

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** การเปรียบเทียบการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง  
ระหว่างเส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย และเชียงใหม่ - น่าน

**ผู้เขียน** นางสาวชญัญภัทร ปาลี

**ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร

ประธานกรรมการ

อ.ดร.ประพัฒน์ จริยะพันธุ์

กรรมการ

### บทคัดย่อ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย และเส้นทางเชียงใหม่ - น่าน โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 400 คน จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย จำนวน 200 คน และผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - น่าน จำนวน 200 คน และนำข้อมูลมาประมวลผลโดยใช้สถิติค่าความถี่ และร้อยละ สรุปผลการศึกษาดังนี้

ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย และเส้นทางเชียงใหม่ - น่าน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี และอาชีพปัจจุบันคือ เป็นนักเรียน/นักศึกษา แต่ผู้ให้บริการรถโดยสารเส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,000-10,000 บาท ส่วนผู้ให้บริการรถโดยสารเส้นทางเชียงใหม่ - น่าน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท

ข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทางส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน มีความถี่ในการเดินทาง 1-3 ครั้งต่อเดือน ในขณะที่ผู้ให้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่ - น่าน ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเรียนหนังสือ มีความถี่ในการเดินทาง

1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย และเส้นทางเชียงใหม่ - น่าน มีลักษณะการเดินทางเพียงลำพัง โดยเดินทางในวันหยุดนักขัตฤกษ์ ในช่วงเวลา 8.01 น.-15.00 น. เหตุผลที่เลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง เนื่องจากการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทางประหยัด สะดวก รวดเร็วและสบาย การซื้อตั๋วโดยสารรถประจำทาง ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางนิยมซื้อตั๋วโดยสารผ่านจุดจำหน่ายตั๋ว เนื่องจากมีความสะดวก และประหยัด หากผู้ใช้บริการรถโดยสารไม่ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่ - เชียงรายและเส้นทางเชียงใหม่ - น่าน จะเลือกเดินทางโดยรถยนต์แทน โดยให้เหตุผลว่า การเดินทางโดยรถยนต์สะดวก

สำหรับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่- เชียงราย และเชียงใหม่-น่าน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางเส้นทางเชียงใหม่ - เชียงราย มากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคาค่าโดยสาร ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาตั๋วโดยสาร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการของผู้ให้บริการรถโดยสาร ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัจจัยด้านราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคาน้ำมัน (กรณีใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการซื้อตั๋วผ่านจุดจำหน่ายที่สถานีขนส่ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการจองตั๋วล่วงหน้า ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง เส้นทางเชียงใหม่-น่านมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านราคาค่าโดยสาร ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาตั๋วโดยสาร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับราคาน้ำมัน (กรณีใช้รถส่วนตัวในการเดินทาง) ปัจจัยด้านการให้บริการของผู้ให้บริการรถโดยสาร ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการขั้บรถโดยสารของพนักงานขั้บรถ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการซื้อตั๋วผ่านจุดจำหน่ายที่สถานีขนส่ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการจองตั๋วล่วงหน้า

<b>Independent Study Title</b>	A Comparison of Using Bus Transportation Services Between Chiang Mai - Chiang Rai and Chiang Mai – Nan Routes	
<b>Author</b>	Ms.Chanyapat Palee	
<b>Degree</b>	Master of Economics	
<b>Independent Study Advisory Committee</b>	Asst.Prof.Dr.Nisit Panthamit	Chairperson
	Lect.Dr.Prapatchon Jariyapan	Member

### **ABSTRACT**

The purpose of this independent study was to compare bus services, in particular bus routes between Chiang Mai and Chiang Rai, and Chiang Mai and Nan, by collecting data from a survey sample of 400 bus users; with 200 from the bus route Chiang Mai to Chiang Rai and 200 from the route Chiang Mai to Nan. The data was processed statistically using frequencies and percentages and a summary of the findings is as follows.

The bus users surveyed were mostly males aged 21 to 30 years of age, single and had a bachelor's degree, but were still students. For the bus route Chiang Mai to Chiang Rai, the average monthly income of the users was between 5,000 and 10,000 baht, but for the Chiang Mai to Nan route the average monthly income was below 5,000 baht.

In terms of information on user behavior, for the Chiang Mai to Chiang Rai bus route, the users mainly travel to visit relatives and friends, traveling 1 to 3 times a month, while for the Chiang Mai to Nan route, the users mainly use the bus to travel to school, traveling 1 to 3 times per week. For both the Chiang Mai to Chiang Rai and the Chiang Mai to Nan routes, the users

travel alone. Being able to travel during the holidays between 8.01 a.m. and 3.00 p.m. was one reason stated for choosing the bus. The users travel by bus due to the convenience, comfort and savings made from purchasing popular bus tickets. If not for the convenience and savings, if the users did not use the bus service for either route, they would choose to travel by car instead, the reason being that to travel by car is easy.

In terms of the factors affecting the demand for bus routes, the factors that most affect the demand for the Chiang Mai to Chiang Rai bus route are the fares; the users focus on the most appropriate fare, followed by the standard of service, as well as safety in terms of life and property. In terms of price factors users tend to focus on petrol prices (if using a private car to travel). For distribution channels, the users focused on ticket outlets at stations and ticket promotions. Users stated that the ability to book in advance was an important factor affecting their demand for the bus services. For the Chiang Mai to Nan route, most users focused on the suitability of the base fares, followed by other factors related to price, such as the petrol price (if using a private car to travel), the provider of the service and the quality of driving on the bus. In terms of distribution channels, the users focused on the ticket outlets and promotional factors; users like to be able to book in advance.