

ข่าวสารข้อมูลของก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ส่วนข้อมูลน้อยกว่าด้านอื่น คือ มีสถานีบริการเติมก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ตั้งอยู่ที่ใดบ้างในจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีต่อการเลือกใช้ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ คุณภาพของ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) รองลงมาคือ ความสามารถในการประหยัดพลังงานของก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) สามารถขับรถได้ระยะทางไกล กว่ากรใช้น้ำมันดีเซล หรือ เบนซิน 91 หรือ เบนซิน 95 เท่ากัน และ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) สามารถใช้กับรถทุกชนิด

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ที่ถูกกว่าราคาน้ำมันดีเซล หรือ เบนซิน 91 หรือ เบนซิน 95 รองลงมาคือ ราคาติดตั้งอุปกรณ์สำหรับใช้ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) และราคาก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) มีความคงที่กว่า ราคาน้ำมันดีเซล หรือ เบนซิน 91 หรือ เบนซิน 95 เพราะไม่ขึ้นกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ที่ตั้งของสถานีบริการ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ไปมาสะดวก รองลงมาคือ สถานีบริการ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) มีความปลอดภัย และพื้นที่สถานีบริการ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) มีความสะดวก สบายต่อการเข้าไปใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ปตท. จัดทำโครงการให้ส่วนลดในการติดตั้งอุปกรณ์สำหรับใช้ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ในรถยนต์ รองลงมาคือ การจัดงานให้ข่าวประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ และการโฆษณา รายละเอียดต่าง ๆ ในเรื่องผลิตภัณฑ์ ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) จากสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ

ปัจจัยด้านอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ต้องการช่วยประเทศชาติ เพราะสามารถผลิตได้ภายในประเทศ ราคาต่ำ รองลงมาคือ อยากลองใช้เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการได้รับความแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ช่าง หรือผู้เชี่ยวชาญด้านรถยนต์

Independent Study Title Attitudes of Car Users Towards the Use of Natural Gas for Vehicles (NGV) in Muang District, Lampang Province

Author Mr. Kongsak Kampirawong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Lecturer Nitaya Watanakun

ABSTRACT

This independent study aimed to explore the attitudes of car users towards the use of Natural Gas for Vehicles (NGV) in Muang District, Lampang Province. Data collection was completed through 280 car users interested in filling NGV from NGV stations in Mueang district, Lampang province. Then, the descriptive statistics using for frequency, percentage and means was applied in order to analyze the data.

According to the study findings, most respondents were male whose ages were between 31 – 35 years old with Bachelor's degree. Recently, they ran their own business and could earn higher than 15,000 baht as monthly income. Most of them, in addition, had lived in Mueang district, Lampang province.

According to the studying results, the frequency in filling up gases of those respondents was over than 5 times a month. They mostly owned only one car as the highest number and filled up their cars with regular Diesel. Amount of money the respondents spent in each time for filling the gas was 201-800 baht in average. The most favorite gas station where the respondents filled up the gas was at PTT gas station with the reason stating for its location situated nearby their residences, offices, farms, or paddy fields. Most of them believed that they would use NGV in the near future because they would like to help the country. However, for the respondents who will not use NGV in the near future, their nearer for the number of shops for installing NGV equipments.

Regarding the study on NGV cognition among the specified sample group, it was found that most respondents had learnt about NGV from television rather than other media. The NGV capacity they mostly knew about was the ability in reducing air-pollution, but had never been informed about the locations of NGV stations in Lampang province.

Based upon the studying results concerning on marketing mix factors affecting the NGV using selection, the respondents averagely paid their concerns at high level on the factors namely product, promotion, place, and price, in accordingly.

In product factor, the respondents paid highest concern for the first three sub-items mentioned about the NGV quality, the capacity of NGV in saving energy as represented through the farther distances that the car could drive comparing with the use of Diesel or Benzene 91 or Benzene 95, and the possibility to fill up all car models with NGV.

In price factor, the respondents paid highest concern for the first three sub-items mentioned about the cheaper cost of NGV comparing with Diesel's or Benzene 91's or Benzene 95's, the reasonable charge spending for installing NGV equipment, and the much more stable price of NGV comparing with Diesel's or Benzene 91's or Benzene 95's because the NGV was independent from the currency exchange rate.

In place factor, the respondents paid highest concern for the first three sub-items mentioned about the location of NGV stations where were easy to reach, the safety of NGV stations, and the convenient and comfortable area of NGV station.

In promotion factor, the respondents paid highest concern for the first three sub-items mentioned about the reduction of fee for installing NGV equipment installation as determined by PTT., the road-shows arranged for promoting NGV, and the advertisements informing all about NGV through media i.e. radio, television, newspapers, magazines, and etc.

Apart from the above marketing mix factors, the respondents paid highest concern for the following first three sub-items. Firstly, through the use of NGV, it could help the country saving expenses because the NGV could be domestically produced and had cheaper price comparing with other vehicle gases. Secondly, they would like to try the new product like NGV. Lastly, they paid the highest concern on the advices from friends, relatives, fellows, technicians, and auto-experts.