สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ค
บทคัดย่อภาษาไทย		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ฉ
สารบัญตาราง		ฎ
บทที่ 1	บทนำ	1
	หลักการและเหตุผล	1
	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
	นิยามศัพท์	3
บทที่ 2	แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
	แนวคิด และทฤษฎี	5
	ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3	ระเบียบวิธีการศึกษา	12
	ขอบเขตการศึกษา	12
	วิธีการศึกษา	13
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	13
	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	14
	ระยะเวลาในการดำเนินการข้อมูล	15
	สถานที่ที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวม	15
บทที่ 4	ผลการศึกษา	16
	ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	17
	ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง	22

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.1 ข้อมูลด้านความคิดเห็นต่อความรู้	22
	2.2 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจ	24
	2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง	27
	ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมในการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่	40
	3.1 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของ กลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	40
	3.2 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมของ กลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	43
	ส่วนที่ 4 ข้อมูลความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความรู้ความเข้าใจและความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความรู้สึกด้านความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง โดยจำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง และการเป็นกลุ่มผู้ใช้หรือไม่ใช้พลังงานทดแทน และข้อมูลความแตกต่างค่าเฉลี่ยแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่	45
	ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้พลังงานทดแทนของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่	109
	5.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้พลังงานทดแทนของ กลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	109
	5.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้พลังงานทดแทนของ กลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	114
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	119
	สรุปผลการศึกษา	119
	อภิปรายผล	132
	ข้อค้นพบ	137
	ข้อเสนอแนะ	138

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	143
ภาคผนวก	145
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	146
ภาคผนวก ข ข้อมูลความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง	157
ประวัติผู้เขียน	220

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	17
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	17
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	18
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	18
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	19
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	19
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	20
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของเครื่องยนต์	20
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุของรถยนต์	21
10	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นต่อความรู้ในเรื่องการใช้พลังงานทดแทน	22
11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความรู้ความเข้าใจต่อพลังงานทดแทน	24
12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	27
13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	29
14	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	30
15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	32
16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคล ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	34
17	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	36

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
18	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการ ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทน	38
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามใช้พลังงานทดแทนและไม่ใช้พลังงานทดแทน	40
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้พลังงานอื่นทดแทนการใช้น้ำมัน ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	40
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้พลังงานทดแทน ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	41
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นที่จะใช้หรือไม่ใช้พลังงานทดแทนต่อไป ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	42
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มการใช้พลังงานทดแทน ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	42
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการแนะนำให้ผู้อื่นใช้พลังงานทดแทน ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	43
25	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกใช้พลังงานอื่น ทดแทนการใช้น้ำมัน ของกลุ่มที่ไม่ใช้พลังงานทดแทน	43
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกใช้พลังงานทดแทน ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	44
27	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ความเข้าใจในเรื่องการใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	45
28	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	47
29	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างเป็นรายคู่กับประเภทเชื้อเพลิง โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	49

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
30	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคา ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	52
31	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	53
32	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	55
33	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	57
34	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ประเภทเชื้อเพลิง	59
35	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทเชื้อเพลิง	61
36	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ใน เรื่องการใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้ และไม่ใช้พลังงานทดแทน	62
37	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และ ไม่ใช้พลังงานทดแทน	63
38	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน	65
39	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และ ไม่ใช้พลังงานทดแทน	66
40	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และ ไม่ใช้พลังงานทดแทน	67

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
41	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน	68
42	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน	69
43	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้และ ไม่ใช้พลังงานทดแทน	70
44	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับ ความรู้ความเข้าใจและ ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม	71
44	แสดงร้อยละของการเลือกใช้พลังงานเพื่อทดแทนการใช้น้ำมันเบนซิน และ ดีเซล จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน	76
45	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานทดแทนแตกต่าง เป็นรายคู่กับ อายุ โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	77
46	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพ แตกต่างเป็นรายคู่กับ อายุ โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD	80
47	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานทดแทนแตกต่าง เป็นรายคู่กับ สถานภาพ โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD	84
48	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมีความคิดเห็นด้านกระบวนการแตกต่าง เป็นรายคู่กับ สถานภาพ โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD	86
49	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาโดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	88

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
50	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาโดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	91
51	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาโดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	94
52	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านบุคคลแตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาโดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	96
53	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับ ระดับการศึกษาโดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	98
54	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพแตกต่างเป็นรายคู่กับ อาชีพ โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	100
55	แสดงผลการเปรียบเทียบโดยมี ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างเป็นรายคู่กับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธี LSD	103
56	แสดงร้อยละของการเลือกใช้พลังงานเพื่อทดแทนการใช้น้ำมันเบนซิน และ ดีเซล จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน ในปัจจุบัน	105
57	แสดงร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้พลังงานทดแทน จำแนกตามผู้ใช้และไม่ใช้พลังงานทดแทน	107
58	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์91, 95 ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	109
59	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้น้ำมันไบโอดีเซล(B5) ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	110

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
60	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้ก๊าซแอลพีจี(LPG) ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	111
61	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้ก๊าซเอ็นจีวี(NGV) ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	112
62	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้รถยนต์ไฮบริด (ใช้น้ำมันและไฟฟ้า เป็นเชื้อเพลิง)ของกลุ่มผู้ใช้พลังงานทดแทน	113
63	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์91, 95 ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	114
64	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้น้ำมันไบโอดีเซล(B5) ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	115
65	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้ก๊าซแอลพีจี(LPG) ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	116
66	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้ก๊าซเอ็นจีวี(NGV) ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	117
67	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาที่พบหรือคาดว่าจะพบในการใช้รถยนต์ไฮบริด (ใช้น้ำมันและไฟฟ้า เป็นเชื้อเพลิง)ของกลุ่มผู้ไม่ใช้พลังงานทดแทน	118
68	แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแต่ละปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ ที่มีต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง	120

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
69	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในประเด็นความรู้ความเข้าใจ ต่อพลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	158
70	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	158
71	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	159
72	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	159
73	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	160
74	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	161
75	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	162
76	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	163
77	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ในประเด็นความรู้ความเข้าใจต่อพลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	164
78	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	165
79	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	166
80	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	167
81	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	168

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
82	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	169
83	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	170
84	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	171
85	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่องการใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	172
86	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	173
87	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	174
88	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	175
89	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	176
90	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	177
91	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้าน สิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	178
92	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	179
93	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่อง การใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	180
94	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	181

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
95	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	182
96	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	183
97	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	184
98	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	185
99	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	186
100	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	187
101	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่อง การใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	188
102	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	189
103	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	190
104	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	191
105	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	192
106	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	193
107	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	194

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
108	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	195
109	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่อง การใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	196
110	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	197
111	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	198
112	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	199
113	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	200
114	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	201
115	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	202
116	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	203
117	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่อง การใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	204
118	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	205
119	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	206
120	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	207

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
121	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	208
122	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	209
123	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	210
124	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์	211
125	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และระดับความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่อง การใช้พลังงานทดแทนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	212
126	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	213
127	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	214
128	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	215
129	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	216
130	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	217
131	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอลักษณะทางกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	218
132	แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุรถยนต์	219

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved