

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

เนื่องมาจากราคาน้ำมันมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดที่มาของรถอีโคคาร์ (Eco car) หรือรถประหยัดพลังงานที่กำลังเป็นจุดสนใจกับผู้ใช้รถยนต์อยู่ ณ ขณะนี้ จากการที่ภาครัฐฯซึ่งได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของรถประหยัดพลังงานจึงได้มีแนวความคิดส่งเสริมรถประหยัดพลังงานขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรมในมติคณะรัฐมนตรีในสมัยของพลเอก สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี ในปี พ.ศ. 2550 (มติชน ,2551 :ออนไลน์) และหลังจากนั้นก็ได้มีการก่อตั้งโครงการสนับสนุนต่างๆขึ้นจนทำให้เกิดข้อตกลง ในการผลิตรถยนต์อีโคคาร์กับทางกระทรวงอุตสาหกรรม และคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยมีการกำหนดคุณสมบัติของรถยนต์อีโคคาร์ดังต่อไปนี้ 1) รถยนต์อีโคคาร์ควรมีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน หรือไม่เกิน 1,400 ซีซี 2) สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ควรมีอัตราการใช้น้ำมันไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร (หรือ 20 กม.ต่อ 1 ลิตร) 3) อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ไม่ควรเกิน 1.0 กรัมต่อ 1 กม. 4) อัตราปล่อยก๊าซไฮโดรคาร์บอน ไม่ควรเกิน 0.1 กรัมต่อ 1 กม.และ5) ความปลอดภัยจะต้องได้มาตรฐาน UNECE Reg.94 Rev.0 กรณีการชนด้านหน้า และ UNECE Reg.95 Rev.0 จากกรณีการชนด้านข้างของตัวรถ เป็นต้น (ผู้จัดการ, 2553: ออนไลน์)

อีโคคาร์(Eco car) ย่อมาจาก Ecology Car ซึ่งมีชื่ออย่างเป็นทางการว่า รถยนต์นั่งประหยัดพลังงาน ตามมาตรฐานสากลมีความปลอดภัยสูง เพราะผู้ผลิตจะต้องผลิตให้ได้ มาตรฐานความปลอดภัยตามเกณฑ์ของคณะกรรมการเศรษฐกิจยุโรปแห่งสหประชาชาติ (UNECE) อันเป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยในประเทศไทยมีค่ายรถยนต์ 6 รายที่เข้าร่วมโครงการผลิตรถยนต์ประหยัดพลังงานได้แก่ 1) บริษัทนิสสัน มอเตอร์(ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งได้เปิดตัวรถยนต์อีโคคาร์คันแรกของประเทศไทย คือ Nissan March (นิสสัน มาร์ช) เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2553 ซึ่งได้รับความนิยมจากลูกค้าเป็นอย่างมาก โดยมียอดขายทั้งสิ้นกว่า 31,000 คันในปี 2553 (ฐานเศรษฐกิจ ,2553 : ออนไลน์) 2) บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ล่าสุดให้ออกรถยนต์อีโคคาร์คันที่สอง โดยมีชื่อรุ่นว่า Honda Brio (ฮอนด้า บริโอ) ซึ่งเพิ่งเปิดตัวไปเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2554 นี้ 3) บริษัท ชูชูกิ ออโตโมบิล แมนูแฟคเจอร์ริง (ประเทศไทย) กำหนดเปิดตัวอีโคคาร์ ในปี 2554 4) บริษัท มิทซูบิชิ มอเตอร์ส (ประเทศไทย) จำกัด กำหนดเปิดตัวอีโคคาร์ในปี 2554-

2555 5) บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด กำหนดเปิดตัวในปี 2555 และสุดท้ายบริษัท ทาทา มอเตอร์ส ประเทศอินเดีย กำหนดเปิดตัวอีโคคาร์ปี 2555

จากกระแสตอบรับที่ดีของรถยนต์ประหยัดพลังงานที่เป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไปที่กำลังวิตกกังวลกับราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันราคาน้ำมันเบนซินมีราคาสูงถึงลิตรละ 42.34 บาท (บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน, 2554) ซึ่งแตกต่างจากในอดีตค่อนข้างมาก จึงทำให้รถยนต์อีโคคาร์ ซึ่งถือได้ว่าเป็นรถยนต์นวัตกรรมใหม่ที่ตอบโจทย์ในยุคน้ำมันแพง ณ ขณะนี้

จังหวัดเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และเป็นจังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุดในเขตภาคเหนือ นอกจากนั้นแล้วจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่มีแนวโน้มยอดการจดทะเบียนรถใหม่เพิ่มขึ้นทุกปี จากข้อมูลปริมาณรถยนต์ที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 915,282 คัน ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าปี 2551 ถึง 8.37% (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2552: 2) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ศักยภาพของประชาชนชาวเชียงใหม่ มีความต้องการรถยนต์อยู่ในปริมาณที่สูง ประกอบกับในปี 2553 ที่ผ่านมา ตลาดรถยนต์ของเชียงใหม่ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 5-10% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2552 และเมื่อประเมินภาพโดยรวมของตลาดรถยนต์ของเชียงใหม่ตลอดทั้งปีนี้ คาดว่ามีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 10% ทั้งนี้พบว่าพฤติกรรม ของผู้บริโภคนิยมรถยนต์เก๋งประหยัดน้ำมันหรืออีโคคาร์มากขึ้น ซึ่งเฉพาะรถยนต์ประเภทนี้มียอดขายเติบโตมากที่สุดในตลาด และพบว่ายอดขายรถยนต์ประหยัดพลังงาน (Eco car) ในจังหวัดเชียงใหม่มียอดที่สูงที่สุดในเขตภาคเหนืออีกด้วย (ประชาชาติธุรกิจ, 2553 :ออนไลน์)

จากข้อมูลเบื้องต้นในเรื่องของราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น และข้อมูลตลาดรถประหยัดพลังงานที่กำลังเป็นที่ต้องการอยู่ในขณะนี้ ประกอบกับในอนาคตอีกไม่เกิน 2 ปีข้างหน้า ตลาดรถประหยัดพลังงานในประเทศไทยจะมีจำหน่ายอย่างน้อยถึง 6 ยี่ห้อหรืออาจจะมีเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากผลที่ได้จะเป็นข้อมูลที่ช่วยให้ผู้ประกอบการร้านตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ประหยัดพลังงานใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้าเป้าหมายให้มากขึ้น

### วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน
2. สามารถใช้เป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** หมายถึง สิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงาน ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

**รถยนต์ประหยัดพลังงาน** หมายถึง รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 5 ที่นั่ง โดยที่มีคุณสมบัติดังนี้ 1) ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,300 ซีซี สำหรับเครื่องยนต์เบนซินหรือไม่เกิน 1,400 ซีซี 2) สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ควรมีอัตราการใช้น้ำมันไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร (หรือ 20 กม. ต่อ 1 ลิตร) 3) อัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ ไม่ควรเกิน 1.0 กรัมต่อ 1 กม. 4) อัตราปล่อยก๊าซไฮโดรคาร์บอน ไม่ควรเกิน 0.1 กรัมต่อ 1 กม. และ 5) ความปลอดภัยจะต้องได้มาตรฐาน UNECE Reg.94 Rev.0 กรณีการชนด้านหน้า และ UNECE Reg.95 Rev.0 จากการชนด้านข้างของตัวรถ

**ผู้บริโภค** หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่สนใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานซึ่งปัจจุบันมีจำนวน 2 ยี่ห้อ คือ ยี่ห้อนิสสัน และยี่ห้อฮอนด้า และกำลังจะออกมาจำหน่ายอีก 3 ยี่ห้อ ชูซูกิ โตโยต้า และมิตซูบิชิ

**ความต้องการ** หมายถึง ความต้องการซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่