

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษานี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้งานบัตรเครดิตระยะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ดังนี้

ตาราง 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

เพศ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ชาย	141	70.5
หญิง	59	29.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียวจำนวน 200 ราย เป็นเพศชายร้อยละ 70.5 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 29.5 ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	15	7.5
30 – 40 ปี	95	47.5
41 – 50 ปี	56	28.0
มากกว่า 50 ปี	34	17.0
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 30 – 40 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.5 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.0 และอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 30 – 40 ปี

**ตาราง 4.3** สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

สถานภาพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
โสด	42	21.0
สมรส	139	69.5
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	19	9.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมาเป็นสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 21.0 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีสถานภาพสมรสแล้ว

**ตาราง 4.4** ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	26	13.0
มัธยมศึกษา	37	18.5
ปริญญาตรี	91	45.5
สูงกว่าปริญญาตรี	46	23.0
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 23.0 และ ระดับการศึกษามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาปริญญาตรี

**ตาราง 4.5** อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เกษตรกร	12	6.0
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	22	11.0
เอกชน		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	98	49.0
รับจ้างทั่วไป	34	17.0
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	21	10.5
อื่นๆ	13	6.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมาเป็นรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 17.0 พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน คิดเป็นร้อยละ 11.0 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 10.5 ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

**ตาราง 4.6** รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

รายได้	ค่าเฉลี่ย
รายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม	51,935 บาท
รายได้ของคู่สมรส	19,610 บาท

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียวมีรายได้เฉลี่ย 51,935 บาทต่อเดือน และกลุ่มสมรสของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย 19,610 บาท ต่อเดือน

ตาราง 4.7 สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

สมาชิกในครอบครัว	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
0	35	17.5
1	12	6.0
2	36	18.0
3	47	23.5
4	63	31.5
5	7	3.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาไม่มีสมาชิกในครอบครัว 3 คน คิดเป็น ร้อยละ 23.5 สมาชิกในครอบครัว 2 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และไม่มีสมาชิกในครอบครัวเลย คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างจะมีจำนวนสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 คน

ตาราง 4.8 รุ่นรถยนต์กระบะที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ของรถยนต์กระบะซีเอ็นจี ทาทา

รุ่น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
Giant CNG	103	51.5
Xenon CNG	97	48.5
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่เลือกใช้รถยนต์ กระบะซีเอ็นจีรุ่น Giant CNG คิดเป็นร้อยละ 51.5 และเลือกใช้รุ่น Xenon CNG คิดเป็นร้อยละ 48.5 ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีรุ่น Giant CNG

ตาราง 4.9 จำนวนรถยนต์ที่ครอบครองและเป็นคันที่เท่าไรที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนรถยนต์	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	146	73.0
2	29	14.5
3	25	12.5
รวม	200	100
คันที่เท่าไร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	131	65.5
2	29	14.5
3	11	5.5
4	14	7.0
5	0	0.0
6	7	3.5
7	0	0.0
8	8	4.0
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีรถยนต์รุ่นดังกล่าว 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมา มีรถยนต์รุ่นดังกล่าว 2 คัน คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีรถยนต์รุ่นดังกล่าว 3 คัน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีรถยนต์รุ่นดังกล่าวจำนวน 1 คัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่มีรถยนต์คันดังกล่าวเป็นคันแรก คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมามีรถยนต์คันดังกล่าวเป็นคันที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 14.5 และมีรถยนต์คันดังกล่าวเป็นคันที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีรถยนต์คันดังกล่าวเป็นคันแรก

ตาราง 4.10 ผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว

ผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะซีเอ็นจี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ตัวเอง	58	29.0
ครอบครัว/ญาติ พี่น้อง	80	40.0
เพื่อน	30	15.0
พนักงาน/ตัวแทนจำหน่าย	32	16.0
สื่อโฆษณา	30	15.0
อื่นๆ	0	0.0
รวม	200	100

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว ส่วนใหญ่ครอบครัว/ญาติ พี่น้องมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะ คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็น การตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะด้วยตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 29.0 และพนักงาน/ตัวแทนจำหน่ายมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะ คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ ฉะนั้นส่วนใหญ่ของกลุ่มตัวอย่างมีครอบครัว/ญาติ พี่น้อง ช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะ

ตาราง 4.11 สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวเพื่อการพาณิชย์ แทนที่จะเป็นสองระบบ

สาเหตุในการตัดสินใจ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ความสะดวกสบายในการเติมเชื้อเพลิง	45	22.5
ประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการใช้สองระบบ	131	65.5
แรงม้าในการขับเคลื่อนที่มากกว่าสองระบบ	24	12.0
อื่นๆ	0	0.0

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดียว สาเหตุส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวแทนที่จะเป็น 2 ระบบ เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการใช้สองระบบ คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมาเพราะความสะดวกสบายในการเติมเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเพราะแรงม้าในการขับเคลื่อนที่มากกว่าสองระบบ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสาเหตุที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวเพื่อการพาณิชย์แทนที่จะเป็น 2 ระบบ เพราะประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการใช้สองระบบ

#### 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวเพื่อการพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.ท่านมีความเชื่อในมาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ก๊าซที่ติดตั้งมาจากโรงงาน	8 (4.0)	38 (19.0)	154 (77.0)	2.73 (มาก)
2.ยี่ห้อรถยนต์มีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือ	55 (27.5)	81 (40.5)	64 (32.0)	2.04 (ปานกลาง)
3.รถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีการใช้งานดี โดยไม่แตกต่างจากระบบน้ำมันเบนซิน ดีเซล และแอลพีจี	13 (6.5)	112 (56.0)	75 (37.5)	2.31 (ปานกลาง)
4.ปริมาณถังก๊าซซีเอ็นจีที่ติดตั้งกับตัวรถยนต์มีความเพียงพอแล้วต่อความต้องการในการใช้งาน	9 (4.5)	86 (43.0)	105 (52.5)	2.48 (ปานกลาง)
5.รถยนต์ที่ใช้ในระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม	9 (4.5)	25 (12.5)	166 (83.0)	2.78 (มาก)
6.รถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีความเสี่ยงในด้านความปลอดภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุมากกว่ารถยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซินหรือดีเซล	22 (11.0)	89 (44.5)	89 (44.5)	2.33 (ปานกลาง)
รวม				2.49 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ



จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.49) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรถยนต์ที่ใช้ในระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=2.78) รองลงมาคือ ท่านมีความเชื่อในมาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ก๊าซที่ติดตั้งมาจากโรงงานความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=2.73) และปริมาณถังก๊าซซีเอ็นจีที่ติดตั้งกับตัวรถยนต์มีความเพียงพอแล้วต่อความต้องการในการใช้งานโรงงาน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย =2.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยทางด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.ท่านคิดว่าราคาก๊าซซีเอ็นจีถูกกว่าเมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซิน และดีเซล	11 (5.5)	20 (10.0)	169 (84.5)	2.79 (มาก)
2.รถยนต์กระบะที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวช่วยในการประหยัดค่าน้ำมัน ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการต่ำลง	11 (5.5)	7 (3.5)	182 (91.0)	2.85 (มาก)
3.อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงระหว่างก๊าซซีเอ็นจีกับน้ำมันพอๆกัน	82 (41.0)	58 (29.0)	60 (30.0)	1.89 (ปานกลาง)
4.รถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีค่าบำรุงรักษาที่น้อยกว่ารถยนต์ที่ใช้น้ำมัน	18 (9.0)	121 (60.5)	61 (30.5)	2.21 (ปานกลาง)
รวม				2.49 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.49) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรถยนต์กระบะที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวช่วยในการประหยัดค่าน้ำมัน ทำให้ต้นทุนในการดำเนินการต่ำลง ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=2.85) รองลงมาคือ ท่านคิดว่าราคาก๊าซซีเอ็นจีถูกกว่าเมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซิน

และดีเซล ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=2.79) และรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีค่าบำรุงรักษาที่น้อยกว่ารถยนต์ที่ใช้น้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.21) ตามลำดับ

#### ตารางที่ 4.14 ปัจจัยทางด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.จำนวนและการกระจายตัวของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เพียงพอต่อการให้บริการ	80 (40.0)	69 (34.5)	51 (25.5)	1.85 (ปานกลาง)
2.เวลาในการเปิด-ปิดของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีที่ให้บริการ	59 (29.5)	115 (57.5)	26 (13.0)	1.83 (ปานกลาง)
3.มาตรฐานความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจี	14 (7.0)	124 (62.0)	62 (31.0)	2.24 (ปานกลาง)
4.สถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีมีหัวจ่ายหลายจุดในสถานีเดียวกัน	8 (4.0)	95 (47.5)	97 (48.5)	2.44 (ปานกลาง)
รวม				2.23 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.23) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีมีหัวจ่ายหลายจุดในสถานีเดียวกันความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.44) รองลงมาคือ มาตรฐานความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจี ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.24) และจำนวนและการกระจายตัวของสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่เพียงพอต่อการให้บริการ ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=1.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ความรู้ของบริษัทรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี	49 (24.5)	93 (46.5)	58 (29.0)	2.04 (ปานกลาง)
2.รถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีการประกันภัยที่เท่าเทียมกับรถยนต์ระบบน้ำมัน	9 (4.5)	94 (47.0)	97 (48.5)	2.44 (ปานกลาง)
3.พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับก๊าซซีเอ็นจีสามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำ	34 (17.0)	93 (46.5)	73 (36.5)	2.19 (ปานกลาง)
4.มีการอนุมัติสินเชื่อในวงเงินที่เท่าเทียมกับรถยนต์ระบบน้ำมัน	56 (28.0)	108 (54.0)	36 (35.0)	1.90 (ปานกลาง)
รวม				2.34 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 2.34) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวมีการประกันภัยที่เท่าเทียมกับรถยนต์ระบบน้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.44) รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับก๊าซซีเอ็นจี สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.19) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ความรู้ของบริษัทรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยทางด้านบริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านบริการหลังการขาย	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.การรับประกันการใช้งานที่ 150,000 กม. หรือ 4 ปีของรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจี ระบบเดียว	10 (5.0)	44 (22.0)	146 (73.0)	2.68 (มาก)
2.ศูนย์บริการหรือผู้ที่สามารถแก้ปัญหา เกี่ยวกับรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบ เดียว	19 (9.5)	126 (63.0)	55 (27.5)	2.18 (ปานกลาง)
3.การหาซื้ออะไหล่ภายหลังหมดประกัน อายุการใช้งานของทางบริษัทรถยนต์	54 (27.0)	84 (42.0)	62 (31.0)	2.04 (ปานกลาง)
4.ค่าบำรุงรักษาและค่าแรงในการซ่อมแซม อยู่ในอัตราที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับรถยนต์ กระบะระบบน้ำมัน	46 (23.0)	86 (43.0)	68 (34.0)	2.11 (ปานกลาง)
รวม				2.38 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยด้านบริการหลังการขายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.38) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการรับประกันการใช้งานที่ 150,000 กม. หรือ 4 ปีของรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.68) รองลงมาคือ ศูนย์บริการหรือผู้ที่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.18) และค่าบำรุงรักษาและค่าแรงในการซ่อมแซมอยู่ในอัตราที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับรถยนต์กระบะระบบน้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยทางค่านโยบายของภาครัฐ

ปัจจัยค่านโยบายของภาครัฐ	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล) (ปานกลาง)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.มีการรณรงค์จากภาครัฐให้มีการใช้รถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีมากขึ้น	55 (27.5)	94 (47.0)	51 (25.5)	1.98 (ปานกลาง)
2.โครงการสนับสนุนของรัฐบาล ในเรื่องการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี	67 (33.5)	105 (52.5)	28 (14.0)	1.80 (ปานกลาง)
3.การปรับราคาขายปลีกก๊าซซีเอ็นจีของรัฐบาล	14 (7.0)	73 (36.5)	113 (56.5)	2.49 (ปานกลาง)
รวม				2.14 (ปานกลาง)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยค่านโยบายของภาครัฐโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.14) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการปรับราคาขายปลีกก๊าซซีเอ็นจีของรัฐบาล ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.49) รองลงมาคือ มีการรณรงค์จากภาครัฐให้มีการใช้รถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีมากขึ้น ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=1.98) และโครงการสนับสนุนของรัฐบาล ในเรื่องการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=1.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว เพื่อการพาณิชย์ (ลำดับความสำคัญจากมาก=1 ไปจนถึงระดับความสำคัญน้อยที่สุด=6)

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านผลิตภัณฑ์	1.76	1.11
ด้านราคา	1.78	0.80
ด้านสถานที่	4.16	1.21
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.40	1.26
ด้านบริการหลังการขาย	4.13	1.28
ด้านนโยบายของภาครัฐ	4.75	1.32

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ปัจจัยที่มีระดับความสำคัญมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย=1.76) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย=1.78) และปัจจัยด้านบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย=4.13)

4.3 การวิเคราะห์และทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไป (อายุ ระดับการศึกษา และ อาชีพ) กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวเพื่อการพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์						
น้อยกว่า 30 ปี	15	14.7%	0	0%	15	7.5%
30 – 40 ปี	50	49.0%	45	49.0%	95	47.5%
41 – 50 ปี	20	19.6%	36	36.7%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	17	16.7%	17	17.3%	34	17.0%
รวม	102	100.0%	98	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 19.762$  p-value = 0.000 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ตัวรถยนต์มีความสัมพันธ์กับระดับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 49.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 36.7 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 49.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากในช่วงอายุนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง จึงจะต้องพิถีพิถันกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

**ตารางที่ 4.20** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านราคา						
น้อยกว่า 30 ปี	0	0%	15	15.2%	15	7.5%
30 – 40 ปี	51	50.5%	44	44.4%	95	47.5%
41 – 50 ปี	31	30.7%	25	25.3%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	19	18.8%	15	15.2%	34	17.0%
รวม	101	100.0%	99	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 16.611$  p-value = 0.001 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.001 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับราคาของรถยนต์มีความสัมพันธ์กับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ปัจจัยด้านราคา ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 44.4 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 25.3 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 50.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ



สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง จะมีความอ่อนไหวต่อราคาของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะนำมาพิจารณาในการช่วยลดต้นทุนของกิจการ

**ตารางที่ 4.21** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านสถานที่						
น้อยกว่า 30 ปี	15	9.7%	0	0%	15	7.5%
30 – 40 ปี	83	53.9%	12	26.1%	95	47.5%
41 – 50 ปี	30	19.5%	26	56.5%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	26	16.9%	8	17.4%	34	17.0%
รวม	154	100.0%	46	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 27.609$     p-value = 0.000    มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.21 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า สถานที่ที่มีความสัมพันธ์กับระดับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 56.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 26.1 ที่ระดับ

ความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 53.9 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 19.5

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านสถานที่ เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกๆด้าน จึงให้ความสำคัญกับสถานที่ (สถานีบริการก๊าซ) ว่าครอบคลุมและเพียงพอหรือไม่ต่อความต้องการของกิจการ เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกแก่กิจการของตนเองมากที่สุด

**ตารางที่ 4.22** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ						รวม	
	น้อย		ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริม การตลาด								
น้อยกว่า 30 ปี	0	0%	7	6.6%	8	9.9%	15	7.5%
30 – 40 ปี	13	100.0%	50	47.2%	32	39.5%	95	47.5%
41 – 50 ปี	0	0%	15	14.2%	41	50.6%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	0	0%	34	32.1%	0	0%	34	17.0%
รวม	13	100.0%	106	100.0%	81	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \*  $\chi^2 = 66.184$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.22 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับระดับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็น

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 50.6 รองลงมาคืออายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 39.5 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 47.2

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากในช่วงอายุนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกๆด้าน จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้ ความน่าเชื่อถือในด้านการประกันภัยในผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกแก่กิจการของตนเองมากที่สุด

**ตารางที่ 4.23** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านการบริการหลังการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ						รวม	
	น้อย		ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการบริการ หลังการขาย								
น้อยกว่า 30 ปี	0	0%	15	14.6%	0	0%	15	7.5%
30 – 40 ปี	10	100.0%	39	37.9%	46	52.9%	95	47.5%
41 – 50 ปี	0	0%	15	14.6%	41	47.1%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	0	0%	34	33.0%	0	0%	34	17.0%
รวม	10	100.0%	103	100.0%	97	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \*  $\chi^2 = 75.299$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.23 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า การบริการหลังการขายมีความสัมพันธ์กับระดับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบ

แบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 52.9 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 47.1

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปี ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตนเอง ซึ่งจะมีความอ่อนไหวต่อบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการรับบริการ

**ตารางที่ 4.24** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านการนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อายุ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านนโยบายของภาครัฐ						
น้อยกว่า 30 ปี	15	8.7%	0	0%	15	7.5%
30 – 40 ปี	75	43.6%	20	71.4%	95	47.5%
41 – 50 ปี	48	27.9%	8	28.6%	56	28.0%
มากกว่า 50 ปี	34	19.8%	0	0%	34	17.0%
รวม	172	100.0%	28	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง  
: \*\* $\chi^2 = 11.905$  p-value = 0.008 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.24 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.008 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า นโยบายของภาครัฐบาลมีความสัมพันธ์กับระดับอายุของผู้ใช้รถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่

เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 71.41 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 28.6 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 43.6 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 27.9

สาเหตุในช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐบาล เนื่องจากในช่วงอายุนี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง จึงจะต้องรอบคอบ ติดตามข่าวสารที่จะนำมาสู่ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ ซึ่งเป็นส่วนประกอบในการดำเนินกิจการ เพื่อที่จะช่วยในการลดต้นทุนของกิจการ

**ตารางที่ 4.25** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์						
ประถมศึกษา	26	25.5%	0	0%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	16	15.7%	21	21.4%	37	18.5%
ปริญญาตรี	60	58.8%	31	31.6%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0%	46	46.9%	46	23.0%
รวม	102	100.0%	98	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\* $\chi^2 = 81.870$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบ

แบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 46.9 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 31.6 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.8 รองลงมาคือระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 25.5

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง หรือสืบทอดกิจการต่อจากรุ่นก่อน จึงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

**ตารางที่ 4.26** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านราคา						
ประถมศึกษา	12	11.9%	14	14.1%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	8	7.9%	29	29.3%	37	18.5%
ปริญญาตรี	35	34.7%	56	56.6%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	46	45.5%	0	0%	46	23.0%
รวม	101	100.0%	99	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 62.905$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.26 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของ

ผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับราคารถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยราคา ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 56.6 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 29.3 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 34.7

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการแล้ว จะมีความอ่อนไหวต่อราคาของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะนำมาพิจารณาในการช่วยลดต้นทุนของกิจการในระยะยาว

**ตารางที่ 4.27** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านสถานที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านสถานที่						
ประถมศึกษา	26	16.6%	0	0%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	21	13.6%	16	34.8%	37	18.5%
ปริญญาตรี	61	39.6%	30	65.2%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	46	29.6%	0	0%	46	23.0%
รวม	154	100.0%	46	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่=0) จึงขยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 32.172$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.27 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของ

ผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่จำหน่ายรถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของ ผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยสถานที่ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 65.2 รองลงมาคือ ระดับการศึกษามัธยมศึกษา ร้อยละ 34.8 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 29.6

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านสถานที่ เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการแล้ว จึงให้ความสำคัญกับสถานที่(สถานบริการก๊าซ) ว่าครอบคลุมหรือไม่ ความน่าเชื่อถือของระบบความปลอดภัย เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกแก่กิจการของตนเองมากที่สุด

**ตารางที่ 4.28** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ						รวม	
	น้อย		ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
ประถมศึกษา	0	0%	14	13.2%	12	14.8%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	0	0%	15	14.2%	22	27.2%	37	18.5%
ปริญญาตรี	0	0%	67	63.2%	24	29.6%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	13	100.0%	10	9.4%	23	28.4%	46	23.6%
รวม	13	100.0%	106	100.0%	81	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \*\*  $\chi^2 = 69.394$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05



จากตารางที่ 4.28 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 29.6 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 28.4

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการแล้ว จะมีความอ่อนไหวต่อการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะนำมาพิจารณาในการช่วยลดต้นทุนของกิจการในระยะยาว

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านการบริการหลังการขายมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการบริการหลังการขาย						
ประถมศึกษา	0	0%	26	29.9%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	23	22.3%	14	16.1%	37	18.5%
ปริญญาตรี	57	55.3%	24	27.6%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	23	22.3%	23	26.4%	46	23.0%
รวม	103	100.0%	87	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 54.332$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.29 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 29.9 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 27.6 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 55.3

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านบริการหลังการขาย เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป ซึ่งจะมีความอ่อนไหวต่อการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการรับบริการ

**ตารางที่ 4.30** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านนโยบายของภาครัฐ						
ประถมศึกษา	26	15.1%	0	0%	26	13.0%
มัธยมศึกษา	23	13.4%	14	50.0%	37	18.5%
ปริญญาตรี	77	44.8%	14	50.0%	91	45.5%
สูงกว่าปริญญาตรี	46	26.7%	0	0%	46	23.0%
รวม	172	100.0%	28	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่=0) จึงขูบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\* $\chi^2 = 29.328$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.30 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับนโยบายของภาครัฐบาล ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจุบันนโยบายของภาครัฐ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาและระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 44.8 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 26.7

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษาและปริญญาตรีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐบาล เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชนและธุรกิจส่วนตัว ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อข่าวสารที่จะนำมาสู่ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ ซึ่งเป็นส่วนประกอบในการดำเนินกิจการ เพื่อที่จะช่วยในการลดต้นทุนของกิจการในระยะยาว

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านผลิตภัณฑ์						
เกษตรกร	12	11.8%	0	0%	12	6.0%
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	22	21.6%	0	0%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	54	52.9%	44	44.9%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	14	13.7%	20	20.4%	34	17.0%
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0	0%	21	21.4%	21	10.5%
อื่นๆ	0	0%	13	13.3%	13	6.5%
รวม	102	100.0%	98	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 70.027$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.31 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้ใช้ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 44.9 รองลงมาคือเป็นรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 21.4

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง จึงจะต้องพิถีพิถันกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตารางที่ 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านราคา						
เกษตรกร	12	11.9%	0	0%	12	6.0%
พนักงาน บริษัท/ห้างร้าน เอกชน	14	13.9%	8	8.1%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	51	50.5%	47	47.5%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	0	0%	34	34.3%	34	17.0%
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	11	10.9%	10	10.1%	21	10.5%
อื่นๆ	13	12.9%	0	0%	13	6.5%
รวม	101	100.0%	99	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง  
: \*\*  $\chi^2 = 60.833$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.32 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับราคาของรถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถาม

แล้ว พบว่า ปัจจัยด้านราคาในระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 47.5 รองลงมาคือเป็นรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 34.3

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตนเอง จะมีความอ่อนไหวต่อราคาของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินการ เพื่อที่จะนำมาพิจารณาในการช่วยลดต้นทุนของกิจการ

ตารางที่ 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านสถานที่						
เกษตรกร	0	0%	12	26.1%	12	6.0%
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	14	9.1%	8	17.4%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	82	53.2%	16	34.8%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	34	22.1%	0	0%	34	17.0%
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11	7.1%	10	21.7%	21	10.5%
อื่นๆ	13	8.4%	0	0%	13	6.5%
รวม	154	100.0%	46	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงยุบรวมชั้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 66.083$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับสถานที่ที่จำหน่ายรถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 34.8 รองลงมาคือเป็นเกษตรกร ร้อยละ 26.1

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านสถานที่ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการและผู้ประกอบการที่ดำเนิน

กิจการแล้ว จึงให้ความสำคัญกับสถานที่(สถานบริการก๊าซ) ว่าครอบคลุมหรือไม่ ความน่าเชื่อถือของระบบความปลอดภัย เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกแก่กิจการของตนเองมากที่สุด

**ตารางที่ 4.34** การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ						รวม	
	น้อย		ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการส่งเสริม การตลาด								
เกษตรกร	0	0%	12	11.3%	0	0%	12	36.0%
พนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน	0	0%	22	20.8%	0	0%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	0	0%	44	41.5%	54	66.7%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	0	0%	28	26.4%	6	7.4%	34	17.0%
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	0	0%	0	0%	21	25.9%	21	10.5%
อื่นๆ	13	100.0%	0	0%	0	0%	13	6.5%
รวม	13	100.0%	106	100.0%	81	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \*\*  $\chi^2 = 272.9$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.34 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็น



กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 25.9

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกๆด้าน จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาใช้ ความน่าเชื่อถือในด้านการประกันภัยในผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วกว่าการของตนเองมากที่สุด

ตารางที่ 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านบริการหลังการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ						รวม	
	น้อย		ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านการบริการ หลังการขาย								
เกษตรกร	0	0%	12	11.7%	0	0%	12	6.0%
พนักงานบริษัท/ ห้างร้านเอกชน	0	0%	22	21.4%	0	0%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	10	100.0%	42	40.8%	46	52.9%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	0	0%	14	13.6%	20	23.0%	34	17.0%
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	0	0%	0	0%	21	24.1%	21	10.5%
อื่นๆ	0	0%	13	12.6%	0	0%	13	6.5%
รวม	10	100.0%	103	100.0%	87	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: \*\*  $\chi^2 = 82.773$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.35 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 52.9 รองลงมาคือรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.1

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตนเอง ซึ่งจะมีความอ่อนไหวต่อการบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการรับบริการ

ตารางที่ 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

อาชีพ	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ด้านนโยบายของภาครัฐ						
เกษตรกร	12	7.0%	0	0%	12	6.0%
พนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน	8	4.7%	14	50.0%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	90	52.3%	8	28.6%	98	49.0%
รับจ้างทั่วไป	28	16.3%	6	21.4%	34	17.0%
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	21	12.2%	0	0%	21	10.5%
อื่นๆ	13	7.6%	0	0%	13	6.5%
รวม	172	100.0%	28	100.0%	200	100.0%

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : \* ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่=0) จึงยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: \*\*  $\chi^2 = 55.65$  p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.36 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ( $\alpha = 0.05$ ) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า อาชีพของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับนโยบายของภาครัฐบาล ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชน ร้อยละ 50.5 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 28.6

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้านเอกชนให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐบาล เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อข่าวสารที่จะนำมาสู่ผลิตภัณฑ์ที่เลือกใช้ ซึ่งเป็นส่วนประกอบในการดำเนินกิจการ เพื่อที่จะช่วยในการลดต้นทุนของกิจการในระยะยาว