

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจกฎหมายของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาถึงสภาพของธุรกิจปัจจัยในการเลือกใช้บริการ ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเลือกใช้บริการบริษัทธุรกิจกฎหมายของประชาชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง (Non-Purposive Sampling) และประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่าลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการใช้บริการธุรกิจกฎหมาย และเป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-45 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นระดับมากที่สุด

สำหรับปัจจัยด้านส่วนผสมการตลาดบริการ พบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านบุคคลหรือพนักงานมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และ ปัจจัยด้านราคา มีความสำคัญรองลงมา

สำหรับปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกใช้บริการกฎหมาย โดยทั่วไปพบว่าปัญหาส่งมอบงานล่าช้า เป็นปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นตรงกันว่าปัญหานี้เป็นปัญหาอันดับแรกที่เกิดขึ้นในการใช้บริการธุรกิจกฎหมาย ควรรักษามาตรฐานในการส่งมอบงานให้ตรงเวลานัดหมาย รวมถึงการนัดหมายเพื่อรับข้อมูลหรือการนำเสนองานควรตรงต่อเวลา ในด้านการติดต่อทนายความหรือเจ้าหน้าที่ได้ยาก บริษัทธุรกิจกฎหมายควรมีระบบการติดตามความคืบหน้าของงาน (Job Monitoring) ของทนายความและเจ้าหน้าที่ที่ได้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ และการรายงานข้อมูลและความคืบหน้าของการดำเนินการต่อผู้มาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ หากผู้ให้บริการไม่สามารถติดต่อทนายความหรือเจ้าหน้าที่ที่เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวได้ ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อมายังบริษัทเพื่อสอบถามข้อมูลหรือคืบหน้าของงานกับเจ้าหน้าที่ของบริษัทคนอื่นๆ ได้ เพื่อให้ผู้ให้บริการ เลือกใช้บริการธุรกิจกฎหมายต่อไป

The study was conducted to investigate the following: consumer decision making toward legal service firms in Amphur Muang , Chiang Mai province; situation of legal business in Chiang Mai; service marketing mixed factor on legal business in Chiang Mai; and problems encountered in the selection of legal business in Chiang Mai. Respondents in this study consisted of 300 people obtained from non-purposive sampling. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package for Social Science (SPSS) for finding percentage, frequency, mean and standard deviation.

Results of the study revealed that all respondents were male, Bachelor's degree graduates, and their age range was 41-15 years. They had an experience in using legal business. For factors on service marketing mixed, it was found that most of the respondents held the importance of staff most followed by staff, process, product, sales channel, market promotion,, physical suggestion, and price, respectively.

For problems encountered, it was found that this business should keep standard on time management especially punctuality on handling, appointment, and presentation. Also, Hand to approach attorney or personnel, legal business should supposed to following progress system of the work (Job Monitoring) of the attorney or officer who service with the user , and attentive in doing tasks report. If the user can not contact with the attorney or officer, they can contact with to the legal company for clear information for service user.