

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของ
ลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวชนิษฐา บุตรเงิน

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.ประเสริฐ ไชยทิพย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
รศ.ดร.กาญจนา โชคถาวร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาลักษณะสถานภาพของ
บริษัทที่ให้บริการกำจัดแมลงในจังหวัดเชียงใหม่ (2) เพื่อศึกษาลักษณะสถานภาพทั่วไปของลูกค้า
บริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่และ (3) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือก
ใช้บริการของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้บริการกำจัดแมลงในจังหวัดเชียงใหม่ 400 คน การวิเคราะห์ (1) ทำการศึกษา
รวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis ในการวิเคราะห์สถานภาพของบริษัท
กำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ (2) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยและค่าร้อยละ
เพื่อแจกแจงข้อมูลตัวแปรการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยข้อมูล เพศ อายุ รายได้ สถานภาพ การศึกษา
ความถี่ที่เลือกใช้บริการ และประสบการณ์ในอดีตที่เคยใช้บริการกำจัดแมลงของบริษัทกำจัดแมลง
แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่และ (3) ทำการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด 7 องค์ประกอบคือ
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้าน
กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ โดยใช้แบบจำลองโลจิสติกในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่าลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือมีอาชีพพนักงานเอกชน สถานภาพสมรส ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงสุด 160,000 บาท ในส่วนของความถี่ลูกค้าเลือกใช้บริการกำจัดแมลงส่วนใหญ่คือ 12 ครั้ง/ปี

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าชื่อเสียงของบริษัท โปรโมชัน เพื่อนแนะนำ และความปลอดภัยของสารเคมี มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการกำจัดแมลงของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อทำการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีหลายช่องทางในการติดต่อ เช่น โทรศัพท์ อีเมล โทรสาร ซึ่งรวมอยู่ในด้านการจัดจำหน่าย ความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาของบริษัทในกรณีที่ได้รับแจ้งปัญหา เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การตรงต่อเวลาในการเข้าทำบริการของพนักงาน ปัจจัยด้านบุคลากร อุปกรณ์มีความพร้อมในการให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ และอุปกรณ์มีความพร้อมและเหมาะสมต่อการใช้งาน ปัจจัยทางด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมาก และเมื่อทำการวิเคราะห์โดยแบบจำลองโลจิต ยังพบว่าตัวแปรอายุ และ โปรโมชันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลงแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ เมื่ออายุและ โปรโมชันเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้โอกาสความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจเลือกใช้บริการกำจัดแมลงเพิ่มขึ้น 1.48 เปอร์เซ็นต์ และ 9.71 เปอร์เซ็นต์ ด้วยความเชื่อมั่น 99 เปอร์เซ็นต์ ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และชื่อเสียงของบริษัทมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของลูกค้าบริษัทกำจัดแมลง เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนและชื่อเสียงบริษัทเพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้โอกาสและความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้บริการกำจัดแมลงเพิ่มขึ้น 0.28 เปอร์เซ็นต์ และ 9.35 เปอร์เซ็นต์ที่ความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ และในส่วนของกระบวนการให้บริการ บุคลากร ผลิตภัณฑ์ อาชีพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ เมื่อปัจจัยเหล่านี้เพิ่มขึ้น 1 เปอร์เซ็นต์ มีผลทำให้โอกาสความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างจะตัดสินใจเลือกใช้บริการกำจัดแมลงเพิ่มขึ้น 78.38 73.70 11.23 และ 18.65 เปอร์เซ็นต์ด้วยความเชื่อมั่นที่ 90 เปอร์เซ็นต์ตามลำดับ

Independent Study Title

The Analysis of Factors Affecting Customers' Choices for Pest Control Service from a Company in Chiang Mai Province

Author

Miss Khanittha Budngern

Degree

Master of Economics

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Dr. Prasert Chaitip

Advisor

Assoc. Prof. Dr. Kanchana Chokthaworn

Co-advisor

ABSTRACT

The objectives of the independent study were to (1) investigate the status of insecticide company customers in Chiang Mai Province, (2) study the general status of insecticide company customers in Chiang Mai Province and (3) find out the factors effecting the service selection of insecticide company customers in Chiang Mai Province. The 400 customers of insecticide company were the sample of the study. The analysis of the study were to (1) collect the data for the SWOT analysis concerning the status of insecticide company in Chiang Mai Province, (2) analyse data by mean and percentage which consisted of sex, age, income, status, education, frequency in service, and experiences in service of insecticide company in Chiang Mai Province and (3) analyse the marketing mix in 7 components such as products, price, place, promotion, personal, process and physical character using the Logist Model.

The result of the study found that majority of the sample were male, 41-50 years of age, bachelor degree personal business as profession, married, the maximum income 160,000 baht/month by average. The customer has frequency in service selection concerning insecticide

service approximately 12 times/year. The analysis of factors affecting customers' choices for pest control service from a company in Chiang Mai Province found that the honor, promotion, friend suggestion and chemical safety effected to service selection decision of the insecticide company in Chiang Mai Province.

The study on priority of the analysis of factors affecting customers' choices for pest control service from a company in Chiang Mai Province found that most of customers emphasized on communication channel such as telephone, email, facsimile and distribution. An active solving problem of company was the marketing promotion factor. A punctual of officer service was the personal factor. A readiness of equipment service was the process factors. An appropriated equipment for using was the physical character factors. The customers agreed in the products as much level. The logist model analysis found that age and promotion effecting to service selection decision of insecticide company in Chiang Mai Province. One percent of age and promotion increasing will increase the probability in insecticide service selection decision 1.487 and 9.71% respectively at .01 level of statistical significance. One percent of average income/month and company honor will increase the probability in insecticide service selection decision 0.28% and 9.35% respectively, at .05 level of statistical significance. One percent of process, personal, product, profession will increase the probability in insecticide service selection decision 78.38%, 73.70%, 11.23% and 18.65% respectively, at .01 level of statistical significance.