

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ ปัญหา และข้อเสนอแนะในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ ของผู้ใช้บริการ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย และผู้ที่ไม่เคยใช้บริการ จำนวน 200 ราย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก และนำมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เคยใช้บริการ และไม่เคยใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 15 – 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นนักเรียน/นักศึกษา รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ในการเดินทางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ ใช้ยานพาหนะหลักคือ รถจักรยานยนต์ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ ใช้ยานพาหนะหลักคือ รถยนต์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ใช้บริการเส้นทาง คือ สายที่ 6 รอบเมืองเชียงใหม่ วันซ้าย-วันขวา ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ 12.01 – 15.00 น. เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการรอรถในบริเวณป้ายจอดรถ คือ 10 - 20 นาที ความถี่ในการใช้บริการ คือ น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน และเหตุผลที่เลือกใช้บริการ คือ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งที่เคยใช้บริการ และไม่เคยใช้บริการ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าโดยสารที่จัดเก็บสำหรับบุคคลทั่วไปในอัตราคงที่ 15 บาทต่อคน ตลอดสาย และสำหรับพระภิกษุ นักเรียน และนักศึกษาในเครื่องบินในอัตราคงที่ 10 บาทต่อคน ตลอดสาย คิดว่าเหมาะสม และมีการรับทราบข้อมูลข่าวสารของบริการ คือ จากบนตัวรถ หรือป้ายหน้ารถ มากที่สุด

ระดับความคาดหวังที่มีต่อบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการ เรียงตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ด้านบุคลากร ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ พนักงานขับรถเปิดประตูเมื่อรถจอดสนิทและปิดประตูทุกครั้งเมื่อผู้โดยสารขึ้น-ลงรถเรียบร้อยแล้วจึงนำรถออกจากป้ายจอดรถ พนักงานขับรถมีทักษะการขับรถและขับรถถูกต้องตามกฎหมาย พนักงานประจำรถให้บริการผู้โดยสารทุกคนอย่างเท่าเทียม และมีการดูแลรักษาความสะอาดรถ ทั้งภายในและภายนอก

ระดับความคาดหวังที่มีต่อบริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บริการ เรียงตามลำดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ คือ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีการดูแลรักษาความสะอาดรถ ทั้งภายในและภายนอก พนักงานขับรถมีทักษะการขับรถและขับรถถูกต้องตามกฎหมาย และมีการดูแลรักษาเครื่องยนต์ให้อยู่ในสภาพดี พร้อมใช้งาน

ปัญหาในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศเทศบาลนครเชียงใหม่ของผู้ใช้บริการ คือ ใช้เวลารอนาน รองลงมาคือ ไม่ทราบเส้นทางการเดินทาง และพนักงานบางคนขับรถเร็วและประมาท

ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ คือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นและต่อเนื่อง รองลงมาคือ กำหนดเส้นทางเดินทางให้ครอบคลุมเมืองเชียงใหม่ และเพิ่มจำนวนรถให้มากขึ้นให้มีบริการเพียงพอในแต่ละเส้นทาง

The objectives of this independent study were to study people's expectation of Chiang Mai Municipality air-conditioned bus service and to conduct problems and suggestions of passengers to the service. The data was collected via questionnaire distributed to 200 Chiang Mai Municipality bus passengers and 200 general people who had not used the bus service. They were selected by convenience sampling method. The data was then descriptively analyzed using frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that most of respondents from the 2 groups were female, 15-24 years old, single, with Bachelor's degree. Most of them were university and school students. Their earning did not exceed 5,000 baht/month. For the respondents who had used the bus service, their main vehicle was motorcycle, while for those who had not used the bus service, their main vehicle was car.

For the respondents who had used Chiang Mai Municipality air-conditioned bus service, they used the most Route 6, which goes around the city both clockwise and counter-clockwise. They used the service the most during 12.01-15.00 hours. The average waiting time at the bus stop was 10-20 minutes. They used the bus service less than once a month. The reason for using the service was to save money on traveling.

For both respondents who had and had not used the service, they thought the flat-rate fares of 15 baht/person/route for general people and 10 baht/person/route for monks and students, were appropriate. The respondents got information about the service mainly from signs inside and outside the bus.

For the passengers, the ranking of expectation of the bus service based on the marketing mix factor was in the following order: people, physical evidence, process, product, price, place and promotion. The first 3 most important sub-factors were that the driver made sure that the door was opened and closed promptly after the passenger boarding and going out of the bus, then he could depart; the driver was skillful and followed the traffic rules; and the cleanliness both inside and outside the bus.

For people who had not used the bus service, the ranking of expectation of the bus service based on the marketing mix factor was in the following order: physical evidence, people, process, product, price, place and promotion. The first 3 most important sub-factors were the cleanliness both inside and outside the bus; the driver was skillful and followed the traffic rules; and the maintenance of the bus engine.

The problems from using the bus service were long waiting time at the bus stop, not knowing bus routes, and the driver drove fast and was reckless, respectively.

Suggestions for improvement of the Municipality air-conditioned bus service are more and continuing public relations, more routes to cover the city areas, and more buses for each route, respectively.