

ชื่อเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริการรถโดยสารปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา รถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ บริษัทนครชัยแอร์จำกัด

ผู้ศึกษาค้นคว้า ณัฐपालิน ไพบูลย์ธนสมบัติ, ธารทิพย์ หอมทอง, บุญรัตน์ บุญเรืองเลิศศักดิ์,

ที่ปรึกษา ดร. สุรพิชญ์ พรหมสิทธิ์

ประเภทสารนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552

คำสำคัญ

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริการรถโดยสารปรับอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา รถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ บริษัทนครชัยแอร์จำกัด โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อ 1. ศึกษาถึงปัจจัยทางด้านส่วนบุคคลที่มีผลต่อการพัฒนาการบริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ บริษัทนครชัยแอร์จำกัด 2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการพัฒนาการบริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ ของบริษัทนครชัยแอร์จำกัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการการเดินทางรถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ ของบริษัทนครชัยแอร์จำกัด ทำการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ (T-test) (F-test) และ (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ ของบริษัทนครชัยแอร์จำกัด ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพส่วนตัว และส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-25,000 บาทต่อเดือน

ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาการบริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ ของบริษัทนครชัยแอร์จำกัดพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านสินค้าและบริการด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านสถานที่ ช่องทางการจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านราคา

และด้านกิจกรรมส่งเสริมการขาย ซึ่งเหตุปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษ 21ที่นั่ง สายขอนแก่น-กรุงเทพฯ บริษัทนครชัยแอร์จำกัด เลือกรูปแบบการพัฒนาด้านสินค้าและบริการมากที่สุด เนื่องจากสินค้าบริการเป็นสินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการรถปรับอากาศฯ จะสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสิ่งที่เห็นภาพว่าจะได้อะไรจากการซื้อสินค้าบริการนี้ผ่านทางตัวโปรดักซ์ โดยสินค้าและบริการนั้นจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ลูกค้าสามารถมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่ดีเมื่อเข้ามาใช้บริการ