

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การคมนาคมขนส่งทางบกมีวิวัฒนาการมาตั้งแต่อดีตในบันทึกประวัติศาสตร์ทางโบราณคดีพบว่าการใช้รถที่มีล้อเมื่อ 5,000 ปี ก่อนคริสตกาลมาแล้วซึ่งเป็นรถที่ใช้ในการทำสงคราม “Chariots” โดยประวัติทางโบราณคดีมีการนำสัตว์ คนมาใช้ในการคมนาคม ขนส่ง ได้แก่ ประเทศอียิปต์ โรมัน กรีกซ์และจีน ซึ่งในเวลาต่อมาการใช้รถลาก รถม้าและเกวียนทำให้ม้าเป็นพาหนะในการขนส่งทางบกที่เร็วที่สุดในสมัยนั้น ต่อมาในปี ค.ศ. 1769 เจมส์ วัตต์ ได้ประดิษฐ์เครื่องจักรไอน้ำได้สำเร็จจนสามารถนำไปสร้างเป็นเรือกลไฟ และใน ค.ศ. 1814 ชาร์ล สตีเฟนสัน ได้ประดิษฐ์รถจักร จึงได้มีการพัฒนารถไฟในช่วงตอนปลาย ค.ศ. 1800 ทำให้มีความสะดวกมากกว่าการใช้รถม้า แต่การใช้รถม้ามีวงจำกัดอยู่ในระยะทางใกล้ จนกระทั่งในปี ค.ศ. 1827 ประเทศฝรั่งเศสและอังกฤษได้มีการนำรถที่สามารถบรรทุกผู้โดยสารครั้งละหลายๆ ตั้งแต่ 18 – 50 คน มาใช้เป็นครั้งแรกเรียกว่า “OMNIBUS” ที่แปลว่า “รถของทุกๆ คน” จนถึงปี ค.ศ. 1900 เมื่อโลกได้มีการพัฒนาเทคนิคและฝีมือจนถึงขั้นผลิตเครื่องยนต์ที่สามารถผลิตกำลังงานนำไปประยุกต์ใช้ในการคมนาคมขนส่งได้จนถึงปัจจุบัน (ประวัติการคมนาคมขนส่ง, 2546 : 94 – 107)

จากการพัฒนาดังกล่าวทำให้ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งทางบกถือเป็นการคมนาคมขนส่งที่สำคัญมาก เป็นช่องทางการขนส่งที่ใช้กันมากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกรวดเร็ว เสียค่าใช้จ่ายต่ำ สามารถไปถึงยังที่หมายได้ใกล้กับความต้องการที่สุด ประกอบกับเส้นทางเดินรถมีการปรับปรุงพัฒนาพร้อมยังเพิ่มเส้นทางเพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการสัญจร คือ ทางรถไฟ รถโดยสาร รถบรรทุก รถยนต์ส่วนบุคคลคิดเป็นอัตราส่วนการขนส่งสินค้าในประเทศ 90.05% ของการขนส่งสินค้าทั้งหมด อัตราส่วนของการเดินทางภายในประเทศมี 93.92% (สถิติการคมนาคมปี 2546 , 2547 : 34 – 39) ของการเดินทางทั้งหมด แต่สภาพเส้นทางคมนาคมในปัจจุบัน ที่มีความไม่พอเพียงกับจำนวนผู้เดินทาง ทำให้การเดินทางและการขนส่งด้วยยานพาหนะส่วนตัวนั้น เกิดความยุ่งยากวุ่นวายขึ้นมาก ทำให้ต้องเข้ามาใช้บริการของรถโดยสารมากขึ้น แต่สภาพโดยรวมของรถโดยสารประจำทางยังมีข้อบกพร่องที่รถโดยสารประจำทางต้องปรับปรุงหลายด้าน (กรมการขนส่งทางบก, 2545 : 5 – 7) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดรถโดยสารประจำทางปรับอากาศ

รวมทั้งนำข้อได้เปรียบมาประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ และคู่แข่งที่มีศักยภาพในการให้บริการ แตกต่างกับรถโดยสาร “เครื่องบินโดยสารภายในประเทศราคาต่ำ” ที่จะเข้ามาในตลาดอยู่ ณ ขณะนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงการเปรียบเทียบคุณสมบัติของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษกับเครื่องบินโดยสารราคาต่ำ ในเส้นทางกรุงเทพ – เชียงใหม่

ลำดับ	รายการ	รถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษ	เครื่องบินโดยสารราคาต่ำ	รถโดยสารบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด
1.	ราคาค่าโดยสาร	400 - 500 บาท	900 - 2000 บาท	462 บาท
2.	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	7 - 9 ชั่วโมง	30 นาที	8 ชั่วโมง
3.	จำนวนที่นั่งของผู้โดยสาร	32 - 48 ที่นั่ง	1250 ที่นั่ง	42 ที่นั่ง
4.	จำนวนเที่ยวรถ,เครื่องบินที่ออก/วัน	200 เที่ยวบิน	30 เที่ยวบิน	12 เที่ยวบิน
5.	จำนวนการเกิดอุบัติเหตุต่อปี 47	332 ครั้ง	-	22 ครั้ง

ที่มา : กรมการขนส่งทางบก, 2545

สถิติขาดการคมนาคม ปี 2545 - 2547

ข้อมูลของสายการบิน ไทยแอร์เอเชียเน็กซ์และ โอเรียนท์ไทยแอร์ไลน์

ข้อมูลของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

จากตารางที่ 1.1 สามารถบอกได้ว่าการเดินทางแต่ละประเภทมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบอย่างไร โดยที่ผู้โดยสารเป็นผู้ตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการตามความต้องการ และความพึงพอใจที่ไม่สามารถวัดได้จากสถิติหรือข้อมูลที่มีอยู่ เช่น ความพึงพอใจในการบริการของพนักงาน ความพึงพอใจราคาและความพึงพอใจเกี่ยวกับการเดินทาง เป็นต้น

ปัญหาในการเดินทางของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ของประเทศไทยที่ได้กล่าวมาข้างต้น ประกอบด้วย ปัญหาทางเศรษฐกิจ ที่ราคาสินค้าต่างๆ สูงขึ้นรวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางก็เพิ่มสูงขึ้นทำให้ผู้ใช้บริการต้องมีการใช้จ่ายด้วยความประหยัดและคุ้มค่ามากที่สุด ด้วยการศึกษารูปแบบการให้บริการของรถโดยสารประจำทาง พร้อมทั้งคาดหวังที่จะให้บริการที่ดีตรงตามความต้องการและความพึงพอใจในทุกบริการที่ได้รับ จึงเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาให้บริการแก่ลูกค้าเพิ่มสูงขึ้นเพราะ ผู้ใช้บริการสามารถที่จะย้ายไปใช้บริการของรถ

โดยสารประจำทางอื่น หรือการเดินทางอื่น เป็นสาเหตุหลักที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงธุรกิจบริการและกลยุทธ์ของการตลาด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
4. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลการใช้บริการของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบระดับความสำคัญของส่วนประสมธุรกิจบริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
3. ทำให้ทราบความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร
4. ทำให้ทราบผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

5. ทำให้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมธุรกิจบริการกับความพึงพอใจในการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร

6. เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ รถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารที่มาใช้บริการของรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด เขตกรุงเทพมหานคร การกำหนดกลุ่มตัวอย่างใช้ตาราง ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และใช้การวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่

ส่วนประสมธุรกิจของการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

ความพึงพอใจของการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การบริการ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

3. เวลาที่ศึกษา ระยะเวลาที่ทำการวิจัยตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2547 – มีนาคม 2549

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ส่วนประสมการธุรกิจบริการ หมายถึง การเสนอขายบริการในรูปแบบต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจในการมาใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ประกอบด้วย การบริการ ราคา จัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพและกระบวนการให้บริการ

1.1 การบริการ หมายถึง การให้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ที่สอดคล้องกับความต้องการและทำให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ระยะเวลาเดินทาง จำนวนรถ ความปลอดภัย บริการพิเศษ ความสะอาด อาหาร เครื่องดื่ม เบาะนั่งปรับเอน

1.2 ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้โดยสารรถประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด จ่ายเพื่อมาใช้บริการ จำกัด ประกอบด้วย ราคาเทียบกับระยะทาง ราคาเทียบกับบริการ

1.3 การจัดจำหน่าย หมายถึง การจำหน่ายตั๋วรถโดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ตามสถานที่ต่างๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้โดยสารได้อย่างแท้จริงและผู้โดยสารเกิดความสะดวกสบายในการซื้อตั๋ว ประกอบด้วย การซื้อตั๋วที่สถานี การซื้อตั่วนอกสถานี การซื้อตั๋วทางโทรศัพท์ การซื้อตั๋วทางอินเทอร์เน็ต

1.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การจัดทำโปรโมชั่นที่ทางบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ได้กำหนดหรือมอบให้ผู้ให้บริการ เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสาร กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ประกอบด้วย การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ของแจกบนรถโดยสาร การรับสมัครสมาชิก การสะสมแต้ม

1.5 บุคลากร หมายถึง คุณลักษณะของเจ้าหน้าที่หรือพนักงานที่ให้บริการกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ประกอบด้วย พนักงานจำหน่ายตั๋ว พนักงานต้อนรับ พนักงานขับรถ พนักงานต้อนรับบนรถ

1.6 ลักษณะทางกายภาพ หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ทางบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด จัดเตรียมไว้เพื่อให้บริการสำหรับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ประกอบด้วย ความสะอาดของสถานที่ ความสะอาดสุขา จำนวนที่จอดรถ

1.7 กระบวนการบริการ หมายถึง ระบบการทำงานที่เปิดให้บริการโดยสารรถประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด ประกอบด้วย ขั้นตอนการซื้อตั๋ว ตารางเวลาเดินรถ ที่รับฝากสัมภาระ

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ หมายถึง ความรู้สึกที่เป็นสุขอึดอึดใจเพราะได้รับบริการตามที่คาดหวังไว้ของผู้ใช้บริการหลังจากการใช้บริการรถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

3. ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะเฉพาะที่จะบ่งบอกถึงลักษณะของบุคคลแต่ละบุคคลได้ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพและรายได้

4. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการรถโดยสารปรับอากาศพิเศษของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด

5. บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด หมายถึง บริษัทที่เปิดให้บริการกับประชาชนในด้านการให้บริการโดยสารรถประจำทางปรับอากาศพิเศษ

6. รถโดยสารประจำทางปรับอากาศพิเศษ หมายถึง รถที่ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารของบริษัท นครชัยแอร์ จำกัด มีที่นั่ง 32 ที่นั่งมีการให้บริการอาหารบนรถโดยสารระหว่างการเดินทาง สภาพรถโดยสารมีเอกลักษณ์พิเศษ ซึ่งได้รับอนุมัติสัมปทานเส้นทางเดินรถจากองค์การขนส่งมวลชน



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร