

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าระยะยาวของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าระยะยาวของบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน

ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้บริหารหรือตัวแทนบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่ประกอบกิจกรรมอยู่จำนวน 65 ราย ในจำนวนดังกล่าวใช้บริการรถยนต์เช่าระยะยาวจำนวน 20 ราย และไม่ใช้บริการจำนวน 45 ราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำเสนอข้อมูลในรูปของ ตาราง ผลการศึกษาพบว่า

บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่ใช้บริการรถยนต์เช่าระยะยาว มีกรรมการผู้จัดการเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ เหตุผลสำคัญในการเช่า คือ เป็นนโยบายของบริษัท และไม่ต้องกังวลด้านการดูแลรักษารถยนต์ บริษัทส่วนใหญ่ใช้บริการมาแล้ว 1-2 ปี จำนวน 1-2 คัน และชำระค่าเช่าเดือนละ 20,000-25,000 บาทต่อคัน ทั้งนี้บริษัททราบข้อมูลการเช่ารถยนต์จากบริษัทในนิคมอุตสาหกรรมที่เคยใช้บริการมาก่อน ส่วนประสิทธิผลการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าระยะยาวระดับมาก และปานกลาง ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย=4.30) สถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย=4.23) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย=4.02) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย=3.98) ด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย=3.85) และปัจจัยการส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย=3.58) ส่วนปัจจัยที่มีผลระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย=3.01)

บริษัทในนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ จังหวัดลำพูน ที่ไม่ใช้บริการรถยนต์เช่าระยะยาว ร้อยละ 77.8 ทราบบริการรถยนต์เช่าระยะยาว ในจำนวนดังกล่าว ทราบบริการจากแผนพับโฆษณาของผู้ประกอบการ มีเหตุผลในการไม่ใช้บริการคือ บริษัทมีรถยนต์เพียงพอแล้ว บริษัทไม่มีนโยบายเช่ารถยนต์ระยะยาว และไม่แน่ใจว่าการเช่ารถยนต์จะช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่าย ส่วนประสิทธิผลการตลาดมีผลต่อการเลือกผู้ประกอบการรถยนต์ให้เช่าระยะยาวระดับมาก และปานกลาง ดังนี้ ปัจจัยที่มีผลระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย=3.89) ด้านสถานที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย=3.86) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย=3.82) ด้านลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย=3.61) และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย=3.60) และมีผลระดับปานกลาง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย (ค่าเฉลี่ย=3.45) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย=3.11)

The independent study on Factors Affecting the Selection of a Car Rental Firm in the Long Term Basis of the Companies in Northern Region Industrial Estate, Changwat Lamphun, is aimed at the analysis of essential factors which affect the selection of a car rental firm in the long term basis of companies located in the Northern Region Industrial Estate, Changwat Lamphun.

Data collection was performed by sending questionnaires to management staff or representatives of 65 companies in the Northern Region Industrial Estate, Changwat Lamphun. Of the sixty-five companies, twenty use long-term car rental service and forty-five do not. A descriptive statistics data analysis consisting of frequency, percentage and average presented in form of tables has shown the following results:

The decision to use long-term car rental service of companies in the Northern Region Industrial Estate, Changwat Lamphun, are made by the managing director with the reasons being that it is the companies' policy and that they will not have to provide maintenance to the cars. Most of the companies have been using such service for 1-2 years with 1-2 rental cars at 20,001-25,000 bath each per month. The companies learned of the details regarding rental service from other companies in the industrial estate which have used such service in the past. Marketing Mix affecting the selection of a car rental company in the long term basis are: Highly influential factors: price (average = 4.30), location and distribution channels (average = 4.23), personnel (average = 4.02), physical characteristics (average = 3.98), service process (average = 3.85) and sales promotion (average = 3.58); Moderately influential factor. product (average = 3.01).

77.8% of companies in the Northern Region Industrial Estate, Changwat Lamphun, which do not use long-term car rental service are aware of such service from brochures of the car rental companies. They do not use such service because they have sufficient cars, do not have the policy to rent car in a long term basis and are not certain that car rental will be cost-efficient. Marketing Mix affecting the selection of a car rental company in the long term basis are: Highly influential factors: personnel (average = 3.89), location and distribution channels (average = 3.86), price (average = 3.82), physical characteristics (average = 3.61) and service process (average = 3.60); Moderately influential factors: sales promotion (average = 3.45) and product (average = 3.11).