

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

- ชื่อเรื่อง : การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องไม่เลือกเช่ารถอยู่สถานีป่าข่อย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
- ผู้จัดทำ : นางสาววีรพร สุพจน์ธรรมจารี
- อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
- หลักสูตร : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
- วันที่อนุมัติผลงาน : พฤษภาคม 2546
- จำนวนหน้า : 48 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องไม่เลือกเช่ารถอยู่สถานีป่าข่อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การเช่ารถสามล้อเครื่องของผู้ขับขี่ และเพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องไม่เลือกเช่ารถที่สถานีป่าข่อย โดยตั้งสมมติฐานไว้ว่าพฤติกรรม การเช่ารถสามล้อเครื่องของผู้ขับขี่ไม่มีความแตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามผู้ขับขี่ที่เคยและไม่เคยเช่ารถอยู่สถานีป่าข่อย

ประชากรในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องเฉพาะกลุ่มที่ไม่เลือกเช่ารถอยู่สถานีป่าข่อยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 184 ราย จำแนกเป็น 2 กลุ่มแบ่งตามผู้ขับขี่ที่เคยและไม่เคยเช่ารถอยู่สถานีป่าข่อย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41 – 50 ปี สถานภาพสมรสแล้ว วุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า รายได้เฉลี่ยต่อวัน 200 – 400 บาทเช่ารถจากอยู่ช่วงสิงห์ รู้จักอยู่รถที่เช่าขับจากกลุ่มผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องด้วยกัน ค่าเช่ารถสามล้อเครื่องเฉลี่ยต่อวัน 140 – 159 บาท ระยะเวลาที่เช่ารถนาน 2 ปีขึ้นไป ผู้โดยสารส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว เหตุผลที่เลือกประกอบอาชีพขับรถสามล้อเครื่องรับจ้างเพราะเป็นอาชีพอิสระ รูปแบบรถสามล้อเครื่องที่พึงพอใจมากที่สุดคือรูปแบบทันสมัย สีสันเงิน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย Pearson's Chi-Square ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า พฤติกรรมการเช่ารถสามล้อเครื่อง ไม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามผู้ขับขี่ที่เคยและไม่เคยเช่ารถอยู่สันป่าข่อย

การศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่เป็นสาเหตุทำให้ผู้ขับขี่รถสามล้อเครื่องไม่เลือกเช่ารถอยู่สันป่าข่อยพบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาดสัมพันธ์ ปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ การส่งเสริมการตลาด ราคา และผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญในระดับน้อยได้แก่ การตลาดภายใน และช่องทางการจัดจำหน่าย

PAYAP UNIVERSITY