

สารบัญ

	หน้า	
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)	
กิตติกรรมประกาศ	(5)	
สารบัญ	(7)	
สารบัญตาราง	(11)	
สารบัญภาพ	(15)	
บทที่ 1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
	สมมุติฐานของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	4
	นิยามคำศัพท์เฉพาะ	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค	7
	ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ	11
	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	12
	ความรู้เกี่ยวกับการใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) กับรถยนต์	16
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย	31
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
	การวิเคราะห์ข้อมูล	33
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	34
	แผนปฏิบัติการวิจัยหรือขั้นตอนการทำวิจัย	38
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
	ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยหาจำนวน และ ค่าร้อยละ	40
	ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในพื้นที่ย่านธนบุรี กรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยหาจำนวน ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย (\bar{X})	44
	ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) วิเคราะห์โดย หาจำนวนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	50
	ตอนที่ 4 การทดสอบสมมติฐานโดยเปรียบเทียบลักษณะการตัดสินใจใช้ ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ โดย ใช้การทดสอบค่า (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ทางเดียว (one way analysis of variance)	54
	ตอนที่ 5 การทดสอบสมมติฐานโดยการทดสอบความสัมพันธ์ส่วนประสม ทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) โดยใช้ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สามารถจำแนก วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้าน	60
	ตอนที่ 6 ปัญหาและข้อเสนอแนะ	66

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
บทย่อ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
บทย่อ	67
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	69
อภิปรายผล	75
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	80
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	82
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก	85
แบบสอบถาม	87
ประวัติผู้วิจัย	91

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ตารางเปรียบเทียบมวลสารจากไอเสียของเครื่องยนต์ที่ใช้ NGV, LPG, Gasoline ที่ความเร็ว 300 รอบต่อนาที	20
2.2	คุณสมบัติของก๊าซ NGV กับก๊าซ LPG และน้ำมันเชื้อเพลิง	22
3.1	พื้นที่จัดเก็บข้อมูลในพื้นที่ย่านธนบุรี กรุงเทพมหานคร	31
3.2	การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ตาม Krejcie และ Morgan	36
4.1	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40
4.2	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
4.3	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	41
4.4	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	41
4.5	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	42
4.6	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์	42
4.7	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระบบเชื้อเพลิง	43
4.8	แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของรถยนต์	43
4.9	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านผลิตภัณฑ์	44
4.10	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านราคา	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.11	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	47
4.12	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านการส่งเสริมการตลาด	48
4.13	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามระยะทางที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ(NGV)	50
4.14	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามจำนวนเงินที่เติมก๊าซ (NGV)	51
4.15	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามจำนวนเงินที่เติมก๊าซธรรมชาติ (NGV) ต่อครั้ง	52
4.16	แสดงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามจำนวนครั้งที่เติมก๊าซธรรมชาติ (NGV) ต่อสัปดาห์	53
4.17	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามเพศ	54
4.18	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามอายุ	55
4.19	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามระดับการศึกษา	55
4.20	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามอาชีพ	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.21	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	56
4.22	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามประเภทรถยนต์	57
4.23	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามระบบเชื้อเพลิง	57
4.24	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านระยะทางที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ จำแนกตามระบบเชื้อเพลิง	58
4.25	แสดงผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำแนกตามอายุการใช้งานของรถยนต์	58
4.26	ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) ในด้านระยะทางที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ จำแนกตามอายุการใช้งานของรถยนต์	
4.27	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	60
4.28	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	62
4.29	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	63
4.30	แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดกับการตัดสินใจใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV)	64

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดในการวิจัย	5
2.1	รูปแบบกระบวนการตัดสินใจซื้อ 5 ขั้นตอน	11
2.2	ส่วนประสมการตลาด	13
2.3	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของปริมาณสารพิษชนิดต่างๆ	21

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี