



250733

พฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ศรัณยู ชนะ

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2555

๒๐๐๒๕๕๗๒๕



ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ



250733

**พุดติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**

ศรัณยู ชนะ

**การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต**

**บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
พฤษภาคม 2555**

พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์
ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ศรัณยู ชนะ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

.....ประธานกรรมการ

ผศ.วสันต์ ศิริพุด
..... กรรมการ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ
..... กรรมการ

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ
.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร

18 พฤษภาคม 2555

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพรัช กาญจนการุณ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ความรู้ คำแนะนำ และคำปรึกษาที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดียิ่งรวมถึงการตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ซึ่งผู้เขียนขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิสิต พันธมิตรและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชวสันต์ ศิริพุด กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระได้ให้ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่าต่อการศึกษา พร้อมทั้งตรวจสอบแก้ไขข้อผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันส่งผลให้การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ตีพิมพ์ออกมาดียิ่งขึ้น

ขอบพระคุณคณาจารย์คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ คณาจารย์รับเชิญทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ ขอขอบคุณข้าราชการ เจ้าหน้าที่ที่ตลอดจนบรรณารักษ์ห้องสมุดของคณะเศรษฐศาสตร์ที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือบริการประสานงานด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ พนักงานบริษัทชนะเลิศปัมเปอร์ จำกัด ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ยี่ห้อ ทาทา เชียงใหม่ พนักงานสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจี ป.ศ.ท. สาขาสารภีและสาขาหนองประทีป จังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนผู้ใช้รถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเคียวอีห้อ ทาทา ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ พี่ๆ เพื่อนๆ นักศึกษาปริญญาโทเศรษฐศาสตร์(ภาคพิเศษ) รุ่นที่ 17 และบุคคลใกล้ชิดผู้เขียนทุกคนที่ให้คำแนะนำ เป็นกำลังใจและช่วยเหลือด้านต่างๆ ด้วยดีเสมอมา

สุดท้ายนี้หากการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้สนใจข้อมูล ผู้เขียนขอบพระคุณความดีงามให้แก่ คุณพ่อ เจริญ ชนะและคุณแม่ กุลธิดา ชนะ ผู้ที่ให้การดูแลและเป็นกำลังใจที่สำคัญยิ่งในการศึกษามาจนถึงทุกวันนี้ ในส่วนของความผิดพลาดหรือข้อบกพร่องต่างๆ ผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

ศรัณยู ชนะ

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี
เพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่

ผู้เขียน นายศรัณยู ชนะ

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผศ.ดร.ไพรัช กาญจนการุณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

ผศ.ดร.นิสิต พันธมิตร อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

บทคัดย่อ

250733

การวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นในการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีเพื่อการพาณิชย์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2555 โดยเลือกทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้รถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียวของรถยนต์ยี่ห้อทาทา จำนวน 200 ราย ด้วยวิธีเก็บแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ร่วมด้วย 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 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจี 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 เพิ่มจำนวนสถานีบริการก๊าซซีเอ็นจีในต่างจังหวัดให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น 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

250733

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.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	8
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	8
1.5 นิยามศัพท์	9
บทที่ 2 กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1) แนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory)	10
2) แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ	13
3) แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค	15
4) โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	18
5) แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า	21
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	27
3.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	27
3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	28
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	29

บทที่ 4 ผลการศึกษา

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	33
4.2 ปัจจัยข้อมูลที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดี่ยวเพื่อการพาณิชย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	40
4.3 การวิเคราะห์และทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไป(อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ)กับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดี่ยวเพื่อการพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	47

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย	69
5.2 ข้อเสนอแนะ	72

เอกสารอ้างอิง	73
---------------	----

ภาคผนวก

แบบสอบถาม	76
-----------	----

ประวัติผู้เขียน	82
-----------------	----

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
1.1	ราคาน้ำมันเบนซิน 91 เบนซิน 95 ดีเซลและก๊าซเอ็นจีวี ในปี 2545-2555	2
1.2	สถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกปี พ.ศ.2552-2555 ของจังหวัดเชียงใหม่	5
1.3	ปริมาณรถยนต์เพื่อการพาณิชย์ที่จดทะเบียนในรูปรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล (รย.3) ตั้งแต่ ปีพ.ศ.2552-2555 ของทั้งประเทศ	7
1.4	ปริมาณรถยนต์บรรทุกเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้แก๊สเอ็นจีวี ในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ ปี พ.ศ.2522-2555 ของทั้งประเทศ	7
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	33
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	33
4.3	สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	34
4.4	ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	34
4.5	อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	35
4.6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	35
4.7	สมาชิกในครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	36
4.8	รุ่นรถยนต์กระบะที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	36
4.9	จำนวนรถยนต์กระบะและเป็นคันที่เท่าไรของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี	37
4.10	ผู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อรถยนต์กระบะ	38
4.11	สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซเอ็นจีวี ระบบเดียวแทนสองระบบ	39
4.12	ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์	40
4.13	ปัจจัยทางด้านราคา	41
4.14	ปัจจัยทางด้านสถานที่	42

4.15	ปัจจัยทางด้านการส่งเสริมการตลาด	43
4.16	ปัจจัยทางด้านบริการหลังการขาย	44
4.17	ปัจจัยทางด้านนโยบายของภาครัฐ	45
4.18	ระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	46
4.19	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	47
4.20	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	48
4.21	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	49
4.22	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	50
4.23	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านบริการหลังการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	51
4.24	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุและปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	52
4.25	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	53
4.26	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	54
4.27	การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว	55

- 4.28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

56
- 4.29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านบริการหลังการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

57
- 4.30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและปัจจัยด้านนโยบายของภาครัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

58
- 4.31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

60
- 4.32 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

61
- 4.33 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

63
- 4.34 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

64
- 4.35 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านบริการหลังการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

65
- 4.36 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพและปัจจัยด้านนโยบายของรัฐที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์กระบะเพื่อการพาณิชย์ที่ใช้ก๊าซซีเอ็นจีระบบเดียว

67

สารบัญภาพ

รูป	หน้า
1.1 ราคาน้ำมันเบนซิน 91 เบนซิน 95 ดีเซลและก๊าซเอ็นจีวี ในปี 2545-2555	3
1.2 สถิติจำนวนรถจดทะเบียนใหม่ตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกปี พ.ศ.2552-2555 ของจังหวัดเชียงใหม่	5
2.1 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค	18