

54602753: สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด/ปัจจัยทางสังคม/พฤติกรรม/ผู้ขับรถแท็กซี่

ศุภณีย์ สิริศศิธร: ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่ของผู้ขับรถโดยสารสาธารณะ (แท็กซี่) ในพื้นที่เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: อ. ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ. 123 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่ของผู้ขับรถโดยสารสาธารณะ (แท็กซี่) ในพื้นที่เขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เช่ารถแท็กซี่ในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 31-40 ปี สถานภาพสมรส มีภูมิลำเนาอยู่ที่กรุงเทพมหานคร/ปริมณฑล มีรายได้ต่อเดือน 9,001-11,000 บาท และมีภาระเลี้ยงดูคนในครอบครัว 1-2 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีระดับปัจจัยด้านสังคมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและมีระดับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ขับรถโดยสารสาธารณะ (แท็กซี่) ในพื้นที่เขตบางขุนเทียนที่มี อายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยด้านสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่ ด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านการตัดสินใจเช่า ด้านความรู้สึกหลังการเช่า และในภาพรวม

ข้อเสนอแนะ จากการวิจัยพบว่า ผู้ขับรถโดยสารสาธารณะ (แท็กซี่) ในเขตบางขุนเทียน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเช่าเหมาะสมกับสภาพรถแท็กซี่มากที่สุด และปัจจัยด้านสังคม ให้ความสำคัญในด้านเพื่อนใช้บริการอู่ให้เช่ารถแท็กซี่แล้ว พบว่าดี แนะนำให้ฟัง จึงใช้ตามเพื่อน มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการให้บริการอู่เช่ารถแท็กซี่จึงควรหมั่นศึกษา และสำรวจอัตราราคาเช่ารถของอู่ในพื้นที่และนอกพื้นที่ นำมาปรับประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและการกำหนดอัตราราคาเช่ารถให้เหมาะสม รวมทั้งควรสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้เช่ารถแท็กซี่ เป็นการกระตุ้นให้เกิดการชักจูง และแนะนำเพื่อน รวมทั้งการจัดการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างความได้เปรียบ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจต่อไป

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา .....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

54602753: MAJOR: ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS: MARKETING MIX FACTOR/SOCIAL FACTOR/BEHAVIOR/TAXI DRIVER

SUPOCHANEE SIRISASITHORN: FACTOR THAT AFFECT BEHAVIOR DECISION  
IN CHOOSING TAXI GARAGES SERVICES OF PUBLIC TAXI DRIVERS IN THE AREA OF  
BANG KHUN THIAN DISTRICT, BANGKOK. THESIS ADVISOR: TANINRAT RATTANAPONGPINYO,  
Ph.D. 123 pp.

The purposes of this research were to study the factors that affect behavior decision in choosing taxi garage service of public taxi drivers in the area of Bang Khun Thian District, Bangkok. The sample groups of the research were 385 taxi renters in Bang Khun Thian District, Bangkok. The research was conducted by using a questionnaire as an instrument for gathering information.

The results of the research showed that most of the sample group is males, age between 31-40 years old, married and they live in Bangkok and surrounding provinces. Their monthly income is between 9,000 – 11,000 baht. They have to take care of 1 person or 2 persons for each family. Most of the sample group has the level of marketing mix factors, which overall is in the very good level. Also, the sample group has the level of social factors, which is in the moderate level. And their behavior decision level of choosing taxi garage services is overall in the very good level. The hypothesis test shows that the public taxi drivers in Bang Khun Thian District, who have different age, status, and monthly salary, have different decision behavior in choosing taxi garage services as 0.05 of the statistical significance. The marketing mix and social factors also affect the decision behavior in choosing taxi garage services in terms of problem recognition, information seeking, alternative evaluation, rental decision, after rental feelings, and overall image.

The research suggestion showed that the public taxi drivers in Bang Khun Thian District, Bangkok, focus on the pricing factor of marketing mix, taxi rental must be related to taxi's condition. For social factor, their friend will be influencer because they focus on other's experience and follow their recommendation. Therefore, the owners of the taxi garage services should study and survey pricing rates of renting garage taxis in their districts and outside their districts in order to make practical use of the administration and price fixing for taxi conditions. As well, the owner must try to satisfy the drivers need and develop good relationship with the taxi drivers. This will help to motivate drivers persuading their friends to choose the taxi garage services. Moreover, setting up promotional in order to create advantage which will lead to business success.

---

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2013

Thesis Advisor's signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต และ อาจารย์ ดร. พรธิดา วิเศษศิลปานนท์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อคิดเห็น พร้อมทั้งช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องในทุกขั้นตอนอย่างละเอียด อันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยและสรุปผล ทำให้งานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านและผู้ใช้บริการเช่ารถแท็กซี่เสี่ยปริดา ถนนวงแหวนพระราม 2 สำหรับความกรุณาเอื้อเฟื้อในการเก็บรวบรวมข้อมูล และให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิจัย ขอขอบคุณพี่ตอย กร พีบี ที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจตลอดการศึกษาวิจัย จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ พ่อ แม่ ผู้ซึ่งให้ความรัก ความอบอุ่น การอบรมเลี้ยงดูที่ดีและคอยเป็นกำลังใจสำคัญทำให้ผู้วิจัยสามารถฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ จนประสบความสำเร็จได้เช่นทุกวันนี้ และขอขอบคุณ พี่ชาย น้องชาย และข้าวปั้น ที่คอยสนับสนุน ช่วยเหลือเป็นกำลังใจมาโดยตลอด ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์ในการเป็นข้อมูลและเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการผู้ใช้บริการเช่ารถแท็กซี่ ในการปรับปรุง พัฒนาการให้บริการระบบขนส่งมวลชนต่อไป และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้