

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้บริโภค และปัญหาในการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม โดยสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่เคยใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ แบ่งการสรุปผลการศึกษาดังนี้เป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 250 ตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 53.20 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 42.80 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 70.40 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 34.40 มีความถี่ในการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ มากกว่า 6 เดือนต่อ 1 ครั้ง ร้อยละ 64.00 โดยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากเพื่อน /ญาติ /ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 68.00

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีอิทธิพลในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในระดับมากเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขับรถมีการขับที่รถอย่างปลอดภัย รองลงมาคือ สภาพของรถมีความแข็งแรง ปลอดภัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในรถยนต์ เช่น แอร์ วิทยุ-เทป ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ราคาของมิเตอร์มีมาตรฐานคิดราคาตามระยะทางจริง ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ การเรียกใช้บริการนอกสถานที่ ทางบริษัทรถแท็กซี่มิเตอร์คิดค่าบริการตามที่ได้ประกาศไว้จริง และราคามีความชัดเจนและเป็นธรรม เช่น การคิดค่าบริการเพิ่มในช่วงเวลาพิเศษ เช่น เวลาตี 1 - ตี 2 ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ มีศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ผู้โดยสารสามารถเรียกใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ผู้โดยสารมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับรถแท็กซี่มิเตอร์ได้สะดวก โดยมีเบอร์โทรศัพท์ติดอยู่ข้างตัวรถปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน และมีช่องทางในการติดต่อประสานงานที่สะดวก และรวดเร็ว เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ศูนย์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ข้างตัวรถมีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือ และมีการประชาสัมพันธ์โดยผู้ที่เคยใช้บริการได้มีการพูดคุยบอกรายละเอียดต่าง ๆ กับบุคคลอื่นต่อไป ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ พนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับที่รถ รองลงมาคือ พนักงานขับรถมีบุคลิกภาพที่น่าไว้วางใจ และพนักงานขับรถมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อผู้ให้บริการ ซึ่งทั้งหมดมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ การเรียกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากศูนย์ออนไลน์ และการให้บริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา รองลงมาคือ มีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริการของแท็กซี่มิเตอร์ หรือการแก้ปัญหาให้ผู้โดยสาร และรถ

แท็กซีมีเตอร์มีศูนย์ออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถติดต่อได้ทางศูนย์กลางการให้บริการ (Call Center) ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมาก

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ รถแท็กซีมีเตอร์มีป้ายสัญลักษณ์คำว่า “แท็กซีมีเตอร์” อย่างชัดเจน รองลงมาคือ ภายในรถแท็กซีมีเตอร์มีความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เช่น แอร์ โทรทัศน์ให้ชม เพลง ให้ฟังในรถ และภายในรถแท็กซีมีเตอร์มีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของคนขับรถและมีเลขป้ายทะเบียนรถติดไว้อย่างชัดเจน ซึ่งมีอิทธิพลในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการให้ความเป็นส่วนตัวในการเดินทางแก่ผู้โดยสาร มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านจำนวนรถแท็กซีมีเตอร์มีเพียงพอในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาของมิเตอร์มีมาตรฐานคิดราคาตามระยะทางจริง มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายทุกปัจจัย มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซีมีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก

ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านช่างตัวรถมีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการประชาสัมพันธ์โดยแจกแผ่นพับหรือโบรชัวร์ให้แก่ลูกค้า มีอิทธิพลต่อทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่ พนักงานขับรถมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อ ผู้ใช้บริการ และพนักงานขับรถมีบุคลิกภาพที่น่าไว้วางใจได้มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านรถแท็กซี่มิเตอร์มีบริการรับ – ส่ง ผู้โดยสารได้ทุกจุดในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และรถแท็กซี่มิเตอร์มีศูนย์ออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถติดต่อได้ทางศูนย์กลางการให้บริการ (Call Center) มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยของลักษณะภายนอกของรถแท็กซี่มิเตอร์มีสีของรถบ่งบอกอย่างชัดเจน ภายในรถแท็กซี่มิเตอร์มีความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เช่น แอร์ โทรศัพท์ให้ชมเพลงให้ฟังในรถ มีการแบ่งแยกสิทธิต่อแท็กซี่มิเตอร์ออกจากรถยนต์ส่วนบุคคลทั่วไป มีอิทธิพลต่อเพศชายในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงในระดับมาก

3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน

นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านสภาพของรถมีความ แข็งแกร่ง ปลอดภัย มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านจำนวนรถแท็กซี่ มิเตอร์มีเพียงพอในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ / พนักงาน รัฐวิสาหกิจ นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับปานกลาง และ ปัจจัยย่อยด้านการให้ความเป็นส่วนตัวในการเดินทางแก่ผู้โดยสาร มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัท เอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาเกือบทั้งหมด มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาของมิเตอร์มีมาตรฐาน คิดราคาตามระยะทางจริง มีอิทธิพลต่อทุกอาชีพในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการมีศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ผู้โดยสารสามารถเรียกใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในระดับมากที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านข้างตัวรถมีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ / คำแนะนำที่ดีของเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์รถแท็กซี่มิเตอร์ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ / คำแนะนำที่ดีของพนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์

มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านรถแท็กซี่มิเตอร์มีศูนย์ออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถติดต่อได้ทางศูนย์กลางบริการ (Call Center) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริการของแท็กซี่มิเตอร์ หรือการแก้ปัญหาให้ผู้โดยสาร มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกอาชีพในระดับมากที่สุด ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านลักษณะภายนอกของรถแท็กซี่มิเตอร์มีสีของรถบ่งบอกอย่างชัดเจน มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้านในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านภายในรถแท็กซี่มิเตอร์มีความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เช่น แอร์ โทรทัศน์ให้ชม เพลงให้ฟังในรถ มีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของคนขับรถและมีเลขป้ายทะเบียนรถติดไว้อย่างชัดเจน มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับ

มากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านมีการแบ่งแยกสีรถแท็กซี่มิเตอร์ออกจากรถยนต์ส่วนบุคคลทั่วไป มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน นักธุรกิจ / เจ้าของกิจการ แม่บ้าน / พ่อบ้าน ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ในระดับมาก

3.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด

เชียงใหม่ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านบริษัทของรถแท็กซี่มิเตอร์มีชื่อเสียงที่ดี มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านจำนวนรถแท็กซี่มิเตอร์มีเพียงพอในการให้บริการ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านการให้ความเป็นส่วนตัวในการเดินทางแก่ผู้โดยสาร มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคาเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านราคาของมิเตอร์มีมาตรฐานคิดราคาตามระยะทางจริง มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ผู้โดยสารสามารถเรียกใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง มีอิทธิพล

ต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านมีช่องทางในการติดต่อประสานงานที่สะดวก และรวดเร็ว เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ที่ศูนย์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านข้างตัวรถมิเตอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ / คำแนะนำที่ดีของ เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์รถแท็กซี่มิเตอร์ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านการให้บริการ / คำแนะนำที่ดีของพนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาท ขึ้นไป ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านบุคลากรเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมากที่สุด แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านรถแท็กซี่มิเตอร์มีบริการรับ-ส่ง ผู้โดยสารได้ทุกจุดในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านรถแท็กซี่มีเตอร์มีศูนย์ออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถติดต่อได้ทางศูนย์กลางบริการ (Call Center) มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 – 20,000 บาท ในระดับมาก แต่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มีเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ยกเว้นผู้มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านลักษณะทางกายภาพเกือบทั้งหมดมีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ในระดับมากที่สุด ยกเว้น ปัจจัยย่อยด้านลักษณะภายนอกของรถแท็กซี่มีเตอร์มีสีของรถบ่งบอกอย่างชัดเจน มีอิทธิพลต่อ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านภายในรถแท็กซี่มีเตอร์มีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของคนขับรถ และมีเลขป้ายทะเบียนรถติดไว้อย่างชัดเจน มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก และปัจจัยย่อยด้านการแบ่งแยกสิทธิต่อรถแท็กซี่มีเตอร์ออกจากรถยนต์ส่วนบุคคลทั่วไป มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,000 บาทขึ้นไป ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ปัญหาในการใช้บริการรถแท็กซี่มีเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาในการใช้บริการรถแท็กซี่มีเตอร์มีค่าเฉลี่ยรวมของปัญหาอยู่ในระดับน้อย และส่วนใหญ่พบปัญหาย่อยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ยกเว้นด้านไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ พบปัญหาในระดับมาก และพบปัญหาในระดับปานกลาง ในด้านผู้โดยสารไม่สามารถเรียกใช้บริการได้ ตลอด 24 ชั่วโมง และไม่ได้รับความสะดวกจากช่องทางในการติดต่อกับศูนย์ออนไลน์รถแท็กซี่มีเตอร์

อภิปรายผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 250 ตัวอย่าง พบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 53.20 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 42.80 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 70.40 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 34.40 มีความถี่

ในการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ มากกว่า 6 เดือนต่อ 1 ครั้ง ร้อยละ 64.00 โดยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการรถแท็กซี่มอเตอร์จากเพื่อน / ญาติ / ผู้ร่วมงาน ร้อยละ 68.00 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนันท์ชญาน์ สาทร (2542) ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 52.30 มีอายุระหว่าง 26-34 ปี ร้อยละ 34.30 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 35.70 มีความถี่ในการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ คือ จะใช้บริการเดือนละประมาณ 1-4 ครั้ง หรือนาน ๆ ครั้ง ร้อยละ 44.00 แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องเดียวกันที่พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพค้าขาย หรืออาชีพอิสระ ร้อยละ 28.70 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ร้อยละ 43.00

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลโดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการและด้านลักษณะทางกายภาพ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้ดังนี้

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถมีการขับจืดอย่างปลอดภัย สภาพของรถมีความแข็งแรง ปลอดภัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในรถยนต์ เช่น แอร์ วิทยุ-เทป ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจขนส่งรถยนต์โดยสารบรรทุก ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพรถยนต์เมื่อถึงปลายทางจะต้องสมบูรณ์ไม่เสียหาย

ปัจจัยด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของมอเตอร์มีมาตรฐานคิดราคาตามระยะทางจริง การเรียกใช้บริการนอกสถานที่ ทางบริษัทรถแท็กซี่มอเตอร์คิดค่าบริการตามที่ได้ประกาศไว้จริง และราคามีความชัดเจนและเป็นธรรม เช่น การคิดค่าบริการเพิ่มในช่วงเวลาพิเศษ เช่น เวลาตี 1 - ตี 2 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของนันท์ชญาน์ สาทร (2542) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้โดยสารที่มีต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มอเตอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ อัตราค่าโดยสารที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เป็นอัตราที่เหมาะสมแล้ว

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ผู้โดยสารสามารถเรียกใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ผู้โดยสารมีช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับรถแท็กซี่มิเตอร์ได้สะดวก โดยมีเบอร์โทรศัพท์ที่ติดอยู่ข้างตัวรถปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน และมีช่องทางในการติดต่อประสานงานที่สะดวกและรวดเร็ว เช่น ติดต่อทางโทรศัพท์ ที่ศูนย์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีช่องทางในการติดต่อหลายช่องทาง เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้างตัวรถมีเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือ และมีการประชาสัมพันธ์โดยผู้ที่เคยใช้บริการได้มีการพูดคุยบอกรายละเอียดต่างๆ กับบุคคลอื่นต่อไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปิยะบุตร ปราชญ์ศิลป์ (2549) ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้โดยสารและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ ณ ท่าอากาศยานกรุงเทพ ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้ข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้โดยสารในการเดินทาง

ปัจจัยด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่ พนักงานขับรถมีบุคลิกภาพที่น่าไว้วางใจ และพนักงานขับรถมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อผู้ให้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของทิพย์วรรณ อัจฉรงค์ (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถขนส่งมีความชำนาญในการขับรถ พนักงานให้บริการมีอัธยาศัยดี มนุษย์สัมพันธ์ดี แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปิยะบุตร ปราชญ์ศิลป์ (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการของพนักงานขับรถ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเรียกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากศูนย์ออนไลน์ และการให้บริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา มีการรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับบริการของแท็กซี่มิเตอร์ หรือการแก้ปัญหาให้ผู้โดยสาร และรถแท็กซี่มิเตอร์มีศูนย์ออนไลน์ที่อำนวยความสะดวกในการรับแจ้งปัญหาของผู้ใช้บริการ เช่น สามารถติดต่อได้ทางศูนย์กลางการให้บริการ (Call Center) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการศึกษาของทิพย์วรรณ

อาจณรงค์ (2547) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การให้บริการสะดวก รวดเร็ว และติดตามงาน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปิยะบุตร ปราชญ์ศิลป์ (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดลำดับแรก คือ การทำรายการที่กระชับ รวดเร็ว และมีความถูกต้อง

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รถแท็กซี่มิเตอร์มีป้ายสัญลักษณ์คำว่า “แท็กซี่มิเตอร์” อย่างชัดเจน ภายในรถแท็กซี่มิเตอร์มีความสะอาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสาร เช่น แอร์ โทรทัศน์ให้ชม เพลงให้ฟังในรถ และภายในรถแท็กซี่มิเตอร์มีรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของคนขับรถ และมีเลขป้ายทะเบียนรถติดไว้อย่างชัดเจน ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของปิยะบุตร ปราชญ์ศิลป์ (2549) ที่พบว่าปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สภาพของเครื่องยนต์ ความใหม่และความสะอาดทั้งภายในและภายนอกตัวรถแท็กซี่มิเตอร์

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โมเดลนี้เรียกว่า “S-R Theory” โดยมีจุดเริ่มต้นจาก

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus)

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นที่สามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นเป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other stimuli) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งควบคุมไม่ได้

จากการศึกษาพบว่า สิ่งกระตุ้นมีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถมีการขับขี้อย่างปลอดภัย

ด้านราคา มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาของมิเตอร์มีมาตรฐานคิดราคาตามระยะทางจริง

ด้านการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ผู้โดยสารสามารถเรียกใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้างตัวรถมิเตอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้

ด้านบุคลากร มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่

ด้านกระบวนการให้บริการ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การเรียกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากศูนย์ออนไลน์ และการให้บริการที่รวดเร็วตรงต่อเวลา

ด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยย่อยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ รถแท็กซี่มิเตอร์มีป้ายสัญลักษณ์คำว่า “แท็กซี่มิเตอร์” อย่างชัดเจน

2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) อันได้แก่ ลักษณะของผู้ซื้อ มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ลักษณะของผู้ซื้อ ด้านประชากรศาสตร์ คือ เพศชาย มีอายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท มีความถี่ในการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ มากกว่า 6 เดือนต่อ 1 ครั้ง โดยรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากเพื่อน /ญาติ /ผู้ร่วมงาน

ขั้นตอนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วย การค้นหาข้อมูล คือ ผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากเพื่อน /ญาติ /ผู้ร่วมงาน และ

ได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด ซึ่งมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ ซึ่งจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ คือ การเลือกผลิตภัณฑ์ การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลาในการซื้อ และการเลือกปริมาณการซื้อ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกผลิตภัณฑ์โดยใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ เลือกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ คำว่า “แท็กซี่มิเตอร์” และเลือกผู้ขาย โดยใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ของสหกรณ์นครลานนาเดินรถ จำกัด และบริษัท แท็กซี่ล้านนา จำกัด

ข้อค้นพบ

- ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์มากกว่า 6 เดือนต่อ 1 ครั้ง มีถึงร้อยละ 64.00

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะตามผลที่ได้จากการศึกษาดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านพนักงานขับรถควรมีการขับอย่างปลอดภัย โดยมีกระบวนการคัดเลือกสรรหาพนักงานขับรถ เริ่มตั้งแต่การรับสมัครงาน โดยการดูประวัติและรายละเอียดในใบสมัครงานและสัมภาษณ์งาน เช่น การมีประสบการณ์ในการขับรับจ้าง การมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง มีสายตาที่ดี ตาไม่บอดสี โดยดูจากข้อมูลประวัติการตรวจเช็คร่างกายจากใบรับรองแพทย์ มีใบอนุญาตขับจักรยานยนต์ มีประสบการณ์ในการขับรถยนต์มาแล้ว ไม่ควรต่ำกว่า 2 ปี ได้รับการอบรมเกี่ยวกับการขับจักรยานยนต์ กฎระเบียบจราจร และการอบรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการขับจักรยานยนต์ เป็นต้น บริษัทควรตรวจเช็คสภาพของรถให้มีความแข็งแรงและปลอดภัย เช่น สภาพของล้อรถควรอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ ระบบเบรก ระบบไฟ ควรอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมใช้งานเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า ภายในรถยนต์ควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ และควรตรวจเช็คสภาพให้มีสภาพที่ใช้งานได้

ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านราคาของมิเตอร์ให้มีมาตรฐาน คิคราคาตามระยะทางจริง ในกรณีที่มีการเรียกใช้บริการนอกสถานที่ พนักงานของศูนย์ออนไลน์ ควรชี้แจงถึงรายละเอียดของค่าบริการในการเรียกใช้บริการนอกสถานที่กับลูกค้าให้ชัดเจน ก่อนที่จะส่งรถแท็กซี่มิเตอร์ไปรับลูกค้าตามสถานที่ต่าง ๆ

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการมีศูนย์ออนไลน์ ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ลูกค้าสามารถเรียกใช้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีช่องทางในการ ติดต่อสื่อสารกับรถแท็กซี่มิเตอร์หลาย ๆ ช่องทาง เช่น การติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ประจำ ศูนย์ออนไลน์ ซึ่งเบอร์โทรศัพท์นี้ได้ติดอยู่ข้างตัวรถแท็กซี่มิเตอร์ หรือทางโทรศัพท์มือถือที่อยู่ใน โปรซัวร์หรือนามบัตรของบริษัท หรือทางศูนย์ออนไลน์ควรจัดให้มีระบบเรียกผ่านทาง อินเทอร์เน็ต และการสื่อสารส่งผ่านทางอีเมลไปยังศูนย์ออนไลน์ของรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งจะ ช่วยอำนวยความสะดวก และเพิ่มช่องทางในการติดต่อประสานงานเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการติดต่อ สื่อสาร เพราะข้างตัวรถมีเบอร์โทรศัพท์ที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้ บริษัทควรจัดให้มีพนักงานคอย รับโทรศัพท์ตลอดเวลา เพื่อให้ลูกค้าติดต่อประสานงานได้ตลอดเวลาเช่นกัน นอกจากการ โฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อการกระจายข้อมูลข่าวสารของบริษัทให้ทราบกันอย่าง ทั่วถึงแล้ว บริษัทควรฝึกอบรมให้เจ้าหน้าที่ประจำศูนย์รถแท็กซี่มิเตอร์ และพนักงานขับรถแท็กซี่ มิเตอร์ มีการให้บริการและคำแนะนำที่ดีแก่ลูกค้าด้วย เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและ ประทับใจในการบริการ ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีการประชาสัมพันธ์หรือพูดคุยบอกรายละเอียด ต่าง ๆ กับบุคคลอื่นให้เลือกใช้บริการของบริษัท และจากปัญหาในการใช้บริการที่ผู้ตอบ แบบสอบถามพบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จึงควรทำ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ให้มากขึ้น

ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการจัดอบรมให้พนักงานขับ รถแท็กซี่มิเตอร์มีความชำนาญในการขับขี่เพิ่มมากขึ้น โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการขับขี่ การมี ระเบียบวินัยในการขับขี่ กฎระเบียบจราจร มารยาทในการขับขี่บนท้องถนน วิธีการใช้อุปกรณ์ ต่าง ๆ ภายในรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานขับรถมีบุคลิกภาพที่น่าไว้วางใจ มีความ สุกภาพอ่อนน้อม ให้บริการที่ดี มีอัธยาศัยไมตรีที่ดีแก่ลูกค้า ในขณะที่ให้บริการแก่ลูกค้า และ ทางบริษัทควรให้พนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์แต่งกายด้วยชุดเครื่องแบบ (ยูนิฟอร์ม) ของบริษัท เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าเป็นพนักงานขับรถแท็กซี่ มิเตอร์ของบริษัทจริง ซึ่งจะทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ามากขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการเรียกใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์จากศูนย์ออนไลน์ ควรมีการให้บริการที่รวดเร็ว ควรจัดให้มีพนักงานประจำศูนย์คอยรับโทรศัพท์ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และควรจัดการประสานงานระหว่างศูนย์ออนไลน์กับรถแท็กซี่มิเตอร์ให้มีการสื่อสารที่สะดวก เช่น ลูกค้าเรียกใช้บริการผ่านทางศูนย์ออนไลน์ต้องการให้รถแท็กซี่มิเตอร์ไปรับที่บ้าน พนักงานประจำศูนย์ออนไลน์ควรสอบถามรายละเอียดของลูกค้า เช่น ที่อยู่ที่บ้าน เบอร์โทรศัพท์ที่บ้าน หรือเบอร์โทรศัพท์มือถือ ชื่อของบุคคลที่โทรเข้ามา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและชัดเจน เพื่อนำส่งข้อมูลที่ถูกต้องเหล่านี้ให้แก่พนักงานขับรถแท็กซี่มิเตอร์ไปรับลูกค้า ณ สถานที่ต่าง ๆ ต่อไป บริษัทควรจัดตั้งศูนย์ออนไลน์หรือศูนย์กลางการให้บริการ เรียกว่า “Call Center” เพื่อรับแจ้งปัญหาของลูกค้า หรือรับเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับงานบริการของรถแท็กซี่มิเตอร์ เพื่อจะได้แก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้าได้ในทันที

ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในด้านการติดป้ายคำว่า “แท็กซี่มิเตอร์” อย่างชัดเจน และในเวลากลางคืนควรเปิดไฟให้แสงสว่างที่ป้ายคำว่า “แท็กซี่มิเตอร์” เพื่อให้ลูกค้าและบุคคลทั่วไปสามารถมองเห็นในระยะไกลได้ ภายในรถแท็กซี่มิเตอร์ควรทำความสะอาดอยู่เสมอ เพื่อลดความสกปรก เช่น เศษขยะภายในรถ การกำจัดกลิ่นอับภายในรถ เช่น กลิ่นคับนุหรี ควรทำความสะอาดก่อนที่จะมีการรับผู้โดยสารขึ้นรถทุกครั้ง รวมทั้งการตรวจสอบอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น แอร์ โทรศัพท์ วิทยุ ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา และภายในรถแท็กซี่มิเตอร์ควรติดตั้งรายละเอียดเกี่ยวกับประวัติของคนขับรถและเลขป้ายทะเบียนรถติดไว้อย่างชัดเจน และลักษณะภายนอกของรถแท็กซี่มิเตอร์ เช่น สีของรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งใช้สีเหลือง-น้ำเงิน ควรมีสีของรถบ่งบอกอย่างชัดเจน และควรเป็นสีที่ได้มาตรฐานจากการกำหนดของสถานีขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้มีการแบ่งแยกสีรถแท็กซี่มิเตอร์ออกจากรถยนต์ส่วนบุคคลทั่วไป เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการรถแท็กซี่มิเตอร์ และทางบริษัทจะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าเมื่อต้องการใช้บริการครั้งต่อไป