

ชื่อเรื่องการศึกษาโดยอิสระ	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้รถยนต์อีโคคาร์ ในจังหวัดเชียงราย
ชื่อผู้เขียน	กานต์ เทพวิระพงษ์
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. แสงจันทร์ กันตะบุตร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้รถยนต์อีโคคาร์ ในจังหวัดเชียงราย ศึกษาถึงปัจจัยที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้รถยนต์ นำไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์อีโคคาร์และความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยประชากรประกอบด้วยผู้ใช้รถยนต์อีโคคาร์ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้มาใช้รถอีโคคาร์ใช้การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กำหนดปริมาณตัวอย่าง จำนวน 393 ตัวอย่าง โดยเครื่องมือในการเก็บข้อมูลมีสามส่วน ส่วนแรกเป็นด้านปัจจัยส่วนบุคคล ใช้แบบสอบถามแบบสำรวจรายการ ส่วนที่สองเป็นด้านข้อมูลพฤติกรรมการใช้รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้มาก่อนและปัจจุบัน และส่วนที่สามเป็นด้านปัจจัยสิ่งกระตุ้นทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้รถยนต์อีโคคาร์ พบว่า ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลผู้ใช้รถยนต์อีโคคาร์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีอายุอยู่ในช่วง 20-30 ปี ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000-25,000 บาทต่อเดือน และระดับการศึกษาส่วนใหญ่จบปริญญาตรี ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการใช้รถยนต์พบว่า ส่วนใหญ่เคยใช้รถเก๋งส่วนบุคคลมาก่อนและครอบครองรถยนต์ยี่ห้อ Nissan มากที่สุด ส่วนที่สามเป็นปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า เหตุผลอันดับแรกส่วนใหญ่เป็นการประหยัดน้ำมันของรถยนต์ และปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เรื่องคุณภาพของรถยนต์

แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพธุรกิจรถอีโคคาร์ ควรมีการปรับปรุงด้านต่างๆ ที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ก่อนดังนี้ พัฒนาคูณภาพรถยนต์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ รองลงมา ปรับปรุงด้านการให้บริการให้มีความทัดเทียมกับคู่แข่งหรือดีกว่า เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้าที่สูงขึ้นต่อไป

คำสำคัญ: รถยนต์อีโคคาร์/อีโคคาร์/รถยนต์เพื่อสิ่งแวดล้อม/เทคโนโลยีเพื่อสิ่งแวดล้อม/
ปัจจัยสิ่งแวดล้อม



Independent Study Title	Factors Influencing Consumer's Decision Making for Eco Car in Chiang Rai Province
Author	Karn Tepveerapong
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Asst. Prof. Dr. Sangchan Kantabutra

ABSTRACT

This research aims to study the factors that affect consumer's decision making to buy Eco car in Chiang Rai. The main object is to evaluate the important factors, which influence car users. This will be useful to make the business plan relate to car industry and customer satisfaction.

The research is a quantitative study. The population consist of the Eco car users in Chiang Rai; in addition, the samples choose by random sampling. The volume of 393 samples has been collected by three parts; for instance, the first part is personal factor survey by the questionnaire, the second part is using behaviour of the respondents who has been used the Eco car and the third part is the factor that actuate service marketing to influence customer's decision making. The result found that the Eco car users are mostly single female who is age between 20-30 years. The users have 15,000-25,000 Baht salary income per month and have bachelor degree. The using behaviour found that the users have been use sedan car and Nissan is the most famous brand. The third part is environmental factor found that the first choice user choose Eco car because fuel efficiency and car quality.

The further improvement of Eco car business should consider the important factors include, improve car quality and technology to be fresh and new, improve service to be equal or better than competitors to meet customer satisfaction in higher level.

Keywords: Eco Car/Eco/Car for environment/Technology environment Care/Environment factor

