

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากร  
ในกรุงเทพมหานคร

Features of an Eco Car Affecting to the Decision to Buy an Eco Car  
in Bangkok



คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

Features of an Eco Car Affecting to the Decision to Buy an Eco Car in Bangkok



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ปีการศึกษา 2560



© 2563

กำพล สีโพลย์วงศ์

สงวนลิขสิทธิ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

เรื่อง คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรใน  
กรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กำพล ลีไพบูลย์วงศ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี)

ผู้เชี่ยวชาญ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีพรรณ สุภาวรรณ)



(อาจารย์ วรรัน รัตตากร)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

18 พฤษภาคม 2563

กำพล ลี้ไพบุลย์วงศ์. ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, พฤษภาคม 2563, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร (69 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษ และเพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–30 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 30,001–40,000 บาท/ เดือน และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4–6 คน 2) ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 3,001–4,000 บาท/ เดือน ใช้รถยนต์ราคามากกว่า 500,000 บาท ตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และผ่อนชำระเงินรถยนต์เป็นระยะเวลา 4–6 ปี ใช้รถยนต์ Eco Car เป็นคันที่ 1 ขับซึ่งง่ายคล่องตัว มีขนาดเล็ก ช่วยประหยัดค่าน้ำมัน ใช้รถยนต์โตโยต้า เพราะเป็นยี่ห้อเจ้าตลาด มีความน่าเชื่อถือสูง และใช้งานได้อย่างคล่องแคล่ว 3) คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีภาพรวมในระดับมากและรายด้านในระดับมากที่สุด 4) การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car มีภาพรวมในระดับมาก 5) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car โดยรวมและทุกด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: รถยนต์, อีโคคาร์, การตัดสินใจซื้อ

Leepaiboonwong, G. M.B.A., May, 2020, Graduate School, Bangkok University.

Features of an Eco Car Affecting to the Decision to Buy an Eco Car in Bangkok

(69 pp.)

Advisor: Asst.Prof.Sasiprapa Phanthanasaeewe, Ph.D.

## ABSTRACT

The purpose of this research is to study the features of Eco car that affects the decision to buy Eco car of consumers in Bangkok. Study the opinions of consumers in Bangkok on the features and the decision to buy an Eco car. The results of this research are as follows:

1) Most of the respondents are female aged from 21 to 30 years old who have single status and bachelor's degree education. They work as private company employee with average monthly incomes between 30,001–40,000 baht and they have family members 4–6 people.

2) Respondents use the average monthly private car fuel cost from 3,001 to 4,000 baht, use a car that is priced more than 500,000 baht. Self influences the purchasing decision and installment payment for cars within period of 4–6 years, using the Eco car as the first car, easy to drive, compact size, saving fuel consumption costs. They use Toyota cars because Toyota is the popular market brand with highly reliable and use it fluently.

3) The overview of Eco car special features is in high level and each feature in the highest level.

4) The overview of decision to buy an Eco car has a high level.

5) The hypothesis test found that the overall of special features of Eco car and in all aspects affects the purchasing decisions of consumers in Bangkok with statistical significance at the level of 0.05.

*Keywords: Car, Eco Car, Decision*

## กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระครั้งนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิประภา พันธนาเสวี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ที่กรุณาให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาในการศึกษาครั้งนี้ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการแก้ไขปรับปรุงงานวิจัย ตลอดจนความกรุณาของอาจารย์ในการดูแลสั่งสอนอบรมข้อคิด ความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ทำให้การค้นคว้าอิสระครั้งนี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา และอาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดี ตลอดจนให้คำแนะนำและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษาภายในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการศึกษาครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัวของผู้วิจัยที่คอยอบรมเลี้ยงดู สนับสนุน ส่งเสริม การศึกษา ด้วยความรักและปรารถนาดีเสมอมา รวมทั้งเพื่อนทุกคน พี่น้องทุกท่าน ที่คอยห่วงใย ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา เสนอแนวทางแก้ปัญหา และช่วยเหลือเกื้อกูลตลอดระยะเวลาของการศึกษาที่ดีเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของการค้นคว้าอิสระครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบคุณครับ

กำพล ลีไพบูลย์วงศ์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	5
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ	10
2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.4 สมมติฐานการวิจัย	17
2.5 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	17
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	19
3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	19
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	22
3.4 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล	23
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย	24
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	25
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car	25
4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในแต่ละสมมติฐาน	42
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	47
5.1 สรุปผลการศึกษา	47
5.2 การอภิปรายผล	50



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 (ต่อ) สรุปและอภิปรายผล	
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	53
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป	54
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก แบบสอบถาม	58
ประวัติผู้เขียน	69
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในการค้นคว้าอิสระ	



## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1: ผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติการส่งเสริมการลงทุน (BOI)	10
ตารางที่ 3.1: แสดงความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) ในส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car และการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร	22
ตารางที่ 4.1: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ	25
ตารางที่ 4.2: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ	26
ตารางที่ 4.3: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ	26
ตารางที่ 4.4: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา	27
ตารางที่ 4.5: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ	27
ตารางที่ 4.6: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	28
ตารางที่ 4.7: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว	29
ตารางที่ 4.8: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	29
ตารางที่ 4.9: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามราคาของรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	30
ตารางที่ 4.10: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	30
ตารางที่ 4.11: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car	31
ตารางที่ 4.12: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามระยะเวลาใช้รถยนต์ Eco Car	31

## สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.13: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามรถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนับเป็นคันที่เท่าไร	32
ตารางที่ 4.14: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อรถยนต์ Eco Car	32
ตารางที่ 4.15: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามประโยชน์ใช้สอยหลักที่ใช้รถยนต์ Eco Car	33
ตารางที่ 4.16: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ Eco Car ที่ใช้	34
ตารางที่ 4.17: การแสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามสาเหตุที่ท่านซื้อรถยนต์ยี่ห้อดังกล่าวตามคำตอบในตารางที่ 4.16	34
ตารางที่ 4.18: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน	35
ตารางที่ 4.19: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสีแวตล่อม	37
ตารางที่ 4.20: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป	38
ตารางที่ 4.21: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูง	39
ตารางที่ 4.22: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	40
ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยค่าคงที่และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร	42
ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของประชากรในกรุงเทพมหานคร	44
ตารางที่ 4.25: ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	45

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: ภาพจำลองมาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้า (UN R94)	7
ภาพที่ 1.2: สภาพของหุ่นจำลองหลังการชน	7
ภาพที่ 1.3: ภาพจำลองมาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านข้าง (UN R95)	8
ภาพที่ 1.4: สภาพของหุ่นจำลองหลังการชน	8
ภาพที่ 1.5: กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of the Buying Decision Process)	13
ภาพที่ 2.6: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร	18



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

Eco Car (Economy Car) คือ รถยนต์ที่ถูกออกแบบให้มีต้นทุนการผลิตต่ำและผู้ขับขี่รถยนต์นำมาใช้ส่วนตัวเป็นหลักเนื่องจากเป็นรถยนต์ขนาดเล็ก น้ำหนักเบา และราคาขายต่ำกว่ารถยนต์รุ่นอื่น ๆ กล่าวคือ รถอีโคคาร์มีลักษณะเหมือนรถยนต์ทั่วไปแต่ประหยัดน้ำมัน ขนาดตัวถังและเครื่องยนต์เล็กกลงทำให้น้ำหนักรถอีโคคาร์เบาลงด้วยการใช้น้ำมันและปล่อยไอเสียน้อยลง ประมาณครึ่งหนึ่งของรถยนต์ขนาดกลางทั่วไป โครงการรถยนต์อีโคคาร์เกิดขึ้นประมาณปลายปี 2546 และนำมาใช้ในเดือนมกราคม 2547 ปัจจุบันรถยนต์อีโคคาร์มาจากรถราคาประหยัด (Economy Car) เริ่มมาจากโครงการเอื้ออาทรจกนำมาประยุกต์กับโครงการรถยนต์ประเภทใหม่ เพื่อเป็นโปรดักส์แชมป์เปี้ยนคู่กับปีก้อพตามแผนยุทธศาสตร์ยานยนต์ไทยที่ตั้งเป้าการผลิต 1.8 ล้านคัน แล้วรถยนต์อีโคคาร์ปี 2553 เป็นรถยนต์ราคาประหยัดที่มีราคา 2.8–3.5 แสนบาท โดยสามารถผ่อนเดือนละ 4–5 พันบาทต่อเดือน เหมาะกับผู้มีรายได้น้อยตั้งแต่ 10,000 บาทต่อเดือน กระทรวงอุตสาหกรรมและสถาบันยานยนต์ร่วมดูแลโครงการอีโคคาร์และกำหนดทิศทางทั้งหมด เมื่อสถานการณ์ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้หาพลังงานทดแทนมาใช้แทนน้ำมัน เชื้อเพลิงต่อมาได้มีเรื่องมลพิษต่ำเพิ่มเข้ามา ดังนั้น รถยนต์อีโคคาร์ต้องสามารถขับได้ไม่น้อยกว่า 20 กิโลเมตรต่อลิตร และใช้พลังงานทดแทนอย่างเอทานอลได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีขึ้น จึงไม่มีการกำหนดขนาดของเครื่องยนต์ทำให้รถยนต์อีโคคาร์มีความหมาย Ecology Car แปลว่า รถประหยัดพลังงาน แล้วผู้ช่วยรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรมตั้งชื่อใหม่ว่า The Best Little Car เพื่อไม่ให้ชื่อโครงการซ้ำซ้อน พร้อมกำหนดกรอบรายละเอียดมากขึ้นประกอบด้วยหลักสำคัญ 3 ด้าน คือ 1) ความคล่องตัวด้วยตัวถังขนาดไม่ใหญ่ ความกว้างน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.6 เมตร และความยาวน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.6 เมตร 2) ลดการใช้พลังงานเชื้อเพลิงมากกว่าหรือเท่ากับ 5.6 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร และ 3) เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมผ่านมาตรฐานไอเสีย Euro 4 ซึ่งเป็นมาตรฐานไอเสียระดับสูงสุดในยุโรป และมาตรฐานความปลอดภัย ECE ของยุโรป ซึ่งมีชื่อโครงการอย่างเป็นทางการเรียกว่าอีโคคาร์ที่ผลิตในประเทศไทยมีขนาดกะทัดรัด ภายใต้เทคโนโลยีที่ทันสมัยด้านประหยัดน้ำมัน รักษาสิ่งแวดล้อมและปลอดภัยตามเกณฑ์มาตรฐานคณะกรรมการเศรษฐกิจยุโรปแห่งสหประชาชาติ (UNECE) แล้ว ค่ายรถนิสสันเป็นค่ายบุกเบิกตลาดรถยนต์ Eco Car ในประเทศไทยและอาจจะเป็นที่แรกในโลก

จากสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศไทยได้รับผลกระทบตามไปด้วย แม้กระทั่งวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยหนึ่งนั้นก็คือ

เรื่องของค่าโดยสารการเดินทางของระบบขนส่งสาธารณะอย่างรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีการปรับขึ้นราคา ค่าโดยสารเพิ่มขึ้นในทุก ๆ ปี รวมไปถึงประเด็นของรถแท็กซี่ที่มีการไม่จอดรับผู้โดยสารหรือการโกงราคาค่ามิเตอร์ก็ตาม ทำให้เริ่มมีคนไทยจำนวนไม่น้อยเริ่มไม่พึงพอใจกับค่าโดยสารและบริการเหล่านี้ ประกอบกับโครงการคืนเงินภาษีสำหรับรถยนต์คันแรกของรัฐบาลในปี พ.ศ. 2555 เพื่อที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการใช้จ่ายจึงทำให้ผู้คนเหล่านี้ตัดสินใจที่จะซื้อรถยนต์มาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางและเมื่ออัตราการซื้อรถยนต์ในแต่ละครัวเรือนเพิ่มสูงขึ้นในทุก ๆ ปี ส่งผลให้ระบบการขนส่งและคมนาคมในตัวเมืองกรุงเทพมหานครไม่มีความคล่องตัว เต็มไปด้วยความแออัดและการติดขัดในเรื่องของการจราจร ทำให้เกิดความต้องการใช้น้ำมันในปริมาณที่สูงขึ้นตามไปด้วย แต่ด้วยราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการแสวงหานวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นทางเลือกในการประหยัดค่าใช้จ่าย ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงมีแนวคิดที่จะลดการบริโภคน้ำมันในภาคขนส่ง นอกจากความสอดคล้องกับสถานการณ์ลดการใช้พลังงานของโลกแล้วยังเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมและการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากสถานการณ์ราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นในแต่ละปี (ธีรพงศ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา, 2558) โดโยต้าในประเทศไทยรายงานสถิติการขายรถยนต์ปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมามียอดขายเพิ่มขึ้น 13.3% (ยอดขาย 870,748 คัน) แบ่งเป็นรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น 23.5% (345,501 คัน) รถเพื่อการพาณิชย์เพิ่มขึ้น 7.4% (525,247 คัน) รถกระบะ 1 คัน รวมรถกระบะดัดแปลงเพิ่มขึ้น 7.7% (424,282 คัน) ส่วนแนวโน้มตลาดรถยนต์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 จีดีพีมีการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ 3.9% การส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่จากบริษัทรถยนต์ต่าง ๆ มีส่วนในการกระตุ้นตลาดให้เติบโตได้แนวโน้มตลาดรถยนต์โดยรวมในประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 อยู่ในระดับ 900,000 คัน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาประมาณ 3.4% แบ่งเป็นรถยนต์นั่งเพิ่มขึ้น 1.9% (352,000 คัน) รถเพื่อการพาณิชย์เพิ่มขึ้น 4.3% (548,000 คัน) รถกระบะ 1 คัน รวมรถกระบะดัดแปลงลดลง 0.1% (424,000 คัน) (“โดโยต้า ลั่นขอขาย 3 แสนคัน”, 2561) ผู้บริโภคมีความสนใจรถยนต์อีโคคาร์เนื่องจากการประหยัดน้ำมัน ด้วยสถานการณ์ราคาน้ำมันที่สูงขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการใช้เพิ่มขึ้นโดยการประหยัดน้ำมันต้องวิ่งได้ระยะทางเฉลี่ย 20 กม./ลิตรและสภาพการจราจรบนท้องถนนด้วย ซึ่งประเด็นด้านการประหยัดน้ำมันนี้จะช่วยให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่ายการเติมน้ำมันในแต่ละครั้งไปได้ จึงทำให้บริษัทรถยนต์ได้นำมาเป็นจุดขายด้านการตลาดในการตัดสินใจซื้อรถยนต์จากสภาวะการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ผู้ประกอบการได้รับการอนุมัติการลงทุนในโครงการรถยนต์อีโคคาร์จำนวน 6 ราย กำลังการผลิตรวม 685,000 คัน โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายทั่วโลก (“ECO-Car รถประหยัดพลังงาน”, 2553)

จากข้อมูลการศึกษางานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car พบว่า ผู้วิจัยประกอบไปด้วย เมวดี บุตรวงศ์นรา (2553) เน้นด้านส่วนประสมทางการตลาด นิตา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) เน้นลักษณะประชากรศาสตร์และส่วนประสมการตลาดธุรกิจบริการ อำนาจ พนาคุณากร (2554) เน้นที่ด้านส่วนประสมการตลาดและด้านปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิต ด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมสังคม จิตวิทยาบุคลิกภาพและความเป็นตัวปัจเจกชน ชีรพงศ์ เทพหัสติน ณ ออยุธยา (2558) และ จารุพันธ์ ยาขมภู (2559) เน้นไปที่ปัจจัยด้านบุคลากรและส่วนประสมการตลาด รวมทั้ง เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม และลลิตภัทร สร้างถิ่น (2561) ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ สมรรถนะลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความสอดคล้องตามข้อกำหนด ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพของส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน คือ ลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียง งานวิจัยที่ศึกษาส่วนใหญ่ได้มุ่งเน้นศึกษาไปที่ส่วนประสมการตลาดเป็นหลักคือกลยุทธ์ 4P's ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่บริษัทรถยนต์ทุกค่ายต่างนิยมนำมาใช้กันเป็นส่วนมากและทำให้ประสบความสำเร็จทางด้านยอดขายรถเพิ่มมากขึ้นในทุก ๆ ปี โดยที่ยังไม่พบว่ามีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงประเด็นทางช่องว่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องดังกล่าว เพราะในปัจจุบันรถยนต์ Eco Car แต่ละคันก็มีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างกันเรื่องความประหยัดน้ำมัน การรักษาสีแวตล่อม ความปลอดภัยขั้นนำ และความเหมาะสมต่อการใช้งาน ซึ่งการศึกษาข้อมูลจากประเด็นดังกล่าวนี้จะช่วยนำมาซึ่งการแก้ไขและปรับปรุงคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ของค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น ทำให้สามารถกำหนดมาตรฐานใหม่และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

1.2.2 เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ผลของการวิจัยทำให้บริษัทรถยนต์ อาทิเช่น โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน ซูซูกิ และ มิตซูบิชิ ทราบถึงข้อมูลเสียงตอบรับของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car รวมถึงทำให้โปรแกรมเมอร์สามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ให้ดียิ่งขึ้นต่อไปเพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานใหม่ และทำให้คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car เหล่านี้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

1.3.2 ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางให้กับนักการตลาดและนักวางแผน ของบริษัทรถยนต์ ด้านคุณสมบัติด้านความประหยัดน้ำมัน ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยขั้นสูง ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานของรถยนต์ Eco Car เพื่อเป็นแนวทางในการสร้าง กลยุทธ์การตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ Eco Car เพื่อสร้างแรงกระตุ้นหรือโน้มน้าวใจให้เกิด การตัดสินใจซื้อมากขึ้น



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

อุตสาหกรรมยานยนต์มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้การส่งออกปีละหลายแสนล้านบาท ปี 2559 รัฐบาลตั้งเป้าหมายเป็นฐานการผลิตยานยนต์ให้อยู่ใน 1 ใน 10 ของโลก อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยปัจจุบันมีกำลังการผลิตประมาณ 1.4 ล้านคันต่อปี และมีรถกระบะขนาด 1 ตันเป็น Product Champion ที่ได้รับการยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลก โดยครึ่งปีแรกของปี 2551 มีการผลิตและส่งออกรถ Pick Up ขนาด 1 ตัน ปริมาณ 524,693 คัน คิดเป็น 73% แต่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ปี 2553 ต้องมีการผลิตรถยนต์จำนวน 1.8 ล้านคัน เพื่อเป็นฐานการผลิตแห่งเอเชีย เมื่อความต้องการในตลาดโลกส่วนใหญ่เป็นรถยนต์นั่ง ดังนั้น Product Champion ตัวที่ 2 ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงศักยภาพการผลิตของประเทศไทยและการยอมรับในระดับสากล จึงเป็นจุดเริ่มต้นของนโยบายรถยนต์นั่งประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car) โดยมีคุณสมบัติดังนี้ 1) มีอัตราการใช้น้ำมันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร 2) เป็นรถที่ได้มาตรฐาน Emission ตาม Euro4 และปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ไม่เกิน 120 กรัม/ กิโลเมตร 3) เป็นรถที่มีมาตรฐานความปลอดภัย UN R94 และ UN R95 และ 4) เป็นรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,300cc สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และ 1,400cc สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ซึ่งสามารถอธิบายคุณสมบัติทั้ง 4 ด้านของ Eco Car ได้ดังนี้

##### 1) อัตราการใช้น้ำมันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5 ลิตร/ 100 กิโลเมตร

การเติบโตรถและเป็นที่ยอมรับในเรื่องของรถยนต์ Eco Car ประกอบกับราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงอัตราการจำหน่ายรถยนต์ในทุก ๆ ปีก็เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ทำให้มีรถยนต์โลดแล่นบนท้องถนนหนาแน่นเต็มไปหมด ประชาชนในกรุงเทพฯ ที่เดินทางไปไหนมาไหนด้วยรถยนต์อยู่ตลอดเวลา ต้องใช้เวลาในการเดินทางและปริมาณน้ำมันที่มากขึ้น จึงต้องปรับตัวกับสถานการณ์ดังกล่าวและจำเป็นต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับอัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเป็นหลัก ส่งผลให้รถยนต์ Eco Car ถูกพัฒนาและผลิออกมาวางจำหน่ายในราคาที่ต่ำ และยังคงติดตั้งเครื่องยนต์ขนาด 1.2-1.4 ลิตรที่มีขนาดเล็ก ช่วยในการประหยัดน้ำมันเพิ่มมากขึ้น โดยน้ำมัน 1 ลิตรวิ่งได้ 20 กิโลเมตรตามหลักเกณฑ์ภาษีของกรมสรรพสามิต แต่ก็ยังมีวิธีช่วยลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอัตรา

การสิ้นเปลืองน้ำมันซึ่งผู้ใช้งานรถยนต์ส่วนใหญ่ยังไม่รู้ นอกเหนือไปจากคุณสมบัติของเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็กแล้ว เพื่อให้ผู้ใช้งานรถยนต์สามารถประหยัดน้ำมันได้มากขึ้น

2) รถที่ได้มาตรฐาน Emission ตาม EURO 4 และปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 120 กรัมต่อกิโลเมตร

ปัจจุบันประเทศไทยมักพบเห็นถึงฝุ่นละอองหรือมลพิษทางอากาศในปริมาณที่มากอันเกิดมาจากจำนวนรถยนต์ที่มากขึ้น ความแออัดและปัญหาการติดขัดของจราจรในกรุงเทพฯ รถยนต์ทุก ๆ คันได้ปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกจากท่อไอเสียในปริมาณมาก ส่งผลทำให้เกิดมลพิษทางอากาศอย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ทางรัฐบาลจึงให้ความสนใจกับเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้แนวโน้มของรถยนต์ในอนาคตเกิดความเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการมุ่งเน้นและพัฒนารถยนต์ที่สามารถตอบสนองความต้องการที่จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวขึ้นมา ผู้ผลิตรถยนต์ค่ายต่าง ๆ ก็เริ่มหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนารถยนต์ Eco Car ขึ้นมา เพื่อที่จะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมให้ได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งรถยนต์ Eco Car ส่วนใหญ่ที่พัฒนาออกมานั้นจะเน้นไปที่เครื่องยนต์ขนาด 1.2-1.4 ลิตร สามารถรองรับการเติมน้ำมัน E20 (เชื้อเพลิงพลังสะอาด) และตัวถังของรถยนต์ให้มีขนาดเล็กลง เพื่อให้การใช้งานในกรุงเทพฯ เป็นไปอย่างสะดวก ช่วยประหยัดน้ำมัน และมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์อันจะก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศลดลง โดยจะต้องมีอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ < 120 กรัมต่อ 1 กิโลเมตร ตามมาตรฐานมลพิษปลอดภัยของหลักเกณฑ์ UN R83 หรือเทียบเท่าระดับ Euro4 เท่านั้น ด้วยคุณสมบัติการรักษาสิ่งแวดล้อมของรถยนต์ Eco Car ยังมีประโยชน์ในการช่วยลดการเกิดภาวะโลกร้อนอันเนื่องมาจากก๊าซเรือนกระจกถูกทำลายในชั้นบรรยากาศได้อีกด้วย

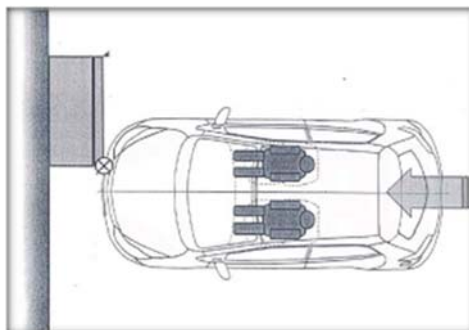
3) เป็นรถที่มีมาตรฐานความปลอดภัย UN R94 และ UN R95

รถยนต์ Eco Car ได้ถูกกำหนดไว้ว่าจะต้องผ่านมาตรฐานด้านความปลอดภัยของยุโรป UN R94 และ UN R95 เป็นหนึ่งในมาตรฐาน Passive Safety ที่มีไว้เพื่อวัตถุประสงค์ในการปกป้องผู้โดยสารเมื่อมีการเกิดอุบัติเหตุ เมื่อรถยนต์ Eco Car ผ่านการทดสอบตามมาตรฐานนี้ก็จะทำให้มีความปลอดภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุ และมาตรฐาน UN R94 และ UN R95 มีรายละเอียดดังนี้

**มาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้า: ข้อกำหนดทางเทคนิค UN R94**

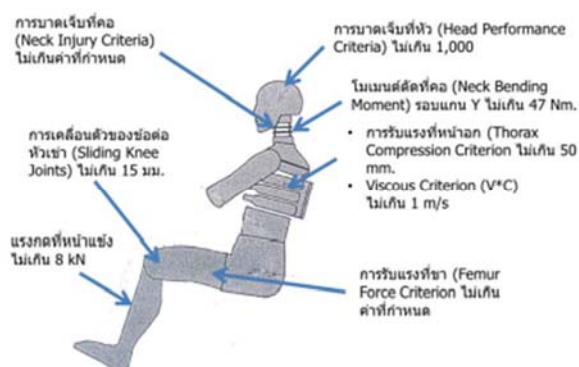
ข้อกำหนดทางเทคนิค UN R94 คือ การทดสอบเพื่อพิสูจน์ความปลอดภัยของยานยนต์ในการปกป้องผู้ขับขี่และผู้โดยสารจากการชนด้านหน้า โดยมีหุ่นจำลองในการทดสอบเป็นผู้ขับขี่และผู้โดยสารใช้เครื่องมืออุตสาหกรรมที่เคลื่อนที่ด้วยความเร็ว 56-57 กิโลเมตรต่อชั่วโมง พุ่งเข้าชนแบบจำลองด้านหน้ารถยนต์ที่เยื้องศูนย์ด้านหน้า 40% ของรถยนต์

ภาพที่ 1.1: ภาพจำลองมาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้า (UN R94)



ที่มา: มาตรฐานด้านความปลอดภัย. (2562). สืบค้นจาก <http://www.car.go.th/home/Safety>.

ภาพที่ 1.2: สภาพของหุ่นจำลองหลังการชน



ที่มา: มาตรฐานด้านความปลอดภัย. (2562). สืบค้นจาก <http://www.car.go.th/home/Safety>.

การรั่วของน้ำมันเชื้อเพลิง (Fuel Leakage) และระบบจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง แต่ต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 กรัมต่อนาที

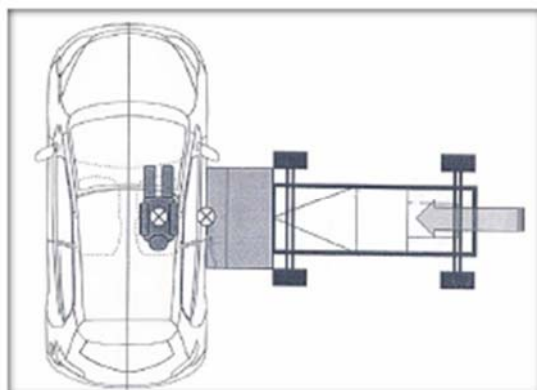
การเคลื่อนที่ของพวงมาลัย (Steering Movement) ต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 80 มิลลิเมตรในแนวตั้ง และไม่เคลื่อนตัวไปข้างหลังแนวระดับ 100 มิลลิเมตร เปิดประตูได้อย่างน้อยหนึ่งประตู และนำหุ่นจำลองออกจากรถได้ และต้องปลดล็อกระบบ Restraint โดยใช้แรงน้อยกว่าหรือเท่ากับ 60 นิวตัน

**มาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านข้าง: ข้อกำหนดทางเทคนิค UN R95**

ข้อกำหนดทางเทคนิค UN R95 คือ การทดสอบความปลอดภัยของยานยนต์ในการปกป้องผู้ขับขี่จากการชนด้านข้าง โดยนำแบบจำลองด้านหน้ารถยนต์พุ่งเข้าชนรถยนต์ที่จอดอยู่นิ่งในแนว

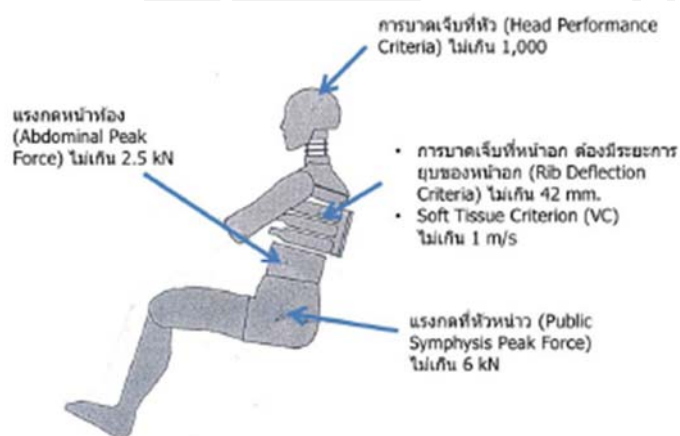
ตั้งฉากด้านข้างฝั่งผู้ขับขี่ด้วยความเร็ว 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

ภาพที่ 1.3: ภาพจำลองมาตรฐานการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านข้าง (UN R95)



ที่มา: มาตรฐานด้านความปลอดภัย. (2562). สืบค้นจาก <http://www.car.go.th/home/Safety>.

ภาพที่ 1.4: สภาพของหุ่นจำลองหลังการชน



ที่มา: มาตรฐานด้านความปลอดภัย. (2562). สืบค้นจาก <http://www.car.go.th/home/Safety>.

การรั่วของน้ำมันเชื้อเพลิง (Fuel Leakage) และระบบป้อนน้ำมันเชื้อเพลิงสามารถเกิดขึ้นได้ แต่ต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 กรัมต่อนาที นำหุ่นจำลองออกจากรถทดสอบได้ ปลดล้อระบบป้องกันได้ แล้วไม่มีการเสียหายของอุปกรณ์ภายในที่ทำให้มีอัตราเสี่ยงต่อการบาดเจ็บ

4) รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1,300cc สำหรับเครื่องยนต์เบนซิน และ 1,400cc สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล

ในสมัยอดีตการเดินทางโดยรถยนต์ภายในตัวเมืองกรุงเทพฯ นั้น เป็นไปอย่างสะดวก คล่องตัว สถานที่และตึกอาคารต่าง ๆ ยังไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมากเท่าที่ควร แต่ในสมัยปัจจุบัน อารยธรรมต่าง ๆ ก็ได้แปรเปลี่ยนไป ตัวเมืองกรุงเทพฯ เกิดการพัฒนาในหลายสิ่งเพิ่มมากขึ้น หนึ่งในนั้นคือการก่อสร้างสถานที่และตึกอาคารบ้านอยู่อาศัยต่าง ๆ ที่ดูจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในทุก ๆ วัน ส่งผลทำให้การจราจรติดขัด การเดินทางโดยรถยนต์จึงไม่มีความสะดวกไม่คล่องตัวเหมือนแต่ก่อน คนที่เคยใช้รถยนต์เครื่องยนต์ขนาด 1.5 ลิตรขึ้นไปก็เริ่มกังวลกับการใช้งานรถยนต์ในตัวเมืองกรุงเทพฯ มากขึ้นทั้งในเรื่องของขนาดเครื่องยนต์ที่ใหญ่ทำให้บริโภคน้ำมันมากหรือขนาดของตัวรถยนต์ที่จะเดินทางไปไหนมาไหนลำบาก เช่น การเดินทางไปตามซอยแคบต่าง ๆ ภายในตัวเมือง รวมไปถึงการจอดรถภายในอาคารหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่มีความแคบของพื้นที่ที่จำกัดเพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เองการใช้รถยนต์ Eco Car ที่มีขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1.3 ลิตร (เบนซิน) และ 1.4 ลิตร (ดีเซล) จะตอบโจทย์ผู้คนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ เพราะนอกจากช่วยในเรื่องของอัตราการใช้บริโภคน้ำมันที่ลดลงแล้ว ขนาดของตัวรถยนต์เองที่มีขนาดเล็กลงตามขนาดของเครื่องยนต์ก็ยังช่วยให้สามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น ไม่ว่าจะขับเข้าซอยต่าง ๆ หรือจอดรถภายในอาคารแคบ ๆ ก็เป็นเรื่องที่ง่ายมากขึ้นสำหรับรถยนต์ Eco Car

ผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติการส่งเสริมการลงทุนให้ดำเนินโครงการ Eco Car จำนวน 6 ราย มีกำลังการผลิตรวม 685,000 คัน โดยส่วนใหญ่เป็นการผลิตเพื่อการส่งออกไปจำหน่ายทั่วโลก (สุชาติ พาสิทธิ์, 2558)

ตารางที่ 2.1: ผู้ประกอบการที่ได้รับการอนุมัติการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

ยี่ห้อ	เงินลงทุน (ล้านบาท)	กำลังผลิต/ ปี	ตลาดในประเทศส่งออก	เริ่มผลิต
ฮอนด้า	6,700	120,000	50:50	2010
ซูซูกิ	9,500	138,000	18:81	2010
นิสสัน	5,550	120,000	20:80	2010
มิตซูบิชิ	7,731	107,000	12:88	2010
โตโยต้า	6,642	100,000	50:50	2012
ทาทา	7,317	100,000	48:52	2010

ที่มา: พัลลภา ปีติสันต์. (2553). รถประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล Eco CAR. *For Quality*, 17(155), 32-36.

ซึ่งเหตุผลที่เลือกปัจจัยย่อยดังกล่าวมาจากผลจากการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฮโคคาร์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการของ จันทร พันธุ์ภักดีวงศ์ (2557) กับแนวโน้มพฤติกรรมกรซื้อรถยนต์ไฮโคคาร์ พบว่า ทักษะคิดทางด้านต่าง ๆ คือ ทักษะคิดโดยรวมที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อเพราะเห็นถึงข้อดีหรือคุณสมบัติของรถยนต์รุ่นนี้ว่าประหยัดน้ำมัน ราคาถูก เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยเหมาะสมต่อการใช้งาน ค่าบำรุงรักษาต่ำ ต้นทุนความเป็นเจ้าของต่ำและความคล่องตัวสูงมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฮโคคาร์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ รถยนต์ไฮโคคาร์มีคุณสมบัติที่ดีมากจะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฮโคคาร์มากยิ่งขึ้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฮโคคาร์ ซึ่งเป็นงานวิจัยที่มีตัวแปรต้น ตัวแปรตาม และกลุ่มเป้าหมายใกล้เคียงกับงานวิจัยของข้าพเจ้ามากที่สุด

## 2.2 ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ

### ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจ (Decision Making) หมายถึง การตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกที่สำคัญภายในจิตใจซึ่งผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจในการเลือกสิ่งหนึ่งสิ่งใดจากทางเลือกที่มีอยู่ (ฉัตรยาพร เสมอใจ. 2550, หน้า 46)

## กระบวนการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Decision Process) แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ (Problem or Need Recognition) ผู้บริโภคต้องทราบความต้องการในสินค้าหรือบริการเป็นอันดับแรก เมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสภาพที่เป็นอุดมคติเป็นสภาพที่ปรารถนากับสภาพที่เป็นอยู่จริงเพื่อเติมเต็มความต้องการของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันสามารถสรุปได้ว่า

- 1.1) เมื่อสิ่งของเดิมเริ่มหมดก็จะเกิดความต้องการใหม่หรือหาสิ่งใหม่เพื่อทดแทนของเดิม
- 1.2) ผลของการแก้ปัญหาในอดีตนำไปสู่ปัญหาใหม่ เช่น เมื่อสายพานรถยนต์เก่าขาดแต่ไม่สามารถหาสายพานแบบเดิมมาทดแทนจึงต้องใช้สายพานแบบอื่นมาทดแทน ทำให้รถยนต์เกิดเสียงดัง จึงต้องใช้สเปรย์มาฉีดสายพานเพื่อลดการเสียดทาน
- 1.3) ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงผู้บริโภคมีวุฒิภาวะและคุณวุฒิที่เพิ่มขึ้นก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางกายภาพหรือสภาพทางจิตใจเช่น การเจ็บป่วย
- 1.4) สภาพครอบครัวเกิดการเปลี่ยนแปลงทำให้มีความต้องการสินค้าหรือบริการเกิดขึ้น เช่น การแต่งงาน การมีบุตร
- 1.5) สถานะทางการเงินเปลี่ยนส่งผลให้การดำเนินชีวิตมีการเปลี่ยนแปลง
- 1.6) การเปลี่ยนกลุ่มของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยหรือกลุ่มสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้บริโภค
- 1.7) การส่งเสริมทางการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้าได้

เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการก็จะหาทางแก้ปัญหาถ้าปัญหาหรือความต้องการนั้นมีความสำคัญน้อยผู้บริโภคจะเลือกแก้ปัญหาหรือไม่ก็ได้ แต่ถ้าปัญหายังไม่หายไปหรือเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นความเครียดที่เป็นแรงผลักดันให้พยายามแก้ไขปัญหา โดยเริ่มจากการหาข้อมูลก่อน

2) การหาข้อมูล (Search for Information) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการก็จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจซื้อต่อไปนี้

- 2.1) แหล่งบุคคล (Personal Search) เป็นแหล่งข้อมูลจากบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน กลุ่มอ้างอิง ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือคนรู้จักที่เคยใช้สินค้านั้น
- 2.2) แหล่งธุรกิจ (Commercial Search) การสอบถามข้อมูลที่จุดขายสินค้า บริษัท หรือร้านค้าที่เป็นผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่าย หรือจากพนักงานขาย

2.3) แหล่งข่าวทั่วไป (Public Search) เป็นแหล่งที่ได้จากการสอบถามข้อมูลของสินค้าและบริการจากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต

2.4) ประสบการณ์ของผู้บริโภค (Experimental Search) เป็นแหล่งประสบการณ์การใช้สินค้าและบริการดังกล่าวมาก่อน

ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อหรือไม่น้อยขึ้นอยู่กับปริมาณของข้อมูลเดิมความปรารถนา หรือความสะดวกในการหาข้อมูล

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลแล้วนำมาประเมินทางเลือกและตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุด โดยการเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อเพียงตราสินค้าเดียว โดยขึ้นกับความเชื่อ ความนิยม ความเชื่อมั่นในตราสินค้าและประสบการณ์เพื่อช่วยประเมินทางเลือกทำให้การตัดสินใจ ดังนี้

3.1) คุณสมบัติของสินค้า พิจารณาถึงผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคแต่ละรายจะได้รับในด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อตามความต้องการและความสนใจของตนเองมากที่สุด

3.2) ระดับความสำคัญ การพิจารณาถึงคุณสมบัติมากกว่าความโดดเด่นของสินค้า โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ในระดับที่แตกต่างกันตามความต้องการส่วนบุคคล

3.3) ความเชื่อถือหรือภาพลักษณ์ตราสินค้า เป็นการพิจารณาถึงการรับรู้จากประสบการณ์ในอดีตซึ่งมีผลต่อการประเมินทางเลือกของผู้บริโภค

3.4) ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อสินค้าแต่ละตราสินค้ามากหรือน้อย โดยเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการกับคุณสมบัติของตราอื่น

3.5) กระบวนการประเมินเป็นการนำเอาปัจจัยต่าง ๆ มาประกอบการตัดสินใจ เช่น ความพึงพอใจ ความเชื่อถือ และคุณสมบัติของสินค้ามาพิจารณาเพื่อตัดสินใจซื้อตราสินค้าที่ได้รับคะแนนการประเมินมากที่สุด

4) การตัดสินใจซื้อ (Decision Making) ผู้บริโภคต้องการข้อมูลและระยะเวลาในการตัดสินใจในการเลือกผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดแตกต่างกัน โดยผลิตภัณฑ์บางอย่างต้องการข้อมูลมากและใช้ระยะเวลาการเปรียบเทียบนานแต่บางผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคก็ไม่ต้องการข้อมูลหรือระยะเวลาในการตัดสินใจนาน ฉัตยาพร เสมอใจ (2550, หน้า 53-55) ได้อธิบายถึงรูปแบบพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสามารถแบ่งออกได้ตามระดับของความพยายามในการแก้ปัญหา คือ

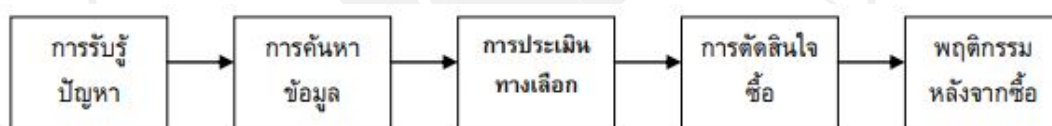
4.1) พฤติกรรมการแก้ปัญหาอย่างเต็มรูปแบบ (Extended Problem Solving: ESP) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นในการตัดสินใจซื้อครั้งแรก ผู้บริโภคยังไม่มีความรู้ความคุ้นเคยต้องศึกษารายละเอียดของข้อมูลจำนวนมากและใช้เวลาในการตัดสินใจ เพราะผลิตภัณฑ์มีราคาสูงหรือความถี่



ในการซื้อน้อย

- 4.2) พฤติกรรมการแก้ปัญหาแบบจำกัด (Limited Problem Solving: LPS) เป็นการตัดสินใจที่มีทางเลือกแตกต่างกันน้อยมีเวลาในการตัดสินใจจำกัด หรือมีความสำคัญน้อย
- 4.3) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามความเคยชินเกิดจากความเชื่อมั่นจนกลายเป็นพฤติกรรมการภักดีในตราสินค้า (Brand Loyally)
- 4.4) พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแบบทันทีเป็นการตัดสินใจกะทันหันหรือถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าทางการตลาดให้ตัดสินใจในทันทีซึ่งเกิดขึ้นจากผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์มาก่อน
- 4.5) พฤติกรรมที่ไม่ยึดติดและแสวงหาสิ่งใหม่เป็นการตัดสินใจที่ผู้บริโภคมีการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอ
- 5) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) ผู้บริโภคซื้อสินค้าแล้วได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ถ้าผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจก็จะรับรู้ถึงข้อดีของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำและอาจแนะนำให้เกิดลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่ได้รับความพึงพอใจก็อาจเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไปและอาจบอกต่อถึงผลเสียต่อสินค้าทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลง

ภาพที่ 1.5: กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stage of the Buying Decision Process)



ที่มา: Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.

จากทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อที่กล่าวมานี้สรุปได้ว่า กระบวนการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางกำหนดโครงสร้างคำถามในแบบสอบถามในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของประชากรในกรุงเทพมหานคร (แคเรีย ภูพัฒน์, 2551)

### 2.3 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และคณะ (2561) ได้ศึกษาปัจจัยด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และ

26–30 ปี มีจำนวนเท่ากัน สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้รถยนต์ทุกวัน ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ยี่ห้อโตโยต้า ระยะเวลาในการใช้รถยนต์มากกว่า 5 ปี ราคารถยนต์ 500,000–900,000 บาท สาเหตุในการตัดสินใจซื้อรถยนต์คือ มีสีสวย รูปทรงสวยงาม บุคคลที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อคือ ตนเอง ประเภทของรถยนต์ที่ซื้อคือ มือหนึ่ง และส่วนใหญ่ซื้อผ่อน จากการวิเคราะห์พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพพบว่ามีอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากทั้ง 8 ด้าน คือ สมรรถนะ (Mean = 3.80, SD. = 0.55) ลักษณะเฉพาะพิเศษ (Mean = 3.87, SD. = 0.52) ความเชื่อถือได้ (Mean = 3.84, SD. = 0.52) ความสอดคล้องตามข้อกำหนด (Mean = 3.86, SD. = 0.53) ความทนทาน (Mean = 4.14, SD. = 0.59) ความสามารถในการให้บริการ (Mean = 3.92, SD. = 0.61) ความสวยงาม (Mean = 3.83, SD. = 0.58) และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียง (Mean = 3.85, SD. = 0.61) การตัดสินใจซื้อรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยมากทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ แบรินทร์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นสามารถบ่งบอกถึงคุณภาพได้ (Mean = 4.12, SD. = 0.58) แบรินทร์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นเพราะมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ (Mean = 3.92, SD. = 0.61) และแบรินทร์รถยนต์สัญชาติญี่ปุ่นมีคุณภาพที่ดี (Mean = 3.79, SD. = 0.69) ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากทั้งหมด 8 ด้าน ได้แก่ สมรรถนะลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความสอดคล้องตามข้อกำหนด ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน คือ ลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียง และปัจจัยคุณภาพที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเมื่ออยู่ 2 ด้าน คือ สมรรถนะและความสอดคล้องตามข้อกำหนด

จันทร์ พันธุ์ภักดีวงศ์ (2557) ได้ศึกษาการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21–30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 15,001–25,000 บาท/เดือน ข้อดีของรถยนต์อีโคคาร์ คือ ประหยัดน้ำมัน ราคาถูก และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยนิสสัน มาร์ช เป็นรถยนต์อีโคคาร์ยี่ห้อแรกที่นึกถึง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

สุชาดา พาลีตา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการ ในการเลือกซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่เลือกซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของประชาชนจังหวัดปทุมธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 27-35 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง ให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน ผู้บริโภคที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และการเลือกซื้อยี่ห้อรถยนต์ไอโคคาร์ที่ต่างกันให้ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อัญชลี พละสาร (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไอโคคาร์ของ ประชากรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อไอโคคาร์ยี่ห้อที่แตกต่างกัน

ณัฐมาน นาวิวงศ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตลาด การรับรู้ และทัศนคติที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอายุ 26-35 ปี เป็นเพศหญิงเท่ากับเพศชาย การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 20,000-30,000 บาท/ เดือน เป็นพนักงานบริษัท โดยให้ความสำคัญต่อปัจจัยการตลาดด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและกระบวนการบริการในระดับมาก มีการรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และรับรู้ข่าวสารจากสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด มีแนวโน้มจะซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ภายในระยะเวลา 3 เดือนข้างหน้า เหตุผลใน การตัดสินใจซื้อคือ ความสะดวกในการเดินทาง ราคาที่เหมาะสมต่ำกว่า 400,000 บาท สนใจซื้อยี่ห้อ Honda มากที่สุด และชำระค่ารถยนต์ด้วยเงินสด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สำหรับปัจจัย การตลาดด้านผลิตภัณฑ์การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์และราคาทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจและ ความรู้สึกชอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

สุมล ศุภนิมิตกุล (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจ ซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า การรับรู้ข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก ทัศนคติของผู้บริโภคที่มี ต่อรถยนต์ไอโคคาร์อยู่ในเกณฑ์ดี ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าไม่สูงเกินกว่าเกณฑ์ที่ กำหนด ค่า KMO และค่า Bartlett's Test ซึ่งแสดงความเหมาะสมของข้อมูลนั้นมีค่าตามที่กำหนด อีกทั้งยังพบว่าสมการเชิงโครงสร้างตามสมมติฐานที่ได้นั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงนำสมการที่ได้นั้นมาอธิบายลักษณะอิทธิพลของตัวแปร โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อ รถยนต์ไอโคคาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การรับรู้ข้อมูลด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย และการรับรู้ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ แนวโน้มการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไอโคคาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์

การรับรู้ข้อมูลด้านราคา และทัศนคติที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์ โดยที่ปัจจัยทั้งหมดสามารถทำนายแนวโน้มการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 55

สิริกร แสนชัยนาท (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21–30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่ำกว่า 15,001 บาท มีสถานภาพโสด และส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4–6 คน จากการศึกษาพฤติกรรมในการซื้อรถยนต์อีโคคาร์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเพราะประหยัดน้ำมันมากที่สุด รวมถึงผู้ประกอบการมีข้อเสนอกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการซื้อมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อด้วยวิธีผ่อนชำระ และตัดสินใจซื้อรถยนต์ด้วยตัวเอง จากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านการตลาดทุกด้านมีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

อำนาจ พนาคุณากร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31–35 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ย 15,000–25,000 บาท/เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิตด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคม จิตวิทยา และบุคลิกภาพ ความเป็นตัวปัจเจกชน และการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิต ด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคม จิตวิทยาและบุคลิกภาพและความเป็นตัวปัจเจกชน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร โดยที่ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและความเป็นปัจเจกชนส่งผลมากที่สุด

นิตา ดิษฐ์บุญเชิญ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 26–35 ปี มีการศึกษาปริญญาตรี พนักงานเอกชน/ ลูกจ้าง และมีรายได้ 20,001–30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศและส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานผู้ให้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ 2) อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ด้านราคา ด้านระยะเวลา 3) ระดับการศึกษาสูงสุดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ในด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน 4) อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน 5) รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

รถอีโคคาร์ด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา ด้านวิธีการชำระเงิน 6) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา และด้านระยะเวลาในการซื้อ 7) ส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ ด้านเหตุผล ด้านชนิด ด้านราคา และด้านวิธีการชำระเงิน

เมวดี บุตรวงศ์นรา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในสถานการณ์น้ำมันแพงของผู้บริโภคในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21–30 ปี มีอาชีพพนักงานบริษัท/ โรงงาน รายได้เฉลี่ยน้อยกว่า 15,000 บาท/ เดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี/ เทียบเท่า สถานภาพโสดและมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4–6 คน ตนเองมีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ นิสสัน มาร์ช ชำระเงินด้วยวิธีการเช่าซื้อ ในราคา 300,001–400,000 บาท ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในสถานการณ์น้ำมันแพงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

## 2.4 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

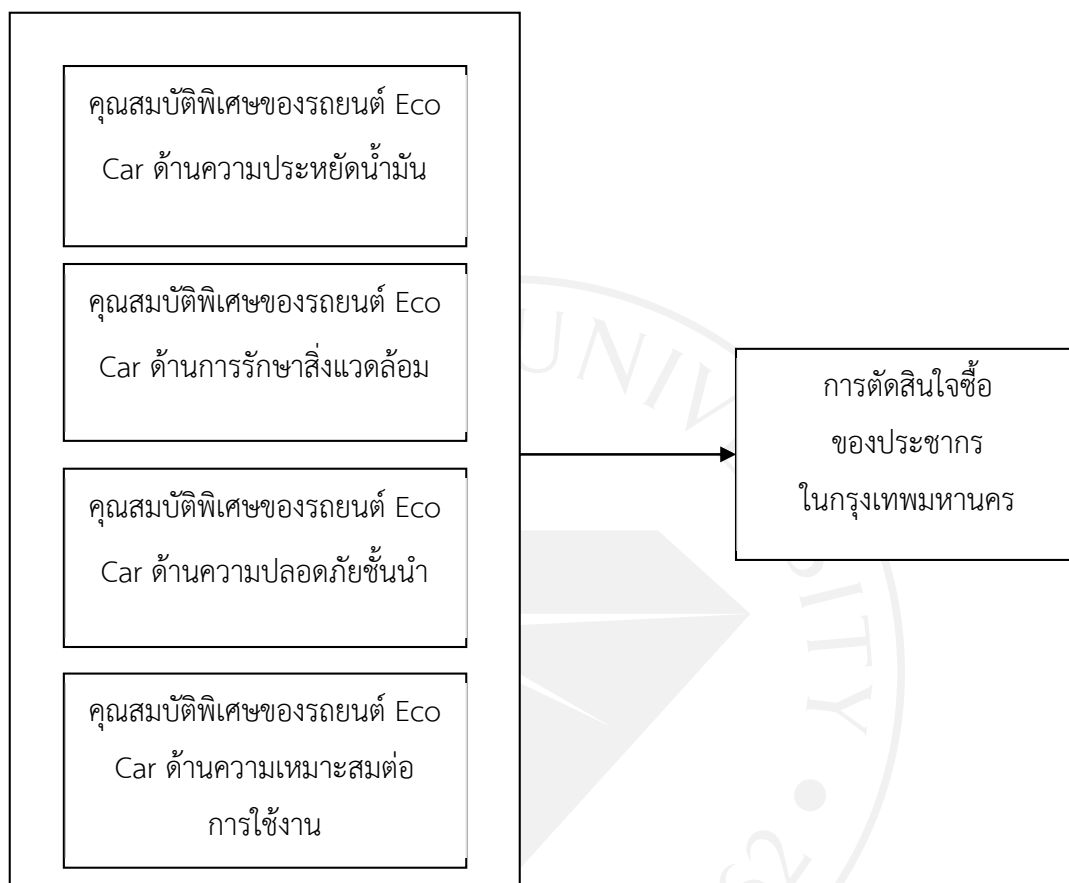
สมมติฐานที่ 4 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

## 2.5 กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

การศึกษาเรื่อง คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีกรอบแนวคิดดังนี้

ภาพที่ 2.6: ความสัมพันธ์ระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ  
ของประชากรในกรุงเทพมหานคร



### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร” จัดเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

#### 3.1 การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครทุกเพศ ที่มีอายุ 18–50 ปี ซึ่งมีจำนวนประชากรประมาณ 2,712,356 คน (กรมการปกครอง, 2561) ที่ได้รับใบอนุญาตในการขับขี่รถยนต์

##### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรทุกเพศที่มีอายุ 18–50 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่เคยซื้อหรือกำลังตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ใช้หลักการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรม G\*Power เวอร์ชัน 3.1.9.4 เพราะเป็นโปรแกรมที่สร้างสูตรของ Cohen และผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพโดยนักวิจัยหลายคน (Faul, Erdfelder, Buchner & Lang, 2009 และ นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) ในการคำนวณกำหนดค่าเพาเวอร์ ( $1-\beta$ ) เท่ากับ 0.95 ค่าแอลฟา ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.05 ค่าขนาดของอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.0850694 ซึ่งจำนวนตัวแปรเท่ากับ 4 ผลที่ได้คือ 0.08506944 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 224 ชุด ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากตัวอย่างเพิ่มเป็นจำนวน 230 ชุด

##### การวางแผนการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช่ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยมีขั้นตอน คือ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) (ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์, 2557) ซึ่งการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้จำนวนตามต้องการ ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถาม Online สมาชิกบน Online Community จาก Facebookpage: Eco Car Racing Thailand มีจำนวนสมาชิกประมาณ 18,000 คน และแบ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง ทั้งที่เคยซื้อหรือกำลังตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ให้ครบตามจำนวนแบบสอบถาม จำนวน 230 ชุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างใน Facebook Page นี้มีความสนใจ ชื่นชอบ และมีความรู้เกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car ตรงกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะทำให้สามารถตอบแบบสอบถามได้อย่างถูกต้องแม่นยำและ

ชัดเจน มีข่าวสารอัพเดทเกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car รุ่นต่าง ๆ มีกลุ่มชมรมรักรถยนต์ Eco Car และ มี Community ในการถามตอบของสมาชิก เพื่อให้สมาชิกสามารถพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ส่งผลให้ทราบถึงข้อดีข้อเสียของรถยนต์ Eco Car รุ่นต่าง ๆ ได้ อีกทั้งยังทำให้สามารถติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ Eco Car ในประเทศไทย อาทิ เช่น งานจัดแสดงรถยนต์ กิจกรรมภายในงาน เป็นต้น ซึ่งได้ทำการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างใน Page สมาชิกที่มีผู้สนใจ หรือ ผู้ใช้งานรถยนต์ Eco Car ที่มีชื่อว่า Eco Car Racing Thailand โดยแนบลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ ให้สมาชิกเข้ามาทำแบบสอบถาม และข้อมูลของการขับขี่แบบประหยัดน้ำมันและรองรับการใช้งานกับรถยนต์ที่มีมลพิษต่ำ ได้แก่ รถยนต์ Eco Car เพื่อสร้างความมั่นใจด้านคุณภาพให้กับผู้บริโภค (บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด, 2557)

### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษาคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีลักษณะแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) จำนวน 7 ข้อ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) จำนวน 10 ข้อ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ คุณสมบัติพิเศษด้านการประหยัดน้ำมัน คุณสมบัติพิเศษด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม คุณสมบัติพิเศษด้านความปลอดภัยขั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป และคุณสมบัติพิเศษด้านความคล่องตัวสูง โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต จำนวน 14 ข้อ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในส่วนของพฤติกรรมและคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้มาตราส่วนประมาณค่าโดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ได้แก่

- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย



3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก

5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยแบบสเกลการวัดความพอใจและความคิดเห็นในความสำเร็จ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2545) คือ

ค่าเฉลี่ย 1.00–2.33 จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.34–3.67 จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.68–5.00 จัดอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามจะเป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ จำนวน 8 ข้อ เป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงตัวเลือกเดียว

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

#### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างตามลำดับดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของงานวิจัย
- 2) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์เพื่อเป็นการตรวจสอบ ขอคำแนะนำในการนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย
- 3) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จำนวน 40 คน เพื่อศึกษาความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามท่านอื่น
- 4) นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)
- 5) ปรับปรุงรูปแบบแบบสอบถามอีกครั้งและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเพื่อแบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ
- 6) นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดผ่านการสอบถามจากผู้ใช้รถยนต์ Eco Car ใน Facebookpage: Eco Car Racing Thailand โดยการเข้าถึงสมาชิก ได้ทำการแชร์แบบสอบถามลงใน Page ให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ติดตาม Page นี้ ร่วมทำแบบสอบถามจากช่องทางออนไลน์ จำนวน 230 ชุด

#### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1) ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)

2) ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 40 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมมาได้มาทดสอบความเชื่อมั่นตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach's Alpha) ค่า  $\alpha$  มากกว่าและเท่ากับ 0.7 สำหรับงานวิจัยนี้ ความเชื่อมั่นอยู่ในระหว่างค่า 0.714–0.928 ตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้โดยการสำรวจ (Survey Research) จึงจะสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง (วิจิต อู่อ้น, 2550, หน้า 137) ซึ่งจากการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของชุดคำถามแต่ละส่วนได้ผลดังแสดงดังนี้

ตารางที่ 3.1: แสดงความน่าเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (Reliability) ในส่วนระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car และการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ส่วนของคำถาม	จำนวนข้อ	ค่าความเชื่อมั่น	
		40 ชุด	230 ชุด
1) คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	14	0.902	0.822
1.1) คุณสมบัติด้านความประหยัดน้ำมันของรถยนต์ Eco Car	4	0.857	0.829
1.2) คุณสมบัติด้านการรักษาสีแวตล้อมของรถยนต์ Eco Car	3	0.853	0.740
1.3) คุณสมบัติด้านความปลอดภัยขั้นนำของรถยนต์ Eco Car	4	0.928	0.718
1.4) คุณสมบัติด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานของรถยนต์ Eco Car	3	0.923	0.714
2) การตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร	8	0.786	0.850
รวม	22	0.909	0.877

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้  
ดังนี้

3.1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

3.1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

3.1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถาม Online เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 230 คน ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ดังนี้

3.2.1 ผู้วิจัยทำการกระจายแบบสอบถามออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 230 ชุด ให้แก่ ผู้ที่เป็นสมาชิกบน Facebookpage: Eco Car Racing Thailand โดยเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัย (วรฤทัย สุภัทรเกียรติ, 2552) รถยนต์ Eco Car แต่ละยี่ห้อ ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะให้สมาชิกบน Facebookpage: Eco Car Racing Thailand ทำแบบสอบถามออนไลน์ที่มีข้อมูลทั้ง 5 ส่วน ตาม URL Address ที่ได้นำไป Post ไว้

3.2.2 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามอยู่ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงธันวาคม 2562

3.2.3 ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม จำนวน 230 ชุด และนำแบบสอบถามมาลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

### 3.4 การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

หลังการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวมาดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบข้อมูล (Editing) โดยตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หาผู้ตอบแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ให้ทำการคัดแยกออก

3.4.2 การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นำมาลงรหัสตามที่กำหนดไว้แล้ว

3.4.3 การประมวลผลข้อมูลด้วยการนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาลงรหัส และบันทึกลงคอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูล โดยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (Statistic Package for Social Science หรือ SPSS)

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังต่อไปนี้

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนั้นจะใช้การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression) ได้แก่ คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car และการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร ส่วนการใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ได้แก่ คุณสมบัติด้านความประหยัดน้ำมัน คุณสมบัติด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม คุณสมบัติด้านความปลอดภัยขั้นนำ และคุณสมบัติด้านความเหมาะสมต่อการใช้งาน



## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร” ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์การศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car

4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยสำหรับแต่ละสมมติฐาน เพื่อความเข้าใจในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงนำสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

N = จำนวน

Mean = ค่าเฉลี่ย

S.D. = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

t = ค่าสถิติ

Sig. = ค่า p-value

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.1: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	82	35.7
หญิง	148	64.3
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

ตารางที่ 4.2: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	3	1.3
21-30 ปี	83	36.1
31-40 ปี	80	34.8
41-50 ปี	48	20.9
51-60 ปี	16	7.0
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาอันดับที่สองมีอายุ 31-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 อันดับที่สามมีอายุ 41-50 ปีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 20.9 อันดับที่มีอายุ 51-60 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และอันดับสุดท้ายคือผู้มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	127	55.2
สมรส	97	42.2
หม้าย/ หย่าร้าง	6	2.6
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 มีสถานภาพสมรส จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 42.2 และมีสถานภาพหม้าย/ หย่าร้าง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	2	0.9
ปริญญาตรี	124	53.9
ปริญญาโท	78	33.9
ปริญญาเอก	6	2.6
อื่น ๆ	20	8.7
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นอันดับที่ 1 จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมาอันดับที่สองระดับปริญญาโท จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 อันดับที่สามารถระดับอื่น ๆ ได้แก่ ปวช./ ปวส. จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 อันดับที่สูงระดับปริญญาเอกจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 และอันดับสุดท้ายคือระดับมัธยมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	10	4.3
ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	25	10.9
รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน	129	56.1
ธุรกิจส่วนตัว	41	17.8
ค้าขาย	20	8.7
อื่น ๆ	5	2.2
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาอันดับที่สองธุรกิจส่วนตัว จำนวน

41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 อันดับที่สามข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 อันดับที่มีอาชีพค้าขาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7 อันดับที่ทำนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 และอันดับสุดท้ายคืออาชีพอื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ได้แก่ อาชีพแม่บ้าน สถาปนิก และรับจ้างงานอิสระ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	15	6.5
25,001-30,000 บาท	44	19.1
30,001-40,000 บาท	61	26.5
40,001-50,000 บาท	52	22.6
50,001-60,000 บาท	24	10.4
60,001 บาทขึ้นไป	34	14.8
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท/ เดือน เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 รองลงมาอันดับที่สองมีรายได้ 40,001-50,000 บาท/ เดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อันดับที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท/ เดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 อันดับที่มีรายได้ 60,001บาทขึ้นไป/ เดือน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อันดับที่ทำรายได้ 50,001-60,000 บาท/ เดือน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และอันดับสุดท้ายคือมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท/ เดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.7: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จำนวนสมาชิกในครอบครัว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 คน	100	43.5
4-6 คน	110	47.8
7-9 คน	15	6.5
มากกว่า 10 คนขึ้นไป	5	2.2
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาอันดับที่สอง 1-3 คน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 อันดับที่สาม 7-9 คน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอันดับสุดท้ายคือ มากกว่า 10 คนขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

#### 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car

ตารางที่ 4.8: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน

ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1,001-2,000 บาท	14	6.1
2,001-3,000 บาท	79	34.3
3,001-4,000 บาท	88	38.3
4,001-5,000 บาท	38	16.5
มากกว่า 5,000 บาท	11	4.8
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 3,001-4,000 บาท/เดือน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาอันดับสองใช้ค่าน้ำมันรถยนต์

ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 2,001–3,000 บาท/ เดือน จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 อันดับที่สาม ใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 4,001–5,000 บาท/ เดือน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 อันดับที่สี่ใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 1,001–2,000 บาท/ เดือน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และอันดับสุดท้ายคือใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ยมากกว่า 5,000 บาท/ เดือน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามราคาของรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

ราคาของรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400,000 บาท	2	0.9
400,001–450,000 บาท	22	9.6
450,001–500,000 บาท	63	27.4
มากกว่า 500,000 บาท	143	62.2
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ราคามากกว่า 500,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมาอันดับสองราคา 450,001–500,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 27.4 อันดับที่สามราคา 400,001–450,000 บาท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 และอันดับสุดท้ายราคาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 400,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตนเอง	116	50.4
บุคคลในครอบครัว	76	33.0
เพื่อน/ คนรู้จัก	34	14.8
บุคคลที่มีชื่อเสียง	4	1.7
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาอันดับที่สองบุคคลในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 อันดับที่สามเพื่อน/ คนรู้จักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอันดับสุดท้ายบุคคลที่มีชื่อเสียงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามรูปแบบการชำระเงินสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car

รูปแบบการชำระเงินสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เงินสด	58	25.2
ผ่อนง่าย	172	74.8
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ผ่อนชำระเงินสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาอันดับที่สองชำระเป็นเงินสด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2

ตารางที่ 4.12: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามระยะเวลาใช้รถยนต์ Eco Car

ระยะเวลาใช้รถยนต์ Eco Car	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1-3 ปี	93	40.4
4-6	100	43.5
7-9 ปี	24	10.4
10 ปีขึ้นไป	13	5.7
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ Eco Car 4-6 ปี เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาอันดับที่สองใช้รถยนต์ Eco Car 1-3 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 อันดับที่สามใช้รถยนต์ Eco Car 7-9 ปี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 10.4 และอันดับสุดท้ายใช้รถยนต์ Eco Car 10 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามรถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนับเป็นคันที่เท่าไร

รถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนับเป็นคันที่เท่าไร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	151	65.7
2	60	26.1
3	15	6.5
4	4	1.7
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน นับเป็นคันที่ 1 เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 รองลงมาอันดับที่สองเป็นคันที่ 2 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 อันดับที่สามเป็นคันที่ 3 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และอันดับสุดท้ายเป็นคันที่ 4 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามเหตุผลที่ซื้อรถยนต์ Eco Car

เหตุผลที่ซื้อรถยนต์ Eco Car	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับภาระค่าน้ำมันในปัจจุบันไม่ไหว	84	36.5
ต้องการลดมลพิษที่เกิดขึ้นทางอากาศ	15	6.5
ขับซี่ย่ายคล่องตัว เพราะมีขนาดเล็ก	117	50.9
บุคคลที่มีชื่อเสียงโฆษณาว่าใช้ดี	14	6.1
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อรถยนต์ Eco Car เพราะขับง่าย คล่องตัว เพราะมีขนาดเล็กจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 รองลงมาซื้อเพราะรับภาระค่าน้ำมัน ในปัจจุบันไม่ไหว จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 อันดับที่สามซื้อเพราะต้องการลดมลพิษที่เกิดขึ้นทางอากาศ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และซื้อเพราะบุคคลที่มีชื่อเสียงโฆษณาว่าใช้ดี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามประโยชน์ใช้สอยหลักที่ใช้รถยนต์ Eco Car

ประโยชน์ใช้สอยหลักที่ใช้รถยนต์ Eco Car	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วยประหยัดค่าน้ำมัน	193	83.9
ค่าบำรุงรักษาต่ำกว่ารถยนต์ประเภทอื่น	16	7.0
ช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	17	7.4
ลดค่าเสียหายรถยนต์ประจำปี	4	1.7
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ Eco Car เพราะช่วยประหยัดค่าน้ำมัน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 83.9 รองลงมาใช้รถยนต์ Eco Car เพราะช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 อันดับที่สามค่าบำรุงรักษาต่ำกว่ารถยนต์ประเภทอื่น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 และลดค่าเสียหายรถยนต์ประจำปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16: การแสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามยี่ห้อรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่

ยี่ห้อรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
Toyota	60	26.1
Honda	42	18.3
Nissan	46	20.0
Mitsubishi	25	10.9
Suzuki	27	11.7
อื่น ๆ	30	13.0
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ Eco Car ยี่ห้อ Toyota เป็นอันดับที่ 1 จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาอันดับที่สองใช้ยี่ห้อ Nissan จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 อันดับที่สามใช้ยี่ห้อ Honda จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 อันดับที่ยี่สี่อื่น ๆ ได้แก่ โอเปิ้ล เชฟโรเลต ฮุนได เกีย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อันดับที่ยี่ห้า Suzuki จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 และอันดับสุดท้าย Mitsubishi จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

ตารางที่ 4.17: การแสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car จำแนกตามสาเหตุที่ท่านซื้อรถยนต์ยี่ห้อดังกล่าวตามคำตอบในตารางที่ 4.16

สาเหตุที่ท่านซื้อรถยนต์ยี่ห้อดังกล่าว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นยี่ห้อเจ้าตลาด มีความน่าเชื่อถือสูง	60	26.1
ประหยัดน้ำมันมากกว่ายี่ห้ออื่น	54	23.5
ขับซีใช้งานได้อย่างคล่องแคล่ว	60	26.1
ชอบการออกแบบรูปทรงของรถยนต์	47	20.4
อื่น ๆ	9	3.9
Total	230	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อเพราะเป็นยี่ห้อเจ้าตลาด มีความน่าเชื่อถือสูง และขับซีใช้งานได้อย่างคล่องแคล่วเป็นอันดับที่ 1 เท่ากันที่จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาอันดับที่สองประหยัดน้ำมันมากกว่ายี่ห้ออื่น จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 อันดับที่สามชอบการออกแบบรูปทรงของรถยนต์ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และสาเหตุอื่น ๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9

#### 4.1.3 ระดับความคิดเห็นคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

ตารางที่ 4.18: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลค่า
1) คุณสมบัติพิเศษด้านการประหยัดน้ำมัน			
1.1) อัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้	3.97	0.735	มาก
1.2) เครื่องยนต์เบนซินมีความจุไม่เกิน 1.3 ลิตร และดีเซลมีความจุไม่เกิน 1.4 ลิตร ด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็ก ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	3.96	0.723	มาก
1.3) รถยนต์ Eco Car ใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้ท่านสามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ	4.13	0.765	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.18 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลค่า
1.4) รถยนต์ Eco Car ที่ใช้น้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ และน้ำมันดีเซล จะต้องเติมน้ำมันที่ได้มาตรฐานตามที่คู่มือรถยนต์กำหนดไว้ โดยเติมผ่านปั้มน้ำมันชั้นนำของประเทศไทย จึงทำให้ท่านมั่นใจถึงประสิทธิภาพของน้ำมันที่เลือกใช้	3.85	0.768	มาก
รวม	3.98	0.608	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D = 0.608) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันของการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมาก คือ รถยนต์ Eco Car ใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้ท่านสามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D = 0.765) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ อัตราการการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (S.D = 0.735) เครื่องยนต์เบนซินมีความจุไม่เกิน 1.3 ลิตร และดีเซลมีความจุไม่เกิน 1.4 ลิตร ด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็ก ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (S.D = 0.723) และรถยนต์ Eco Car ที่ใช้น้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ และน้ำมันดีเซล จะต้องเติมน้ำมันที่ได้มาตรฐานตามที่คู่มือรถยนต์กำหนดไว้ โดยเติมผ่านปั้มน้ำมันชั้นนำของประเทศไทย จึงทำให้ท่านมั่นใจถึงประสิทธิภาพของน้ำมันที่เลือกใช้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D = 0.768)



ตารางที่ 4.19: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car  
ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	การแปรค่า
2) คุณสมบัติพิเศษด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม			
2.1) รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro4 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกได้ในทางอ้อม	4.13	0.681	มาก
2.2) รถยนต์ Eco Car จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัมต่อระยะทาง 1 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถลดมลพิษในอากาศได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ	4.00	0.859	มาก
2.3) รถยนต์ Eco Car มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านรู้สึกว่าจะสามารถลดการใช้พลังงานได้ดียิ่งขึ้น	4.00	0.727	มาก
รวม	4.04	0.616	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (S.D = 0.616) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมของการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมาก คือ รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro4 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกได้ในทางอ้อมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D = 0.681) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ รถยนต์ Eco Car จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัมต่อระยะทาง 1 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถลดมลพิษในอากาศได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00(S.D = 0.859) และรถยนต์ Eco Car มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านรู้สึกว่าจะสามารถลดการใช้พลังงานได้ดียิ่งขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D = 0.727)

ตารางที่ 4.20: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	การแปลค่า
3) คุณสมบัติพิเศษด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป			
3.1) รถยนต์ Eco Car จะต้องผ่านมาตรฐาน UNECE 94, 95 คือ ความปลอดภัยของยานยนต์ในเรื่องการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยมากขึ้น	4.13	0.657	มาก
3.2) รถยนต์ Eco Car ต้องมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการล็อก และติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยนี้ของรถยนต์ Eco Car	4.32	0.673	มาก
3.3) วัสดุในการประกอบและโครงสร้างของรถยนต์ Eco Car ได้มาตรฐานของยุโรป ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ Eco Car	4.15	0.729	มาก
3.4) รถยนต์ Eco Car มีความทันสมัยและเน้นความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับความปลอดภัยในการขับขี่	3.90	0.888	มาก
รวม	4.13	0.546	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรปอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D = 0.546) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรปของการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมาก คือรถยนต์ Eco Car ต้องมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมี

ระบบห้ามล้อแบบป้องกันการลื่น และติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยนี้ของรถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (S.D = 0.673) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ วัสดุในการประกอบและโครงสร้างของรถยนต์ Eco Car ได้มาตรฐานของยุโรป ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D = 0.729) รถยนต์ Eco Car จะต้องผ่านมาตรฐาน UNECE 94, 95 คือ ความปลอดภัยของยานยนต์ในเรื่องการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยมากขึ้นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D = 0.657) และรถยนต์ Eco Car มีความทันสมัยและเน้นความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับความปลอดภัยในการขับขี่ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 (S.D = 0.888)

ตารางที่ 4.21: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูง

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปลค่า
4) คุณสมบัติพิเศษด้านความคล่องตัวสูง			
4.1) รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่มีตัวถังขนาดเล็ก ทำให้ขับขี่ได้ง่าย เหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร	3.83	0.690	มาก
4.2) ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถขับขี่ไปตามซอยแคบ และง่ายต่อการเปลี่ยนช่องทางการขับขี่ จึงสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันของท่าน	4.13	0.648	มาก
4.3) ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัด จึงส่งผลให้ท่านใช้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดอยู่	4.15	0.677	มาก
รวม	4.03	0.536	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูงอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D = 0.536) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยด้านความคล่องตัวสูงของการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัด จึงส่งผลให้ท่านใช้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดอยู่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 (S.D = 0.677) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถขับขึ้นไปตามซอยแคบและง่ายต่อการเปลี่ยนช่องทางการขับขี่ จึงสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันของท่านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 (S.D = 0.648) และรถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่มีตัวถังขนาดเล็กทำให้ขับขึ้นได้ง่าย เหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (S.D = 0.690)

#### 4.1.4 ระดับความคิดเห็นกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car

ตารางที่ 4.22: แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car

การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปรค่า
1) ก่อนการซื้อรถยนต์ Eco Car ท่านจะทำการเปรียบเทียบรถยนต์ Eco Car ของแต่ละยี่ห้อเพื่อจะ让您ตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุด	4.03	0.640	มาก
2) ด้วยงบประมาณทางการเงินที่จำกัดทำให้ท่านเลือกรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับแรก	4.00	0.739	มาก
3) ครอบครัวของท่านเป็นครอบครัวขนาดเล็กจึงเหมาะสมกับรถยนต์ Eco Car	4.10	0.856	มาก
4) เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงช่วงวัยของบุคคลในครอบครัว ท่านจึงต้องการซื้อรถยนต์ Eco Car เพิ่มเติม	3.98	0.762	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.22 (ต่อ): แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car

การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D)	การแปรค่า
5) เมื่อท่านได้อ่านหรือดูความคิดเห็นของนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงทางด้านรถยนต์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านมั่นใจที่จะเลือกใช้รถยนต์ Eco Car	4.00	0.696	มาก
6) จากประสบการณ์การใช้งานรถยนต์ Eco Car ที่ผ่านมาของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car	4.23	0.761	มาก
7) เมื่อท่านได้ทดสอบขับรถยนต์ Eco Car ที่สนามทดสอบหรือโชว์รูมรถยนต์ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car	4.21	0.674	มาก
8) เมื่อท่านได้ทราบผลลัพธ์จากประสบการณ์การใช้งานจริงของรถยนต์ Eco Car ของบุคคลทั่วไปจะทำให้ท่านสามารถตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อรถยนต์ Eco Car	4.30	0.670	มาก
รวม	4.11	0.509	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (S.D = 0.509) เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระดับมาก คือ เมื่อท่านได้ทราบผลลัพธ์จากประสบการณ์การใช้งานจริงของรถยนต์ Eco Car ของบุคคลทั่วไป จะทำให้ท่านสามารถตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อรถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D = 0.670) รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ จากประสบการณ์การใช้งานรถยนต์ Eco Car ที่ผ่านมาของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 (S.D = 0.761) เมื่อท่านได้ทดสอบขับรถยนต์ Eco Car ที่สนามทดสอบหรือโชว์รูมรถยนต์ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D = 0.674) ครอบครัวของท่านเป็นครอบครัวขนาดเล็กจึงเหมาะสมกับรถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 (S.D = 0.856) ก่อนการซื้อรถยนต์ Eco Car ท่านจะทำการเปรียบเทียบรถยนต์ Eco Car ของแต่ละ

ยี่ห้อ เพื่อจะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (S.D = 0.640) ด้วยงบประมาณทางการเงินที่จำกัดทำให้ท่านเลือกรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D = 0.739) เมื่อท่านได้อ่านหรือดูความคิดเห็นของนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงทางด้านรถยนต์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านมั่นใจที่จะเลือกใช้รถยนต์ Eco Car ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 (S.D = 0.696) และเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงช่วงวัยของบุคคลในครอบครัวท่านจึงต้องการซื้อรถยนต์ Eco Car เพิ่มเติม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D = 0.762)

#### 4.2 การทดสอบสมมติฐานการวิจัยในแต่ละสมมติฐาน

##### ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วย Simple Regression Analysis

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอย (Simple Regression Analysis) ความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
Beta ( $\beta$ )	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ

สมมติฐานที่ 1 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร มีผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 4.23: แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยค่าคงที่และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car				
	B	Std.	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.362	.156		2.323	.021
คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	.925	.038	.848	24.185	.000

$R = 0.848$ ,  $R^2 = 0.720$ ,  $SEE = 0.2699$ ,  $F = 584.934$ ,  $Sig. = 0.000$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า สัมประสิทธิ์การกำหนด ( $R^2 = 0.720$ ) หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรอิสระคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 72.0 ที่เหลือร้อยละ 28.0 เป็นผลเนื่องจากตัวแปรอื่น

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย ( $H_1$ ) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

และค่าน้ำหนักความสำคัญในรูปคะแนนมาตรฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีค่าเท่ากับ ( $Beta = .848$ ) ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร หมายความว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีอิทธิพลเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีผลมากขึ้น 1 หน่วย ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครเคลื่อนที่เพิ่มขึ้น 0.848

#### ผลการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วย Multiple Regression Analysis

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอย (Multiple Regression Analysis) ความหมายของสัญลักษณ์ต่าง ๆ ดังนี้

Sig.	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ
B	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ในสมการที่เขียนในรูปคะแนนดิบ
Beta ( $\beta$ )	หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน
t	หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าเฉลี่ยของสมการแต่ละค่าที่อยู่ในสมการ

สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

มีผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ตารางที่ 4.24: แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงพหุคูณ และค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ระหว่างคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากร ในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car				
	B	Std.	Beta	T	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.230	.155		1.477	.141
ด้านการประหยัดน้ำมัน	.250	.042	.299	5.897	.000
ด้านการรักษาสีเงาแวตล่อม	.121	.042	.147	2.877	.004
ด้านความปลอดภัยขั้นนำ	.212	.041	.228	5.187	.000
ด้านความเหมาะสม	.376	.039	.396	9.703	.000

$R = 0.862$ ,  $R^2 = 0.742$ ,  $SEE = 0.261$ ,  $F = 161.939$ ,  $Sig. = 0.000$

จากตารางที่ 4.24 พบว่า สัมประสิทธิ์การกำหนดของด้านการประหยัดน้ำมัน ( $R^2 = 0.742$ ) หมายถึง อิทธิพลของตัวแปรอิสระด้านการประหยัดน้ำมันมีต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรใน กรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 74.2 ที่เหลือร้อยละ 25.8 เป็นผลเนื่องจากตัวแปรอื่น

สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ด้านการประหยัดน้ำมันมีค่า  $Sig. = .000$  ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ด้านการประหยัดน้ำมันมีต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.299 หมายความว่า ด้านการประหยัดน้ำมันมีอิทธิพลเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของประชากรใน กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ด้านการประหยัดน้ำมันมีผลมากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น 0.299

สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสีเงาแวตล่อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ด้านการรักษาสีเงาแวตล่อมมีค่า  $Sig. = .004$  ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ด้านการรักษาสีเงาแวตล่อมมีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร



เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.147 หมายความว่า ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของประชากรใน กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมมีผลมากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครเคลื่อนที่เพิ่มขึ้น 0.147

สมมติฐานที่ 4 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ด้านความปลอดภัยชั้นนำมีค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ด้านความปลอดภัยชั้นนำมีต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.228 หมายความว่า ด้านความปลอดภัยชั้นนำมีอิทธิพลเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของประชากรใน กรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ด้านความปลอดภัยชั้นนำมีผลมากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครเคลื่อนที่เพิ่มขึ้น 0.228

สมมติฐานที่ 5 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานมีค่า Sig. = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัย (H1) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานมีต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน (Beta) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.396 หมายความว่า ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานมีอิทธิพลเชิงบวกกับการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร กล่าวคือ ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานมีผลมากขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานครเคลื่อนที่เพิ่มขึ้น 0.396

#### ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.25: ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐานที่ 1

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐานที่ 2
สมมติฐานที่ 3 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐานที่ 3
สมมติฐานที่ 4 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐานที่ 4
สมมติฐานที่ 5 คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร	ยอมรับสมมติฐานที่ 5

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อศึกษาเรื่องคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

2) เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

3) เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ กลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เพศชายและเพศหญิง เป็นบุคคลที่มีอายุ 18–50 ปี จำนวน 230 คน มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 21–30 ปี มีสถานภาพโสดมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 30,001–40,000 บาท/เดือน และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4–6 คนเป็นส่วนใหญ่

##### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการใช้รถยนต์ Eco Car ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวโดยเฉลี่ย 3,001–4,000 บาท/เดือน มากที่สุด โดยมีการใช้รถยนต์ราคามากกว่า 500,000 บาท ตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car และสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car ด้วยการผ่อนชำระเงินใช้รถยนต์ Eco Car เป็นระยะเวลา 4–6 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามใช้รถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนับเป็นคันที่ 1 มากที่สุด ขับซึ่งง่ายคล่องตัว เพราะมีขนาดเล็กช่วยประหยัดค่าน้ำมันใช้รถยนต์ Eco Car ยี่ห้อ Toyota มากที่สุด เพราะเป็นยี่ห้อเจ้าตลาด มีความน่าเชื่อถือสูง และขับซึ่งใช้งานได้อย่างคล่องแคล่ว

### ส่วนที่ 3 ระดับความคิดเห็นคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car มีภาพรวมในระดับมาก ซึ่งความคิดเห็นคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรปมากที่สุด รองลงมาเป็นส่วนคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูง และลำดับสุดท้ายเป็นส่วนคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้

#### ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันโดยรวมอยู่ในระดับความเห็นมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคือ รถยนต์ Eco Car ใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้ท่านสามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ มากที่สุด รองลงมาคือ อัตราการการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้เครื่องยนต์เบนซินมีความจุไม่เกิน 1.3 ลิตรและดีเซลมีความจุไม่เกิน 1.4 ลิตร ด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็ก ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และรถยนต์ Eco Car ที่ใช้น้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และน้ำมันดีเซล จะต้องเติมน้ำมันที่ได้มาตรฐานตามที่คู่มือรถยนต์กำหนดไว้ โดยเติมผ่านปั้มน้ำมันชั้นนำของประเทศไทย จึงทำให้ท่านมั่นใจถึงประสิทธิภาพของน้ำมันที่เลือกใช้ ตามลำดับ

#### ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับความเห็นมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro 4 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกได้ในทางอ้อมมากที่สุด รองลงมาคือรถยนต์ Eco Car จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัมต่อระยะทาง 1 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถลดมลพิษในอากาศได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ และรถยนต์ Eco Car มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านรู้สึกว่าจะสามารถลดการใช้พลังงานได้ถึงขั้นตามลำดับ

#### ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรปโดยรวมอยู่ในระดับความเห็นมาก

มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car ต้องมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการลื่น และติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยของรถยนต์ Eco Car มากที่สุด รองลงมาคือ วัสดุในการประกอบและโครงสร้างของรถยนต์ Eco Car ได้มาตรฐานของยุโรป ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ Eco Car รถยนต์ Eco Car จะต้องผ่านมาตรฐาน UNECE 94, 95 คือ ความปลอดภัยของยานยนต์ในเรื่องการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้า และด้านข้าง ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยมากขึ้นและรถยนต์ Eco Car มีความทันสมัยและเน้นความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับความปลอดภัยในการขับขี่ ตามลำดับ

#### **ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูง**

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความคล่องตัวสูงโดยรวมอยู่ในระดับความเห็นมาก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัดจึงส่งผลให้ท่านใช้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดอยู่มากที่สุด รองลงมาคือ ได้แก่ ขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถขับขึ้นไปตามซอยแคบและง่ายต่อการเปลี่ยนช่องทางการขับขี่จึงสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันของท่าน และรถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่มีตัวถังขนาดเล็กทำให้ขับได้ง่าย เหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ

#### **ส่วนที่ 4 ระดับความคิดเห็นกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car**

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car มีภาพรวมในระดับมาก พบว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car เมื่อท่านได้ทราบผลลัพธ์จากประสบการณ์การใช้งานจริงของรถยนต์ Eco Car ของบุคคลทั่วไป จะทำให้ท่านสามารถตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่เลือกซื้อรถยนต์ Eco Car รองลงมาตามลำดับ ได้แก่ จากประสบการณ์การใช้งานรถยนต์ Eco Car ที่ผ่านมาของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car เมื่อท่านได้ทดสอบขับรถยนต์ Eco Car ที่สนามทดสอบหรือโชว์รูมรถยนต์ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car ครอบครัวของท่านเป็นครอบครัวขนาดเล็กจึงเหมาะสมกับรถยนต์ Eco Car ก่อนการซื้อรถยนต์ Eco Car ท่านจะทำการเปรียบเทียบรถยนต์ Eco Car ของแต่ละยี่ห้อ เพื่อจะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุดด้วยงบประมาณทางการเงินที่จำกัด ทำให้ท่านเลือกรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับแรก เมื่อท่านได้อ่านหรือดูความคิดเห็นของนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงทางด้านรถยนต์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านมั่นใจที่จะเลือกใช้รถยนต์ Eco Car และเนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงช่วงวัยของบุคคลในครอบครัวท่านจึงต้องการซื้อรถยนต์ Eco Car เพิ่มเติม ตามลำดับ

## ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2** คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าคุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 3** คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 4** คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 5** คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 5.2 การอภิปรายผล

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะคุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป ได้แก่ การป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการลื่น และมีการติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยนี้ของรถยนต์ Eco Car

ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่ รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro 4 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้สามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกได้ในทางอ้อมด้านความคล่องตัวสูง ได้แก่ ขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัด จึงส่งผลให้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดและด้านการประหยัดน้ำมัน ได้แก่ การใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้สามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ (Eco Car) ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ ของ จันทร พันธก์ดิวงษ์ (2557) พบว่า การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การรับรู้ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมต่อสังคม การรับรู้ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมต่อเศรษฐกิจ การรับรู้ผลกระทบของสิ่งแวดล้อมต่อธุรกิจ และการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ ได้แก่ การจัดกิจกรรมทางสังคม การเผยแพร่/ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสังคมด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกตุวดี สมบูรณ์ทวี และคณะ (2561) ปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ สมรรถนะลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความสอดคล้องตามข้อกำหนด ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียงที่ส่งผลต่อการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 คุณภาพของส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 ด้าน คือ ลักษณะเฉพาะพิเศษ ความเชื่อถือได้ ความทนทาน ความสามารถในการให้บริการ ความสวยงาม และการรับรู้คุณภาพหรือชื่อเสียง

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณสมบัตพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการประหยัดน้ำมันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้สามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ อัตราการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร ทำให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้เครื่องยนต์เบนซินมีความจุไม่เกิน 1.3 ลิตร และดีเซลมีความจุไม่เกิน 1.4 ลิตร ด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็กทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และรถยนต์ Eco Car ที่ใช้น้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และน้ำมันดีเซล ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ของประชากรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ของ อัญชลี พลสาร (2558) ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ยี่ห้อที่แตกต่างกันของประชากร

เขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี แต่ค่าเฉลี่ยของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้ออีโคคาร์คือ ความประหยัดน้ำมัน การรักษาสีเงาแวตล่อม ความปลอดภัย ความเหมาะสมต่อการใช้งาน ค่าบำรุงรักษาต่ำ ต้นทุนความเป็นเจ้าของต่ำและความคล่องตัวสูง จะมีค่าเฉลี่ยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์แต่ละยี่ห้อไม่แตกต่างกันมากนัก

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษาสีเงาแวตล่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครทั้งนี้เป็นเพราะว่ารถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro4 ช่วยรักษาสีเงาแวตล่อม ทำให้สามารถช่วยรักษาสีเงาแวตล่อมของโลกได้ในทางอ้อม โดยรถยนต์ Eco Car จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัมต่อระยะทาง 1 กิโลเมตร ทำให้สามารถลดมลพิษในอากาศได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยการตลาด การรับรู้ และทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ณิชฎาน นาวิวงศ์ (2558) พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การรับรู้ด้านผลิตภัณฑ์ และราคามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และทัศนคติด้านความรู้ ความเข้าใจและความรู้สึกชอบมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความปลอดภัยขั้นนำส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เป็นเพราะว่ารถยนต์ Eco Car มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการล็อก และติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้รู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยนี้การใช้วัสดุในการประกอบโครงสร้างของรถยนต์ Eco Car ได้มาตรฐานของยุโรป ทำให้มีความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ Eco Car รถยนต์ Eco Car คือ ผ่านมาตรฐานความปลอดภัยของยานยนต์ในเรื่องการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง (UNECE 94, 95) และรถยนต์ Eco Car มีความทันสมัยและเน้นความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุมล ศุภนิมิตกุล (2556) เพราะการรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การรับรู้ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และการรับรู้ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรับรู้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ การรับรู้ข้อมูลด้านราคา และทัศนคติที่มีต่อรถยนต์อีโคคาร์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ปัจจัยทั้งหมดสามารถทำนายแนวโน้มการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 55

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสมส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครทั้งนี้เป็นเพราะว่าขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัด ทำให้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงใน



การเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดอยู่ และสามารถขับขึ้นไปตามซอยแคบ ง่ายต่อการเปลี่ยน  
 ช่องทางการขับขึ้น จึงสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน เหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมือง  
 กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สิริกร แสนชัยนาท (2556) เพราะผู้บริโภคเลือก  
 ซื้อรถยนต์อีโคคาร์เพราะประหยัดน้ำมันมากที่สุด ประกอบกับผู้ประกอบการในปัจจุบันมีข้อเสนอ  
 ต่าง ๆ ที่กระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดการซื้อมากขึ้น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อด้วยวิธีผ่อนชำระและ  
 ตัดสินใจซื้อรถยนต์ด้วยตัวเอง จากการศึกษาวิจัยทำให้ทราบว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้าน  
 การตลาดทุกด้านมีความสำคัญต่อพฤติกรรมในการซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคใน  
 กรุงเทพมหานคร

### 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

ธุรกิจ/ หน่วยงาน/ องค์กร/ นักการตลาด ที่ดำเนินการเกี่ยวกับคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์  
 Eco Car ที่ส่งต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร สามารถนำ  
 ผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

5.3.1 ผลการศึกษาจากสมมุติฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ส่งผลต่อ  
 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร นักการตลาดควรนำเสนอให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย  
 ทราบถึงคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ทั้งด้านระบบความปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม  
 การได้รับมาตรฐานขั้นนำระดับโลก การประหยัดน้ำมันแล้ว ควรนำเสนอด้านรูปลักษณ์ภายนอกและ  
 ภายในที่มีความสวยงามเพื่อเป็นการกระตุ้นการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ Eco Car ได้อีกด้านหนึ่ง

5.3.2 ผลการศึกษาจากสมมุติฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการ  
 ประหยัดน้ำมัน การให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ Eco Car มีอัตราการประหยัดน้ำมันสูง เนื่องจาก  
 แนวโน้มราคาน้ำมันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แล้วผู้บริโภคให้ความสนใจกับรถยนต์ Eco Car มากขึ้น  
 ทำให้บริษัทที่ผลิตรถยนต์ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่มาพัฒนาให้รถยนต์ให้ประหยัดน้ำมันที่มากขึ้น  
 หรือทดแทนน้ำมันบางส่วน เพื่อให้ก้าวทันความเปลี่ยนแปลงของความต้องการของลูกค้าในอนาคต

5.3.3 ผลการศึกษาจากสมมุติฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษา  
 สิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการควรนำเสนอคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านการรักษา  
 สิ่งแวดล้อม เช่น เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญทางด้านสิ่งแวดล้อมทำให้รู้สึกเป็นมิตร  
 ต่อสิ่งแวดล้อม และหากผู้ประกอบการใดที่ทำให้ผู้บริโภคเห็นว่ามีควมรับผิดชอบต่อสังคมและ  
 สิ่งแวดล้อมเป็นแบรนด์ที่มีคุณค่า และกลายมาเป็น “ตัวเลือก” ของผู้บริโภค

5.3.4 ผลการศึกษาจากสมมุติฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความ  
 ปลอดภัยขั้นนำ ผู้ประกอบการนำเสนอได้รับมาตรฐานด้านความปลอดภัยระดับโลกของรถยนต์

Eco Car มีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยชั้นนำ ทำให้ผู้บริโภคมั่นใจในการใช้รถยนต์ Eco Car

5.3.5 ผลการศึกษาจากสมมติฐานของคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ด้านความเหมาะสม พบว่า ผู้ประกอบการนำเสนอรูปลักษณ์ของรถยนต์ Eco Car รวมถึงขนาดและสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวัน และครอบครัวของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดครอบครัวขนาดเล็ก รวมถึงเหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมืองกรุงเทพมหานครที่มีพื้นที่จำกัด

## 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาสามารถขยายไปในทิศทางที่กว้างขึ้นและเป็นประโยชน์ในการอธิบายบริบทหรือปัญหาทางด้านคุณสมบัติของรถยนต์อีโคคาร์ รวมถึงปัญหาอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

5.4.1 แนะนำให้ทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ เพราะงานวิจัยนี้การสำรวจเฉพาะกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ Eco Car เท่านั้น ในการวิจัยสำรวจครั้งต่อไปจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.4.2 แนะนำให้ทำการศึกษาในสถานที่แตกต่างกัน เพราะในงานวิจัยครั้งนี้ศึกษาแต่ในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ในการวิจัยสำรวจครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในจังหวัดอื่น ๆ ด้วย เช่น นนทบุรี สมุทรปราการ เป็นต้น เพื่อให้มีความครอบคลุมของข้อมูล

5.4.3 แนะนำให้มีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติมด้วย เพราะในงานวิจัยนี้ศึกษาเพียงเชิงปริมาณ หากทำการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสำรวจความคิดเห็นเชิงคุณภาพ เพื่อสอบถามข้อมูลเชิงลึกที่แบบสอบถามทั่วไปไม่สามารถเก็บข้อมูลได้

5.4.4 แนะนำให้มีการศึกษาตัวแปรต้นอื่นที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามและปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงข้อมูลได้มากที่สุด เพื่อให้ข้อมูลที่เพิ่มมากขึ้น

### บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2561). *สถิติประชากรและบ้าน-จำนวนประชากรแยกตามรายอายุ*. สืบค้นจาก [https://stat.dopa.go.th/stat/statnew/updatat\\_age.php](https://stat.dopa.go.th/stat/statnew/updatat_age.php).
- เกตุวดี สมบูรณ์ทวี, คมกริช ศรีไพรงาม และลลิตภัทร สร้างถิ่น. (2561). ปัจจัยด้านคุณภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์สัญชาติญี่ปุ่น. *WMS Journal of Management*, 7(1), 1–7.
- แคเรีย ภูพันธ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์โตโยต้า นิว วีโอส ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จันทร์ พันธุ์ภักดีวงศ์. (2557). การรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อมและการทำกิจกรรมทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ (Eco Car) ของประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครและสมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จารุพันธ์ ยาขมภู. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ขนาดไม่เกิน 1,500 ซีซี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วีพริ้นท์ (1991).
- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2557). *การสุ่มตัวอย่าง (Sampling)*. สืบค้นจาก <http://www.watpon.com/Elearning/res22.htm>.
- ณัฐมาน นาวิวงศ์. (2558). ปัจจัยการตลาด การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 5(1), 262–274.
- โตโยต้า ลั่นขอขาย 3 แสนคัน ยอมรับพลาดเป้า ปีที่แล้วขายแค่ 2.4 แสนคัน. (2561). สืบค้นจาก <https://www.prachachat.net/motoring/news-102040>.
- ธีรพงศ์ เทพหัสดิน ณ อยุธยา. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ (Eco-Cars) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ: เอกสารประกอบการบรรยาย 'Twilight Program'. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- นิตา ดิษฐ์บุญเชิญ. (2553). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด. (2557). รายงานการพัฒนาธุรกิจร่วมไปกับสิ่งแวดล้อมและสังคม. สืบค้นจาก [http://110-170-53-77.static.asianet.co.th/media/sustainability\\_report\\_lang\\_fileupload1/31/SR-2557-report.PDF](http://110-170-53-77.static.asianet.co.th/media/sustainability_report_lang_fileupload1/31/SR-2557-report.PDF).
- บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2545). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัลลภา ปิติสันต์. (2553). รถประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล Eco CAR. *For Quality*, 17(155), 32-36.
- มาตรฐานด้านความปลอดภัย. (2562). สืบค้นจาก <http://www.car.go.th/home/Safety>.
- เมวดี บุตรวงศ์นรา. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ในสถานการณ์น้ำมันแพงของผู้บริโภค ในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วรฤทัย สุภัทรเกียรติ. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้ายานยนต์ในศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า รัชดา-พระราม 3. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิจิต อุ๋อัน. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริกร แสนชัยนาท. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco car) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุชาดา พาลีตา. (2558). ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดบริการในการเลือกซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุมล ศุภนิมิตกุล. (2556). การรับรู้และทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อรถยนต์อีโคคาร์ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อัญชลี พลสาร. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีโคคาร์ของประชากรในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อำนาจ พนาคุณากร. (2554). การศึกษาปัจจัยแวดล้อมในการดำรงชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ eco-car ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

*ECO-Car รถประหยัดพลังงาน*. (2553). สืบค้นจาก <https://www.moe.go.th/eco-car>.

Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A., & Lang, A. G. (2009). *Behavior Research Methods* 41(4), 1149-1160.

Kotler, P. (2003). *Marketing management* (11<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.





**แบบสอบถาม**  
**เรื่อง**  
**คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากร**  
**ในกรุงเทพมหานคร**

.....

การจัดทำแบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ซึ่งนำไปใช้ประกอบกับการค้นคว้าอิสระในเรื่อง คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของประชากรในกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยที่ได้จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบถึงข้อมูลเสียงตอบรับของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car รวมถึงทำให้บริษัทผลิตรถยนต์แต่ละรายสามารถนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในการทำแบบสอบถามด้วยความเป็นจริงที่สุด เพื่อให้การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้เกิดประสิทธิผลและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่อไป ทางผู้จัดทำขอขอบพระคุณผู้ทำแบบสอบถามทุกท่านมา ณ ที่นี้

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1) เพศ

ชาย

หญิง

2) อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

21-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

3) สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย/ หย่าร้าง

อื่น ๆ .....

4) ระดับการศึกษา

มัธยมศึกษา

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อื่น ๆ .....

5) อาชีพ

นักเรียน/ นักศึกษา

ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ

รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน

ธุรกิจส่วนตัว

ค้าขาย

อื่น ๆ .....

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท

20,001-30,000 บาท

30,001-40,000 บาท

40,001-50,000 บาท

50,001-60,000 บาท

60,001 บาทขึ้นไป

7) จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1-3 คน

4-6 คน

7-9 คน

10 คนขึ้นไป



## ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ตามระดับความคิดเห็นด้านพฤติกรรมที่ท่านคิดเห็นว่าเป็นจริงที่สุดเพียงข้อเดียว

- 1) ค่าน้ำมันรถยนต์ส่วนตัวของท่านโดยเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่เท่าใด
 

<input type="radio"/> 1,001–2,000	<input type="radio"/> 2,001–3,000
<input type="radio"/> 3,001–4,000	<input type="radio"/> 4,001–5,000
<input type="radio"/> มากกว่า 5,000	
- 2) ราคาของรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน
 

<input type="radio"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 400,000	<input type="radio"/> 400,001–450,000
<input type="radio"/> 450,001–500,000	<input type="radio"/> มากกว่า 500,000
- 3) บุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ที่ท่านใช้อยู่ในปัจจุบัน
 

<input type="radio"/> ตนเอง	<input type="radio"/> บุคคลในครอบครัว
<input type="radio"/> เพื่อน/ คนรู้จัก	<input type="radio"/> บุคคลที่มีชื่อเสียง
<input type="radio"/> อื่น ๆ .....	
- 4) ท่านชำระเงินสำหรับการซื้อรถยนต์ Eco Car ด้วยรูปแบบใด
 

<input type="radio"/> เงินสด	<input type="radio"/> ผ่อนจ่าย
<input type="radio"/> อื่น ๆ .....	
- 5) ท่านใช้รถยนต์ Eco Car ในปัจจุบันมาแล้วกี่ปี
 

<input type="radio"/> 1–3 ปี	<input type="radio"/> 4–6 ปี
<input type="radio"/> 7–9 ปี	<input type="radio"/> 10 ปีขึ้นไป
- 6) รถยนต์ Eco Car คันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันนับเป็นคันที่เท่าไร
 

<input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> 2
<input type="radio"/> 3	<input type="radio"/> 4
<input type="radio"/> อื่น ๆ .....	
- 7) เหตุผลที่ซื้อรถยนต์ Eco Car
 

<input type="radio"/> รับรักษาค่าน้ำมันในปัจจุบันไม่ไหว	<input type="radio"/> ต้องการลดมลพิษที่เกิดขึ้นทางอากาศ
<input type="radio"/> ขับง่าย คล่องตัว เพราะมีขนาดเล็ก	<input type="radio"/> บุคคลที่มีชื่อเสียงโฆษณาว่าใช้ดี
- 8) ประโยชน์ใช้สอยหลักที่ใช้รถยนต์ Eco Car
 

<input type="radio"/> ช่วยประหยัดค่าน้ำมัน	<input type="radio"/> ค่าบำรุงรักษาต่ำกว่ารถยนต์ประเภทอื่น
<input type="radio"/> ช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์	<input type="radio"/> ลดค่าเสียภาษีรถยนต์ประจำปี

9) ยี่ห้อรถยนต์ Eco Car ที่ใช้อยู่

- |                              |                                    |
|------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Toyota | <input type="radio"/> Honda        |
| <input type="radio"/> Nissan | <input type="radio"/> Mitsubishi   |
| <input type="radio"/> Suzuki | <input type="radio"/> อื่น ๆ ..... |

10) สาเหตุที่ท่านซื้อรถยนต์ยี่ห้อดังกล่าวตามคำตอบในข้อ 9

- |   |  |
|---|--|
| <input type="radio"/> เป็นยี่ห้อเจ้าตลาด มีความน่าเชื่อถือสูง | <input type="radio"/> ประหยัดน้ำมันมากกว่ายี่ห้ออื่น |
| <input type="radio"/> บริษัทใช้งานได้อย่างคล่องแคล่ว          | <input type="radio"/> ชอบการออกแบบรูปทรงของรถยนต์    |



### ส่วนที่ 3 คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อคุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ท่านคิดเห็นว่าเป็นจริงที่สุด

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>คุณสมบัติพิเศษด้านการประหยัดน้ำมัน</b>					
1) อัตราการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงไม่เกิน 5 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้					
2) เครื่องยนต์เบนซินมีความจุไม่เกิน 1.3 ลิตร และดีเซลมีความจุไม่เกิน 1.4 ลิตร ด้วยเครื่องยนต์ที่มีขนาดเล็ก ทำให้ท่านรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยลดการเกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์					
3) รถยนต์ Eco Car ใช้วัสดุในการผลิตที่มีประสิทธิภาพ มีน้ำหนักเบาแต่แข็งแรง ทำให้ท่านสามารถลดการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่นๆ					
4) รถยนต์ Eco Car ที่ใช้น้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และน้ำมันดีเซล จะต้องเติมน้ำมันที่ได้มาตรฐานตามที่คู่มือรถยนต์กำหนดไว้ โดยเติมผ่านปั้มน้ำมันชั้นนำของประเทศไทย จึงทำให้ท่านมั่นใจถึงประสิทธิภาพของน้ำมันที่เลือกใช้					

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
<b>คุณสมบัติพิเศษด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม</b>					
5) รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่ก่อให้เกิดมลพิษต่ำ โดยผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน UNECE หรือ Euro 4 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านสามารถช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมของโลกได้ในทางอ้อม					
6) รถยนต์ Eco Car จะปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่า 120 กรัมต่อระยะทาง 1 กิโลเมตร ทำให้ท่านสามารถลดมลพิษในอากาศได้มากกว่ารถยนต์ประเภทอื่น ๆ					
7) รถยนต์ Eco Car มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ท่านรู้สึกที่สามารถลดการใช้พลังงานได้ดียิ่งขึ้น					

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>คุณสมบัติพิเศษด้านความปลอดภัยชั้นนำตามมาตรฐานความปลอดภัยของยุโรป</b>					
8) รถยนต์ Eco Car จะต้องผ่านมาตรฐาน UNECE 94, 95 คือ ความปลอดภัยของยานยนต์ในเรื่องการปกป้องผู้โดยสารจากการชนด้านหน้าและด้านข้าง ทำให้ท่านรู้สึกถึงความปลอดภัยมากขึ้น					
9) รถยนต์ Eco Car ต้องมีคุณสมบัติด้านความปลอดภัยเชิงป้องกันก่อนเกิดอุบัติเหตุให้กับผู้ขับขี่ โดยอย่างน้อยต้องมีระบบห้ามล้อแบบป้องกันการล็อก และติดตั้งระบบควบคุมเสถียรภาพแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ท่านรู้สึกไว้วางใจกับระบบความปลอดภัยนี้ของรถยนต์ Eco Car					
10) วัสดุในการประกอบและโครงสร้างของรถยนต์ Eco Car ได้มาตรฐานของยุโรป ทำให้ท่านรู้สึกมีความมั่นใจในคุณภาพของรถยนต์ Eco Car					
11) รถยนต์ Eco Car มีความทันสมัยและเน้นความปลอดภัยมากขึ้น ทำให้ท่านมีภาพลักษณ์ที่ดีและได้รับความปลอดภัยในการขับขี่					

คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>คุณสมบัติพิเศษด้านความคล่องตัวสูง</b>					
12) รถยนต์ Eco Car เป็นรถยนต์ที่มีตัวถังขนาดเล็ก ทำให้ขับขี่ได้ง่าย เหมาะสมกับการใช้งานภายในตัวเมืองกรุงเทพมหานคร					
13) ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถขับขี่ไปตามซอยแคบ และง่ายต่อการเปลี่ยนช่องทางการขับขี่ จึงสะดวกต่อการใช้งานในชีวิตประจำวันของท่าน					
14) ด้วยขนาดตัวถังที่เล็กของรถยนต์ Eco Car ทำให้สามารถจอดรถในพื้นที่ที่จำกัด จึงส่งผลให้ท่านใช้จอดรถได้ง่ายและลดความเสี่ยงในการเบียดเสียดกับรถยนต์คันอื่นที่จอดอยู่					

#### ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อที่ท่านคิดเห็นว่าเป็นจริงที่สุด

การตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1) ก่อนการซื้อรถยนต์ Eco Car ท่านจะทำการเปรียบเทียบรถยนต์ Eco Car ของแต่ละยี่ห้อ เพื่อจะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อรถยนต์ Eco Car ที่เหมาะสมกับท่านมากที่สุด					
2) ด้วยงบประมาณทางการเงินที่จำกัด ทำให้ท่านเลือกรถยนต์ Eco Car เป็นอันดับแรก					
3) ครอบครัวของท่านเป็นครอบครัวขนาดเล็ก จึงเหมาะสมกับรถยนต์ Eco Car					
4) เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงช่วงวัยของบุคคลในครอบครัว ท่านจึงต้องการซื้อรถยนต์ Eco Car เพิ่มเติม					
5) เมื่อท่านได้อ่านหรือดูความคิดเห็นของนักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงทางด้านรถยนต์ผ่านสื่อต่าง ๆ ทำให้ท่านมั่นใจที่จะเลือกใช้รถยนต์ Eco Car					
6) จากประสบการณ์การใช้งานรถยนต์ Eco Car ที่ผ่านมาของผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ทำให้ท่านมั่นใจเลือกใช้รถยนต์ Eco Car					





**ประวัติผู้เขียน**

ชื่อ-นามสกุล	กำพล ลีไพบูลย์วงศ์
อีเมล	gumpol.leep@bumail.net
เบอร์โทรศัพท์	085-1120709
ประวัติการศึกษา	จบการศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาศาสตร์ สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสบการณ์การทำงาน	ที่ผ่านมา – Forth Corporation PCL ปัจจุบัน – Portalnet Co., Ltd.



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 16 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2563

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) ทิพย์ อีโปบลช่วงค์ อยู่บ้านเลขที่ 888/4 ม.2 INDY  
ซอย ประชาอุทิศ 90 ถนน ประชาอุทิศ ตำบล/แขวง บ้านคลองสวน ประชาอุทิศ  
อำเภอ/เขต พระสมุทรเจดีย์ จังหวัด สมุทรปราการ รหัสไปรษณีย์ 10290  
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7600201656  
ระดับปริญญา  ตรี  โท  เอก  
หลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา - คณะ บริหารธุรกิจ  
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย  
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/  
วิทยานิพนธ์หัวข้อ คุณสมบัติพิเศษของรถยนต์ Eco Car ที่ส่งผลต่อมรตอดสนใจซื้อของ  
ประชากรในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี  
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่  
ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้  
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ  
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ  
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ  
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา  
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดใช้ค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย  
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญาฉบับนี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาฉบับนี้โดย  
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ กำพล ลิ้มปุดะวงศ์ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ  
( นายกำพล ลิ้มปุดะวงศ์ )

ลงชื่อ อัญญา ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ  
(อาจารย์อัญญา จุลพิสิฐ)  
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ [Signature] พยาน  
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ [Signature] พยาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์)  
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร