

หัวข้อวิจัย	ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสาธารณะบนแพลตฟอร์ม GRAB ของผู้บริโภครุงเทพมหานคร
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ชันทอง
ชื่อนักศึกษา	นพพร ทองโคตร
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

### บทคัดย่อ

นพพร ทองโคตร (2567). กรณีศึกษา : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสาธารณะบนแพลตฟอร์ม GRABของผู้บริโภครุงเทพมหานคร

เนื่องจากปัญหาในระบบขนส่งมวลชนในกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำของประเทศไทย ที่ผู้โดยสารมักจะเจอผู้ให้บริการมีการคิดค่าโดยสารในราคานักท่องเที่ยวที่มีราคาที่ไม่เป็นธรรม มาตรฐานในการบริการที่ไม่มีมาตรฐานรองรับ อีกทั้งในยุคปัจจุบันที่สมาร์ทโฟนเข้ามา เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน เมื่อมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาโดยการให้บริการเรียกรถยนต์โดยสารผ่านแอปพลิเคชัน ทำให้แอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ ที่ต้องการความสะดวกสบาย ปลอดภัย แสดงความคิดเห็นหลังการใช้บริการได้ ทำให้แอปพลิเคชันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก มีผู้ใช้บริการมากกว่าแสนคน โดยใช้เวลาไม่ถึงปีและมีเงินสะพัดกว่าหลายล้านบาทต่อเดือน ทำให้ผู้ให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารมีการแข่งขันกันอย่างมากเพื่อดึงดูดผู้บริโภค ดังนั้นผู้ให้บริการควรศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดมากที่สุด เพื่อช่วงชิงโอกาสในการทำธุรกิจ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ โดยใช้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับ

ธุรกิจบริการ (7Ps) และศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการให้บริการให้มีประสิทธิภาพ และพัฒนากลยุทธ์ทางการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง และสามารถแข่งขันในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มคนที่เคยใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสาร ที่อาศัยอยู่ในเขตชลบุรี โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามออนไลน์จากนั้นนำข้อมูลมาประมวลผลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และนำมาวิเคราะห์หาค่าสถิติจากผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารของผู้บริโภคในเขตชลบุรี มี 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แอปพลิเคชัน ตามลำดับในส่วนของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันต่างกัน หรือไม่ ผลการวิจัยพบว่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสาร โดยรวมไม่แตกต่างกันในปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีเพียงปัจจัยด้านอายุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันต่างกัน โดยกลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี จะมีค่าเฉลี่ยระดับการให้บริการแอปพลิเคชันเรียกรถยนต์โดยสารมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป

Research Title	ACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE PUBLIC TRANSPORTATION ON THE GRAB PLATE FROM OF CONSUMERS IN THE CHONBURI PROVINCE
Advisor name	Assoc.Prof.Dr.Jiraporn Khanthong
Co-advisor	Dr.Thanakorn Kijjarapakdee
ชื่อนักศึกษา	Nopporn Thongkotr
Researcher name	Master of Business Administration

---

### Abstract

Nopporn Thongkotr (2567). Research : Actor affecting the decision to use public transport on the GRAB plate from of consumers in the chonburi province

Due to Chonburi's mass transit system is the first of its kind in Thailand, accommodating a large number of users at a price that is irrelevant given the high caliber of service provided.. Moreover, in today's era when smartphones come in It is a part of everyday life. When technology is applied to solve problems by providing passenger car calling services through applications. This makes passenger car calling applications very popular. Because it can meet the needs of passengers In line with the lifestyle of modern people who want convenience, comfort, and safety, can express their opinions after using the service Making the application very popular More than 100,000 people have used the service in less than a year and have more than several million baht in circulation per month. This has led to intense competition among ride-hailing application providers to attract consumers. Therefore, service providers should study consumer behavior. In order to be

able to meet the needs and expectations of consumers as directly as possible. to compete for business opportunities The purpose of this research is to study the factors that influence the choice of passenger car-hailing application services by consumers in Chonburi area. Using marketing mix factors for service businesses (7Ps) and studying demographic characteristics that They differ in terms of gender, age, education level, occupation, and average monthly income. To use as a guideline for improving service efficiency. and develop competitive strategies to be effective and truly consistent with consumer needs. and be able to compete in business sustainably The sample group was a group of people who had previously used a passenger car calling application. who live in the Chonburi area. In this research, data were collected through online questionnaires, then the data were processed through the SPSS package and analyzed to find statistical values from the research findings. that there are two factors that influence the choice of passenger car-hailing application services by consumers in the Chonburi area: service process factors and application product factors In order of different demographic characteristics in terms of gender, age, education level, occupation and average monthly income. Does it affect the decision to choose to use different application services? The results of the research found that the decision to choose to use passenger car application services or not. Overall there is no difference. together in gender factors Education level, occupation, and average monthly income There is only the factor of age that has an effect. towards the decision to choose to use different application services The group of people under 30 years of age will have an average of The level of use of passenger car-hailing applications is higher than among people aged 30 years and over.