



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของผู้ใช้งานต้นสังกัดส่วน  
บุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

- แบบสอบถามชุดนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระประกอบหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหา  
บัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ขอความกรุณาตอบข้อมูลตามความเป็นจริง ซึ่งข้อมูลนี้จะใช้  
ศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเท่านั้น ข้อมูลของท่านจะถูกปกปิดเป็นความลับ
- กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ใน  หรือเติมคำในช่องว่าง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาตอบแบบสอบถามฉบับนี้

อัจฉริยา วิจิตร

\*\*\*\*\*

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ  1)ชาย  2)หญิง
- อายุ  1) ต่ำกว่า 20 ปี  2) 21-30 ปี  
 3) 31-40 ปี  4) 41-50 ปี  
 5) 51-60 ปี  6) 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

4. จำนวนบุตร

- 1) ไม่มีบุตร  2) 1-2 คน  
 3) 3-4 คน  4) มากกว่า 4 คน

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา  2) พนักงานบริษัท  
 3) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  4) รับจ้างทั่วไป/เกษตรกร  
 5) ประกอบธุรกิจส่วนตัว  6) อื่น(โปรดระบุ).....

## 6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท       2) 5,001-10,000 บาท  
 3) 10,001-15,000 บาท       4) 15,001-20,000 บาท  
 5) 20,000 บาทขึ้นไป

## 7. ที่พักอาศัย

- 1) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่       2) นอกอำเภอเมืองเชียงใหม่  
 3) จังหวัดใกล้เคียง       4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 8. ที่ทำงาน

- 1) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่       2) นอกอำเภอเมืองเชียงใหม่  
 3) จังหวัดใกล้เคียง       4) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 9. จำนวนรถที่ใช้

- 1) 1 คัน       2) 2 คัน  
 3) 3 คัน       4) มีมากกว่า 3 คัน

## ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

## 1. ยานพาหนะที่ท่านใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) รถยนต์นั่งส่วนบุคคล       2) รถบรรทุกส่วนบุคคลไม่เกิน 1 ตัน  
 3) รถจักรยานยนต์

## 2. ยี่ห้อรถที่ท่านใช้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) อีซูซุ       2) โตโยต้า       3) ฟอर्ड       4) มิตซูบิชิ  
 5) นิสสัน       6) มาสด้า       7) วอลโว่       8) บีเอ็มดับเบิลยู  
 9) เบนซ์       10) ฮอนด้า       11) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 3. ประเภทของพลังงานเชื้อเพลิง

- 1) เบนซิน 95       2) เบนซิน 91       3) ดีเซล  
 4) ก๊าซโซฮอลล์ 95       5) ก๊าซโซฮอลล์ 91

## 4. ประเภทของก๊าซที่ใช้

- 1) ก๊าซ LPG       2) ก๊าซ NGV

## 5. ขนาดของเครื่องยนต์

- 1) น้อยกว่า 1,500 CC.       2) 1,500-1,800 CC.  
 3) 1,801-2,000 CC.       4) 2,001-3,000 CC.  
 5) มากกว่า 3,000 CC.

## 6. ร้านที่ติดตั้งก๊าซ

- 1) กรุงเทพมหานคร       2) ในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
 3) นอกอำเภอเมืองเชียงใหม่       4) ต่างจังหวัด (โปรดระบุ) .....

## 7. ชนิดของอุปกรณ์ติดตั้งก๊าซ

สำหรับผู้ติดตั้งก๊าซ LPG

- 1) Fix Mixer (ใช้หม้อต้ม)  
 2) Lamda Control หรือ Step moter (แบบกึ่งหัวฉีด)  
 3) ระบบหัวฉีด

สำหรับผู้ติดตั้งก๊าซ NGV

- 1) เครื่องยนต์เบนซิน เป็นระบบดูดก๊าซ หรือ Fumigation  
 2) เครื่องยนต์เบนซิน เป็นระบบฉีดก๊าซ หรือ Injection  
 3) เครื่องยนต์ดีเซล เป็นระบบเชื้อเพลิงร่วม หรือ Diesel Dual (DDF)

## 8. ชนิดของถังก๊าซ

- 1) ถังแบบวาล์วแยก  
 2) แบบมัลติวาล์ว  
 3) แบบโดนัท

## 9. ขนาดของถังก๊าซ

- 1) 36 ลิตร       2) 48 ลิตร       3) 58 ลิตร  
 4) 64 ลิตร       5) 75 ลิตร       6) 96 ลิตร

## 10. อายุการใช้งาน หลังติดตั้งก๊าซ

- 1) น้อยกว่า 1 ปี       2) 1-2 ปี  
 3) 2-3 ปี       4) มากกว่า 3 ปี

## 11. ช่วงเวลาในการเติมพลังงานเชื้อเพลิง

- 1) 7.01-11.00 น.       2) 11.01-15.00 น.  
 3) 15.01-19.00 น.       4) 19.01-22.00 น.



