน	123,525	ลาดกระบัง	132,027
บางนา	102,777	ลาดพร้าว	115,656
บางพลัด	116,271	มีนบุรี	112,734
บางรัก	60,300	หนองจอก	109,789
บางซื่อ	158,079	หนองแขม	123,045
บางกอกน้อย	152,867	ปทุมวัน	97,533
บางกอกใหญ่	85,075	ภาษีเจริญ	140,051
บึงกุ่ม	141,465	พญาไท	90,557

เขตการปกครอง	จำนวนประชากร(คน)	เขตการปกครอง	จำนวนประชากร(คน)
จตุจักร	176,501	พระโขนง	101,370
จอมทอง	173,133	พระนคร	76,230
ดินแดง	155,766	ป้อมปราบศัตรูพ่าย	72,040
ดอนเมือง	157,643	ประเวศ	135,549
ดุสิต	150,365	ราษฎร์บูรณะ	97,273
ห้วยขวาง	79,916	ราชวิถี	101,892
สายไหม	160,170	สัมพันธวงศ์	35,547
สะพานสูง	79,974	สาทร	106,333
สวนหลวง	116,961	ตลิ่งชัน	104,254
ทวีวัฒนา	61,177	ธนบุรี	175,768
ทุ่งครุ	101,254	วัฒนา	82,582
วังทองหลาง	111,978	ยานนาวา	92,110

ที่มา : ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร <http://www.bma.go.th/info/>

ตัวอย่าง การคำนวณหาขนาดตัวอย่าง

$$\text{จากสูตร } n = N/1+N(E^2)$$

$$\text{เมื่อ } N = 5,844,607 \text{ คน}$$

$$E = 0.05 , \text{ คำนวณจากค่าความเชื่อมั่น } 95 \%$$

$$\text{ดังนั้น } n = 5,844,607 / (1 + 5,844,607 * (0.05^2))$$

$$n = 390.405 \text{ คน}$$

ดังนั้นขนาดตัวอย่างที่จะสำรวจเท่ากับ 400 คน

ผนวก ข.

แบบสอบถาม...ทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ แบ่งเป็น 4 ตอนคือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติของผู้ใช้บริการรถโดยสารขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ

ตอนที่ 3 การปรับปรุงการบริการของ ขสมก.

ตอนที่ 4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ

แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองของนักศึกษามหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ข้อมูลในแบบสอบถามจะเป็นความลับและขอขอบพระคุณอย่างสูงที่กรุณาช่วยตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / ใน หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ
 - 1.1 ชาย
 - 1.2 หญิง
2. อายุ ปี
3. การศึกษา
 - 3.1 ประถมศึกษา
 - 3.2 มัธยมศึกษา
 - 3.3 ปวช. ปวส.
 - 3.4 ปริญญาตรี
 - 3.5 ปริญญาโท
 - 3.6 อื่นๆระบุ
4. อาชีพ
 - 4.1 ลูกจ้างรายวัน
 - 4.2 ลูกจ้างประจำ
 - 4.3 ข้าราชการ
 - 4.4 รัฐวิสาหกิจ
 - 4.5 บริษัทเอกชน
 - 4.6 อื่นๆ.....
5. รายได้
 - 5.1 น้อยกว่า 5,000 บาท
 - 5.2 5,000 – 10,000 บาท
 - 5.3 10,001 – 15,000 บาท
 - 5.4 15,001 – 20,000 บาท
 - 5.5 20,001 – 25,000 บาท
 - 5.6 25,001 – 30,000 บาท
 - 5.7 30,001 – 35,000 บาท
 - 5.8 35,001 – 40,000 บาท
 - 5.9 มากกว่า 40,000 บาท

ความปลอดภัยในทรัพย์สิน

10. ท่านเคยประสบเหตุการณ์ใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 10.1 ลืมโทรศัพท์บนรถโดยสาร 10.2 ลืมกระเป๋าเงิน
 10.3 ไม่มีที่วางสิ่งของ 10.4 โคนขโมยสร้อยคอ
 10.5 อื่นๆ ระบุ

การให้บริการของพนักงานเก็บตั๋วและพนักงานขับรถ

พนักงานเก็บตั๋ว

11. สำหรับพนักงานเก็บตั๋วบนรถโดยสารของ ขสมก.ที่ท่านเคยประสบ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 11.1 พูดยาไม่สุภาพ 11.2 เก็บค่าโดยสารไม่ถูกต้อง
 11.3 ไม่ให้ตั๋ว 11.4 ทะเลาะกับพนักงานขับรถ
 11.5 แต่งกายไม่เรียบร้อย 11.6 นั่งหลับ
 11.7 อื่นๆ ระบุ

12. ท่านเคยประสบเหตุการณ์ที่พนักงานเก็บตั๋วบนรถโดยสารของ ขสมก. พูดยาไม่สุภาพบ่อยแค่ไหน

- 12.1 1-2 ครั้ง/ปี 12.2 3-4 ครั้ง/ปี
 12.3 5-6 ครั้ง/ปี 12.4 7-8 ครั้ง/ปี
 12.5 อื่นๆ ระบุ.....

พนักงานขับรถ

13. พนักงานขับรถโดยสารบนรถประจำทางของ ขสมก.ที่ท่านเคยประสบ(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 13.1 พูดยาไม่สุภาพ 13.2 จอดรถไม่ตรงป้าย
 13.3 ขับรถแซงไปแซงมา 13.4 ทะเลาะกับพนักงานเก็บตั๋ว
 13.5 อื่นๆ ระบุ

การให้บริการสอบถามข้อมูล

14. ท่านใช้บริการโทรสอบถามบริการต่างๆของ ขสมก. ผ่านหมายเลข 184 ในเรื่องใดบ้าง

- 14.1 สอบถามเส้นทาง 14.2 อุ้งรถเมล์
 14.3 เวลาในการเดินทาง 14.4 ระยะทาง
 14.5 เบอร์รถที่จะใช้บริการ 14.6 ลิ้มสัมภาระต่างๆไว้บนรถเมล์
 14.7 อื่นๆ ระบุ

15. การให้บริการโทรสอบถามข้อมูล ผ่านหมายเลข 184 ท่านคิดว่า

- 15.1 โทรติดยาก 15.2 ข้อมูลถูกต้องแม่นยำ
 15.3 พนักงานพูดจาสุภาพ 15.4 อื่นๆระบุ.....

ตอนที่ 4 สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ (ทำเครื่องหมาย / ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน)

ลำดับที่	สิ่งจูงใจในการเลือกใช้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	สำหรับผู้วิจัย
1	ราคา						<input type="checkbox"/>
2	ความประทับใจในบริการ						<input type="checkbox"/>
3	ความสะดวก						<input type="checkbox"/>
4	ความปลอดภัย						<input type="checkbox"/>
5	ความสะอาด						<input type="checkbox"/>
6	ความรวดเร็ว						<input type="checkbox"/>
7	ประหยัดเงิน						<input type="checkbox"/>
8	มีรถให้เลือกหลายประเภท						<input type="checkbox"/>
9	มีที่นั่งจำนวนมาก						<input type="checkbox"/>
10	รถใหม่						<input type="checkbox"/>
11	มีตัววัน/ตัวสัปดาห์/ตัวเดือน ไว้บริการ						<input type="checkbox"/>
12	ไม่จอดรอนอกป้าย						<input type="checkbox"/>
13	อากาศบนรถโดยสารถ่ายเทสะดวก						<input type="checkbox"/>
14	แอร์บนรถเย็น						<input type="checkbox"/>
15	มีประตูปิด-เปิดตลอดการเดินทาง						<input type="checkbox"/>
16	อื่นๆ ระบุ						<input type="checkbox"/>

***** ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือ *****

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางศิริวรรณ สุวิชาชนันท์
วัน เดือน ปีเกิด	19 พฤษภาคม พ.ศ. 2510
ภูมิลำเนา	จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	99/156 หมู่ 11 หมู่บ้านขุมภรณ์ ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2535	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีคณะวิทยาศาสตร์ เอกการวิจัย ดำเนินงาน โทบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2535-2536	ทำงานที่บริษัทไทยเทพรสผลิตภัณฑ์อาหารจำกัด มหาชน (ซอสตราภูเขาทอง) ในตำแหน่งโปรแกรมเมอร์
พ.ศ. 2537-2538	ทำงานที่บริษัทไทยชนากรผลิตภัณฑ์น้ำมันพืชจำกัด (น้ำมันพืชก๊วก) ในตำแหน่งโปรแกรมเมอร์
พ.ศ. 2539-2547	ทำงานที่บริษัทโพร์โมสต์(ประเทศไทย)จำกัด มหาชน ในตำแหน่ง หัวหน้าแผนกวางแผนและควบคุมการผลิต
พ.ศ. 2547-ปัจจุบัน	ทำงานที่บริษัท Excellent Business Corporation International Ltd. ในตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายลอจิสติกส์