

ไบโอดีเซลถูกกว่าน้ำมันดีเซลธรรมดา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การลดราคาน้ำมันไบโอดีเซล เนื่องจากการเติมน้ำมันด้วยตนเอง และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความเชื่อมั่นของผู้ผลิตน้ำมันไบโอดีเซล และอัตราการสิ้นเปลืองในการใช้น้ำมันไบโอดีเซล

นอกจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแล้วปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซล ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์รับรองการใช้น้ำมันไบโอดีเซล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซล เมื่อจำแนกตามเพศอายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ไม่แตกต่างกันมากนัก

พฤติกรรมการใช้น้ำมันไบโอดีเซลของผู้บริโภค พบว่า สาเหตุที่ใช้น้ำมันไบโอดีเซลเนื่องจากได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนรู้จักหรือผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องยนต์ โดยใช้น้ำมันไบโอดีเซลมากกว่า 1 ปี ความถี่ในการเติมน้ำมันคือ มากกว่า 2 ครั้งต่อเดือน เติมเมื่อน้ำมันใกล้หมด ช่วงเวลาที่เติมน้ำมัน คือ หลังเลิกงาน หลังเลิกเรียน หรือในช่วงเย็น และเติมทั้งสถานีบริการปตท. และบางจาก ตามความสะดวก โดยค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง คือ 500-1,000 บาท และเติมตามจำนวนเงินที่ต้องการ

ปัญหาที่พบในระดับมากเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันไบโอดีเซล เป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา คือ ราคาน้ำมันไบโอดีเซลต่ำกว่าน้ำมันดีเซลธรรมดาไม่มาก

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Consumer Buying Decision
Towards Biodiesel in Mueang Chiang Mai District

Author Mr. Chaiwat Chairuangwit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Piyaphan Klunklin Chairperson

Lecturer Apichart Chomphunut Member

ABSTRACT

The Objective of this independent study was to study marketing mix factors which affected consumer buying decision towards biodiesel in Mueang Chiang Mai District. The sample group comprised of 405 diesel users (except common rail engine users) who filled up at 15 biodiesel gas stations in Mueang Chiang Mai District, 9 were Petroleum Thai gas stations and 6 were Bang Chak gas stations. The data was collected using questionnaire and then analyzed by descriptive analysis using frequency, percentage and mean.

The results of the study show that most questionnaire respondents were male, 20-40 years old, with or studying for Bachelor's degree. Most were private company employees with income of 25,001-35,000 and 5,001-15,000 baht/month. They learned about biodiesel from television.

The factors that affected consumer decision are in the following order: place, price, marketing promotion, and product. For place, the sub-factor which affected consumer decision the most was the reputation of bio-diesel retailer. For price, the sub-factor which affected consumer decision the most was that biodiesel was cheaper than regular gas. For marketing promotion, the sub-factor which affected consumer decision the most was discount when customers did their own filling. And for product, the sub-factors which affected consumer decision the most were the confidence of bio-diesel producers and higher mileage per liter.

Apart of marketing mix factors, another factor which affected consumer decision at the high level was car producers guaranteed biodiesel use. When considering marketing mix factors in terms of

age, occupation and income, there was not much difference in the influence of those factors on consumer decision.

For consumer behavior towards the consumption of biodiesel, it was found that the reason for changing to bio-diesel was because of recommendation from friends, relatives, acquaintances or motor experts. Most consumers had been using bio-diesel for over a year. They filled up their tank more than 2 times a month and did so when they almost ran out of gas. The time they usually filled up was after work, after school or early evening. They filled up at both Petroleum Thai and Bang Chak depending on convenience and each time paid 500-1,000 baht. When filling up the tank, they decided on how much to spend at each visit.

The most problem concerning marketing mix factors towards bio-diesel consumption was price, that it was not cheaper by much compared to regular gas.