

หัวข้อเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมการเข้าชมโชว์รูมโตโยต้า ในเขตกรุงเทพมหานคร
นักศึกษา	นางสาวลินดา มาตัน
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหาร
คณะ	บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม
พ.ศ.	2553

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเข้าชมโชว์รูมโตโยต้า ในเขตกรุงเทพมหานครระหว่างพฤติกรรมและปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลชนิดของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเข้าชมของโชว์รูมรถยนต์โตโยต้า ส่วนที่ 3 ข้อคำถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้มาเข้าชมที่โชว์รูมรถยนต์โตโยต้า ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานด้วย t-test, F-test และการทดสอบแบบไคสแควร์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าชมที่ทำการสำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาโท สถานภาพสมรส โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท พฤติกรรมการเข้าชมรถยนต์โตโยต้า พบว่า ผู้เข้าชมเคยใช้รถยนต์โตโยต้ามาก่อน ระดับราคารถยนต์ที่ท่านคิดว่าเหมาะสมกับตัวท่านและความสามารถในการเลือกซื้อได้มากที่สุด พบว่า ระดับราคาที่เหมาะสมกับผู้มาเข้าชม คือ 500,001 - 700,000 บาท อยู่เป็นอันดับแรก ประเภทของรุ่นรถยนต์โตโยต้าที่ท่านเลือกชมมากที่สุด พบว่า รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (CAMRY, WISH, ALTIS, VIOS, YARIS) อยู่เป็นอันดับแรก ชนิดของรุ่นรถยนต์โตโยต้าที่ท่านเลือกชมมากที่สุด พบว่า VIOS อยู่เป็นอันดับแรก ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าชมโชว์รูมรถยนต์ของโตโยต้ามากที่สุด พบว่า ญาติพี่น้อง อยู่เป็นอันดับแรก ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้าชมที่โชว์รูมรถยนต์โตโยต้า แต่ละครั้ง พบว่า 30 - 45 นาที อยู่เป็นอันดับแรก ช่วงของวันที่

คิดว่าจะเข้าไปเลือกเข้าชมรถยนต์ที่โชว์รูมโตโยต้ามากที่สุด พบว่า วันอาทิตย์ – วันเสาร์ อยู่เป็นอันดับแรก เวลาที่คิดว่าจะเข้าไปเลือกเข้าชมรถยนต์ที่โชว์รูมโตโยต้ามากที่สุด พบว่า ช่วงเช้าอยู่เป็นอันดับแรก ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเข้าชมที่โชว์รูมรถยนต์โตโยต้า ปัจจัยที่มีความสำคัญในการเข้าชมที่โชว์รูมรถยนต์โตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ติตราคาบออกชัดเจน อยู่เป็นอันดับแรก ราคาจำหน่าย พร้อมโปรโมชั่น อยู่ในอันดับรองลงมา และการบริการของพนักงานต้อนรับ อยู่ในอันดับท้ายสุด และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับด้านชนิดของรถโตโยต้าที่เลือกชม อายุมีความสัมพันธ์กับด้านระดับราคารถยนต์ อายุมีความสัมพันธ์กับด้านชนิดของรถยนต์ที่เลือกเข้าชม อายุมีความสัมพันธ์กับด้านผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05