

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อรถยนต์
ประหยัดพลังงาน

ผู้เขียน

นางสาวพรรณทิพา ทองพระไพร

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ ฉายสุวรรณ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงาน ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีความต้องการซื้อรถยนต์หรือเพิ่งซื้อรถยนต์ภายใน 1 ปี จำนวน 300 ราย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Independent-Samples T Test และ One-Way ANOVA

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และมีรถยนต์ใช้อยู่แล้ว มีวัตถุประสงค์ในการใช้รถเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง โดยเป็นผู้ซื้อและใช้รถเอง

ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจในแนวคิดของรถยนต์ประหยัดพลังงานผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง และมีความรู้สึกต่อรถยนต์ประหยัดพลังงานอยู่ในระดับที่เห็นด้วยในแนวคิดของรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยเห็นด้วยในด้านการสนับสนุนจากภาครัฐมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านอารมณ์

ด้านคุณสมบัติทั่วไปและสมรรถภาพของรถยนต์ และด้านความรู้สึกเฉยๆในด้านการบำรุงรักษา และด้านความปลอดภัย

ปัจจัยด้านแนวโน้มพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมภาพรวมและแนวโน้มพฤติกรรมการซื้ออยู่ในระดับที่อาจจะซื้อ โดยราคาที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสมต่ำสุด เฉลี่ย 355,143.33 บาท/คัน และราคาเหมาะสมสูงสุดเฉลี่ย 696,363.33 บาท/คัน

ในการทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน พบว่า ปัจจัยด้านการเป็นผู้ซื้อรถยนต์ ปัจจัยด้านความรู้สึกลึกซึ้งที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงาน และปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจมีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยหากผู้ตอบแบบสอบถามมีปัจจัยดังกล่าวแตกต่างกันจะมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ในการทดสอบความรู้สึกที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงาน พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจมีผลต่อความรู้สึกที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงาน โดยหากผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกันจะมีความรู้สึกต่อรถยนต์ประหยัดพลังงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

Independent Study Title	Attitude of Consumers in Mueang Chiang Mai District Towards Ecological Cars
Author	Miss Pantipa Thongprapai
Degree	Master of Business Administration (Marketing)
Independent Study Advisor	Associate Professor Dr. Chirawan Chaisuwan

Abstract

This independent study aimed at examining attitude of consumers in Mueang Chiang Mai district towards ecological cars. Samples of this study were specified to 300 people residing in Mueang Chiang Mai district, desiring to purchase or having purchased a car within 1 year. Questionnaires were used as the tool to collect data. The statistics using for analyzing data were frequency, percentage, and mean while the inferential statistics being applied with this study were Independent-Samples T Test and One-Way ANOVA.

The findings showed that most respondents were female, aged 21-30 years, held Bachelor's degree as the highest educational level, worked as officer or employee of private company, earned monthly income at the amount of 20,001 – 30,000 baht and owned a car. Purpose in using a car was for self-convenience in travelling and they were the one who purchased and used that car.

In the cognitive component, their cognition towards the concept of ecological car was ranked at medium level and in the affective component, their affection on the concept of ecological car was found at 'agree' level. The respondents agreed the most with the support of state sector; followed by the energy saving and the environmental friendliness, the emotions, the general quality and efficiency of the car engine, and the price, in orderly. Their affections on maintenance and security were, however, ranked at neutral level.

In behavioral trend component, their overall behavioral trend and purchasing behavioral trend were ranked at ‘probably purchase’ level. Average prices that the respondents found appropriate were 335,143.33 Baht/a car as the minimum amount and 696,363.33 Baht/a car as the maximum amount.

According to the tendency to purchase ecological car, the finding showed that the factors of being the car buyer, affection towards ecological car, and cognition towards ecological car affected to the purchasing behavioral trend. The respondents with different levels of those factors got different level of tendency to purchase ecological car with statistical significance at 0.01 level.

According to the affective test, the findings showed that the cognitive component affected the affection towards ecological car. The respondents with different cognitive levels got the different affection towards the ecological car with the statistical significance at 0.01 level.