

การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และการเพิ่มขึ้นของจำนวนรถยนต์ ซึ่งทำให้การคมนาคมขนส่งที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นหลักนั้น เป็นผลให้มีการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันดิบ และการผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้ประเทศไทยขาดดุลการค้าอันเนื่องมาจากการนำเข้าน้ำมันดิบ นอกจากนี้ความชัดเจนด้านการเมือง ความเชื่อมั่นของประชาชน แรงกดดันจากต้นทุนราคาน้ำมันในภาคการคมนาคม การเกิดมลพิษทางอากาศ และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลกระทบต่อภาพรวมการใช้พลังงานของประเทศ ดังนั้น เพื่อสร้างความเข้มแข็งต่อเศรษฐกิจและการดูแลสิ่งแวดล้อมของประเทศ ภาครัฐพยายามหาทางในการนำ พลังงานหมุนเวียน พลังงานทดแทน เช่น ก๊าซธรรมชาติ ถ่านหิน พลังน้ำ พลังงานจากพืช พลังงานทางเลือกเพื่อทดแทนน้ำมัน เช่น แก๊ส โซลาร์ โบ โอดีเซล Liquefied Petroleum Gas (LPG) และ Natural Gas Vehicles (NGV) โดยเฉพาะ NGV ที่มีคุณสมบัติของก๊าซธรรมชาติในทางบวกกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อควรคำนึงคือ การยอมรับใน NGV ของผู้บริโภค จึงนำมาซึ่งการวิจัยเพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีต่อ NGV เพื่อนำผลการวิจัยพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอย่างเหมาะสมต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

การทัศนคติของผู้บริโภคมีความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจนั้น ๆ ดังนั้น ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจจึงใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างความน่าจะเป็น และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จากผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ใน จังหวัด ขอนแก่น นครราชสีมา อุรธานี และ อุบลราชธานี และวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มบุคคลโดย SPSS โดยสถิติเชิงพรรณนา และ ONE WAY ANOVA เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน และ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างปลายเปิดในกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการ NGV ในจังหวัดข้างต้น

ผลจากการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูลบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ อาชีพ และ รายได้ มีทัศนคติที่ดีต่อก๊าซธรรมชาติ NGV และ ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ทัศนคติของผู้ขับขี่แตกต่างกัน โดย ด้านเพศ : เพศชายมีทัศนคติต่อ NGV ดีกว่าเพศหญิง ด้านการศึกษา : การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงขึ้นไปมีทัศนคติที่ดีต่อ NGV

ดังนั้น ในส่วนสำคัญด้านการตลาดและความเป็นไปได้ของการทำธุรกิจ NGV พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด มีผลทำให้ทัศนคติของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลไม่เกินเจ็ดที่นั่ง ในจังหวัดขอนแก่น นครราชสีมา อุรธานี และ อุบลราชธานี มีทัศนคติที่ดี นอกจากนี้ในการวิจัยยังพบว่า การที่รัฐบาลมีการสนับสนุนในเรื่องของการลดภาษีและการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการติดตั้ง NGV สำหรับรถยนต์จำนวน 10,000 บาทในปี 2550 ทำให้ทั้งผู้ประกอบการและผู้ขับขี่รถยนต์มีทัศนคติที่ดี และมีพฤติกรรมให้ความสนใจก๊าซธรรมชาติ NGV มากขึ้น

Thailand Economic growth and the increase of passenger cars are resulting in increasing the convenience in land-transport as well as the increase in using gasoline. Thus, the increase in importing crude oil with the continuing increase in crude oil price as well as the fluctuation in foreign currency exchange rate are resulting in international trade deficit. Moreover, the political stability, public confidence, the pressure of oil cost, pollution and environment impact are all impact to the usage of Thailand energy. In strengthen Thai economic and environment, it is the strong effort of government sector to use the Recycle Energy and the Substitutes Energy for example Natural Gas, Coal, Water, Plants and other Substitution Alternatives of Energy e.g. Gasohol, Bio-diesel, Liquefied Petroleum Gas (LPG) and Natural Gas Vehicles (NGV), in a particular of NGV with its positive beneficial in comparing with other alternatives energy. However, the consumers' acceptance and attitude of NGV is in questions. Therefore, in researching the passenger car driver's attitude of NGV is crucial importance as a result to apply and develop the proper marketing mix which suit to customer behavior

The Quantitative Research Methodology of Questionnaire data collection of 400 sample size and using Probability Sampling and Simple Random Sampling from the passenger cars' drivers in Northeast ; Khon Kaen, Nakhon Ratchasima, Udon Thani and Ubon Ratchathani. The Data Analysis is using SPSS of Descriptive Statistic and ONE WAY ANOVA as the test of research assumptions. In addition, the Qualitative Research Methodology with unstructured and open-ended questions is designed to gather the NGV businessman and operator opinion.

The descriptive statistic personal data analysis finds that there are positive attitude to NGV whether in difference of Age, Occupations and Income. However, the difference in gender of male have positive attitude to NGV than female, and the higher education in minimum of college school has positive attitude to NGV than lower education.

As a result to NGV business development, it is feasible of NGV market with proper marketing mix is positive impact to consumers' attitude in Khon Kaen, Nakhon Ratchasima, Udon Thani and Ubon Ratchathani. Moreover, with the government subsidize and support in Tax, Installation of NGV mechanic in passenger cars of 10,000 Baht in 2007, result of positive attitude to both businessman and consumers and hence stimulating and increasing consumer behavior in using NGV.