

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์
ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย : นางสาวนัฐกาน ทองสุข

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : การจัดการการตลาด

อาจารย์ที่ปรึกษา :

(ดร. วิจิตร สุพินิจ)

..... / /

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ตราสินค้าของรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความตั้งใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความตั้งใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม และรวบรวมข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 30 – 39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท นอกจากนี้ผู้วิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเรียงลำดับตามความคิดเห็นของผู้บริโภค ได้ดังนี้ (1) ด้านคุณค่า (2) ด้านผู้ใช้ (3) ด้านคุณสมบัติ (4) ด้านบุคลิกภาพ (5) ด้านวัฒนธรรม และ (6) ด้านคุณประโยชน์ ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถเรียงลำดับตามความคิดเห็นของผู้บริโภค ได้ดังนี้ (1) ด้านคำแนะนำ (2) ด้านการซื้อที่มีคุณค่า (3) ด้านความตั้งใจในการซื้อสูง (4) ด้านการทดลองใช้สินค้า (5) ด้านสิ่งที่ชอบ และ (6) ด้านการซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้าน (1) ด้านคุณสมบัติ (2) ด้านคุณประโยชน์ (3) ด้านคุณค่า (4) ด้านวัฒนธรรม (5) ด้านบุคลิกภาพ และ (6) ด้านผู้ใช้ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของรถยนต์ในด้านคุณค่ามากที่สุด ฉะนั้นทางบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรมีการพัฒนาอุปกรณ์ต่างๆในรถยนต์เพื่อให้มีอายุการใช้งานที่ยืนยาวมากขึ้น เพื่อเป็นการลดค่าบำรุงรักษารถยนต์ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคระดับการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์ที่เพิ่มมากขึ้น และปัจจัยด้านที่มีระดับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าของรถยนต์น้อยที่สุด คือ ด้านคุณประโยชน์ ทางบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรพัฒนาระบบเครื่องยนต์และเทคโนโลยีต่างๆเพื่อให้รถยนต์ใช้พลังงานน้อยลง เพื่อเป็นการเพิ่มระดับการตัดสินใจในการซื้อรถยนต์ให้แก่ผู้บริโภค

Abstract

Research Title : Brand Image has Influencing Car Buying Intention
of Customer in Bangkok

Researcher : Miss Nutthakan Thongsuk

Degree : Master of Business Administration

Major : Marketing Management

Advisor :

(Vichit Supinit (Ph.D.))

..... / /

This research aims for: Studied brand image of car in Bangkok, studied customer’s buying intention in Bangkok and studied relationships between brand image and buying intention of customer in Bangkok. The research was through conducting survey samples to around 400 persons. Information’s were derived from answer the research question, Frequency, Percentage, Mean, Standard deviation and Pearson correlation coefficient.

The researcher found that; Almost of survey samples were male average age 30-39 years old, who had completed education in bachelor degree, marital status is single, their career are employee in private company and average income 15,001-25,000 bath per month. In addition to, researcher found customer’s opinion for brand image of car in Bangkok, that is to say, value, user, qualifications, personal, culture and benefit. As of customer’s opinion of car buying intention in Bangkok, show that, suggestion, buying valuable, tester, preference and increase purchase.

In hypothesis, found that, brand image dialing with buying intention of customer in Bangkok, say that, qualification, benefit, value, culture, personal and user significance in level 0.05.

Most of customer in Bangkok had opinion with car product image more, therefore the car company should be develop production of car equipment for use longer, to reduce vehicle maintenance costs, this will influence in a consumer's decision to buy more cars and the opinion

factors to car image less is benefit, car company should develop engine system and car technology for make the car use less energy and increase customer's dicision to buy the car.