ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการลิสซิ่งรถจักรยานยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภองาว จังหวัดลำปาง

ผู้เขียน นายธนัช ขันติธรางกูร

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ รองศาสตราจารย์อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการลิสซิ่งรถจักรยานยนต์ของผู้ใช้บริการในเขตอำเภองาว จังหวัดลำปาง ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภองาว จังหวัดลำปาง และมีการโอนกรรมสิทธิ์รถจักรยานยนต์ในเขตอำเภองาว จังหวัดลำปาง โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 36-45 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. อาชีพรับจ้างมีรายได้ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท/เดือน อายุรถจักรยานยนต์ที่ใช้ในการค้ำประกัน 3-5 ปี วงเงินที่ต้องการกู้ต่อหนึ่งครั้ง 7,501-10,000 บาท ระยะเวลาในการกู้ต่อครั้ง 1 ปี บริษัทลิสซิ่งที่นึกถึงหรือต้องการใช้บริการเป็นอันดับแรกคือ บริษัท นิ่มซี่เส็งลิสซิ่ง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับที่มีผลในระดับมาก ทุกปัจจัยเรียงลำดับคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน บุคลากรที่ให้บริการ ด้าน การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สำหรับปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 10 ลำดับแรกคือ ค่าบริการเสริม เช่น ต่อ พ.ร.บ. ภาษีรถ เป็นต้น สามารถติดต่อทางโทรศัพท์ได้สะดวก เวลาเปิด-ปิด ให้บริการมีความสะดวกในการติดต่อ ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุม ชนไปมาสะดวก มีระยะเวลาในการผ่อนชำระให้เลือกหลากหลาย ความมีชื่อเสียงของบริษัทผู้ให้บริการ มีความสะดวกและเพียงพอของสถานที่จอดรถ อนุมัติวงเงินกู้ตามความต้องการของผู้ใช้บริการ พื้นที่การให้บริการสินเชื่อ มีการคลอบคลุม กว้างขวางไปยังเขตอำเภอใกล้เคียง การแต่งกายของพนักงาน มีความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจในการเข้ามาใช้บริการ และพนักงานมีมารยาทและความสุภาพในการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Customer Decision Towards Motorcycle Leasing Service in Amphoe Ngao Lampang

Author Mr. Thanuch Kuntitrangkul

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Associate Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The objective of this independent study was to investigate marketing mix factors affecting customer decision towards motorcycle leasing service in Amphoe Ngao Lampang. The research population was specified to 385 people residing in Ngao District as the research samplings. Questionnaires are used as the tool to collect data; then, all derived data are analyzed by using the descriptive statistics consisting of frequency, percentage, and means.

The findings indicated that most respondents were married female in ages between 36-45 years old with undergraduate or vocational certificate level of education, working as the wage worker and earning income at less than or equal to 5,000 Baht/month. Motorcycle that they used as the pledge had already been used for 3-5 years. In each time of taking loan, they needed to have 7,501-10,000 baht with 1-year loaning duration. The first leasing company that they thought of or needed to loan money with was Nim See Seng Company.

The result of study on service marketing mix factors showed that the respondents ranked high importance to all factors as follows: place, product, promotion, people, physical evidence and presentation, process, and price, respectively.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Hereafter were shown the top ten sub-factors affecting respondents' decision the most: the availability of extra services such as the extension of automobile tax according to the automobile act, the convenience in contacting company through telephone during the suitable office hours, the convenient location in community area, the variety of installment's periods to be selected, the fame of company, the convenient and sufficient parking lots, the approval of loaning amount as needed, the wide service coverage to nearby districts, the dress of staff leading to the sense of safe and trusty service, and the staff's manner and politeness in providing services.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved