

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	6
1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	7
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
1 ทฤษฎีแนวคิดอุปสงค์	8
2 ทฤษฎีความยืดหยุ่นของอุปสงค์	14
3 แนวคิดทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด	16
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	25
3.2 ข้อมูลที่จะใช้ในการศึกษา	25
3.3 เครื่องมือสถิติที่ใช้ในการทดสอบ	25
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	26
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	29

4.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	34
4.3	ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	41
4.4	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	45
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	
5.1	สรุปผลการศึกษา	
5.1.1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
5.1.2	ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม	57
5.1.3	ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงานของผู้ตอบแบบสอบถาม	58
5.1.4	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว	60
5.2	ข้อเสนอแนะ	61
เอกสารอ้างอิง		63
ภาคผนวก		65
ประวัติผู้เขียน		80

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	เปรียบเทียบมลสารจากไอเสียของเครื่องยนต์ที่ใช้ NGV,LPG,Gasoline ที่ 300 รอบต่อนาที	3
1.2	เปรียบเทียบการใช้ก๊าซ NGV กับก๊าซ LPG และน้ำมันเชื้อเพลิง	6
4.1	เพศของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	29
4.2	อายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	30
4.3	สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้ก๊าซ LPG	30
4.4	จำนวนบุตรของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	31
4.5	อาชีพของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	31
4.6	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	32
4.7	ที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	32
4.8	ที่ทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	33
4.9	จำนวนรถที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	33
4.10	ยานพาหนะที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	34
4.11	ยี่ห้อรถที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	34
4.12	ประเภทของพลังงานเชื้อเพลิงที่กลุ่มตัวอย่างใช้ก๊าซ LPG	35
4.13	ประเภทของก๊าซที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่าง	35
4.14	ขนาดของเครื่องยนต์ของกลุ่มตัวอย่าง	36
4.15	ร้านที่ติดตั้งก๊าซของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	36
4.16	ชนิดของอุปกรณ์ติดตั้งก๊าซของกลุ่มตัวอย่าง	37
4.17	ชนิดของถังก๊าซของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ก๊าซ LPG	38
4.18	ขนาดของถังก๊าซของกลุ่มตัวอย่าง	38
4.19	อายุการใช้งาน หลังติดตั้งก๊าซของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.20	ช่วงเวลาในการเติมพลังงานเชื้อเพลิงของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.21	จำนวนเงินที่ใช้ในการเติมเชื้อเพลิงแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง	40

4.22	จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	40
4.23	ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านผลิตภัณฑ์)	41
4.24	ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านราคา)	42
4.25	ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย)	42
4.26	ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านการส่งเสริมการขาย)	43
4.27	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม	44
4.28	การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซ LPG (ด้านผลิตภัณฑ์)	45
4.29	การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซ LPG (ด้านราคา)	47
4.30	การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซ LPG (ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย)	48
4.31	การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซ LPG (ด้านการส่งเสริมการขาย)	51
4.32	การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพล ต่อความต้องการใช้ก๊าซ LPG	54

สารบัญตารางภาคผนวก

ตาราง	หน้า
1 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านผลิตภัณฑ์) ก่อนติดตั้งก๊าซ	71
2 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านผลิตภัณฑ์) หลังติดตั้งก๊าซ	72
3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านราคา) ก่อนติดตั้งก๊าซ	73
4 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านราคา) หลังติดตั้งก๊าซ	73
5 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย) ก่อนติดตั้งก๊าซ	74
6 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย) หลังติดตั้งก๊าซ	75
7 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านการส่งเสริมการขาย) ก่อนติดตั้งก๊าซ	76
8 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงาน (ด้านการส่งเสริมการขาย) หลังติดตั้งก๊าซ	77
9 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ก่อนติดตั้งก๊าซ	78
10 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม หลังติดตั้งก๊าซ	79

สารบัญภาพ

รูป		หน้า
2.1	แสดงรูปแบบพฤติกรรมกรซื้อ (ผู้บริโภค) [Model of buyer (consumer) behavior]	11



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved