

ชื่อเรื่องการค้าคว่ำแบบอิสระ

พฤติกรรม การเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี  
เพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด  
เชียงใหม่

ผู้เขียน

นายศรัณยู ชนะ

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าคว่ำแบบอิสระ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.นิติต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นในการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2555 โดยเลือกทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้รถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวของรถยนต์ ยี่ห้อทาทา จำนวน 200 ราย ด้วยวิธีเก็บแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ร่วมด้วย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) การวัดแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert's Scale) และการทดสอบสถิติแบบไค-สแควร์ (Chi-square test)

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 30-40 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวนบุตร 4 คน ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน รับจ้างทั่วไปและธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 51,935 บาท และส่วนใหญ่มีรถคันนี้เป็นคันเดียวและเป็นคันแรก นิยมใช้รถยนต์รุ่น Giant CNG มากกว่า Xenon CNG โดยการใช้เชื้อเพลิงระบบเดียวจะประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าแบบสองระบบ

สำหรับการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปกับปัจจัยทางการตลาด พบว่า มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์กระบะที่ใช้เกาซ์ซีเอ็นจี ยี่ห้อ ทาทา ในช่วงอายุ 30-40 ปีให้ความสำคัญในด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ และช่วงอายุ 41-50 ปีให้ความสำคัญด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจะให้ความสำคัญด้านนโยบายรัฐ และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะให้ความสำคัญด้านบริการหลังการขาย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะดังกล่าว พบว่าผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์และราคาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นการบริการหลังการขาย อันดับสามเป็นในด้านการส่งเสริมการตลาด อันดับสี่เป็นในด้านสถานที่ และสุดท้ายเป็นด้านนโยบายของภาครัฐ ดังนั้นผู้ผลิตและตัวแทนจำหน่ายควรมีบทบาทในการตรวจวัดคุณภาพของรถยนต์ที่จัดจำหน่ายอยู่เสมอ ประการที่สอง คือ ภาครัฐและเอกชนควรมีบทบาทในการส่งเสริม สนับสนุนและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานทางเลือกซีเอ็นจีในรถยนต์ เพื่อเพิ่มโอกาสทางด้านการใช้พลังงานทางเลือกให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น ประการที่สาม คือ เพิ่มจำนวนสถานีบริการเกาซ์ซีเอ็นจีในต่างจังหวัดให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้รถยนต์

**Independent Study Title** Customers' Behavior in Purchasing Commercial Pickup Cars Using Compressed Natural Gas in Mueang Chiang Mai Province

**Author** Mr. Saranyu Chana

**Degree** Master of Economics

**Independent Study Advisory Committee**

Asst. Prof. Dr.Pairut Kanjanakaroon Advisor

Asst. Prof. Dr.Nisit Panthamit Co-advisor

**ABSTRACT**

The objective of this study is to examine the behaviors and the attitudes of consumers in Mueang Chiang Mai, towards CNG Pickup purchasing for commercial purposes during April and May 2012. The studied population is 200 Tata CNG Pickup owners. The data collection is conducted through questionnaire and analyzed together with the secondary data using statistic which consists of Descriptive Statistics, frequency, percentage, average, Likert's Sclae and Chi-square test statistic.

The general information from the study has shown that most of the respondents are male aging between 30 – 40 years old. Most of them are married with 4 children. They also hold bachelor's degrees and work for private companies, work as freelancers or have their own businesses. The average income for most respondents is approximately 51,935 Baht per month. Each of them has this car as the first and the only vehicle. They prefer Giant CNG Pickups to Xenon CNG Pickups because the single-fuel system is more cost-efficient than the bi-fuel system.

The relationship between the general information and the marketing mix is positive; in other words, the 30 to 40-year-old Tata CNG Pickup users think that Price and Product are very important. Users during 41 – 50 years of age think that Place and Distribution Channel are very important. Users holding bachelor's degrees think that Governmental Policy is very important. And users who own their own businesses think that After-sale Service is very important.

From the factors influencing the purchasing decision of the Tata CNG Pickup, it is found that most users find Product and Price most important, followed by After-sale Service, Marketing Promotion, Place and Governmental Policy, respectively. As a result, the proposed policy recommendations are as follows. First, the manufacturers and the distributors should regularly participate in the quality control of the cars. Second, both government and private sectors should encourage people to use CNG and educate people about how CNG can be used as an alternative energy source for cars. Third, CNG service stations should be available more in the provincial areas for the convenience of CNG users.