

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตัวเอง
ชื่อหัวเรื่อง : ทักษะคิดในการเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง
ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด
ชื่อผู้จัดทำ : นาง กัลยาณี ทองคำคุณ รหัส 9555 99 39
อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร. สิ้นธุ์ สโรบล
ปีการศึกษา : 2541

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง ความต้องการ และทัศนคติของผู้โดยสาร ที่เลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ตลอดจนศึกษาถึง ปัญหาและอุปสรรค ในการให้บริการรถโดยสารประจำทาง ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด อันเป็นแนวทางในการนำเอาแนวความคิดและผลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปปรับปรุง การให้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารที่มาใช้บริการ เพื่อเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยเลือกประชากรกลุ่มตัวอย่าง จากผู้โดยสารที่มาใช้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ณ สถานีขนส่งผู้โดยสารแห่งที่ 2 (อาเขต) จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 267 ตัวอย่าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล จากแบบสอบถาม

ผลปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุโดยเฉลี่ย 28 ปี ขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด ภูมิลำเนาอยู่จังหวัดเชียงราย อาชีพนักศึกษา รายได้เฉลี่ย 9,572 บาท

ส่วนพฤติกรรมการใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ปรากฏว่าส่วนใหญ่ นิยมใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศชั้น 1 (ข) ความถี่ในการใช้บริการโดยเฉลี่ย 4 ครั้ง ต่อเดือน เส้นทางที่ใช้บริการประจำคือเส้นทาง 166 เชียงใหม่ – เชียงราย – สามเหลี่ยมทองคำ โดยจะเดินทางในวันศุกร์มากที่สุด ในช่วงเวลาเช้า โดยเดินทางมาซื้อตั๋วเองที่ห้องจำหน่ายตั๋ว บริการบนรถปรับอากาศชั้น 1 (ข) ที่ได้รับบริการบ่อยที่สุดคือ การบริการด้านเครื่องดื่ม

ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับการให้บริการของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด ปรากฏว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่าง มีทัศนคติเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด มากที่สุด รองลงมาได้แก่ทัศนคติเกี่ยวกับการจำหน่ายตั๋ว, เวลาในการเดินทาง, จำนวนรถของ

บริษัทที่นำมาให้บริการ, การให้บริการบนรถโดยสาร, ราคาค่าโดยสาร, ห้องจำหน่ายตั๋ว และทัศนคติเกี่ยวกับสภาพรถโดยสารที่บริษัทนำมาให้บริการ จะให้ความสำคัญน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เพื่อเป็นการปรับปรุง การให้บริการรถโดยสารประจำทางของบริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด. ในด้านต่างๆ ทำให้ผู้โดยสารเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด ที่ทางบริษัทนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ไม่ว่าจะในด้านตัวผลิตภัณฑ์คือการให้บริการด้านรถโดยสาร พนักงานบริการ ตารางเวลา การเดินรถที่แน่นอน ตรงต่อเวลา และการประชาสัมพันธ์เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตารางเวลาการเดินทาง. อีกทั้งการเข้าไปมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเชิงวิชาการต่างๆ เกี่ยวกับขนานธรรมเนียม ประเพณีต่างๆ เพื่อสร้างภาพพจน์ที่ดีของบริษัท