

ชื่อเรื่อง	การศึกษาโอกาสทางการตลาดของรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล
นักศึกษา	นางสาวชุตีพร อุทม่อ่าง
รหัสนักศึกษา	52641223
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2554
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	รองศาสตราจารย์ศิริจรยา เครือวิริยะพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร. กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร

บทคัดย่อ

ปัจจุบันตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขนาดเล็ก เป็นส่วนตลาด (Market Segment) ที่มีการเติบโตสูง เนื่องจากส่วนใหญ่มีการออกแบบที่ทันสมัย ขนาดกระทัดรัดและประหยัดน้ำมัน ซึ่งเหมาะกับการใช้งานในเขตเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car) ที่มีความโดดเด่นเรื่องการประหยัดน้ำมันและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งรัฐบาลยังให้การสนับสนุนการผลิตอย่างเต็มที่ ส่งผลให้มีบริษัทผู้ผลิตรถยนต์รายใหญ่ให้ความสนใจตลาดรถยนต์ประเภทนี้มากขึ้น การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคและโอกาสทางการตลาดของรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 25 – 60 ปี จำนวน 400 คน

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 4 – 6 คน เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท มีรถยนต์ในครอบครองจำนวน 1 คัน มีความสนใจที่จะซื้อหรือเปลี่ยนมาใช้รถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลเนื่องจากช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย (ค่าน้ำมัน) ความต้องการทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ มีความต้องการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลที่มีความประหยัดน้ำมันสูง สมรรถนะเครื่องยนต์ทนทาน มีวิสัยทัศน์ในการขับขี่ที่ดี ตัวถังมีความแข็งแรง สามารถหาอะไหล่ทดแทนได้ง่าย ลักษณะการออกแบบภายนอกที่สวยงาม และมีช่วงล่างยืดแคะถนนดี ด้านราคา กลุ่มตัวอย่างต้องการรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาต่ำ และค่าซ่อมแซมค่าอะไหล่มีราคาถูก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากลที่ใช้เครื่องยนต์เบนซินขนาดไม่เกิน 1,300 ซีซี และเครื่องยนต์ดีเซลขนาดไม่เกิน 1,400 ซีซี ควรมีราคา

ต่อหน่วยขั้นต้นระหว่าง 350,000 – 400,000 บาท และ 400,001 – 500,000 บาท ตามลำดับ ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างต้องการตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการที่มีการบริการที่ดี
มีสาขาจำนวนมากและกระจายอยู่อย่างทั่วถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความต้องการให้แถม
ประกันภัยรถยนต์จากบริษัทฯ ที่มีคุณภาพ มีการบำรุงรักษารถยนต์ฟรีในระยะทางหรือระยะเวลาที่
กำหนด และต้องการพนักงานขายที่มีความสามารถและรอบรู้ในการให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ สำหรับ
ผลการศึกษาโอกาสทางการตลาดพบว่า มีโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดของรถยนต์ประหยัด
พลังงานมาตรฐานสากล เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีความสอดคล้องกับ
ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน มีความโดดเด่นทั้งในเรื่องความประหยัดในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง
มาตรฐานความปลอดภัย ราคาประหยัด และตอบสนองกระแสนิยมเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมได้
เป็นอย่างดี ผู้ประกอบธุรกิจยังมีจำนวนน้อย และไม่สามารถที่จะตอบสนองความต้องการของ
ผู้บริโภคได้ทั้งหมด การเข้าสู่ตลาดเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจึงมีความเป็นไปได้มาก
รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐบาลด้านมาตรการภาษีสรรพสามิตยังเอื้อประโยชน์ให้กับผู้ประกอบ
ธุรกิจ การรณรงค์เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นการสร้างกระแสนิยมให้ผู้บริโภคตระหนักและ
เลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะคือ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเรื่องการศึกษาและพัฒนา
เครื่องยนต์ ระบบการเผาผลาญน้ำมันเชื้อเพลิงให้มีความโดดเด่นด้านการประหยัดน้ำมันให้ดีมาก
ยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง ราคาจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา และค่าซ่อมแซม/ค่าอะไหล่ ควร
พิจารณาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการควรมี
การกำหนดรูปแบบการบริการของแต่ละแห่งให้อยู่ในมีมาตรฐานดีและอยู่ในระดับเดียวกัน ซึ่ง
จำนวนและทำเลที่ตั้งของตัวแทนจำหน่ายและศูนย์บริการควรมีความเหมาะสม ครอบคลุมพื้นที่
บริการ ควรส่งเสริมการขายด้วยการแถมประกันภัยรถยนต์จากบริษัทฯ ที่มีคุณภาพ และมีการ
บำรุงรักษาหลังการขายฟรีในระยะทางหรือระยะเวลาที่กำหนด เพื่อเป็นการตอบสนองความ
ต้องการของผู้บริโภคอย่างครอบคลุม และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์