

ชื่อโครงการ การตัดสินใจเลือกเช่ารถแท็กซี่ของผู้ขับขี่แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
แหล่งเงิน วิทยาลัยการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ประจำปีงบประมาณ 2556 จำนวนเงินที่ได้รับการสนับสนุน 100,000 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2555 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2556

หัวหน้าโครงการ รองศาสตราจารย์ กตัญญู หิรัญญูสมบุญ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ผู้ร่วมโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลา พงศ์ยี่หล้า

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) กระบวนการตัดสินใจเช่าของผู้ขับขี่แท็กซี่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (2) การตัดสินใจเลือกเช่าแท็กซี่ของผู้ขับขี่บนพื้นฐานปัจจัยส่วนประสมการตลาด ประชากรคือผู้ขับขี่แท็กซี่ประเภทเช่าขับในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ t-test, F-test และจำแนกความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD

ผลการศึกษาพบว่า (1) กระบวนการตัดสินใจเช่าแท็กซี่ด้านการตระหนักถึงความต้องการเช่ารถของผู้ขับขี่แท็กซี่เป็นเพราะขาดเงินทุนซื้อรถของตนเองมากที่สุด ด้านการค้นหาข้อมูลเช่ารถพบว่า ผู้ขับขี่แท็กซี่อาศัยบุคคล เช่น เพื่อน ญาติแนะนำ ด้านการประเมินทางเลือกในการเช่าแท็กซี่จำแนกตามส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมพบว่า ผู้ขับขี่แท็กซี่ประเมินทางเลือกในการเช่าด้านผลิตภัณฑ์ที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ เมื่อจำแนกรายละเอียดของส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์คือ รถที่เช่าต้องสะอาด และถูกสุขลักษณะ รองลงมาคือ รถที่เช่าต้องมีสภาพใหม่ ผู้ขับขี่แท็กซี่ส่วนใหญ่ตัดสินใจเช่าภายใน 3 วัน หลังจากที่มาติดต่อกับผู้ตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด เช่ารถจากอยู่เดียวตลอด และพอใจในภาพรวมของการใช้บริการในปัจจุบันของรถเช่า ผู้ขับขี่แท็กซี่ส่วนใหญ่มีปัญหาในการเช่ารถแท็กซี่เรื่องค่าเช่าแพงมากที่สุด รองลงมาคือได้รายได้น้อย/หาเงินยาก ผู้โดยสารมีน้อย รถคิดทำให้ทำเวลาไม่ค่อยได้ รถแท็กซี่มีมากทำให้แย่งผู้โดยสารกัน ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานการประเมินทางเลือกส่วนประสมการตลาดในการเช่าแท็กซี่ของผู้ขับขี่แท็กซี่ที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันในภาพรวม เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกัน

คำสำคัญ รถแท็กซี่ การตัดสินใจเช่า ผู้ขับขี่ ส่วนประสมการตลาด

Research Title: The Decision Making of Taxi Drivers in Bangkok Metropolitan Area toward Leasing Taxi Cars.

Source of Fund: Administrative and Management College, KMITL

Academic Year: 2013 (Budget 100,000 Baht)

Period of Time: 1 year (October 1, 2012 - September 30, 2013)

Researcher: Associate Professor Katanyu Hiransomboon

Faculty: Administrative and Management College, KMITL.

Co-researcher: Assistant Professor Dr. Adilla Pongyeela

Faculty: Business Administration, Dhurakij Pundit University

ABSTRACT

This study had 3 objectives which aim to (1) study the decision making process of leasing taxi cars of taxi drivers in Bangkok Metropolitan area, (2) study the decision making of selection taxi car based on marketing mix strategy, (3) study the problem of leasing taxi cars in Bangkok Metropolitan area. The population was taxi drivers in Bangkok Metropolitan area, Thailand. The sample size was 400 of taxi drivers. The questionnaire was used as a research instrument. The data were analyzed by frequency, percentage, mean and S.D, and testing hypothesis by using t-test, F-test following by LSD.

The study was found that (1) the problem awareness of taxi drivers was lacking of fund to buy their own cars; they searched the information about renting the taxi cars from the recommendation of friends; they evaluated the car mostly based on the product. The car must be clean and quite new; they made decision to rent the car within 3 days. They continuously rented the taxi car from the same place in long term; after leasing most of them felt satisfied. (2) Most of taxi drivers made decision to select the taxi car by focusing on product, followed by place, price, and promotion respectively. (3) The problem of renting taxi car was the high price of the rent. The income was lower because of the high competition, traffic, and the passengers had more choices. The results of hypothesis testing found that the taxi drivers who had different characteristic had no significant different opinion about the marketing mix of taxi cars for rent in general, but different in detail.

Keywords: Taxi car, Taxi Drivers, Decision to rent, Marketing Mix.