

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ท เรียวลิงค์ (ARL) การรถไฟแห่งประเทศไทย เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนด รายละเอียดต่างๆ ดังนี้

4.1 การนำเสนอข้อมูล

4.1.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	สถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	สถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	แทน	ระดับชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degrees of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean Squares)
P-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่และหา ค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมในการใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL)

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานพฤติกรรม(เหตุผลในการใช้บริการ)ของบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยการทดสอบที (t-test) ส่วนความถี่ในการใช้บริการ ใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้ วิธี Least-Significant Different (LSD)

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) จำแนกตามสถานภาพ คือ ตัวแปรเพศ โดยการทดสอบ ที (t-test) ส่วนตัวแปรอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้ วิธี Least-Significant Different (LSD)

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ และ หาค่าร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา

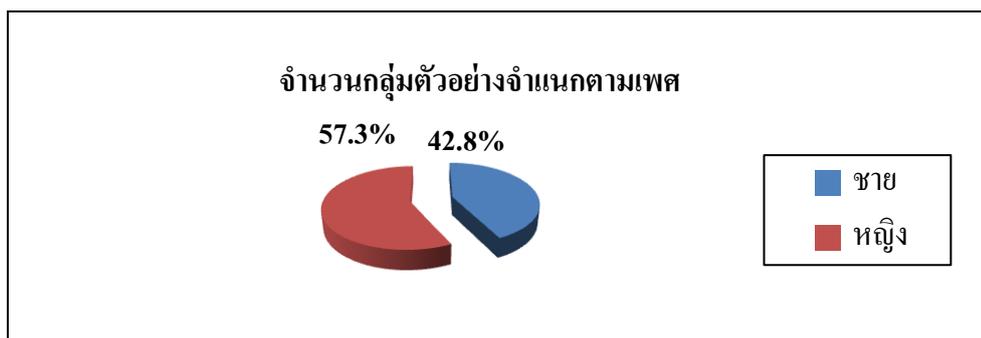
ตัวแปรอิสระ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	171	42.8
หญิง	229	57.3
รวม	400	100.0
2. อายุ		
น้อยกว่า 20 ปี	68	17.0
20 – 29 ปี	170	42.5
30 - 39 ปี	81	20.3
40 – 49 ปี	54	13.5

ตาราง 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษา (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
50 ปีขึ้นไป	27	6.8
รวม	400	100.0
3. การศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยม	4	1.0
มัธยมศึกษา	42	10.5
ปวช. ปวส.	42	10.5
ปริญญาตรี	252	63
สูงกว่าปริญญาตรี	60	15.0
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
ข้าราชการ	33	8.3
รัฐวิสาหกิจ	25	6.3
เอกชน	159	39.8
นักเรียน/นักศึกษา	132	33.0
อื่นๆ/ ระบุ.....	51	12.8
รวม	400	100.0
6. รายได้		
น้อยกว่า 5,000 บาท	63	15.8
5,001 - 10,000 บาท	71	17.8
10,001 – 20,000 บาท	118	29.5
20,001 – 30,000 บาท	69	17.3
30,001 - 50,000 บาท	42	10.5
50,000 บาทขึ้นไป	37	9.3
รวม	400	100.0

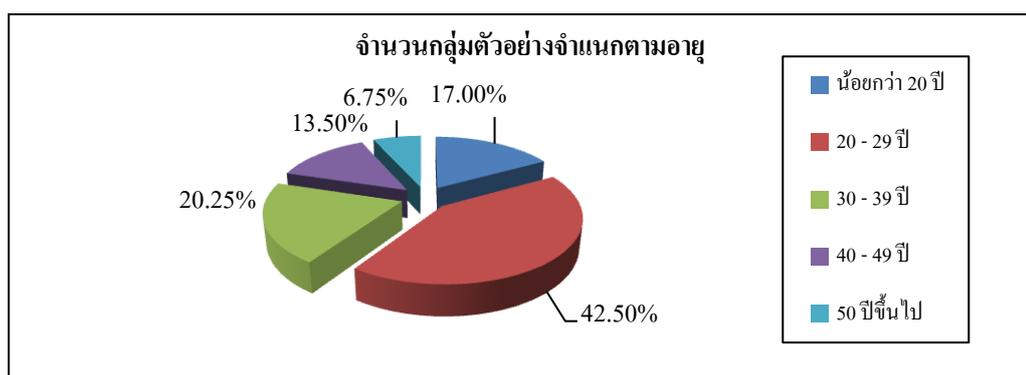
จากตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ที่ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

เพศ มีผู้ใช้บริการเพศชาย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 มีผู้ใช้บริการเพศหญิง จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ดังแสดงในภาพที่ 4.1



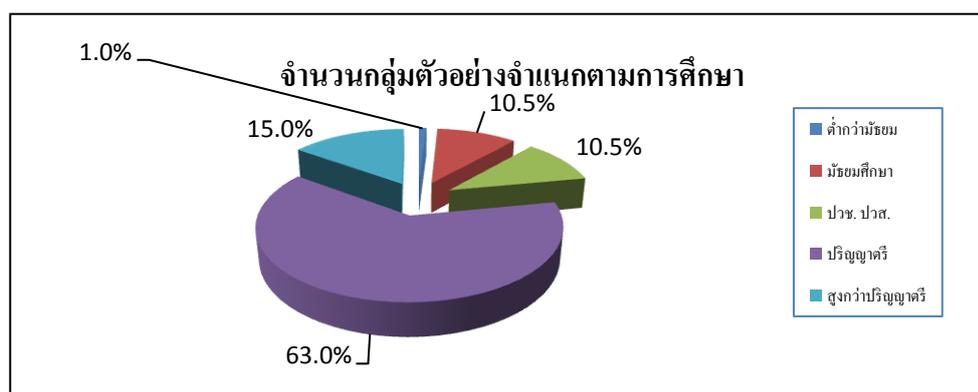
ภาพที่ 4.1 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

อายุ มีผู้ใช้บริการที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 20 - 29 ปี จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 ผู้ใช้บริการที่มีอายุ 40 - 49 จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ผู้บริการที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 ดังแสดงในภาพที่ 4.2



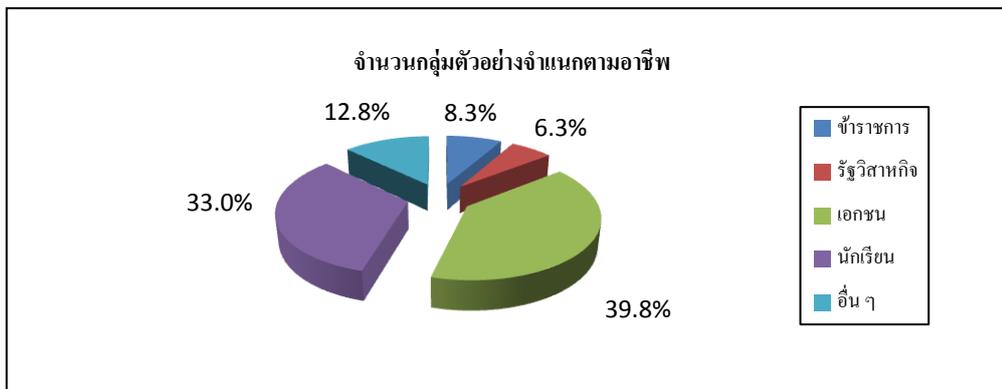
ภาพที่ 4.2 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

การศึกษา มีผู้ให้บริการที่มีการศึกษาค่ำกว่ามัธยม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ผู้ให้บริการที่มีการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ให้บริการที่มีการศึกษา ปวช./ปวส. จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ผู้ให้บริการที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ดังแสดงในภาพที่ 4.3



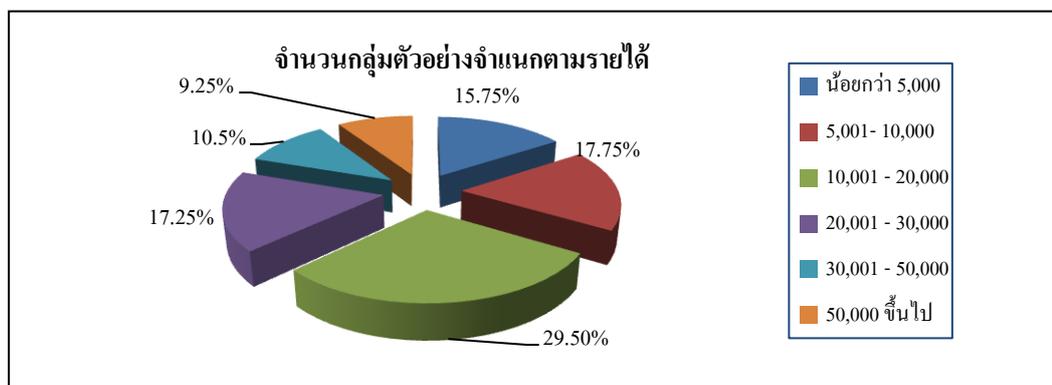
ภาพที่ 4.3 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

อาชีพ ผู้ให้บริการที่เป็นข้าราชการ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ผู้ให้บริการที่เป็นที่เป็นรัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 นักเรียน / ผู้ให้บริการที่เป็นเอกชนจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 ผู้ให้บริการที่เป็นนักเรียน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ผู้ให้บริการอื่นๆ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ดังแสดงในภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

รายได้ มีผู้ใช้บริการที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 21,000 – 30,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ 50,000 ขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ดังแสดงในภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 แผนภูมิวงกลมแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) เรื่องเหตุผลที่ใช้บริการ ช่วงเวลาที่ใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการต่อเดือน และเคยใช้บริการมาก่อนหรือไม่

ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรม (เหตุผล) ที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ	เลือก จำนวน (คน)	ร้อยละ	ไม่เลือก จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความสะดวกรวดเร็ว	354	88.5	46	11.5
2. ความปลอดภัย	88	22.0	312	78.0
3. หลีกเลียงปัญหาจราจร	298	74.5	102	25.5
4. ประหยัดเวลา	309	77.3	91	22.8
5. ความทันสมัย	62	15.5	338	84.5
6. อื่นๆ	16	4.0	384	96.0

จากตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน เหตุผลที่ใช้บริการ จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

1) ความสะดวกรวดเร็ว เลือก จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.5 ไม่เลือก จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

2) ความปลอดภัย เลือก จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ไม่เลือก จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78.0

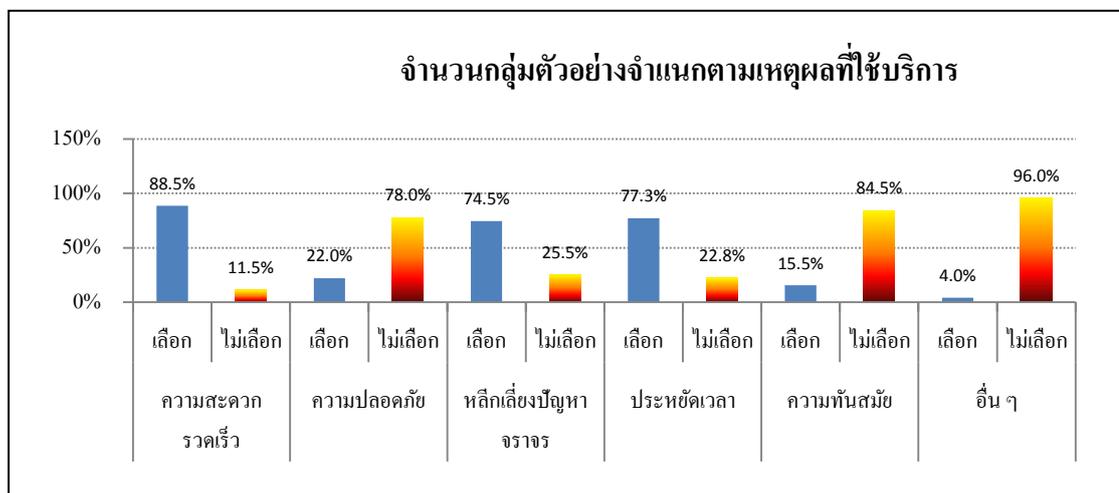
3) หลีกเลียงปัญหาจราจร เลือก จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 ไม่เลือก จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

4) ประหยัดเวลา เลือก จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 ไม่เลือก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

5) ความทันสมัย เลือก จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ไม่เลือก จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 ดังแสดงในตารางที่ 4.6

6) อื่นๆ เลือก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ไม่เลือก จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0

ภาพที่ 4.6 แผนภูมิแท่งร้อยละแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลที่ใช้บริการ



ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรม (ช่วงเวลา) ที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ ช่วงเวลา	เลือก จำนวน (คน)	ร้อยละ	ไม่เลือก จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. 06.00 – 08.00 น.	104	26.0	296	74.0
2. 08.01 – 11.00 น.	187	46.8	213	53.3
3. 11.01 – 14.00 น.	86	21.5	314	78.5
4. 14.01 – 17.00 น.	158	39.5	242	60.5
5. 17.01 – 19.00 น.	153	38.3	247	61.8
6. 19.01 – 21.00 น.	80	20.0	320	80.0
7. 21.01 – 00.00 น.	48	12	352	88.0

จากตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม (ช่วงเวลา) ของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน เหตุผลที่ใช้บริการ จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

1) เวลา 06.00 – 08.00 น. จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 ไม่เลือก จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0

2) เวลา 08.01 – 11.00 น. จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 ไม่เลือก จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3

3) เวลา 11.01 – 14.00 น. จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ไม่เลือก จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5

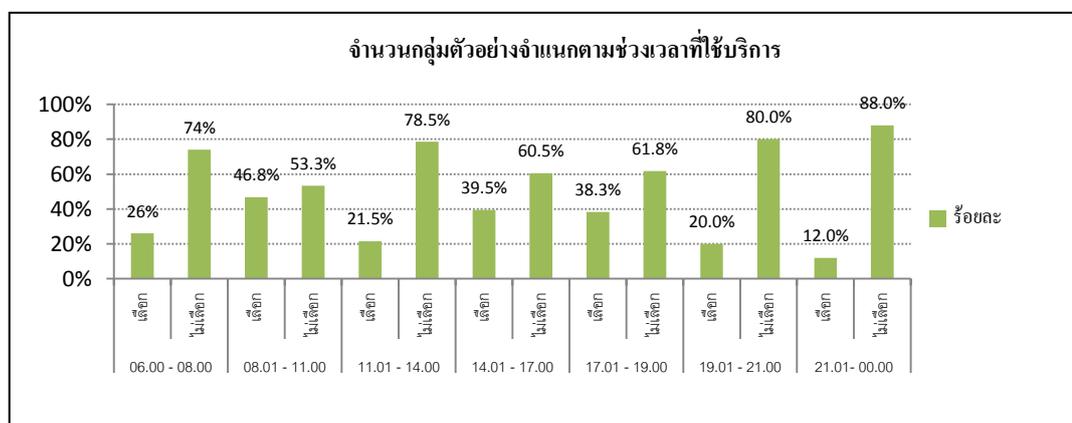
4) เวลา 14.01 – 17.00 น. จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ไม่เลือก จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5

5) เวลา 17.01 – 19.00 00 น. จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ไม่เลือก จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8

6) เวลา 19.01 – 21.00 น. จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ไม่เลือก จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0

7) เวลา 21.01 – 00.00 น. จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ไม่เลือก จำนวน 352 คน คิดเป็น ร้อยละ 88.0

ภาพที่ 4.7 แผนภูมิแท่งร้อยละแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้บริการ

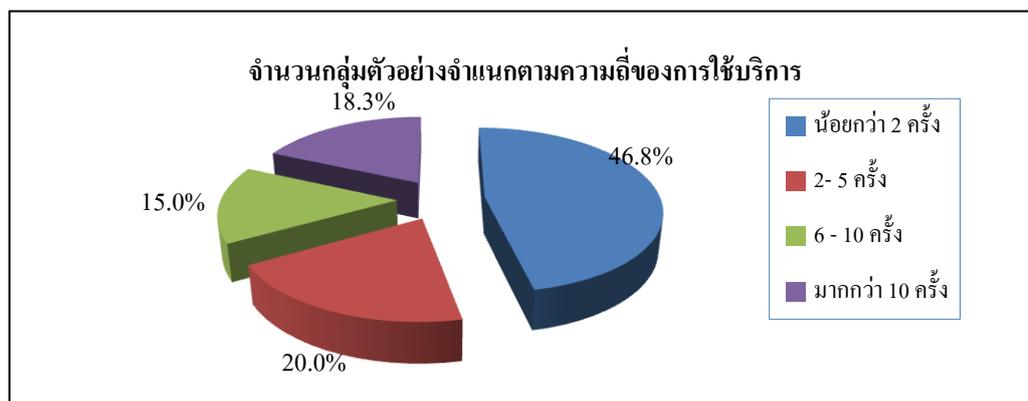


ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรม (ความถี่) ที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 2 ครั้ง	187	46.8
2. 2 - 5 ครั้ง	80	20.0
3. 6-10 ครั้ง	60	15.0
4. มากกว่า 10 ครั้ง	73	18.3
รวม	400	100

จากตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม (ความถี่) ของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

- 1) น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8
- 2) 2 - 5 ครั้ง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0
- 3) 6 - 10 ครั้ง จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0
- 4) มากกว่า 10 ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3



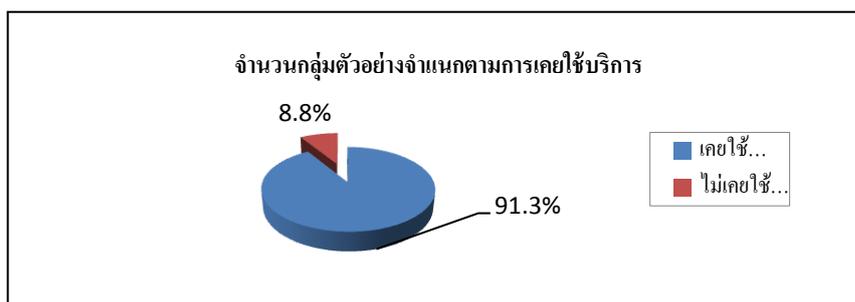
ภาพที่ 4.8 แผนภูมิวงกลมร้อยละแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ของการใช้บริการ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรม (เคยใช้บริการหรือไม่) ที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระช่วงเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เคยใช้บริการ	365	91.3
2. ไม่เคยใช้บริการ	35	8.8
รวม	400	100

จากตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรม (เคยใช้บริการ) ของผู้ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน จำแนกตัวแปรได้ดังนี้

- 1) เคยใช้บริการ จำนวน 365 คน คิดเป็นร้อยละ 91.3
- 2) ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8



ภาพที่ 4.9 แผนภูมิวงกลมร้อยละแสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยใช้บริการ

ตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) ใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย \bar{X} และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามรายชื่อ

	ด้านผลิตภัณฑ์	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความ พึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	สภาพรถไฟฟ้า	4.22	.768	มากที่สุด
2	จำนวนรถที่ให้บริการ	3.75	.806	มาก
3	อุณหภูมิในตัวรถ	4.00	.941	มาก
4	ความสะอาดในรถ	4.25	.663	มากที่สุด
5	ความสะอาดในสถานี	4.24	.702	มากที่สุด
6	มีความตรงต่อเวลาในการเข้า/ออกสถานี	3.62	.960	มาก
7	การเดินทางมีความสะดวกรวดเร็ว	3.74	.960	มาก
	เฉลี่ย	3.97	0.481	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจการใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.481) และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อที่ 4 ความสะอาดของตัวรถ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$ S.D. = 0.663) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 6 มีความตรงต่อเวลาในการเข้า/ออกสถานี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.62$ S.D. = 0.960)

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านราคาจำแนกตามรายชื่อ

	ด้านราคา	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	อัตราค่าโดยสารมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับการเดินทางโดยวิธีอื่น	4.47	0.704	มากที่สุด
2	อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทาง	3.62	0.773	ปานกลาง
เฉลี่ย		4.04	0.559	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) โดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.04$ S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อที่ 1 อัตราค่าบริการมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางโดยวิธีอื่น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.47$ S.D. = 0.70) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 2 อัตราค่าบริการเหมาะสมกับระยะทาง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.62$ S.D. = 0.77)

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านช่องทางการจำหน่ายตั๋วจำแนกตามรายชื่อ

ข้อ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	สถานที่ตั้งสถานีมีความเหมาะสม	4.07	.848	มาก
2	ใกล้ที่ทำงาน ศูนย์การค้า สถาบันการศึกษาและที่พักอาศัย	4.13	.808	มาก
3	มีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ เช่น BTS	4.19	.738	มาก
เฉลี่ย		4.128	.719	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x}=4.19$ S.D. = 0.738) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อ 3 มีจุดเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ เช่น BTS โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.128$ S.D. = 0.719) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 1 สถานที่ตั้งสถานีมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$ S.D. = 0.848)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	มีส่วนลดในการเดินทางให้นักเรียน , นักศึกษา	3.77	.893	มาก
เฉลี่ย		3.77	0.89	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x}=3.77$ S.D. = 0.89)

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการให้บริการของพนักงานจำแนกตามรายชื่อ

ข้อ	ด้านการให้บริการของพนักงาน	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	การติดต่อขอรับบริการจากพนักงานรถไฟฟ้าย	4.18	.739	มาก
2	ความสะดวกในการใช้บริการ	4.16	.702	มาก
เฉลี่ย		4.172	.572	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในด้านการให้บริการของพนักงาน โดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x}=4.172$ S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อที่ 1 การติดต่อขอรับบริการจากพนักงานรถไฟฯ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.18$ S.D. = 0.739) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 2 ความสะดวกในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.16$ S.D. = 0.702)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรายข้อ

ข้อ	ด้านลักษณะทางกายภาพ	ผู้ให้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	การรักษาความปลอดภัยบริเวณสถานี	4.23	.721	มากที่สุด
2	สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการ เช่น ลิฟท์ บันไดเลื่อน	3.95	.751	มาก
3	ช่องทางการเดินทางสู่สถานีรถไฟฯ	4.03	.713	มาก
เฉลี่ย		4.06	.57	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ มาก ($\bar{x}=4.06$ S.D. = 0.57) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อที่ 1 การรักษาความปลอดภัยบริเวณสถานี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=4.23$ S.D. = 0.721) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 2 สิ่งอำนวยความสะดวกในการให้บริการเช่นลิฟท์, บันไดเลื่อนเป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$ S.D. = .751)

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามรายข้อ

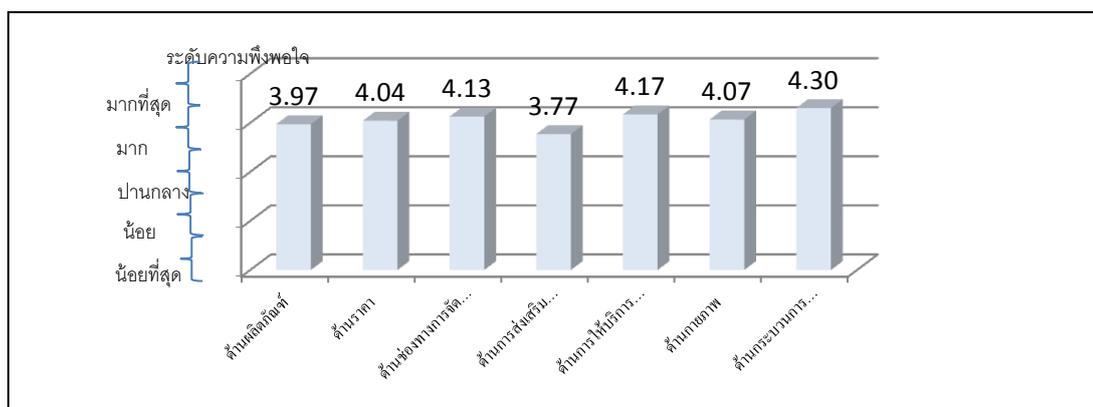
ข้อ	ด้านกระบวนการให้บริการ	ผู้ใช้บริการ n=400		ระดับความพึงพอใจ
		\bar{X}	S.D.	
1	ความปลอดภัยในการใช้บริการ	4.36	.67	มากที่สุด
2	ความถี่ในการออกรถ	4.25	.66	มากที่สุด
	เฉลี่ย	4.30	.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$ S.D. = 0.61) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ข้อที่ 1 ความปลอดภัยในการใช้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$ S.D. = 0.67) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อที่ 2 ความถี่ในการออกรถอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.25$ S.D. = 0.66)

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกตามรายด้าน

ความพึงพอใจโดยรวม	ผู้ใช้บริการ n = 400		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97	.48	มาก
ด้านราคา	4.04	.55	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	.71	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.89	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.17	.57	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.06	.57	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.30	.61	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.06	.44	มาก

จากตาราง 4.13 พบว่า ผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) มีความพึงพอใจในการใช้บริการโดยรวม ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.06$ S.D. = 0.44) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยในการสร้างความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.17$ S.D. = 0.57) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$ S.D. = 0.89) ซึ่งสามารถแสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) ได้ดังแสดงในภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) จำแนกตามรายด้าน

ตารางที่ 4.14 แสดงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) โดยรวมในแต่ละด้านจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจโดยรวม	เพศ					
	ชาย N = 171			หญิง N = 229		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.99	.46	มาก	3.96	.49	มาก
ด้านราคา	4.08	.56	มาก	4.01	.55	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	.67	มาก	4.13	.75	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	.84	มาก	3.78	.93	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.13	.57	มาก	4.20	.57	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00	.57	มาก	4.11	.56	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.30	.59	มากที่สุด	4.30	.64	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.05	0.43	มาก	4.07	0.45	มาก

+

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจในแต่ละด้านจำแนกตามเพศ ดังนี้
เพศชาย มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.05$ S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$ S.D. = 0.59) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ น้อย ($\bar{x} = 3.76$ S.D. = 0.84)

เพศหญิง มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.07$ S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$ S.D. = 0.64) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.78$ S.D. = 0.93)

ตารางที่ 4.15 แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	อายุ														
	น้อยกว่า 20 ปี			20 - 29 ปี			30 - 39 ปี			40 - 49 ปี			50 ปีขึ้นไป		
	N = 68			N = 170			N = 81			N = 54			N = 27		
	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97	0.45	มาก	3.99	0.48	มาก	4.00	0.54	มาก	3.96	0.46	มาก	3.88	0.43	มาก
ด้านราคา	4.14	0.55	มาก	4.03	0.58	มาก	4.07	0.50	มาก	3.99	0.58	มาก	3.94	0.53	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.08	0.71	มาก	4.19	0.67	มาก	4.16	0.79	มาก	4.04	0.78	มาก	3.95	0.66	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.85	0.87	มาก	3.81	0.85	มาก	3.73	0.94	มาก	3.72	0.96	มาก	3.59	0.97	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.17	0.57	มาก	4.18	0.55	มาก	4.22	0.58	มาก	4.21	0.61	มาก	3.93	0.58	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.13	0.58	มาก	4.07	0.57	มาก	4.13	0.55	มาก	4.02	0.60	มาก	3.83	0.49	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.32	0.56	มากที่สุด	4.31	0.61	มากที่สุด	4.38	0.62	มากที่สุด	4.26	0.66	มากที่สุด	4.06	0.68	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.09	0.41	มาก	4.08	0.45	มาก	4.10	0.46	มาก	4.03	0.47	มาก	3.88	0.44	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจจำแนกตามอายุ ดังนี้
อายุต่ำกว่า 20 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.09$ S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$ S.D. = 0.56) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ น้อย ($\bar{x} = 3.85$ S.D. = 0.87)

อายุ 20 – 29 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.08$ S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$ S.D. = 0.61) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.81$ S.D. = 0.85)

อายุ 30 – 39 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.10$ S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน

ระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.38$ S.D. = 0.62) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดย
มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=3.73$ S.D. = 0.94)

อายุ 40 – 49 ปี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x}=4.03$ S.D. = 0.66) เมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ใน
ระดับ มาก ($\bar{x}=4.06$ S.D. = 0.68) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมี
ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=3.59$ S.D. = 0.97)

อายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x}=4.07$ S.D. = 0.45)
เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่
ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x}=4.30$ S.D. = 0.62) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด
โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x}=3.77$ S.D. = 0.89)

ตารางที่ 4.16 แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านตามการศึกษา

การศึกษา															
การศึกษา	ต่ำกว่ามัธยม			มัธยมศึกษา			ปวช. ปวส.			ปริญญาตรี			สูงกว่าปริญญาตรี		
	N = 4			N = 42			N = 42			N = 252			N = 60		
	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ	Mean	SD	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.29	.48	มากที่สุด	4.04	.46	มาก	3.97	.46	มาก	3.96	.50	มาก	3.96	.44	มาก
ด้านราคา	3.75	.50	มาก	4.26	.59	มากที่สุด	3.98	.54	มาก	4.03	.56	มาก	4.03	.52	มาก
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	3.50	1.04	มาก	4.13	.77	มาก	4.09	.80	มาก	4.18	.68	มาก	3.98	.73	มาก
ด้านการส่งเสริม การตลาด	4.75	.50	มากที่สุด	3.83	.99	มาก	3.81	.86	มาก	3.79	.83	มาก	3.55	1.08	มาก
ด้านการให้บริการ ของพนักงาน	4.50	.41	มากที่สุด	4.31	.53	มากที่สุด	4.18	.54	มาก	4.18	.56	มาก	4.03	.65	มาก
ด้านลักษณะทาง กายภาพ	4.33	.67	มากที่สุด	4.21	.57	มากที่สุด	4.17	.55	มาก	4.05	.57	มาก	3.94	.56	มาก
ด้านกระบวนการ ให้บริการ	4.75	.50	มากที่สุด	4.36	.62	มากที่สุด	4.21	.63	มากที่สุด	4.31	.61	มากที่สุด	4.28	.66	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.27	.50	มากที่สุด	4.16	.45	มาก	4.06	.44	มาก	4.07	.45	มาก	3.97	.44	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจจำแนกตามการศึกษา ดังนี้
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$ S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.75$ S.D. = 0.50) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.50$ S.D. = 1.04)

มัธยมศึกษา มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.16$ S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.36$ S.D. = 0.62) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.83$ S.D. = .99)

ปวช./ปวส. มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.06$ S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.21$ S.D. = 0.63) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.81$ S.D. = 0.86)

ปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.07$ S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.31$ S.D. = 0.61) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.79$ S.D. = 0.83)

สูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.97$ S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.28$ S.D. = 0.66) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.94$ S.D. = 0.56)

ตารางที่ 4.17 แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ	อาชีพ														
	ข้าราชการ			รัฐวิสาหกิจ			เอกชน			นักเรียน			อื่นๆ		
	N = 33			N = 25			N = 159			N = 132			N = 51		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	.57	มาก	3.86	.40	มาก	3.98	.51	มาก	4.01	.43	มาก	3.88	.49	มาก
ด้านราคา	4.12	.60	มาก	3.98	.49	มาก	4.04	.55	มาก	4.07	.59	มาก	3.98	.50	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.20	.67	มากที่สุด	4.09	.61	มาก	4.17	.75	มาก	4.11	.71	มาก	3.99	.74	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.67	.89	มาก	3.72	.84	มาก	3.77	.92	มาก	3.86	.86	มาก	3.67	.95	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.24	.57	มากที่สุด	4.04	.54	มาก	4.19	.57	มาก	4.19	.54	มาก	4.08	.67	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.22	.45	มากที่สุด	3.97	.62	มาก	4.06	.59	มาก	4.10	.55	มาก	3.98	.58	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.18	.76	มาก	4.32	.58	มากที่สุด	4.34	.63	มากที่สุด	4.34	.55	มากที่สุด	4.15	.63	มาก
เฉลี่ย	4.10	.45	มาก	4.00	.43	มาก	4.08	.47	มาก	4.10	.41	มาก	3.96	.47	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจจำแนกตามอาชีพ ดังนี้ **ข้าราชการ** มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.10$ S.D. = 0.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการของพนักงานโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.24$ S.D. = 0.57) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.67$ S.D. = 0.89)

รัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการของพนักงานโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$ S.D. = 0.58) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.72$ S.D. = 0.84)

เอกชน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.08$ S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการของพนักงานโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$ S.D. = 0.63) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.77$ S.D. = 0.92)

นักเรียน มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.10$ S.D. = 0.41) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.34$ S.D. = 0.55) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.86$ S.D. = 0.86)

อื่นๆ มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.96$ S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการของพนักงาน โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.15$ S.D. = 0.63) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.67$ S.D. = 0.95)

ตารางที่ 4.18 แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมในแต่ละด้านตามรายได้

ความพึงพอใจ	รายได้																	
	น้อยกว่า 5,000 บาท			5,001 - 10,000 บาท			10,001 - 20,000 บาท			20,001 - 30,000 บาท			30,001 - 50,000 บาท			50,000 บาทขึ้นไป		
	N = 63			N = 71			N = 118			N = 69			N = 42			N = 37		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	.40	มาก	4.03	.54	มาก	3.99	.49	มาก	3.88	.47	มาก	3.91	.51	มาก	4.00	.43	มาก
ด้านราคา	4.07	.58	มาก	4.04	.58	มาก	4.05	.56	มาก	4.05	.50	มาก	4.00	.58	มาก	4.01	.52	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	.71	มาก	4.21	.71	มากที่สุด	4.14	.76	มาก	4.23	.69	มากที่สุด	3.95	.68	มาก	4.09	.68	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	.94	มาก	3.90	.86	มาก	3.87	.90	มาก	3.59	.83	มาก	3.62	.91	มาก	3.68	.91	มาก
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.18	.55	มาก	4.20	.56	มาก	4.27	.57	มากที่สุด	4.08	.51	มาก	4.12	.54	มาก	4.04	.74	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.08	.52	มาก	4.22	.52	มากที่สุด	4.09	.62	มาก	4.01	.49	มาก	3.94	.61	มาก	3.93	.64	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.35	.55	มากที่สุด	4.39	.55	มากที่สุด	4.33	.65	มากที่สุด	4.22	.67	มากที่สุด	4.19	.61	มาก	4.24	.63	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.07	.38	มาก	4.14	.43	มาก	4.11	.47	มาก	4.01	.42	มาก	3.96	.47	มาก	4.00	.52	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ใช้บริการมีระดับความพึงพอใจจำแนกตามรายได้ ดังนี้

รายได้ น้อยกว่า 5,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.07$ S.D. = 0.38) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.35$ S.D. = 0.55) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.79$ S.D. = 0.94)

รายได้ 5,001 – 10,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.14$ S.D. = 0.43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.39$ S.D. = 0.55) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.90$ S.D. = 0.86)

รายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.11$ S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.33$ S.D. = 0.65) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.87$ S.D. = 0.90)

รายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.01$ S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$ S.D. = 0.69) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.59$ S.D. = 0.83)

รายได้ 30,001 – 50,000 บาท มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.96$ S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุดคือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.19$ S.D. = 0.61) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.62$ S.D. = 0.91)

รายได้สูงกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจโดยรวมในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.00$ S.D. = 0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ด้านกระบวนการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.24$ S.D. = 0.63) มีความพึงพอใจต่ำสุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.68$ S.D. = 0.91)

ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานพหุคูณ (เหตุผลในการใช้บริการ) ของบุคคลแตกต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยการทดสอบที (t-test) ส่วนความถี่ในการใช้บริการ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้ วิธี Least-Significant Different (LSD)

สมมติฐานที่ 1 ผู้ใช้บริการที่มีพฤติกรรมต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความสะดวกรวดเร็วต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่าง มีสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความสะดวกรวดเร็วต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความสะดวกรวดเร็วต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะความสะดวกรวดเร็ว

ความสะดวกรวดเร็ว	ผู้บริการ				t	P-value
	เลือก		ไม่เลือก			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97	.47	3.99	.51	-.349	.727
ด้านราคา	4.04	.55	4.03	.57	.145	.885
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	.70	4.18	.81	-.474*	.638
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.74	.88	4.000	.89	-1.842	.066
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.17	.56	4.16	.63	.119	.905
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.05	.56	4.05	.61	-1.244	.214
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.29	.62	4.45	.60	-.528	.598
เฉลี่ย	4.05	.44	4.1	.48	-.981	.327

จากตารางที่ 4.19 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.327 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอท เรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลความสะดวกรวดเร็วต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.1 ที่ว่าผู้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความสะดวกรวดเร็วต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความปลอดภัยต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความปลอดภัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความปลอดภัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะความปลอดภัย

ความปลอดภัย	ผู้บริการ				t	P-value
	เลือก N= 227		ไม่เลือก N =173			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.04	.45	3.95	.48	1.55	.12
ด้านราคา	4.06	.54	4.03	.55	.46	.64
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.22	.61	4.10	.74	1.46	.14
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.89	3.77	.89	.003	.99
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.20	.60	4.16	.56	.59	.55
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.08	.57	4.06	.56	.27	.78
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.36	.57	4.28	.62	1.14	.25
เฉลี่ย	4.10	.44	4.05	.44	1.04	.29

จากตารางที่ 4.20 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.327 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอท เรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลความปลอดภัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.2 ที่ว่าผู้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความปลอดภัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร ต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะหลีกเลี่ยงปัญหาจราจรต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะหลีกเลี่ยงปัญหาจราจรต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.21 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะหลีกเลี่ยงปัญหาจราจร

หลีกเลี่ยงปัญหาจราจร	ผู้บริการ				t	P-value
	เลือก N= 227		ไม่เลือก N =173			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97	.48	3.98	.48	-.234	.815
ด้านราคา	4.04	.56	4.03	.53	.095	.924
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.11	.71	4.17	.72	-.836	.404
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.80	.85	3.68	.99	1.050	.296
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.16	.57	4.20	.56	-.582	.561
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	.56	4.04	.59	.530	.596
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.27	.61	4.37	.61	-1.328	.185
เฉลี่ย	4.06	.43	4.07	.47	-.160	.873

จากตารางที่ 4.21 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.873 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอท เรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลหลักถึงปัญหาจราจรต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.3 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะหลักถึงปัญหาจราจรต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะประหยัดเวลาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะประหยัดเวลาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะประหยัดเวลาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะประหยัดเวลา

ประหยัดเวลา	ผู้ใช้บริการ				t	P-value
	เลือก N= 227		ไม่เลือก N=173			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.96	.49	4.00	.43	-.70	.483
ด้านราคา	4.02	.56	4.11	.51	-1.40	.162
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.09	.71	4.23	.72	-1.60	.110
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	.85	3.75	1.00	.17	.863
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.15	.57	4.22	.54	-1.00	.317
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.05	.56	4.10	.57	-.65	.515
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.29	.61	4.33	.64	-.57	.567
เฉลี่ย	4.05	.45	4.11	.43	-1.08	.277

จากตารางที่ 4.22 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.277 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ท เรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลประหยัดเวลาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.4 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะประหยัดเวลาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความทันสมัยต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความทันสมัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความทันสมัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะความทันสมัย

ความทันสมัย	ผู้ใช้บริการ				t	P-value
	เลือก N= 227		ไม่เลือก N =173			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	.41	3.96	.49	.675	.50
ด้านราคา	3.95	.53	4.06	.55	-1.42	.15
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	.67	4.14	.72	-1.01	.31
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.79	.94	3.76	.88	.171	.86
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.18	.59	4.17	.56	.194	.84
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.07	.55	4.06	.57	.104	.91
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.37	.60	4.28	.62	.949	.34
เฉลี่ย	4.06	.41	4.06	.45	-.091	.92

จากตารางที่ 4.23 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.92 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลความทันสมัยต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.5 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะความทันสมัยต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะเหตุผลอื่นๆต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะเหตุผลอื่นๆต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่ต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะเหตุผลอื่นๆต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะเหตุผลอื่นๆ

เหตุผลอื่นๆ	ผู้ใช้บริการ				t	P-value
	เลือก N= 227		ไม่เลือก N=173			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	4.09	.36	3.96	.48	1.05	.29
ด้านราคา	4.03	.76	4.04	.54	-.09	.92
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.25	.52	4.12	.72	.69	.49
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.50	1.09	3.78	.88	-1.24	.21
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.25	.60	4.16	.57	.55	.58
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.18	.50	4.06	.57	.85	.39
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.18	.70	4.30	.61	-.75	.44
เฉลี่ย	4.07	.43	4.06	.44	.056	.95

จากตารางที่ 4.24 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่าค่า P-value มีค่ามากกว่า 0.05 และ P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.056 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ท เรียวลิงค์ (ARL) ที่มีเหตุผลเหตุผลอื่นๆต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1.6 ผู้ใช้บริการที่มีเหตุผลในการใช้บริการเพราะเหตุผลอื่นๆต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.7 ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจระหว่างผู้ใช้บริการที่เลือกใช้และไม่เลือกใช้เพราะความถี่ในการใช้บริการ

ความถี่ในการใช้บริการ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.550	3	.517	2.252	.082
	ภายในกลุ่ม	90.864	396	.229		
	รวม	92.414	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.333	3	.111	.358	.783
	ภายในกลุ่ม	122.651	396	.310		
	รวม	122.984	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.748	3	.583	1.127	.338
	ภายในกลุ่ม	204.776	396	.517		
	รวม	206.523	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	.824	3	.275	.342	.795
	ภายในกลุ่ม	317.474	396	.802		
	รวม	318.298	399			
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.417	3	.472	1.448	.228
	ภายในกลุ่ม	129.181	396	.326		
	รวม	130.598	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.562	3	.854	2.661	.048
	ภายในกลุ่ม	127.125	396	.321		
	รวม	129.688	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.071	3	.690	1.819	.143
	ภายในกลุ่ม	150.326	396	.380		
	รวม	152.398	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1.129	3	.376	1.889	.131
	ภายในกลุ่ม	78.891	396	.199		
	รวม	80.020	399			

จากตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า P-value โดยรวม มีค่า 0.131 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์ (ARL) ที่มีความถี่ในการใช้บริการต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลักษณะทางกายภาพ P-value มีค่า 0.48 น้อยกว่า 0.05 ส่วนด้านอื่นๆ ไม่พบความแตกต่าง

เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี Least-Significant Different (LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบระดับความถี่ของผู้ใช้บริการที่ต่างกันเป็นรายคู่

Multiple Comparisons LSD

Totalphysical LSD

(I) ความถี่ ในการใช้	(J) ความถี่ ในการใช้	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
น้อยกว่า 2 ครั้ง	2- 5 ครั้ง	.06593	.07569	.384	-.0829	.2147
	6 - 10 ครั้ง	.13399	.08407	.112	-.0313	.2993
	มากกว่า 10 ครั้ง	-.12705	.07819	.105	-.2808	.0267
2- 5 ครั้ง	น้อยกว่า 1 ครั้ง	-.06593	.07569	.384	-.2147	.0829
	6 - 10 ครั้ง	.06806	.09676	.482	-.1222	.2583
	มากกว่า 10 ครั้ง	-.19298*	.09171	.036	-.3733	-.0127
6 - 10 ครั้ง	น้อยกว่า 1 ครั้ง	-.13399	.08407	.112	-.2993	.0313
	2- 5 ครั้ง	-.06806	.09676	.482	-.2583	.1222
	มากกว่า 10 ครั้ง	-.26104*	.09873	.009	-.4551	-.0669
มากกว่า 10 ครั้ง	น้อยกว่า 1 ครั้ง	.12705	.07819	.105	-.0267	.2808
	2- 5 ครั้ง	.19298*	.09171	.036	.0127	.3733
	6 - 10 ครั้ง	.26104*	.09873	.009	.0669	.4551

จากตารางที่ 4.26 เปรียบเทียบความถี่ของผู้ใช้บริการต่อเดือนที่การแตกต่างกัน 4 กลุ่ม พบว่า

1) ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 - 5 ครั้ง เทียบกับ มากกว่า 10 ครั้ง มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ 6 - 10 ครั้ง เทียบกับ มากกว่า 10 ครั้ง มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุป

ผู้ให้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการ 2 - 5 ครั้ง และ 6 - 10 ครั้ง เทียบกับ มากกว่า 10 ครั้ง มีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถแอร์พอทเรียวลิงค์ (ARL) กรณีศึกษา การรถไฟแห่งประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ โดยมีสมมติฐานที่จะทดสอบ ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 : ผู้ให้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ผู้ให้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

ในการทดสอบความแตกต่าง มีสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้

H_0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพศชายและผู้ให้บริการเพศหญิงไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพศชายและผู้ให้บริการเพศหญิงแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการระหว่างผู้ให้บริการเพศชายและผู้ให้บริการเพศหญิง

ความพึงพอใจ	เพศ				t	P-value
	ชาย N= 171		หญิง N =229			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.99	0.46	3.95	0.49	.679	.498
ด้านราคา	4.08	0.56	4.01	0.54	1.187	.236
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.12	0.67	4.13	0.75	-.133	.895
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.76	0.84	3.78	0.92	-.240	.810

ตารางที่ 4.27 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการระหว่างผู้ใช้บริการเพศชายและผู้ใช้บริการเพศหญิง (ต่อ)

ความพึงพอใจ	เพศ				t	P-value
	ชาย N= 171		หญิง N =229			
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.		
ด้านการให้บริการของพนักงาน	4.13	0.57	4.19	0.57	-1.060	.290
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00	0.57	4.11	0.56	-1.960	.051
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.30	0.59	4.29	0.63	.208	.835
เฉลี่ย	4.05	0.43	4.07	0.45	-.291	.771

จากตารางที่ 4.27 การทดสอบโดยใช้ T-test พบว่า P-value โดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.771 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการรถแอร์พอร์ทเรียวลิงค์(ARL) ที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ $\alpha = 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2.1 ที่ว่าผู้ใช้บริการที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.28 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในการใช้บริการจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.308	4	.077	.330	.857
	ภายในกลุ่ม	92.106	395	.233		
	รวม	92.414	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	1.142	4	.286	.926	.449
	ภายในกลุ่ม	121.842	395	.308		
	รวม	122.984	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2.036	4	.509	.983	.416
	ภายในกลุ่ม	204.487	395	.518		
	รวม	206.523	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.797	4	.449	.561	.691
	ภายในกลุ่ม	316.500	395	.801		
	รวม	318.298	399			
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.934	4	.483	1.484	.206
	ภายในกลุ่ม	128.664	395	.326		
	รวม	130.598	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.237	4	.559	1.733	.142
	ภายในกลุ่ม	127.451	395	.323		
	รวม	129.688	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.230	4	.557	1.466	.212
	ภายในกลุ่ม	150.168	395	.380		
	รวม	152.398	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1.145	4	.286	1.433	.222
	ภายในกลุ่ม	78.875	395	.200		
	รวม	80.020	399			

จากตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) พบว่า P-value โดยรวม มีค่า 0.222 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ที่ว่าผู้ให้บริการที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน
กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของผู้บริการจำแนกตามการศึกษา

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.650	4	.163	.700	.592
	ภายในกลุ่ม	91.764	395	.232		
	รวม	92.414	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	2.623	4	.656	2.152	.074
	ภายในกลุ่ม	120.361	395	.305		
	รวม	122.984	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.715	4	.929	1.809	.126
	ภายในกลุ่ม	202.809	395	.513		
	รวม	206.523	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	7.118	4	1.780	2.259	.062
	ภายในกลุ่ม	311.179	395	.788		
	รวม	318.298	399			
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.385	4	.596	1.837	.121
	ภายในกลุ่ม	128.212	395	.325		
	รวม	130.598	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.458	4	.615	1.908	.108
	ภายในกลุ่ม	127.230	395	.322		
	รวม	129.688	399			

ตารางที่ 4.29 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามการศึกษา (ต่อ)

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.278	4	.319	.835	.504
	ภายในกลุ่ม	151.120	395	.383		
	รวม	152.398	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1.128	4	.282	1.412	.229
	ภายในกลุ่ม	78.892	395	.200		
	รวม	80.020	399			

จากตารางที่ 4.29 ผลการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า P-value โดยรวม มีค่า 0.229 มากกว่า 0.05 จึง ยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการที่มีการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4 ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

กำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.183	4	.296	1.281	.277
	ภายในกลุ่ม	91.231	395	.231		
	รวม	92.414	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.589	4	.147	.475	.754
	ภายในกลุ่ม	122.395	395	.310		
	รวม	122.984	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.498	4	.374	.721	.578
	ภายในกลุ่ม	205.026	395	.519		
	รวม	206.523	399			

ตารางที่ 4.30 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการจำแนกตามอาชีพ(ต่อ)

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.936	4	.484	.604	.660
	ภายในกลุ่ม	316.362	395	.801		
	รวม	318.298	399			
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.169	4	.292	.892	.468
	ภายในกลุ่ม	129.428	395	.328		
	รวม	130.598	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	1.524	4	.381	1.174	.322
	ภายในกลุ่ม	128.164	395	.324		
	รวม	129.688	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	2.175	4	.544	1.430	.223
	ภายในกลุ่ม	150.223	395	.380		
	รวม	152.398	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	.869	4	.217	1.084	.364
	ภายในกลุ่ม	79.151	395	.200		
	รวม	80.020	399			

จากตารางที่ 4.30 ผลการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า P-value โดยรวม มีค่า 0.364 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 2.5 ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้บริการไม่แตกต่างกัน

H_0 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันกำหนดระดับนัยสำคัญที่ $\alpha = 0.05$

ตารางที่ 4.31 แสดงการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจ		SS	df	MS	F	P-value
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.071	5	.214	.924	.465
	ภายในกลุ่ม	91.344	394	.232		
	รวม	92.414	399			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	.172	5	.034	.110	.990
	ภายในกลุ่ม	122.812	394	.312		
	รวม	122.984	399			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	3.083	5	.617	1.194	.311
	ภายในกลุ่ม	203.440	394	.516		
	รวม	206.523	399			
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5.926	5	1.185	1.495	.190
	ภายในกลุ่ม	312.371	394	.793		
	รวม	318.298	399			
ด้านการให้บริการของพนักงาน	ระหว่างกลุ่ม	2.461	5	.492	1.513	.185
	ภายในกลุ่ม	128.137	394	.325		
	รวม	130.598	399			
ด้านลักษณะทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.381	5	.676	2.109	.064
	ภายในกลุ่ม	126.307	394	.321		
	รวม	129.688	399			
ด้านกระบวนการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.879	5	.376	.983	.428
	ภายในกลุ่ม	150.519	394	.382		
	รวม	152.398	399			
เฉลี่ย	ระหว่างกลุ่ม	1.432	5	.286	1.436	.210
	ภายในกลุ่ม	78.588	394	.199		
	รวม	80.020	399			

จากตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า P-value โดยรวม มีค่า 0.210 มากกว่า 0.05 จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ ผู้ใช้บริการที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน