181902

วิทยานิพนธ์เรื่อง	ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย	นาย วิวัฒน์ พิทูรโอฬาร
สาขา	การตลาด
ปี พ.ศ.	2548
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	ดร. ลักขณา จรรยา
กรรมการที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์วารินทร์ สายโอบเอื้อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร 5) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ได้จากการเปิดตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test F-test สถิติวิเคราะห์เปรียบเทียบเป็นรายคู่ (LSD) และค่าสัมประสิทธ์สหสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.8 มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี ร้อยละ 41.5 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 47.4 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 35.3

มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 34.0

2. ข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัดส่วนใหญ่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อเดินทางกลับบ้าน ร้อยละ 34.8 มีความถี่ในการใช้บริการอยู่ที่ 1 ครั้งต่อ 6 เดือน ร้อยละ 26.5 เดินทางไปกับเพื่อน ร้อยละ 38.3 เลือกช่วงเวลาในการเดินทาง 21.01 – 24.00 น. ร้อยละ 29.0 วิธีในการซื้อตั๋วและจองตั๋วโดยสารที่สถานี นครชัยแอร์ ร้อยละ 67.3 การรับข่าวสาร การประชาสัมพันธ์และโฆษณาของบริษัทโดยทางสถานี นครชัยแอร์ ร้อยละ 60.3

3. ความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของผู้ใช้บริการรถประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัดให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากทุกประเด็นคือด้านการบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะกายภาพ และกระบวนการบริการ

4. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของรถประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากมี 2 ประเด็น คือ ด้านราคาและบุคลากร ยกเว้นด้านการบริการ การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

5. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอาชีพ มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

6. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อการบริการของรถประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร พบว่าโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สำหรับความสัมพันธ์ในแต่ละด้านการบริการ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 โดยที่ความสัมพันธ์ในด้านบุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการบริการ มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

181902

Thesis Title	The Study of the Relationship between the Composition of Service Business and the Satisfaction of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP Air-conditioned Bus Passengers.
The Researcher	Wiwat Phitoon-olarn
Level of Study	Master of Business Administration, General Management
Year	2005
Chairman of thesis Adviser	Lakkana Janya, Ph.D.
Thesis Adviser	Assist. Prof. Warin Saay-ob-oua

The objectives of this study were 1) to investigate the data of service usage of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus Passengers, 2) to find the important level of the service business composition of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus, 3) to study the satisfaction of using VIP air-conditioned Passengers of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok, 4) to compare the satisfaction with the individual factor of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus Passengers and 5) to investigate the relationship between the service business composition and the satisfaction of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus Passengers. The samples in this study were 400 passengers of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus collected by using Yamane' sample size table. The questionnaire was used as a research tool. The data were analyzed and processed by using ready – made statistical package. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, pair sample analysis (LSD) and correlation coefficient.

The results of this study found that

1. The individual factors of mostly VIP air-conditioned bus passengers were 50.8% men., 20-30 years of age were 41.5%, while 47.4% were married. were 35.3% graduates and 30.8% were the private company employees, whereas the 34.0% had the average monthly income lower than 10,000 Baht.

2. The data of service usage of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus service users revealed that most of them had the objective to travel back to their hometown at 34.8%. The frequency in using the service was once in six months at 26.5% whereas 38.3% of them accompanied friends. The time to travel i.e., 09.00 – 12.00 p.m. was selected by passengers at 29.0 % while channel of buying and reserving ticket at Nakornchai Air station were 67.3%, 60.3% of them received information, public relations and advertising provided by Nakornchai Air station.

3. The importance of service business composition of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus passengers was at high level in all aspects i.e., service, price, sell, marketing promotion, personnel, physical feature and service processing.

4. The passengers' satisfaction towards the service of Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus was at a high in two aspects i.e., price and personnel. However service, sell, marketing promotion, personnel, physical feature, and service processing were at moderate levels.

5. Having compared the satisfaction of the passengers of Nakornchai Air Co., Ltd Bangkok VIP air-conditioned bus, it was found that the satisfaction of the passengers with different personal factors i.e., sex, age, marital status, educational level, occupation and income was not significantly different whereas the satisfaction of the passengers with personal factors i.e., occupation was significantly different.

6. The service business composition and the satisfaction of service users Nakornchai Air Co., Ltd. Bangkok VIP air-conditioned bus were significantly correlated at 0.01 in overall. The relationship of each aspect i.e., service price, sell, marketing, promotion was found statistical significance of 0.001 level, whereas the relation of personnel, physical feature and service processing was found statistical significance of 0.01 level which associated with the hypothesis.