

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษานี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้ใช้งานบัตรเครดิตระยะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 200 ชุด ดังนี้

ตาราง 4.1 เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ระยะซีเอ็นจีระบบเดียว

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

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ระยะซีเอ็นจีระบบเดียวจำนวน 200 ราย เป็นเพศชายร้อยละ 70.5 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 29.5 ฉะนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ตาราง 4.2 อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ระยะซีเอ็นจีระบบเดียว

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 เอกชน	22	11.0
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
รายได้ของกลุ่มสมรส	19,610 บาท

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดี่ยวมีรายได้เฉลี่ย 51,935 บาทต่อเดือน และคู่สมรสของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย 19,610 บาท ต่อเดือน

ตาราง 4.7 สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดี่ยว

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 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเดี่ยว ส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมามีสมาชิกในครอบครัว 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 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเคียว 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 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์กระบะซีเอ็นจีระบบเคียว ส่วนใหญ่มีรถยนต์รุ่นดังกล่าว 1 คัน คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมามีรถยนต์รุ่นดังกล่าว 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 รองลงมาเป็นการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะด้วยตัวเอง 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 รองลงมา เพราะความสะดวกสบายในการเติมเชื้อเพลิง 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 คือรถยนต์ที่ใช้ในระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบ เดียวช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม ความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย=2.78) รองลงมาคือ ท่านมีความเชื่อในมาตรฐานความปลอดภัยของอุปกรณ์ก๊าซที่ติดตั้งมาจากโรงงานความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย=2.73) และปริมาณถังก๊าซซีเอ็นจีที่ติดตั้งกับตัวรถยนต์มีความเพียงพอแล้วคือความ ต้องการในการใช้งาน โรงงาน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย =2.48) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยทางด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผก)
	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) และรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเคียวมีค่าบำรุงรักษาที่น้อยกว่ารถยนต์ที่ใช้น้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.21) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ปัจจัยทางค่านสถานที่

ปัจจัยค่านสถานที่	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผก)
	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 ความสำคัญของปัจจัยค่านสถานที่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (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.รถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเคียวมีการประกันภัยที่เท่าเทียมกับรถยนต์ระบบน้ำมัน	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 คือรถยนต์ที่ใช้ระบบก๊าซซีเอ็นจีระบบเคียวมีการประกันภัยที่เท่าเทียมกับรถยนต์ระบบน้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.44) รองลงมาคือ พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับก๊าซซีเอ็นจี สามารถให้คำปรึกษาและคำแนะนำ ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.19) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ความรู้ของบริษัทรถยนต์และตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.04) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ปัจจัยทางค่านบริการหลังการขาย

ปัจจัยด้านบริการหลังการขาย	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผก)
	น้อย	ปานกลาง	มาก	
1.การรับประกันการใช้งานที่ 150,000 กม. หรือ 4 ปีของรถยนต์ที่ใช้ระบบเกีาซซีเอ็นจีระบบเดียว	10 (5.0)	44 (22.0)	146 (73.0)	2.68 (มาก)
2.ศูนย์บริการหรือผู้ที่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ที่ใช้ระบบเกีาซซีเอ็นจีระบบเดียว	19 (9.5)	126 (63.0)	55 (27.5)	2.18 (ปานกลาง)
3.การหาซื้ออะไหล่ภายหลังหมดประกันอายุการใช้งานของทางบริษัทรถยนต์	54 (27.0)	84 (42.0)	62 (31.0)	2.04 (ปานกลาง)
4.ค่าบำรุงรักษาและค่าแรงในการซ่อมแซมอยู่ในอัตราที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับรถยนต์กระบะระบบน้ำมัน	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 ปีของรถยนต์ที่ใช้ระบบเกีาซซีเอ็นจีระบบเดียว ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.68) รองลงมาคือ ศูนย์บริการหรือผู้ที่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับรถยนต์ที่ใช้ระบบเกีาซซีเอ็นจีระบบเดียวความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.18) และค่าบำรุงรักษาและค่าแรงในการซ่อมแซมอยู่ในอัตราที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับรถยนต์กระบะระบบน้ำมัน ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.11) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ปัจจัยทางค่านโยบายของภาครัฐ

ปัจจัยค่านโยบายของภาครัฐ	ระดับความสำคัญ			คะแนนเฉลี่ย (แปรผล)
	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 ความสำคัญของปัจจัยค่านโยบายของภาครัฐ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.14) ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือการปรับราคาขายปลีกก๊าซซีเอ็นจีของรัฐบาล ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=2.49) รองลงมาคือ มีการรณรงค์จากภาครัฐให้มีการใช้รถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีมากขึ้น ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=1.98) และ โครงการสนับสนุนของรัฐบาล ในเรื่องการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย=1.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบ เดียว 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
ค่านโยบายของภาครัฐ	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
ด้าน ผลิตภัณฑ์						
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: * ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 19.762$ 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 เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง 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 : * ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 16.611$ 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 จะมีความอ่อนไหวต่อราคาของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาคำนวณกิจการ 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 : *ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 27.609$ 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 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี ร้อยละ 53.9 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 19.5

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านสถานที่ เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมในทุกๆด้าน จึงให้ความสำคัญกับสถานที่ (สถานีสบริการก๊าซ) ว่าครอบคลุมและเพียงพอหรือไม่คือความต้องการของกิจการ 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 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 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 ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี ร้อยละ 52.9 รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 47.1

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปี ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย เนื่องจากในช่วงอายุนี้นับว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง 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) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 11.905$ $p\text{-value} = 0.008$ มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

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

สาเหตุที่ช่วงอายุระหว่าง 30-40 ปีให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐบาล เนื่องจากในช่วงอายุนี้นี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง 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 : * ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงขยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง
: ** $\chi^2 = 81.870$ p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.25 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการเลือกซื้อรถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่

มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 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 : * ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(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 ระดับการศึกษาของผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับราคารถยนต์ ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบ

แบบสอบถามแล้ว 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 กับปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

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 : * ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(ความถี่= 0) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

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

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

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
ด้านการส่งเสริม การตลาด								
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%
สูงกว่าปริญญา ตรี	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 ระดับการศึกษาของ

ผู้ใช้งานที่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด 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 : * ระดับความสำคัญน้อยไม่มีค่าความถี่(ความถี่ = 0) จึงขยุบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

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

จากตารางที่ 4.29 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($\alpha = 0.05$) ได้ค่าสถิติของการทดสอบคือ 0.000 น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ ซึ่งมีความหมายว่า ระดับการศึกษาของ

ผู้ใช้รถยนต์มีความสัมพันธ์กับการบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 29.9 รองลงมาคือระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 27.6 ที่ระดับความสำคัญปานกลาง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.3

สาเหตุที่ช่วงการศึกษาที่ระดับประถมศึกษาให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านบริการหลังการขาย เนื่องจากในช่วงระดับการศึกษานี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและรับจ้างทั่วไป ซึ่งจะมีความอ่อนไหวต่อบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ เนื่องจากต้องการความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการรับบริการ

ตารางที่ 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา กับปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

ระดับการศึกษา	ระดับความสำคัญ				รวม	
	*น้อย - ปานกลาง		มาก			
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่านโยบายของภาครัฐ						
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 ปัจจัยนโยบายของภาครัฐ 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%
พนักงาน บริษัท/ห้างร้าน เอกชน	22	21.6%	0	0%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	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) จึงยุบรวมเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 70.027$ 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 จึงจะต้องพิถีพิถันกับผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาจำหน่ายกิจการ 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) จึงขูบรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 60.833$ p-value = 0.000 มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

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

แล้ว พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 47.5 รองลงมาคือเป็นรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 34.3

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านราคา เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตนเอง จะมีความอ่อนไหวต่อราคาของตัวผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ 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%
พนักงาน บริษัท/ห้างร้าน เอกชน	14	9.1%	8	17.4%	22	11.0%
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	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) จึงถูกรวมขึ้นเข้ากับระดับความสำคัญปานกลาง

: ** $\chi^2 = 66.083$ 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 เพื่อที่จะก่อให้เกิดความสะดวกแก่กิจการของตนเองมากที่สุด

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 อาชีพของผู้ใช้รถยนต์ มีความสัมพันธ์กับการบริการหลังการขายของตัวแทนจำหน่าย ดังตารางข้างต้นที่ระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามแล้ว พบว่า ปัจจัยด้านการบริการหลังการขาย ที่ระดับความสำคัญมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 52.9 รองลงมาคือรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.1

สาเหตุที่ผู้ประกอบการที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่กำลังเริ่มต้นกิจการของตัวเอง ซึ่งจะมีความอ่อนไหวต่อบริการหลังการขายของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำมาดำเนินกิจการ 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 : * ระดับความสำคัญน้อย ไม่มีค่าความถี่(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