ปัจจัยทางด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง)					ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ หลังติดตั้งก๊าซ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. สถานีบริการมีทางเข้า-ออก สะดวกสบายกว้างขวาง										
5. สถานีบริการมีบริเวณกว้างขวาง ที่จอดรถสะดวก เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ										
6. สถานีบริการมีหัวจ่ายหลายจุดในสถานีเดียวกัน										
<b>ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย</b>										
1. สถานีบริการมีการแจกของแถมเมื่อเติมในปริมาณที่กำหนด										
2. พนักงานของสถานีบริการมีความสามารถในการให้บริการ										
3. พนักงานของสถานีบริการมีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม										
4. พนักงานของสถานีบริการมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด เหมาะสม										
5. พนักงานของสถานีบริการมีความน่าเชื่อถือ เชื่อสัจย์ในการให้บริการ										
6. มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ										
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง)					ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ หลังติดตั้งก๊าซ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ระดับความต้องการในการเลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น										
2. ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ										
3. รายได้ของผู้ใช้บริการ										
4. นโยบายประหยัดพลังงาน										
5. สถานการณ์ทางการเมือง										
6. พลังงานทดแทนอื่นๆ										
7. การชักชวนจากบุคคลต่างๆ										

ข้อเสนอแนะ

“ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้เป็นอย่างสูง”

ตารางภาคผนวกที่ 1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านผลิตภัณฑ์)  
(ก่อนติดตั้งก๊าซ)

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. บริษัทที่ติดตั้งก๊าซมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	38 (12.7)	112 (37.3)	122 (40.7)	26 (8.7)	2 (0.7)	300 (3.53)
2. ความมีคุณภาพของตัวถังก๊าซที่ใช้	24 (8.0)	120 (40.0)	118 (39.3)	38 (12.7)	0 (0)	300 (3.43)
3. ตัวถังก๊าซมีความปลอดภัยในการใช้ งาน	34 (11.3)	94 (31.3)	134 (44.7)	32 (10.7)	6 (2.0)	300 (3.39)
รวม	32 (10.67)	108.67 (36.2)	124.67 (41.57)	32 (10.7)	2 (0.9)	300 (3.45)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.23

ตารางภาคผนวกที่ 2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านผลิตภัณฑ์)  
(หลังติดตั้งก๊าซ)

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น หลังติดตั้งก๊าซ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. บริษัทที่ติดตั้งก๊าซมีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ	70 (23.3)	130 (43.3)	96 (32.0)	4 (1.3)	0 (0)	300 (3.89)
2. ตัวถังก๊าซมีความปลอดภัยในการใช้ งาน	48 (16.0)	154 (51.3)	92 (30.7)	6 (2.0)	0 (0)	300 (3.81)
3. ความมีคุณภาพของตัวถังก๊าซที่ใช้	48 (16.0)	146 (48.7)	98 (32.7)	8 (2.7)	0 (0)	300 (3.78)
รวม	55.33 (18.43)	143.33 (47.76)	95.33 (31.8)	6 (2)	0 (0)	300 (3.83)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.23



ตารางภาคผนวกที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านราคา) ก่อนติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านราคา (Price)	ระดับความคิดเห็น ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง)					รวม (เฉลี่ย)
	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1.ตัวถังก๊าซ (ค่าติดตั้ง) ที่ใช้มีราคาถูกเมื่อเทียบกับพลังงานชนิดอื่น	22 (7.3)	104 (34.7)	130 (43.3)	36 (12.0)	8 (2.7)	300 (3.32)
รวม	22 (7.3)	104 (34.7)	130 (43.3)	36 (12.0)	8 (2.7)	300 (3.32)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.24

ตารางภาคผนวกที่ 4 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านราคา) หลังติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านราคา (Price)	ระดับความคิดเห็น หลังติดตั้งก๊าซ					รวม (เฉลี่ย)
	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1.ตัวถังก๊าซ (ค่าติดตั้ง) ที่ใช้มีราคาถูกเมื่อเทียบกับพลังงานชนิดอื่น	62 (20.7)	118 (39.3)	108 (36.0)	12 (4.0)	0 (0)	300 (3.77)
รวม	62 (20.7)	118 (39.3)	108 (36.0)	12 (4.0)	0 (0)	300 (3.77)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.24

