

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท จำกัด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 ความสำคัญส่วนประสมธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 4 ความพึงพอใจส่วนประสมธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะ

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ย (Mean)

S.D = ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

df = ลำดับขั้นแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)

Sig = ระดับนัยสำคัญทางสถิติตั้งไว้ที่ระดับ .05

SS = ค่าผลบวกของความเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง

MS = ค่าผลต่างของความเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง

- F = ค่าทดสอบความแปรปรวนตั้งแต่ 2 กลุ่มขึ้นไป
- T = ค่าการทดสอบข้อมูล 2 กลุ่ม
- P = ความน่าจะเป็น (Probability)
- .001 = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
- .01 = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
- .05 = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
- r = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวจากกลุ่มตัวอย่างเดียวกัน

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนแสดงดังตารางที่ 4.1 – 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	203	50.8
หญิง	197	49.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.8 ที่เหลือเป็นเพศหญิง ร้อยละ 49.2

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	54	13.5
20 - 30 ปี	166	41.5
31 - 40 ปี	66	16.4
41 - 50 ปี	57	14.3
มากกว่า 50 ปี	57	14.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 41.5 รองลงมาอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 16.4 และอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	29	7.3
มัธยมต้น	43	10.8
มัธยมปลาย/ปวช.	62	15.4
อนุปริญญา/ปวส.	92	23.0
ปริญญาตรี	141	35.3
สูงกว่าปริญญาตรี	33	8.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 35.3 รองลงมาเป็นระดับ อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 23.0 และระดับประถมศึกษา ร้อยละ 7.3

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	193	48.3
สมรส	190	47.4
หม้าย/หย่า	17	4.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 48.3 รองลงมาสถานภาพสมรส ร้อยละ 47.4 และสถานภาพหม้าย/หย่า ร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	90	22.5
พนักงานบริษัทเอกชน	123	30.8
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	96	24.0
กิจการส่วนตัว	91	22.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.8 รองลงมาเป็น ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.0 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 22.5

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	136	34.0
10,001 – 15,000 บาท	131	32.8
15,001 – 20,000 บาท	82	20.4
มากกว่า 20,000 บาท	51	12.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 34.0 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 32.8 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 12.8

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ดังตารางที่ 4.7 – 4.12

ตารางที่ 4.7 วัตถุประสงค์ที่ผู้ใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

วัตถุประสงค์ที่ทํานั้ใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
ไปศึกษา	34	8.5
ไปทำงาน	73	18.2
ไปติดต่อธุรกิจ/ค้าขาย	63	15.7
ไปท่องเที่ยว	91	22.8
เดินทางกลับบ้าน	139	34.8
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีจุดประสงค์เพื่อเดินทางกลับบ้านเป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 34.8 รองลงมาไปท่องเที่ยว ร้อยละ 22.8 และไปศึกษา ร้อยละ 8.5

ตารางที่ 4.8 ความถี่ในการใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

ความถี่ในการใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้งต่อสัปดาห์	20	5.0
1 ครั้งต่อเดือน	76	19.0
1 ครั้งต่อ 2 เดือน	65	16.3
1 ครั้งต่อ 3 เดือน	78	19.5
1 ครั้งต่อ 6 เดือน	106	26.5
1 ครั้งต่อ 1 ปี	55	13.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่ 1 ครั้งต่อ 6 เดือน ร้อยละ 26.5 รองลงมา 1 ครั้งต่อ 3 เดือน ร้อยละ 19.5 และ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.9 ผู้ร่วมเดินทางไปกับผู้บริการในการเดินทางกับบริษัทนครชัยแอร์จำกัด

ผู้ร่วมเดินทางไปกับผู้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
คนเดียว	94	23.4
ญาติ	56	14.0
ครอบครัว	97	24.3
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	153	38.3
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน/เพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 38.3 รองลงมาครอบครัว ร้อยละ 24.3 และญาติ ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 4.10 ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ในการเดินทางมากที่สุด

ช่วงเวลาที่ผู้ใช้บริการใช้บริการรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ในการเดินทางมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
7.00 – 10.30 น.	82	20.5
10.31 – 14.00 น.	99	24.7
14.01 – 17.30 น.	35	8.8
17.31 – 21.00 น.	68	17.0
21.01 – 24.00 น.	116	29.0
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เดินทางในช่วงเวลา 21.01 – 24.00 น. ร้อยละ 29.0 รองลงมาช่วงเวลา 10.31 – 14.00 น. ร้อยละ 24.7 และช่วงเวลา 14.01 – 17.30 น. ร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.11 วิธีการซื้อตั๋วและจองตั๋วโดยสารที่ผู้ใช้บริการใช้มากที่สุด

วิธีการซื้อตั๋วและจองตั๋วโดยสารที่ผู้ใช้บริการใช้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
สถานี นครชัยแอร์	269	67.3
สถานี หมอชิต	49	12.2
ทางโทรศัพท์	64	16.0
ทางอินเทอร์เน็ต	18	4.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ซื้อและจองตั๋วโดยสารโดยมาที่สถานี นครชัยแอร์ ร้อยละ 67.3 รองลงมาทางโทรศัพท์ ร้อยละ 16.0 และทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.12 การได้แหล่งข่าวสาร การประชาสัมพันธ์และโฆษณาของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการ

การได้แหล่งข่าวสาร การประชาสัมพันธ์และโฆษณาของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
สถานี นครชัยแอร์	241	60.3
อินเทอร์เน็ต	57	14.3
หนังสือพิมพ์	55	13.7
นิตยสาร	47	11.7
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสาร การประชาสัมพันธ์และโฆษณาจากทางสถานี นครชัยแอร์ ร้อยละ 60.3 รองลงมาทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 14.3 และทางนิตยสาร ร้อยละ 11.7

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของส่วนประสมทางธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม การบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ แสดงดังตารางที่ 4.13 – 4.20

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการบริการ

การบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
1. เวลาในการเดินทาง	3.98	.83	มาก
2. ความเพียงพอของจำนวนรถที่มีให้บริการ	4.00	.82	มาก
3. ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.98	.85	มาก
4. โทรศัพท์ วิทยุที่มีให้บริการ	3.85	.86	มาก
5. ที่นั่งแบบพิเศษที่มีให้บริการ	3.94	.87	มาก
6. อาหาร/เครื่องดื่มที่มีบริการบนรถ	3.76	.87	มาก
7. ความสะอาดบนรถโดยสาร			
7.1 ความสะอาดภายในตัวรถโดยสาร	3.97	.83	มาก
7.2 ความสะอาดภายในห้องน้ำของรถโดยสาร	3.97	.85	มาก
รวม	3.9312	.7250	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านการบริการอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.76 – 4.00)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. ราคาเมื่อเทียบกับระยะทาง	3.84	.86	มาก
2. ราคาเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ	3.83	.86	มาก
รวม	3.8338	.8395	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.83 – 3.84)

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การซื้อ/จองตั๋วที่ท่าเดินรถของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด	3.95	.84	มาก
2. การซื้อ/จองตั๋วที่สถานีหมอชิต/ศูนย์จำหน่ายตั๋วโดยสารอื่น	3.85	.86	มาก
3. การซื้อ/จองตั๋วทางโทรศัพท์	3.75	.89	มาก
4. การซื้อ/จองตั๋วทางอินเทอร์เน็ต	3.68	.95	มาก
รวม	3.8075	.8060	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.68 – 3.95)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ ของบริษัทฯ	3.72	.90	มาก
2. ของที่ระลึกบนรถ	3.74	.89	มาก
3. บัตรสมาชิก			
3.1 ส่วนลด 5 % ของบัตรสมาชิก	3.70	1.02	มาก
3.2 การสะสมระยะทางในการแลกสินค้าของบริษัทฯ	3.69	.98	มาก
3.3 สิทธิพิเศษในส่วนลดโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว	3.63	.99	มาก
รวม	3.6960	.8590	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านราคาอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.63 – 3.74)

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. พนักงานจำหน่ายตั๋ว			
1.1 มีความสุภาพและอัธยาศัยดี	4.06	.78	มาก
1.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อมีการสอบถาม	4.08	.76	มาก
2. พนักงานต้อนรับที่สถานีบริษัท นครชัยแอร์			
2.1 มีความสุภาพและอัธยาศัยดี	4.03	.78	มาก
2.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อมีการสอบถาม	4.02	.78	มาก
3. พนักงานต้อนรับบนรถ			
3.1 มีความสุภาพและอัธยาศัยดี	4.09	.81	มาก
3.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อมีการสอบถาม	4.03	.78	มาก
4. พนักงานขับรถ			
4.1 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความไม่ประมาท	4.10	.84	มาก
รวม	4.0607	.7036	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 4.02 – 4.10)

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.ความเป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาดของสถานบริการ	4.01	.84	มาก
2.ที่พักรอสำหรับผู้มาใช้บริการ เพียงพอ ไม่แออัด	3.99	.85	มาก
3.ความสะอาดของห้องสุขาที่สถานีของบริษัท	3.96	.89	มาก
รวม	3.9867	.8266	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$) เมื่อ
พิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.96 – 4.01)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์
จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1.ขั้นตอนการซื้อตั๋วโดยสารไม่ซับซ้อน	3.94	.85	มาก
2.ตารางเวลาเดินรถแน่นอนไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย	3.95	.86	มาก
3.การรับฝากสัมภาระก่อนขึ้นรถโดยสาร	3.86	.92	มาก
4.การดูแลรักษาสัมภาระของผู้โดยสาร	3.92	.86	มาก
รวม	3.9156	.8187	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านการกระบวนการบริการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.86 – 3.95)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความสำคัญของส่วนประสม
ธุรกิจบริการโดยรวมที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท
นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การบริการ	3.9312	.7250	มาก
2. ราคา	3.8338	.8395	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.8075	.8060	มาก
4. การส่งเสริมการตลาด	3.6960	.8590	มาก
5. บุคลากร	4.0607	.7036	มาก
6. ลักษณะทางกายภาพ	3.9867	.8266	มาก
7. กระบวนการให้บริการ	3.9156	.8187	มาก
โดยรวมทุกด้าน	3.9053	.6849	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า โดยภาพรวมของส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านที่
ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ =
3.90) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านที่ผู้ใช้บริการของให้
ความสำคัญในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีความสำคัญอยู่
ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X}$ = ระหว่าง 3.69 – 4.06)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของส่วนประสมทางธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตามการบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการให้บริการ แสดงดังตารางที่ 4.21 – 4.28

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสมธุรกิจบริการที่ผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการบริการ

ด้านการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. เวลาในการเดินทางที่ถึงตามกำหนด	3.36	.79	ปานกลาง
2. จำนวนรถที่มีให้บริการเพียงพอ	3.54	.65	มาก
3. ความปลอดภัยในการเดินทางที่มีในบริการ	3.50	.74	มาก
4. ความเหมาะสมในวิทยุ โทรทัศน์ ที่ให้บริการ	3.49	.76	ปานกลาง
5. ความสะอาดสบายในที่นั่งแบบพิเศษที่ให้บริการ	3.62	.84	มาก
6. คุณภาพของอาหาร/เครื่องดื่มที่ให้บริการบนรถ	3.41	.68	ปานกลาง
7. ความสะอาดบนรถโดยสาร			
7.1 ความสะอาดเรียบร้อยภายในตัวรถโดยสารที่มีให้บริการ	3.61	.81	มาก
7.2 ความสะอาดเรียบร้อยห้องน้ำภายในรถโดยสารที่มีให้บริการ	3.47	.76	ปานกลาง
รวม	3.4994	.5103	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.21 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจในด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจด้านการบริการอยู่ในระดับมากอยู่ 4 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ มีความพึงพอใจความสะอาดสบายในที่นั่งแบบพิเศษที่ให้บริการ ($\bar{X} = 3.62$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลางคือ เวลาในการเดินทางที่ถึงตามกำหนด ($\bar{X} = 3.36$)

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัย
แอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1.ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับระยะทาง	3.55	.82	มาก
2.ความเหมาะสมของราคาเมื่อเทียบกับการบริการที่ได้รับ	3.52	.84	มาก
รวม	3.5350	.7836	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจในราคาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจราคาอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.52 – 3.55)

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสมธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การซื้อ/จองตั๋วที่ทำเคาน์เตอร์ของบริษัท นครชัยแอร์	3.55	.86	มาก
2. การซื้อ/จองตั๋วที่สถานีหมอชิต/ศูนย์จำหน่ายตั๋วโดยสารอื่น	3.48	.88	ปานกลาง
3. การซื้อ/จองตั๋วทางโทรศัพท์	3.43	.87	ปานกลาง
4. การซื้อ/จองตั๋วทางอินเทอร์เน็ต	3.36	.93	ปานกลาง
รวม	3.4544	.7751	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.23 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจในการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากอยู่ 1 ข้อ และระดับปานกลาง 3 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ การซื้อ/จองตั๋วที่ทำเคาน์เตอร์ของบริษัท นครชัยแอร์ ($\bar{X} = 3.55$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลางคือ การซื้อ/จองตั๋วทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 3.36$)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัย
แอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ความเหมาะสมในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ ของบริษัท ฯ	3.41	.86	ปานกลาง
2. การแจกของแถมและของที่ระลึกบนรถ	3.45	.87	ปานกลาง
3. สิทธิพิเศษของบัตรสมาชิก			
3.1 ส่วนลด 5 % ของบัตรสมาชิก	3.52	1.00	มาก
3.2 การสะสมระยะทางในการแลกสินค้าของบริษัท ฯ	3.44	.96	ปานกลาง
3.3 สิทธิพิเศษในส่วนลดโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว	3.39	.93	ปานกลาง
รวม	3.4405	.8098	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.24 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจในการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมากอยู่ 1 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ส่วนลด 5 % ของบัตรสมาชิก ($\bar{X} = 3.52$) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลางคือ สิทธิพิเศษในส่วนลดโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.39$)

ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ใช้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัย
แอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. พนักงานจำหน่ายตั๋ว			
1.1 มีความสุภาพและอภัยยาศัยดี	3.57	.79	มาก
1.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อผู้ใช้บริการต้องการ	3.54	.80	มาก
2. พนักงานต้อนรับที่สถานีบริษัท นครชัยแอร์			
2.1 มีความสุภาพและอภัยยาศัยดี	3.53	.80	มาก
2.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อผู้ใช้บริการต้องการ	3.53	.79	มาก
3. พนักงานต้อนรับบนรถ			
3.1 มีความสุภาพและอภัยยาศัยดี	3.53	.88	มาก
3.2 การให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการเมื่อผู้ใช้บริการต้องการ	3.50	.78	มาก
4. พนักงานขับรถ			
4.1 ปฏิบัติหน้าที่ด้วยความไม่ประมาท	3.59	.81	มาก
รวม	3.5411	.6744	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า โดยภาพรวมผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจในด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ($\bar{X} =$ ระหว่าง 3.50 – 3.59)

ตารางที่ 4.26 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัย
แอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านลักษณะทางกายภาพ

ด้านลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ความเป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาดของสถานบริการ	3.43	.79	ปานกลาง
2. ที่พักสำหรับผู้มาใช้บริการ เพียงพอ ไม่แออัด	3.36	.80	ปานกลาง
3. ความสะอาดของห้องสุขาที่สถานีของบริษัท	3.33	.82	ปานกลาง
รวม	3.3725	.7035	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.26 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น ($\bar{X}$ = ระหว่าง 3.33 – 3.43)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.27 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการที่ผู้ให้บริการให้ความความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท
นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ในด้านกระบวนการบริการ

ด้านกระบวนการบริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. ขั้นตอนการซื้อตั๋วโดยสาร ไม่ซับซ้อน	3.37	.74	ปานกลาง
2. ตารางเวลาเดินรถแน่นอน ไม่เปลี่ยนแปลง	3.31	.76	ปานกลาง
3. การรับฝากสัมภาระก่อนขึ้นรถโดยสาร	3.33	.78	ปานกลาง
4. การดูแลรักษาสัมภาระของผู้โดยสารอย่างดี	3.45	.73	ปานกลาง
รวม	3.3644	.6317	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.27 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่า ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญด้านกระบวนการบริการอยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น ($\bar{X}$ = ระหว่าง 3.31 – 3.45)

ตารางที่ 4.28 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) และระดับความพึงพอใจของส่วนประสม
ธุรกิจบริการโดยรวมที่ผู้ให้บริการให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท
นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. การบริการ	3.4994	.5103.	ปานกลาง
2. ราคา	3.5350	.7836.	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.4544	.7751	ปานกลาง
4. การส่งเสริมการตลาด	3.4405	.8098	ปานกลาง
5. บุคลากร	3.5411	.6744	มาก
6. ลักษณะทางกายภาพ	3.3725	.7035	ปานกลาง
7. กระบวนการให้บริการ	3.3644	.6317	ปานกลาง
โดยรวมทุกด้าน	3.4681	.4264	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.28 พบว่า โดยภาพรวมของส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านที่
ผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ให้ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
($\bar{X} = 3.46$) และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านที่ผู้ให้บริการ
ของให้ความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีความ
พึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก คือ ราคา ($\bar{X} = 3.53$) กับ
บุคลากร ($\bar{X} = 3.54$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ในระดับปานกลาง คือ กระบวนการให้บริการ
($\bar{X} = 3.36$)

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ แสดงดังตารางที่ 4.29 – 4.39

ตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม เพศ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ	ชาย		หญิง		ค่า t	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t -value	p.
การบริการ	3.5277	.5226	3.4702	.4969	1.128	.260
ราคา	3.5813	.8203	3.4873	.7431	1.200	.231
การจัดจำหน่าย	3.5296	.8294	3.3769	.7087	1.976	.049
การส่งเสริมการตลาด	3.5222	.8138	3.3563	.7989	2.056	.040
บุคลากร	3.5419	.7474	3.5402	.5918	.024	.981
ลักษณะกายภาพ	3.3957	.7420	3.3486	.6627	.670	.503
กระบวนการบริการ	3.3510	.6465	3.3782	.6174	-.430	.667
รวม	3.4999	.4360	3.4353	.4148	1.518	.130

จากตารางที่ 4.29 พบว่า โดยภาพรวมของผู้ใช้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่า ในภาพรวมผู้ให้บริการที่เป็นเพศชายความพึงพอใจสูงกว่าผู้ให้บริการที่เป็นเพศหญิง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ให้บริการที่เป็นชายมีความพึงพอใจต่อการบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากรและลักษณะกายภาพ สูงกว่าผู้ให้บริการที่เป็นหญิง ยกเว้น ในด้านกระบวนการบริการ ที่ผู้หญิงมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ

ความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการ	ต่ำกว่า 20 ปี		20 - 30 ปี		31 – 40 ปี		41 – 50 ปี		มากกว่า 50 ปี	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
การบริการ	3.5833	.5858	3.5437	.5039	3.4527	.5122	3.4101	.4646	3.4342	.4842
ราคา	3.6111	.8393	3.5873	.7804	3.5227	.7308	3.5001	.8292	3.3596	.7485
การจัดจำหน่าย	3.6528	.8361	3.4985	.7259	3.2689	.8439	3.4342	.8285	3.3728	.6799
การส่งเสริม	3.5333	.8591	3.4614	.8244	3.4545	.7471	3.3754	.8735	3.3404	.7319
การตลาด										
บุคลากร	3.6032	.7122	3.5998	.6307	3.4913	.7336	3.4987	.7389	3.4110	.6180
ลักษณะกายภาพ	3.4012	.7279	3.3594	.6924	3.3434	.7255	3.3626	.7051	3.4269	.7064
กระบวนการ	3.4028	.6806	3.3524	.6155	3.4697	.5642	3.2807	.6033	3.3246	.7288
บริการ										
รวม	3.5516	.4445	3.5004	.3989	3.4353	.4545	3.4120	.4193	3.3892	.4509

จากตารางที่ 4.30 พบว่า โดยภาพรวมผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันคือ 31 – 40 ปี, 41 – 50 ปีและ มากกว่า 50 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปี, 20 – 30 ปี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าผู้ให้บริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ ต่ำกว่า 20 ปีและอายุ 20 – 30 ปีมีความพึงพอใจด้านการบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และบุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยที่มีอายุ 31-40 ปีและ 41-50 ปี มีความพึงพอใจด้านราคาอยู่ในระดับมากและด้านอื่นมีความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ให้บริการที่มีอายุมากกว่า 50 ปีอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตาม อายุ

ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ทำให้ ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p.
การบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.547 102.359 103.906	4 395 399	.387 .259	1.492	.204
ราคา	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2.600 242.410 245.010	4 395 399	.650 .614	1.059	.376
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	5.121 234.609 239.730	4 395 399	1.280 .594	2.155	.073
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.364 260.260 261.624	4 395 399	.341 .659	.518	.723
บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	2.011 179.478 181.489	4 395 399	.503 .454	1.106	.353
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	.303 197.195 197.497	4 395 399	7.574E- 02 .499	.152	.962
กระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.325 157.880 159.205	4 395 399	.331 .400	.829	.507
รวม	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม รวม	1.155 71.382 72.537	4 395 399	.289 .181	1.598	.174

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจ โดยรวม	ประถมศึกษา และมัธยมต้น		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญา ตรี	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
การบริการ	3.5122	.4616	3.4153	.5879	3.5448	.5204	3.4973	.4958	3.5114	.4994
ราคา	3.4861	.7598	3.4032	.8629	3.6250	.7472	3.5142	.7605	3.7273	.8578
การจัดจำหน่าย	3.4479	.7375	3.4113	.7508	3.5924	.8368	3.3901	.7297	3.4394	.9015
การส่งเสริม	3.4250	.7498	3.2484	.9469	3.5413	.8182	3.4525	.7558	3.5030	.8428
การตลาด										
บุคลากร	3.6508	.5749	3.3963	.7067	3.5109	.7811	3.5805	.6049	3.4892	.7551
ลักษณะกายภาพ	3.3056	.7563	3.3763	.7526	3.3659	.6937	3.4161	.6500	3.3434	.7660
กระบวนการ บริการ	3.2326	.6796	3.4597	.5321	3.3750	.6583	3.3528	.6211	3.4924	.6449
รวม	3.4663	.3745	3.3866	.4813	3.5109	.4141	3.4713	.4290	3.4922	.4500

จากตารางที่ 4.32 พบว่า โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ได้แก่ ประถมศึกษาและมัธยมต้น, มัธยมปลาย/ปวช.,ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นระดับอนุปริญญา/ปวส. มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ผู้ใช้บริการระดับประถมศึกษาและมัธยมต้น มีความพึงพอใจด้านการบริการและราคา อยู่ในระดับมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง ระดับมัธยมปลายอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด ระดับอนุปริญญา/ปวส.มีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นด้านลักษณะกายภาพกับกระบวนการบริการ ระดับปริญญาตรีมีความพึงพอใจส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านด้านราคาและบุคลากร และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจมากในด้านการบริการ ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจปานกลางในด้านราคา การจัดจำหน่าย บุคลากร ลักษณะกายภาพและกระบวนการบริการ

ตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ทำให้ ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p.
การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.645	4	.161	.617	.651
	ภายในกลุ่ม	103.261	395	.261		
	รวม	103.906	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.275	4	.819	1.338	.255
	ภายในกลุ่ม	241.735	395	.612		
	รวม	245.010	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.461	4	.615	1.024	.394
	ภายในกลุ่ม	237.269	395	.601		
	รวม	239.730	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3.390	4	.847	1.296	.271
	ภายในกลุ่ม	258.234	395	.654		
	รวม	261.624	399			
บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	2.559	4	.640	1.412	.229
	ภายในกลุ่ม	178.930	395	.453		
	รวม	181.489	399			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.623	4	.156	.313	.870
	ภายในกลุ่ม	196.874	395	.498		
	รวม	197.497	399			
กระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.383	4	.596	1.500	.201
	ภายในกลุ่ม	156.822	395	.397		
	รวม	159.205	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.601	4	.150	.825	.510
	ภายในกลุ่ม	71.936	395	.182		
	รวม	72.537	399			

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามสถานภาพสมรส

ความพึงพอใจโดยรวม	โสด		สมรสและหม้าย		ค่า t	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	t-value	p.
การบริการ	3.4670	.5403	3.5296	.4800	-1.227	.220
ราคา	3.4870	.7730	3.5797	.7927	-1.182	.238
การจัดจำหน่าย	3.4598	.7947	3.4493	.7583	.136	.892
การส่งเสริมการตลาด	3.3813	.8639	3.4957	.7537	-1.412	.159
บุคลากร	3.5781	.6930	3.5066	.6564	1.060	.290
ลักษณะกายภาพ	3.3592	.6913	3.3849	.7162	-.364	.716
กระบวนการบริการ	3.3627	.6540	3.3659	.6117	-.051	.959
รวม	3.4555	.4412	3.4799	.4128	-.571	.568

จากตารางที่ 4.34 พบว่า โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกัน ได้แก่ โสดกับสมรสและหม้าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร สถานะภาพโสดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด สถานภาพสมรสและหม้าย มีความพึงพอใจด้านการบริการ ราคาและบุคลากร อยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะกายภาพและกระบวนการการบริการ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ โดยรวม	นักเรียน/นักศึกษา		พนักงาน บริษัทเอกชน		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		กิจการส่วนตัว	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
การบริการ	3.4792	.5091	3.5173	.5307	3.4857	.5042	3.5096	.4969
ราคา	3.5167	.7512	3.5569	.8153	3.5677	.7767	3.4890	.7887
การจัดจำหน่าย	3.5001	.7726	3.3760	.8288	3.4479	.7591	3.5220	.7204
การส่งเสริม	3.4400	.8124	3.4016	.8100	3.5396	.7534	3.3890	.8663
การตลาด								
บุคลากร	3.5667	.6168	3.5319	.7144	3.5625	.6684	3.5055	.6889
ลักษณะกายภาพ	3.3963	.6570	3.2873	.7396	3.5313	.6833	3.2967	.7000
กระบวนการบริการ	3.3778	.6352	3.3089	.5709	3.4948	.6599	3.2885	.6635
รวม	3.4768	.4178	3.4420	.4391	3.5158	.3871	3.4446	.4581

จากตาราง 4.35 พบว่า โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษ
บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกัน ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา พนักงาน
บริษัทเอกชนและกิจการส่วนตัว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก นักเรียน/นักศึกษามีความพึงพอใจมากในด้าน ราคา การจัด
จำหน่ายและบุคลากร ด้านที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานบริษัทเอกชนมี
ความพึงพอใจมากในด้านการบริการ ราคาและบุคลากร ด้านที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ
ปานกลาง ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจมากในด้าน ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคลากร
และลักษณะทางกายภาพ ด้านที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง และกิจการส่วนตัวมี
ความพึงพอใจมากในด้านการบริการ การจัดจำหน่ายและบุคลากร ด้านที่เหลือมีความพึงพอใจอยู่
ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ทำให้ ผู้ให้บริการมีความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p.
การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.104	3	3.458E-	.132	.941
	ภายในกลุ่ม	103.802	396	02		
	รวม	103.906	399	.262		
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	.384	3	.128	.207	.891
	ภายในกลุ่ม	244.626	396	.618		
	รวม	245.010	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.362	3	.454	.754	.520
	ภายในกลุ่ม	238.367	396	.602		
	รวม	239.730	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.370	3	.457	.695	.556
	ภายในกลุ่ม	260.254	396	.657		
	รวม	261.624	399			
บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.228	3	7.616E-	.166	.919
	ภายในกลุ่ม	181.260	396	02		
	รวม	181.489	399	.458		
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.887	3	1.296	2.650	.049*
	ภายในกลุ่ม	193.611	396	.489		
	รวม	197.497	399			
กระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.551	3	.850	2.150	.093
	ภายในกลุ่ม	156.653	396	.396		
	รวม	159.205	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.359	3	.120	.657	.579
	ภายในกลุ่ม	72.178	396	.182		
	รวม	72.537	399			

จากตารางที่ 4.36 พบว่า โดยภาพผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกันและเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้ให้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05 มีเพียงด้านเดียวคือ ด้านลักษณะกายภาพ ส่วนในด้านอื่นไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 เปรียบเทียบรายคู่ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้าน
ลักษณะกายภาพ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	กิจการส่วนตัว
นักเรียน/นักศึกษา				
พนักงานบริษัทเอกชน				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		.2440		.2345
กิจการส่วนตัว				

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในด้าน
ลักษณะกายภาพ เมื่อได้เข้ามาใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์
จำกัดกรุงเทพมหานคร มากกว่า ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชนและกิจการส่วนตัว
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานครจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ความพึงพอใจ โดยรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001–15,000 บาท		15,001–20,000 บาท		มากกว่า 20,000 บาท	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
การบริการ	3.4816	.5045	3.5010	.5535	3.5595	.4816	3.4461	.4571
ราคา	3.5184	.7660	3.4389	.8015	3.5976	.7635	3.7255	.7957
การจัดจำหน่าย	3.4706	.7674	3.4046	.7674	3.4695	.7311	3.5147	.8922
การส่งเสริม	3.3559	.8681	3.4931	.7200	3.4854	.8584	3.4588	.7912
การตลาด								
บุคลากร	3.5011	.6716	3.5703	.6444	3.5784	.6586	3.5126	.7872
ลักษณะกายภาพ	3.3897	.7080	3.3079	.6951	3.4431	.7183	3.3791	.6961
กระบวนการ บริการ	3.4063	.6694	3.3321	.6174	3.4146	.5776	3.2549	.6471
รวม	3.4501	.4159	3.4610	.4495	3.5155	.4252	3.4581	.4009

จากตาราง 4.38 พบว่า โดยภาพรวม ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษ
บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน ได้แก่ รายได้
ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,001 – 15,000 บาท และ มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับ
ปานกลาง และ 15,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน
พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจมากในด้าน ราคา กับบุคลากร ด้าน
อื่นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีความพึงพอใจมากในการ
บริการ กับบุคลากร ด้านอื่นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง รายได้ 15,001 – 20,000 มีความพึง
พอใจมากในการบริการ ราคา และบุคลากร ด้านอื่นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง และ
รายได้มากกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจมากในด้านราคา การจัดจำหน่าย และบุคลากร ด้านอื่น
มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ
พิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานครจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการตลาดบริการที่ทำให้ ผู้บริการมีความพึงพอใจ	แหล่งความ แปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p.
การบริการ	ระหว่างกลุ่ม	.484	3	.161	.618	.604
	ภายในกลุ่ม	103.422	396	.261		
	รวม	103.906	399			
ราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.418	3	1.139	1.868	.134
	ภายในกลุ่ม	241.592	396	.610		
	รวม	245.010	399			
การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	.565	3	.188	.312	.817
	ภายในกลุ่ม	239.165	396	.604		
	รวม	239.730	399			
การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.519	3	.506	.771	.511
	ภายในกลุ่ม	260.105	396	.657		
	รวม	261.624	399			
บุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	.486	3	.162	.354	.786
	ภายในกลุ่ม	181.003	396	.457		
	รวม	181.489	399			
ลักษณะกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	.998	3	.333	.670	.571
	ภายในกลุ่ม	196.500	396	.496		
	รวม	197.497	399			
กระบวนการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.194	3	.398	.997	.394
	ภายในกลุ่ม	158.011	396	.399		
	รวม	159.205	399			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	.240	3	8.006E-	.438	.726
	ภายในกลุ่ม	72.297	396	02		
	รวม	72.537	399	.183		

จากตารางที่ 4.39 พบว่า โดยภาพผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจที่ไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ผู้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร โดยจำแนกตาม ส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ การบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการบริการ แสดงดังตารางที่ 4.40

ตารางที่ 4.40 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ								
ความพึงพอใจ	การบริการ	ราคา	การจัดจำหน่าย	การส่งเสริมการตลาด	บุคลากร	ลักษณะกายภาพ	กระบวนการบริการ	รวม
ความสำคัญ								
การบริการ	.468***							.580***
ราคา		.500***						.476***
การจัดจำหน่าย			.481***					.555***
การส่งเสริมการตลาด				.537***				.588***
บุคลากร					.247**			.493***
ลักษณะกายภาพ						.218**		.589***
กระบวนการบริการ							.270**	.587***
รวม	.484***	.586***	.525***	.509***	.236**	.253**	.266**	.632***

$P \geq .05 \quad r = .194$

$P \geq .01 \quad r = .254$

$P \geq .001 \quad r = .321$

จากตารางที่ 4.40 พบว่า โดยรวมความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าความสัมพันธ์ ($r = .632$) เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการแต่ละด้านกับความพึงพอใจในภาพรวม พบว่า ทั้ง 7 ด้านมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ได้แก่ ส่วนประสมธุรกิจบริการในด้านการบริการ ($r = .580$) ด้านราคา ($r = .476$)

ด้านการจัดจำหน่าย ($r = .555$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($r = .588$) ด้านบุคลากร ($r = .493$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($r = .589$) และด้านกระบวนการบริการ ($r = .587$)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการในภาพรวมกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 4 ด้าน ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการบริการ ($r = .484$) ด้านราคา ($r = .586$) ด้านการจัดจำหน่าย ($r = .525$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($r = .509$) โดยด้านที่เหลืออีก 3 ด้านมีนัยสำคัญทางสถิติทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านบุคลากร ($r = .564$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($r = .573$) และด้านกระบวนการบริการ ($r = .266$)

เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการบริการ ($r = .468$) ด้านราคา ($r = .500$) ด้านการจัดจำหน่าย ($r = .481$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($r = .537$) โดยด้านที่เหลืออีก 3 ด้านมีนัยสำคัญทางสถิติทางบวกมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านบุคลากร ($r = .247$) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($r = .218$) และด้านกระบวนการบริการ ($r = .270$)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม

ตอนที่ 7 ข้อเสนอแนะในการบริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัดแสดงดังตารางที่ 4.41

ตารางที่ 4.41 ข้อเสนอแนะในการบริการของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. บางครั้งพนักงานบริการบนรถพุดจาไม่สุภาพ ไม่เอาใจใส่ลูกค้า	22	16.79
2. ความสะอาดในห้องสุขาที่สถานีบริการให้มากขึ้น	21	16.03
3. มีที่พัสดุโดยสารน้อย	16	12.21
4. เพิ่มความสะอาดในห้องสุขาบนรถโดยสารให้มากขึ้น	14	10.69
5. พนักงานขับรถควรที่จะขับให้ช้าลงกว่านี้และด้วยความสุภาพ	12	9.16
6. ราคาควรที่จะถูกลงกว่านี้	8	6.11
7. อาหารไม่ค่อยอร่อย	6	4.58
8. พนักงานที่สถานีดูแลเอาใจใส่การบริการ ให้คำแนะนำพุดจาไม่เรียบร้อย	6	4.58
9. น่าจะมีส่วนลดพิเศษให้กับ นักเรียน นักศึกษาและข้าราชการ	6	4.58
10. ร้านค้าร้านอาหารมีน้อยเกินไป.	5	3.82
11. ห้องน้ำในสถานีของบริษัท นครชัยแอร์มีน้อยเกินไป	4	3.05
12. รถออกช้า	3	2.29
13. ที่พัสดุที่จะติดแอร์ทั้งหมด	3	2.29
14. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ควรที่จะทำอย่างต่อเนื่อง	2	1.53
15. ราคากระวางสินค้าแพงไป	2	1.53
16. การบริการควรจัดให้มีมาตรฐานเดียวกันเพื่อความมั่นใจในการใช้บริการ	1	0.76
รวม	131	100

จากตารางที่ 4.41 พบว่า ผู้ใช้บริการกับบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ได้ให้ข้อเสนอแนะในภาพรวมกับทางบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด คือ บางครั้งพนักงานบริการบนรถพุดจาไม่สุภาพ ไม่เอาใจใส่ลูกค้ามากที่สุด 22 คน ร้อยละ 16.79 รองลงมา เพิ่มความสะอาดในห้องสุขาที่สถานีบริการให้มากขึ้นจำนวน 21 คน ร้อยละ 16.03 และมีที่พัสดุโดยสารน้อยจำนวน 16 คน ร้อยละ 12.21