

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ทัศนคติของผู้บริโภคต่อการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของคาลเท็กซ์
ชื่อนักศึกษา	นายเฉลิมเกียรติ อ่องรุ่งเรือง
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พรทิพย์ พิมลสินธุ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2542

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของคาลเท็กซ์ โดยศึกษาถึงความหมายในการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของคาลเท็กซ์กับผู้บริโภคและศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการศึกษาแบบการวิจัยสำรวจเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ณ สถานีบริการน้ำมันของคาลเท็กซ์

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันที่ได้รับการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ส่วนใหญ่เลือกเข้ามาใช้บริการของคาลเท็กซ์ โดยคำนึงถึงราคาเป็นอันดับแรก คุณภาพ ความสะอาด ความทันสมัย ความสะดวกตามลำดับ ส่วนทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ของคาลเท็กซ์ ผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการปรับเปลี่ยนเอกลักษณ์ทั้งส่วนของภาพรวม ส่วนหัวจ่าย ส่วนของพนักงาน ส่วนร้านสะดวกซื้อและส่วนล้างรถอัตโนมัติ ในส่วนของความหมายของเอกลักษณ์คาลเท็กซ์ที่ได้รับการปรับเปลี่ยน ผู้บริโภคมีความคิดเกี่ยวกับความหมายของเอกลักษณ์ใหม่ใกล้เคียงกับความหมายที่ผู้บริหารตั้งไว้โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันมาก นอกจากนี้ยังพบว่าสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ใหม่เป็นส่วนประกอบสำคัญของเอกลักษณ์องค์กรที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อบ่งบอกถึงความมุ่งหมายและเป็นตัวแทนขององค์กรให้เป็นที่รู้จักและยอมรับ