ตารางภาคผนวกที่ 5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน  
(ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย) ก่อนติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความคิดเห็น ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. สถานีบริการมีทางเข้า-ออกสะดวกสบาย กว้างขวาง	38 (12.7)	128 (42.7)	110 (36.7)	24 (8.0)	0 (0)	300 (3.60)
2. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซอยู่ใกล้ที่ทำงาน	38 (12.7)	110 (36.7)	116 (38.7)	34 (11.3)	2 (0.7)	300 (3.49)
3. สถานีบริการมีหัวจ่ายหลายจุดในสถานีเดียวกัน	34 (11.3)	90 (30.0)	132 (44.0)	42 (14.0)	2 (0.7)	300 (3.37)
4. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซอยู่ใกล้ชุมชน	38 (12.7)	86 (28.7)	116 (38.7)	56 (18.7)	4 (1.3)	300 (3.33)
5. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซอยู่ใกล้ที่พักอาศัย	22 (7.3)	110 (36.7)	118 (39.3)	46 (15.3)	4 (1.3)	300 (3.33)
6. สถานีบริการมีบริเวณกว้างขวางที่จอดรถสะดวก เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ	18 (6.0)	80 (26.7)	164 (54.7)	38 (12.7)	0 (0)	300 (3.26)
รวม	31.33 (10.45)	100.67 (33.58)	126 (42.02)	40 (13.33)	2 (0.67)	300 (3.40)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.25

ตารางภาคผนวกที่ 6 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน  
(ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย) หลังติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัด จำหน่าย (Place)	ระดับความคิดเห็น หลังติดตั้งก๊าซ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซ อยู่ใกล้ชุมชน	62 (20.7)	134 (44.7)	100 (33.3)	4 (1.3)	0 (0)	300 (3.85)
2. สถานีบริการมีทางเข้า-ออก สะดวกสบาย กว้างขวาง	46 (15.3)	164 (54.7)	88 (29.3)	2 (0.7)	0 (0)	300 (3.85)
3. สถานีบริการมีหัวจ่ายหลายจุดใน สถานีเดียวกัน	38 (12.7)	140 (46.7)	114 (38.0)	8 (2.7)	0 (0)	300 (3.69)
4. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซ อยู่ใกล้ที่พักอาศัย	40 (13.3)	142 (47.3)	96 (32.0)	22 (7.3)	0 (0)	300 (3.67)
5. สถานีบริการมีบริเวณกว้างขวาง ที่ จอดรถสะดวก เพียงพอต่อผู้มาใช้ บริการ	30 (10.0)	140 (46.7)	116 (38.7)	14 (4.7)	0 (0)	300 (3.62)
6. ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการเติมก๊าซ อยู่ใกล้ที่ทำงาน	38 (12.7)	110 (36.7)	116 (38.7)	34 (11.3)	2 (0.7)	300 (3.49)
รวม	42.33 (14.12)	138.33 (46.13)	105 (35.00)	14 (4.67)	0.33 (0.12)	300 (3.70)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.25

ตารางภาคผนวกที่ 7 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านการส่งเสริมการขาย)  
ก่อนติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	ระดับความคิดเห็น ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. พนักงานของสถานีบริการมีความ น่าเชื่อถือ เชื่อมั่นในการให้บริการ	34 (11.3)	108 (36.0)	116 (38.7)	32 (10.7)	10 (3.3)	300 (3.41)
2. พนักงานของสถานีบริการมี บุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด เหมาะสม	38 (12.7)	94 (31.3)	122 (40.7)	38 (12.7)	8 (2.7)	300 (3.39)
3. พนักงานของสถานีบริการมีมนุษย สัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม	38 (12.7)	100 (33.3)	110 (36.7)	40 (13.3)	12 (4.0)	300 (3.37)
4. สถานีบริการมีการแจกของแถม เมื่อเติมในปริมาณที่กำหนด	24 (8.0)	102 (34.0)	116 (38.7)	54 (18.0)	4 (1.3)	300 (3.29)
5. พนักงานของสถานีบริการมี ความสามารถในการให้บริการ	22 (7.3)	102 (34.0)	132 (44.0)	30 (10.0)	14 (4.7)	300 (3.29)
6. มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆ	50 (16.7)	48 (16.0)	138 (46.0)	60 (20.0)	4 (1.3)	300 (3.27)
รวม	34.33 (11.45)	92.33 (30.77)	122.33 (40.80)	42.33 (14.12)	8.67 (2.88)	300 (3.34)

ที่มา: จากการศึกษาวิจัย

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.26

ตารางภาคผนวกที่ 8 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านการส่งเสริมการขาย)  
หลังติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	ระดับความคิดเห็น หลังติดตั้งก๊าซ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					รวม (เฉลี่ย)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. สถานีบริการมีการแจกของแถมเมื่อ เติมในปริมาณที่กำหนด	60 (20.0)	136 (45.3)	82 (27.3)	20 (6.7)	2 (0.7)	300 (3.77)
2. พนักงานของสถานีบริการมี ความสามารถในการให้บริการ	46 (15.3)	140 (46.7)	102 (34.0)	12 (4.0)	0 (0)	300 (3.73)
3. พนักงานของสถานีบริการมีมนุษย สัมพันธ์ดี พูดจาสุภาพ อ่อนน้อม	54 (18.0)	120 (40.0)	102 (34.0)	24 (8.0)	0 (0)	300 (3.68)
4. พนักงานของสถานีบริการมี บุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาด เหมาะสม	36 (12.0)	132 (44.0)	112 (37.3)	14 (4.7)	6 (2.0)	300 (3.59)
5. มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตาม สื่อต่างๆ	48 (16.0)	114 (38.0)	102 (34.0)	30 (10.0)	6 (2.0)	300 (3.56)
6. พนักงานของสถานีบริการมีความ น่าเชื่อถือ ซื่อสัตย์ในการให้บริการ	62 (20.7)	130 (43.3)	86 (28.7)	20 (6.7)	2 (0.7)	300 (3.41)
รวม	51 (17.00)	128.67 (42.88)	97.67 (42.88)	20 (6.68)	2.67 (0.90)	300 (3.62)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.26

ตารางภาคผนวกที่ 9 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ก่อนติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง)					รวม (เฉลี่ย)
	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ระดับความต้องการในการ เลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น	52 (17.3)	110 (36.7)	124 (41.3)	14 (4.7)	0 (0)	300 (3.67)
2. ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	42 (14.0)	88 (29.3)	124 (41.3)	46 (15.3)	0 (0)	300 (3.42)
3. พลังงานทดแทนอื่นๆ	44 (14.7)	68 (22.7)	148 (49.3)	38 (12.7)	2 (0.7)	300 (3.38)
4. การชักชวนจากบุคคลต่างๆ	46 (15.3)	72 (24.0)	132 (44.0)	46 (15.3)	4 (1.3)	300 (3.37)
5. รายได้ของผู้ใช้บริการ	40 (13.3)	72 (24.0)	146 (48.7)	40 (13.3)	2 (0.7)	300 (3.36)
6. นโยบายประหยัดพลังงาน	40 (13.3)	72 (24.0)	128 (42.7)	56 (18.7)	4 (1.3)	300 (3.29)
7. สถานการณ์ทางการเมือง	28 (9.3)	76 (25.3)	12 (37.3)	66 (22.0)	18 (6.0)	300 (3.10)
รวม	41.71 (13.89)	79.71 (26.57)	116.29 (43.51)	43.71 (14.57)	4.29 (1.43)	300 (3.37)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.27

ตารางภาคผนวกที่ 10 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม หลังติดตั้งก๊าซ

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น หลังติดตั้งก๊าซ					รวม (เฉลี่ย)
	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คิดเป็นร้อยละ)					
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
1. ระดับความต้องการในการ เลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น	72 (24.0)	166 (55.3)	58 (19.3)	4 (1.3)	0 (0)	300 (4.02)
2. รายได้ของผู้ใช้บริการ	56 (18.7)	136 (45.3)	86 (28.7)	18 (6.0)	4 (1.3)	300 (3.74)
3. ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ	44 (14.7)	136 (45.3)	110 (36.7)	10 (3.3)	0 (0)	300 (3.71)
4. การชักชวนจากบุคคลต่างๆ	60 (20.0)	98 (32.7)	116 (38.7)	16 (5.3)	10 (3.3)	300 (3.61)
5. นโยบายประหยัดพลังงาน	42 (14.0)	122 (40.7)	104 (34.7)	24 (8.0)	8 (2.7)	300 (3.55)
6. พลังงานทดแทนอื่นๆ	46 (15.3)	106 (35.3)	104 (34.7)	38 (12.7)	6 (2.0)	300 (3.49)
7. สถานการณ์ทางการเมือง	56 (18.7)	84 (28.0)	98 (32.7)	32 (10.7)	30 (10.0)	300 (3.35)
รวม	53.71 (17.91)	121.14 (40.37)	96.57 (32.21)	20.29 (6.76)	8.29 (2.76)	300 (3.64)

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: จากบทที่ 4 ตารางที่ 4.27



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวอัจฉริยา วิจิตร	
วัน เดือน ปี เดือน	19 พฤศจิกายน 2524	
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนสามัคคีวิทยาคม จังหวัดเชียงราย ปีการศึกษา 2543 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ ปีการศึกษา 2547	
ประสบการณ์	พ.ศ. 2547	พนักงานธุรการตรวจรับสินค้า บริษัท โสมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) สาขาเชียงใหม่ (คาร์ฟูร์) พ.ศ. 2549 - ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อรถยนต์ บริษัท จีอี แคปิตอล ออโต้ลีส์ จำกัด(มหาชน)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved