

ชื่อการค้นคว้าอิสระ ความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร
ผู้วิจัย นายอิทธิกร สังข์ฉิม ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จรียา กลิ่นจันทร์ 2) ดร.ไกร ฤทธิคำรพ
ปีการศึกษา 2557 จำนวน 163 หน้า คำสำคัญ การตัดสินใจซื้อ รถยนต์โตโยต้า

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคิดเห็นของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้รถยนต์โตโยต้าในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ามีความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้า ในเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความคิดเห็นในการตัดสินใจซื้อรถยนต์โตโยต้าของลูกค้า จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ลูกค้าที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ลูกค้าที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านกระบวนการให้บริการลูกค้า ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

Independent study title: Customers' Opinion about the Decision to Purchase Toyota Cars in Thonburi District, Bangkok

Rsearcher: Mr. Idtikorn Sungchim. Degree: Master of Business Administration (General Management). Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Jariya Klinjan 2) Dr. Kai Rithikumrop. Academic year: 2014. 163 pp. Keywords: decision to purchase, Toyota cars

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study customers' opinion about the decision to purchase Toyota cars in Thonburi district, Bangkok; 2) compare customers' opinion about decision to purchase Toyota cars classified by the type of population. The sample was the Toyota cars users in Thonburi district, Bangkok which included 384 users. The research tool was questionnaires by convenience method. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation t-test and Analysis of variance.

The research results found that: 1) customers had an opinion on decision to purchase Toyota cars in Thonburi district, Bangkok on product, price, way to sell the product, marketing promotion, personnel, process of service and physical environment, as a whole and separate sector were at a high level; 2) the result of comparison between mean of opinion score about the decision to purchase Toyota cars of customers classified by the type of population revealed that customers who had differences in following aspects: age, marital status, education, occupation, and income per month, has same opinion. Customers, who had different gender, had significantly different opinion at the level of .05. When focused on each aspect, the research found that, on product, the opinion of customers who had different marital status had significantly different opinion at the level of .01, and on process of customer service, the opinions of customers who had different income per month had significantly different opinion at the level of .05.

Student's signature.....

Independent study advisor's signatures 1..... 2.....