

พิทวัส วิศวานนท์ 2553: ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดในเขต  
กรุงเทพมหานคร ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ โครงการสหวิทยาการระดับ  
บัณฑิตศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์ชั้นจิตต์ แจ่มเจนกิจ, บธ.ม. 158 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติ และทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริด รวมถึงทัศนคติของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติ โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นลูกค้าที่ซื้อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดแล้วและผู้ที่กำลังสนใจซื้อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดกับศูนย์จำหน่ายรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานครและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ด้วยค่า t-test F-test และ LSD ที่กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีอาชีพพนักงานเอกชน ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 50,000 บาท กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากใช้ประโยชน์จากการใช้รถยนต์โตโยต้าไฮบริด เพื่อประหยัดน้ำมัน/และความคุ้มค่าทางการเงินในระยะยาว ได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์ โดยการตัดสินใจซื้อรถยนต์ด้วยการที่มีบุคคลในครอบครัว มีอิทธิพลต่อการซื้อโดยใช้รถยนต์มาเป็นระยะเวลา 1 ปี – 5 ปี ซึ่งจะใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ใช้ทุกวัน โดยที่ส่วนใหญ่มีรถยนต์ไว้ใช้กันเดียว กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านความเข้าใจอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ด้านความรู้สึกรถยนต์ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านความโน้มเอียงของพฤติกรรมต่อรถยนต์ อยู่ในระดับเฉยๆ และมีทัศนคติโดยรวมที่มีต่อรถยนต์ อยู่ในระดับเฉยๆ ผลการวิจัยทัศนคติของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริด ที่แตกต่างกัน ในทุกๆปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัวที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริด ที่แตกต่างกัน ในทุกๆแหล่งที่มีอิทธิพลต่อการก่อตัว ยกเว้น ข่าวสารข้อมูลและกลุ่มที่เกี่ยวข้อง

สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ได้แก่บริษัทโตโยต้าควรทำการชูดขายของรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดในเรื่องประโยชน์จากการใช้รถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดที่สามารถประหยัดเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์เบนซินธรรมดาและควรให้เลือกช่องทางการให้ข้อมูลรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดแก่ผู้บริโภคผ่านทาง พนักงานขายและอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ทางโตโยต้าควรเน้นที่จะสื่อสารหรือสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 70,001 บาท ขึ้นไปซึ่งเป็นกลุ่มที่มีโอกาสซื้อรถยนต์โตโยต้าแคมรี่ไฮบริดมากที่สุด

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก