

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะ
: กรณีศึกษาเขตเทศบาลเมืองอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้วิจัย พระธีระศักดิ์ พิมพ์เสนา **รหัสนักศึกษา** 2506000864 **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
แขนงวิชาเศรษฐศาสตร์ **อาจารย์ที่ปรึกษา** (1)รองศาสตราจารย์สมบัติ พันธวิศิษฎ์
(2)รองศาสตราจารย์อรรณย์กณณา เข้มนวล **ปีการศึกษา** 2553

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยภายนอกของผู้บริโภคในการเลือกใช้พลังงานทางเลือก (2) พฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะ (3) แนวโน้มการเลือกใช้พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะ

การเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ใช้วิธีสุ่มเลือกแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลเมืองอ้อมน้อย จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมียานพาหนะเพื่อการสัญจรส่วนบุคคลหรือเพื่อการพาณิชย์ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ การทดสอบไค-สแควร์ และสมการถดถอยโลจิสติกแบบทวิ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาย มีอายุระหว่าง 25-35 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพาหนะ และใช้เพื่อการสัญจรส่วนบุคคล ในเขตชุมชนมีสถานีบริการโดยเฉลี่ยมากกว่า 3 แห่ง ซึ่งเป็นสถานีบริการที่มีพลังงานทางเลือก ระยะทางจากที่พักไปยังสถานีบริการไม่เกิน 1 กิโลเมตร ส่วนใหญ่ขับขี้นพาหนะมาเป็นเวลามากกว่า 10 ปี (2) พฤติกรรมในการเลือกใช้พลังงานทางเลือกมีสัดส่วนที่น้อยกว่าการใช้พลังงานแบบเดิมโดยเลือกเติมน้ำมันเบนซินออกเทน 91 มากที่สุดด้วยเหตุผลว่าเป็นไปตามข้อกำหนดของรถ และมักเติมเชื้อเพลิงในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับความสะดวกเติมประมาณ 4-5 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิงน้อยกว่า 1,500 บาทต่อเดือน เลือกเติมเชื้อเพลิงจากสถานีบริการที่อยู่ในเส้นทางผ่านและไม่จำเป็นจะต้องใช้บริการจากสถานีบริการเดิมเป็นประจำ (3) การวิเคราะห์แนวโน้มการเลือกใช้พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะด้วยสมการถดถอยโลจิสติกแบบทวิ พบว่า มีเพียงปัจจัยด้านประเภทของยานพาหนะที่ใช้ที่สามารถใช้ในการทำนายพฤติกรรมในการใช้พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะได้ที่ระดับนัยสำคัญ .05

คำสำคัญ พฤติกรรมผู้บริโภค พลังงานทางเลือกสำหรับเชื้อเพลิงยานพาหนะ

Thesis title : The Study of Consumer Behavior on the Use of Alternative Energy for Vehicles :
A Case Study of the Omnoi Municipality of Samut Sakhon Province

Researcher : Phra Theerasak Phimsena ; **ID :** 2506000864 ; **Degree :** Master of Economics

Thesis advisors : (1) Sombat Pantavisid, Associate Professor ; (2) Akkana Yamnual, Associate Professor ; **Academic year :** 2010

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the demographic and other factors affecting respondents' use of alternative energy for vehicles, (2) to study the consumer behavior on the alternative energy for vehicles, and (3) to study trends on the use of the alternative energy for vehicles.

The samples were chosen from people who owned a vehicle and lived in the area of the Omnoi Municipality of Samut Sakhon Province. The data of 400 respondents was collected and analyzed by frequency, percentages, Chi-Square test and binary regression analysis.

The research results revealed that (1) most of the respondents were male aged 25-35 years with below graduate level education, working as employees with their income less than 10,000 baht per month. They mostly had motorcycles used in private for more than 10 years. There were more than 3 petrol stations near their residences. The stations were located within 1 kilometer from their residences and the alternative energy was available there. (2) They were less privately concerned about alternative energy and most consumed octane 91 gasoline. The specification of their vehicles was highly considered for energy consumption. The fueling occurred at any time according to their convenience at approximately 4-5 times per month. They spent less than 1,500 baht per month for fuel and fueled up with a specific quantity based on the fuel remaining. For fueling, they went to any station which was on their routes. (3) The binary regression analysis revealed that only the type of vehicles was able to forecast the consumers' behavior on alternative energy for the vehicles at the .05 significance level.

Keywords: Consumer behavior, The alternative energy for vehicles