



T098069

พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขต  
กรุงเทพมหานคร

Behavior and Attitude toward Gasohol Decision Using of Personal Car User in  
Bangkok Area

โดย

นายอาทิตย์ จันทจิตปรีชา

นายกิตติ บุตรราช

นายพัฒพงษ์ บุญมา

พ.ศ. 2550

ร/พ.

๐๖๒๑๗

๒๕๕๐

เลขหมู่..... 98069

เลขทะเบียน.....

วันเดือนปี..... 3 Jun 2009

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร

DEPARTMENT OF AGRI-BUSINESS ADMINISTRATION

FACULTY OF AGRICULTURAL TECHNOLOGY

b. 11756433

i.

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า

King Mongkut's Institute of Technology

เจ้าคุณทหารลาดกระบัง

Ladkrabang

กรุงเทพฯ (10520)

Bangkok, Thailand (10525)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบรับรองปัญหาพิเศษ  
ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร  
คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

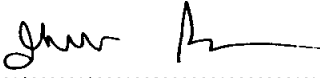
พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขต  
กรุงเทพมหานคร

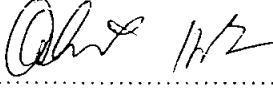
Behavior and Attitude toward Gasohol Decision Using of Personal Car User in  
Bangkok Area

ของ  
นายอาทิตย์ ฉันทจิตปรีชา  
นายกิตติ บุตรราช  
นายพัฒพงษ์ บุญมา

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร  
วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)  
เมื่อวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2550

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ..... 1915 ..... 1 / 50 / 50  
(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

กรรมการปัญหาพิเศษ .....  ..... 1 / 50 / 50  
(รองศาสตราจารย์ รุ่งรรงค์ ไนชัย)

หัวหน้าภาควิชาฯ .....  ..... 1 / 50 / 50  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉา)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขต Gasohol  
กรุงเทพมหานคร  
Behavior and Attitude toward Gasohol Decision Using of Personal Car User in  
Bangkok Area.

ของ

นายอาทิตย์ ฉันทจิตปรีชา

นายกิตติ บุตรवास

นายพัฒพงษ์ บุญมา

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขต

กรุงเทพมหานคร

โดย: นายอาทิตย์ ฉันทจิตปรีชา

นายกิตติ บุตรราช

นายพุ่มพงษ์ บุญมา

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: 1๒๘ ๗/๒๐/๕๐

(เลวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

น้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญชนิดหนึ่งซึ่งมนุษย์ได้นำน้ำมันเชื้อเพลิงมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น อุตสาหกรรม เครื่องจักร และยานพาหนะชนิดต่างๆ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันราคาน้ำมันโลกได้มีการปรับตัวขึ้นๆลงๆไม่มีความแน่นอนอีกทั้งในโลกเราปัจจุบันก็ยังมีสภาพการณ์ที่ไม่แน่นอนว่าสักวันหนึ่งพลังงานเชื้อเพลิงที่เรารู้จักกันมาตั้งแต่อดีตคือ “น้ำมัน” นั้นมันจะยังคงมีอยู่ต่อไปอีกกี่ปีเล่าหรืออาจจะหมดไปจากโลกของเราแล้วคนเราจะมีพลังงานเชื้อเพลิงมาจากอะไร ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้พลังงานเชื้อเพลิงทดแทนที่มีชื่อว่า “แก๊สโซฮอลล์”

วัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครโดยวิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลขั้นปฐมภูมิจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่เติมแก๊สโซฮอลล์จำนวน 400 ตัวอย่าง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมแก๊สโซฮอลล์เฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ไม่ใช้วิธีเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอลล์เท่าเดิมและมีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาก ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลยังมีความคิดเห็นว่าสถานที่ให้บริการเติมแก๊สโซฮอลล์เพียงพอ รู้จักแก๊สโซฮอลล์จากสื่อโทรทัศน์ และไม่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนใจที่จะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลส่วนใหญ่นิยมใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่ปั้ม ปตท. และมีความคิดเห็นว่าการราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูงจะลดการเติมแก๊สโซฮอล์ ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน จะเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทน

จากผลการทดสอบสมมติฐานทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ และราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ระยะเวลาที่ขับรถ รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ รายจ่ายค่าน้ำมันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์

จากการทดสอบสมมติฐานทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคา ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคาที่มีความเหมาะสม ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน การศึกษามีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน อาชีพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน รายได้มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา ความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ระยะเวลาที่ขับรถมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคาความเพียงพอของปั๊มน้ำมันความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ รายจ่ายค่าน้ำมันมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคาความเพียงพอของปั๊มน้ำมัน ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมันการโฆษณาทางสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊ส การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ใช้แก๊สโซฮอล์จะมีอายุระหว่าง 28-37 ปี กลุ่มเป้าหมายรองที่ใช้แก๊สโซฮอล์จะมีอายุระหว่าง 18-27 ปี กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ที่ใช้แก๊สโซฮอล์กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสำเร็จการศึกษาปริญญาตรี และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทส่วนการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่ประชาชนจะได้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้แก๊สโซฮอล์ ด้านราคาควรตั้งราคาให้ เป็นไปตามกลไกของตลาดน้ำมัน ด้านสถานที่ควรที่จะรักษาระดับมาตรฐานในการให้บริการ ทั้งในด้านความสะดวก ความรวดเร็ว ความสะอาด ด้านโฆษณาควรเลือกใช้สื่อโทรทัศน์เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้รถยนต์ได้มากโดยต้องแสดงให้เห็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) อย่างชัดเจน และใช้ข้อดีต่างๆของแก๊สโซฮอล์ การจัดกิจกรรมทางสังคมเพื่อสร้างกระแสให้เห็นความจำเป็นและความสำคัญของการใช้พลังงานทดแทน (แก๊สโซฮอล์) เป็นเชื้อเพลิงซึ่งมีผลกระทบทางบวกต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จเรียบร้อยลงได้ ด้วยความกรุณาเสียสละเวลาในการให้คำแนะนำที่แนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จาก อ.เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ และ ร.ศ. รังสรรค์ โนชัย ที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการจัดทำตลอดจนแก้ไขเรียบเรียงปัญหาพิเศษให้มีสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอขอบคุณเพื่อน ๆ บริหารทุกคน คุณสมศักดิ์ เกตุณที พี่อดีลักษณ์ พุ่มอ้อม และพีกร ที่ให้กำลังใจคำแนะนำที่มีประโยชน์ช่วยแก้ปัญหาในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ตลอดจนความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณประชาชนที่ให้ความอนุเคราะห์เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลที่สำคัญในการจัดทำปัญหาพิเศษฉบับนี้

นายอาทิตย์ ฉันทปริษา

นายกิตติ บุตรราช

นายพัฒพงษ์ บุญมา

มีนาคม 2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
สารบัญภาคผนวก ข	(5)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ประโยชน์ของการศึกษา	4
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
สมมติฐาน	5
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีและแนวคิดในการวิเคราะห์</b>	<b>6</b>
ส่วนที่ 1 การตรวจสอบเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
ส่วนที่ 2 แนวความคิดทางทฤษฎี	9
การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)	9
ทฤษฎีทางด้านทัศนคติ	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)	15
พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model)	16
กรอบแนวความคิด	18
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษา</b>	<b>19</b>
การเก็บรวบรวมข้อมูล	19
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	19
การสุ่มตัวอย่าง	20
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
การทดสอบเครื่องมือ	21
การวิเคราะห์ข้อมูล	21
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการศึกษา	25
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	25
พฤติกรรมที่มีต่อแก๊สไซฮอลล์ของกลุ่มตัวอย่าง	29
ผลการทดสอบสมมติฐาน	35
ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับกับพฤติกรรมการใช้แก๊สไซฮอลล์	35
ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมการตลาดแก๊สไซฮอลล์	41
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	51
สรุปผลการศึกษา	51
ข้อเสนอแนะ	53
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก	57
ภาคผนวก ก	58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางเปรียบเทียบราคาน้ำมันเบนซินและแก๊สโซฮอล์สำหรับรถยนต์	3
2 จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคล จ.กรุงเทพมหานคร เดือนธันวาคม พ.ศ. 2542 - 2548	3
3 ผู้ใช้รถยนต์จำแนกตามเพศ	31
4 อายุ	31
5 ระดับการศึกษา	32
6 อาชีพ	32
7 รายได้	33
8 ระยะเวลาที่ขับรถ	33
9 รายจ่ายค่าน้ำมัน	34
10 ความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ย	35
11 วิธีเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน	35
12 ประสิทธิภาพของเครื่องยนต์	36
13 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ	36
14 สถานที่ให้บริการเติมแก๊สโซฮอล์	37
15 รู้จักแก๊สโซฮอล์จากสื่อชนิดใด	37
16 จะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอล์ไปยังบุคคลอื่นที่ท่านรู้จักหรือไม่	38
17 ป้ายที่นิยมเติมแก๊สโซฮอล์มากที่สุด	38
18 ราคาของแก๊สโซฮอล์ขึ้นสูง	39
19 เมื่อมีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน	40
20 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการให้คะแนนความสำคัญ ต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ	40
21 ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของการให้คะแนนต่อความคิดเห็น เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ	41

### สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	42
23 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	43
24 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	44
25 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	46
26 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	47
27 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	48
28 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	50
29 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	51
30 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	52
31 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	54
32 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	55
33 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	56
34 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	58
35 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ	59

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวความคิด	18
2	พฤติกรรมการณ์ที่อธิบายง่ายหรือ S-R Theory	22



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

น้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญชนิดหนึ่ง ซึ่งมนุษย์ได้นำน้ำมันเชื้อเพลิงมาใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ เช่น อุตสาหกรรม เครื่องจักร และยานพาหนะชนิดต่างๆ เป็นต้น ด้วยสาเหตุนี้ เมื่ออุตสาหกรรมมีการขยายตัว เทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้น ความต้องการที่จะใช้น้ำมันเชื้อเพลิงของมนุษย์จึงยิ่งสูงขึ้น

ในปัจจุบันนี้ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขายปลีกทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็น น้ำมันดีเซล น้ำมันเบนซิน91 น้ำมันเบนซิน95 ก็มีการขยับตัวสูงขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้รถยนต์ชนิดต่างๆที่ต้องใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพลังงาน ยิ่งในสภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ณ ขณะนี้ ผู้ใช้รถยนต์ต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายของน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นจึงมีการคิดค้นพลังงานที่จะนำมาใช้ทดแทนพลังงานเชื้อเพลิง นั่นคือ “แก๊สโซฮอลล์” เป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งให้กับผู้ใช้รถยนต์

“แก๊สโซฮอลล์” เป็นอีกพลังงานทางเลือกหนึ่งซึ่งเป็นที่รู้จักและแพร่หลายในหลายประเทศสำหรับประเทศไทย ย้อนหลังกลับไปเมื่อปี พ.ศ.2528-2530 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) ได้ทดลองจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ แต่ก็ไม่สามารถสู้ราคาได้ เนื่องจากราคาแก๊สโซฮอลล์สูงกว่าราคาน้ำมันเบนซิน หลังจากนั้นได้มีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนเปิดให้บริการจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์อีกครั้งในปี พ.ศ.2544 เช่นเดียวกับ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ที่เปิดจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ในปีเดียวกัน

ภาวะราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่หยุดนิ่งบวกกับปริมาณน้ำมันดิบที่ลดน้อยลง ทำให้หลายประเทศหันมาให้ความสนใจกับพลังงานจากเอทานอล โดยพบว่า การใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นแก๊สโซฮอลล์ หรือ ดีโซฮอลล์ (ดีเซล+เอทานอล) ได้รับความนิยมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ประเทศบราซิล มีรถยนต์จำนวน 3.5 ล้านคัน ที่ใช้เอทานอลสูตร 92% (hydrous ethanol) โดยมีสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายเอทานอลสูตรนี้ถึงจำนวน 26,000 แห่งทั่วประเทศ ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีโรงงานผลิตเอทานอล 62 แห่ง มีกำลังการผลิตวันละ 20.3 ล้านลิตร และภายในปี พ.ศ. 2547 น้ำมันเบนซินในมลรัฐแคลิฟอร์เนีย จะเป็น แก๊สโซฮอลล์ทั้งหมด (เอทานอลความบริสุทธิ์ ร้อยละ 99.5) โดยมีกำลังการผลิตประมาณ 7 ล้านลิตรต่อวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำหรับประเทศไทย หลังจากเผชิญวิกฤติราคาน้ำมันหลายครั้ง การส่งเสริมและสนับสนุนการใช้แก๊สโซฮอล์ในบ้านเราเริ่มปรากฏชัดเจนขึ้น โดยมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 กันยายน พ.ศ.2543 เห็นชอบในหลักการโครงการผลิตแอลกอฮอล์จากพืชเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิง และมีการแต่งตั้งคณะกรรมการ เอทานอลแห่งชาติ เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินโครงการ ปัจจุบัน การดำเนินงานรุดหน้าไประดับหนึ่ง โดยมีผู้ประกอบการจัดตั้งโรงงานเอทานอลเป็นเชื้อเพลิง ซึ่งผ่านการอนุมัติแล้ว จำนวน 8 แห่ง โดยบางโรงงานได้เริ่มผลิตเอทานอล เพื่อป้อนให้กับบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมันแล้วและอีก 12 แห่ง อยู่ระหว่างการพิจารณาอนุมัตินั้น ในส่วนของบริษัทผู้จำหน่ายน้ำมัน คือ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จากอดีตที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์ที่สาขา สำนักงานใหญ่ เพียงแห่งเดียว ก็ได้เตรียมขยายสถานีบริการเป็น 69 สถานี สำหรับบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีสถานีจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ประมาณ 180 แห่ง ในกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่พร้อมให้บริการแก๊สโซฮอล์

ประเทศไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้น เมื่อราคาน้ำมันผันผวนย่อมส่งผลกระทบต่อเม็ดเงินที่ประเทศต้องจ่ายเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาศักยภาพการผลิตพลังงานทดแทน โดยเฉพาะแอลกอฮอล์จากพืชแล้วประเทศไทยเราเองไม่เป็นรองใคร เนื่องจากมีแหล่งวัตถุดิบ จากพืชผลการเกษตร จำนวนมาก เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวฟ่างหวาน เป็นต้น จึงเป็นโอกาสดี ที่จะพัฒนาเชื้อเพลิงทดแทนขึ้น เพื่อลดการนำเข้าน้ำมัน ขณะเดียวกัน ยังสามารถแก้ปัญหาราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำ ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง เมื่อราคาของแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าราคาของน้ำมันเบนซิน (ตารางที่ 1) ทำให้ผู้ให้รถยนต์ส่วนหนึ่งให้ความสนใจกับการเปลี่ยนมาใช้พลังงานทดแทนชนิดนี้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีปัจจัยต่างๆ เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบต่อเครื่องยนต์ของรถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ ความสะดวกสบายของการบริการที่มีให้กับผู้บริโภค ระยะเวลาของการใช้งาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ว่าจะใช้แก๊สโซฮอล์ต่อไป หรือจะกลับมาเลือกใช้น้ำมันเบนซิน

กรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด (ตารางที่ 2) จึงมีความน่าสนใจในศึกษาพฤติกรรมทั่วไปของผู้ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ และเพื่อศึกษาปัจจัยทางด้านทัศนคติที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด

### ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบราคาน้ำมันเบนซินและแก๊สโซฮอล์สำหรับรถยนต์

วันที่/เดือน/ปี	ราคาขายปลีก		
	พีทีที อัลฟาเอ็กซ์ ออกเทน 95	พีทีที อัลฟาเอ็กซ์ ออกเทน 91	แก๊สโซฮอล์
5 พ.ค. 2549 5:00น.	28.34	27.54	26.84
20 พ.ค. 2549 5:00น.	29.39	28.59	27.89
18 มิ.ย. 2549 5:00น.	29.79	28.99	28.29
23 มิ.ย. 2549 5:00น.	29.39	28.59	27.89
11 ก.ค. 2549 5:00น.	30.19	29.39	28.69
26 ก.ค. 2549 5:00น.	29.79	28.99	28.29
16 ส.ค. 2549 5:00น.	29.79	28.99	28.29
26 ส.ค. 2549 5:00น.	28.99	28.19	27.49
12 ก.ย. 2549 5:00น.	26.79	25.99	25.29
23 ก.ย. 2549 5:00น.	25.99	25.19	24.49
6 ต.ค. 2549 5:00น.	25.59	24.79	24.09
28 ต.ค. 2549 5:00น.	25.69	24.89	24.19
3 พ.ย. 2549 5:00น.	25.29	24.49	23.79
14 พ.ย. 2549 5:00น.	25.69	24.89	24.19
2 ธ.ค. 2549 5:00น.	25.09	25.29	24.59

ที่มา : บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

### ตารางที่ 2 จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคล จ.กรุงเทพมหานคร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2542-2548

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล
2542	1,606,178
2543	1,536,512
2544	1,679,328
2545	2,019,680
2546	2,084,102
2547	1,719,972
2548	2,297,872

ที่มา : สำนักงานจรรยาขนส่ง กรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

## ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร และทราบถึงปัจจัยทางด้านทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

## ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษานี้เป็นการศึกษาเพื่อมุ่งเน้นในการทดสอบปัจจัยที่ส่งผลให้ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ต่อเนื่องจากเดิมที่ใช้อยู่ ซึ่งมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1. ประชากรที่ทำการศึกษาคือ ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้แก๊สโซฮอล์
2. ในการเลือกสถานที่ที่คาดว่าจะมีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในเขตกรุงเทพมหานครที่จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ บริเวณสถานที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์
3. การศึกษานี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ 10 ธันวาคม 2549-10 มกราคม 2550

2550

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## คำนิยามศัพท์

**แก๊สโซฮอลล์** หมายถึง แอลกอฮอล์ที่สกัดได้จากอ้อย 95% แล้วนำไปกลั่นซ้ำเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5% แล้วจึงนำมาผสมกับน้ำมันเบนซิน ออกเทน 91 ในอัตราแอลกอฮอล์ 1 ส่วน กับเบนซิน 9 ส่วน เป็นน้ำมัน "แก๊สโซฮอลล์"

**ทัศนคติ** หมายถึง เป็นบุคลิกลักษณะที่สร้างขึ้นได้ เปลี่ยนแปลงได้ และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ (เดโช, 2512:28)

**การตัดสินใจ** หมายถึง กระบวนการในการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยมีการกำหนดทางเลือก ข้อจำกัด มีการวิเคราะห์ข้อมูล และเลือกโดยยึดวัตถุประสงค์และเป้าหมายเป็นสำคัญ (วีระพล, 2525)

## สมมติฐาน

- 1.ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2.ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดแก๊สโซฮอลล์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและแนวคิดในการวิเคราะห์

ในบทนี้ได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ 2 เป็นแนวคิดทางทฤษฎี และแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ทศนคติผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการซื้อ และการกำหนดกลยุทธ์การตลาด เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

#### ส่วนที่ 1 การตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องดังนี้

กิตติ ดิกขปัญญาและคณะ (2543) กล่าวว่า ปัจจุบันประเทศไทยกำลังดำเนินการหาแหล่งเชื้อเพลิงและพลังงานจากทรัพยากรภายในประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้าน้ำมัน อันได้แก่การใช้ก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทยและฝั่งทะเลอันดามันทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิงในการผลิตไฟฟ้า แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ การผลิตเชื้อเพลิงจากผลผลิตทางการเกษตร โดยนำผลผลิตทางการเกษตรที่มีปัญหาราคาตกต่ำมาแปรรูปเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงโดยตรง เช่น การผลิตเอทานอล (Ethanol) จากมันสำปะหลัง อ้อย และธัญพืชอื่นๆ จากการที่ประเทศไทยมีความสนใจที่จะนำเชื้อเพลิงจากผลผลิตทางการเกษตรมาใช้ทดแทนน้ำมันปิโตรเลียม พบว่าผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรงคือ ผู้ใช้รถยนต์ โดยให้ผู้บริโภคเหล่านั้นสามารถเลือกเชื้อเพลิงได้หลายรูปแบบ จากการใช้พลังงานทดแทน ในหลายประเทศเพื่อทดแทนการใช้น้ำมันปิโตรเลียมเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นว่าสามารถนำเอาเอทานอลมาใช้ในทางปฏิบัติได้จริง จึงมีสถาบันและองค์กรต่างๆ ในประเทศไทย ได้ทำการศึกษาโดยใช้แนวทางเอทานอล เช่น โครงการสวนพระองค์ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) องค์กรสุรา และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท) ในปัจจุบันพบว่าราคาขายเชื้อเพลิงเอทานอลเมื่อรวมภาษียังมีราคาต่ำกว่าราคาขายน้ำมันปิโตรเลียม โดยตัวเลขที่เป็นต้นทุนการผลิตอยู่ที่ 7-8 บาทต่อลิตร และถ้าใช้เทคโนโลยีเอนไซม์ช่วยผลิตจะทำให้มีต้นทุนการผลิตเอทานอลอยู่ที่ประมาณ 3.8 บาทต่อลิตร นอกจากนี้พบว่าประเทศไทยมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่ต้องแก้ไขมลภาวะทางอากาศ โดยการใช้เอทานอลเพื่อชะลอปัญหา มลภาวะที่เกิดเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการปล่อยไอเสียของรถยนต์ จำพวกก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ซึ่งก๊าซนี้จะมีผลทำลายชั้นโอโซนทำให้รังสีที่เป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตจากดวงอาทิตย์ผ่านมายังพื้นโลกมากขึ้น

ธีรภัทร ศรีนครุต (2543 : 45) ได้ศึกษาถึงการผลิตเชื้อเพลิงเอทานอลจากวัสดุเกษตร โดยเสนอรูปแบบการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิง (Fuel Alcohol) สามารถใช้ได้ 3 รูปแบบดังนี้

1. ใช้เป็นเชื้อเพลิงโดยตรง ทดแทนน้ำมันเบนซินและดีเซล
2. ใช้ผสมกับน้ำมันเบนซินได้เป็นแก๊สโซฮอล์ (Gasohol) และผสมกับน้ำมันดีเซลได้

เป็นดีโซฮอล์ (Diesohol)

3. ใช้เป็นสารเติมแต่งหรือสารเคมีเพิ่มค่าออกเทนให้แก่เครื่องยนต์ทดแทน MTBE (Methyl Ethyl Teriary Buthy Ether) หรือ ETBE (Ethy Teriary Buthy Ether)

ในกระบวนการผลิตเอทานอล นอกจากได้เอทานอลเป็นผลิตภัณฑ์หลักแล้ว ยังเกิดผลิตภัณฑ์รองอีกหลายตัว ในปัจจุบันจึงได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์รองและของเสีย เช่น กระบวนการกำจัดน้ำกลั่น โดยแปรรูปเป็นปุ๋ยชีวภาพ อาหารสัตว์ และกระบวนการกำจัดก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ โดยการทำให้บริสุทธิ์และแปรรูปไปใช้งานในอุตสาหกรรมน้ำอัดลม โซดา น้ำแข็งแห้ง เครื่องมือดับเพลิง เป็นต้น ดังนั้นข้อดีของการใช้เอทานอลจากวัสดุเกษตรเป็นพลังงานทดแทน ได้แก่ ชาวไร่มีแหล่งหรือทางเลือกในการขยายวัตถุประสงค์เพิ่มขึ้น ชาวไร่สามารถสร้างโรงงานในแหล่งผลิตวัตถุดิบซึ่งตั้งอยู่ในที่ต่างๆ สามารถผลิตใช้เองได้โดยไม่มีวันหยุด สร้างงานให้เกษตรกรเพิ่มขึ้น ลดปัญหาการว่างงานและกระจายแหล่งงานออกสู่ชนบท ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ ช่วยให้ประเทศชาติมีแหล่งพลังงานเพิ่มขึ้น ช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองให้แก่เกษตรกร ยกกระต๊อบและสร้างเสถียรภาพของราคาพืชไร่ ลดมลพิษในอากาศ ลดค่าขนส่งและค่าประกันในการขนส่งออกผลผลิตจากพืชไร่ไปยังตลาดต่างประเทศ และลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง ด้านเศรษฐกิจทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนเพิ่มขึ้น

ธง จงสกุลศิริ (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ขับรถยนต์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการประหยัดพลังงานในการเดินทางโดยรถยนต์ พบว่าในด้านความรู้ความเข้าใจคนส่วนมากจะทราบถึงวิธีการประหยัดน้ำมัน และเข้าใจว่าการประหยัดน้ำมันมีส่วนช่วยเศรษฐกิจของชาติได้ ในด้านท่าทีความรู้สึก คนส่วนมากเห็นว่าการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมีความจำเป็นมากที่สุดในปัจจุบัน และมีประโยชน์เป็นวงกว้างใช้จ่ายส่วนตัว และในด้านพฤติกรรม พบว่าคนส่วนมากตั้งใจที่จะปฏิบัติตามวิธีการประหยัดน้ำมันในอนาคต

กรุงธนฯ ดอทคอม (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพลังงานทดแทน (เอทานอล) ซึ่งสรุปได้ดังนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม แต่ละปีจะมีผลผลิตทางการเกษตร เช่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด เป็นจำนวนมาก แต่เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรล้นตลาด และราคาตกต่ำส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกรไทย การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตรเพื่อช่วยยกระดับราคา นอกจากนี้จะช่วยบรรเทาความเดือดร้อนของเกษตรกรแล้ว การผลิตพลังงานทดแทนยังช่วยให้ประเทศพึ่งพาตนเองด้านพลังงานได้บางส่วน จากเดิมที่ต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศเพื่อนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง และยังช่วยลดมลพิษ โดยพบว่าในต่างประเทศมีการใช้พลังงานทดแทน(เอทานอล) กันอย่างแพร่หลายมานานกว่า 25 ปี เช่น สหรัฐอเมริกา บราซิล แคนาดา เม็กซิโก ซึ่งในประเทศไทยมีการร่วมมือกันระหว่างบริษัทบางจากฯ กับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ศึกษาการใช้พลังงานทดแทน (เอทานอล) เป็นเชื้อเพลิงโดยตรงแทนน้ำมันเบนซิน โดยคาดว่าในอนาคตจะมีการใช้พลังงานทดแทนมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะผลผลิตจากวัตถุดิบทางการเกษตรซึ่งปลูกทดแทนใหม่ได้ตลอดเวลา ในขณะที่น้ำมันปิโตรเลียมนับวันจะหมดไปเพราะไม่สามารถผลิตขึ้นมาใหม่ได้

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) (2546) กล่าวว่า จากโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจของไทยที่พึ่งพาภาคเกษตรกรรมสูง ปัญหาที่เกิดขึ้นในภาคเกษตรจึงจะส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อระบบเศรษฐกิจในประเทศ และจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศ ผสมกับปัญหาวิกฤตการณ์น้ำมันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เป็นต้นมา ราคาน้ำมันดิบโลกได้ขยับตัวพุ่งสูงขึ้นมาก ทำให้การดำเนินธุรกิจของผู้ผลิตในประเทศมีต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ขณะที่ผู้บริโภคก็ได้รับความเดือดร้อนจากภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นจากการปรับขึ้นของราคาสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงการคมนาคมขนส่ง เพราะไทยต้องพึ่งพลังงานนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ จึงได้รับความเสี่ยงและผลจากการผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หนทางหนึ่งที่รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงการแก้ปัญหาดังกล่าวคือ การนพโครงการเอทานอลที่เคยเกิดขึ้นมานานพอสมควรแล้วแต่ไม่สามารถนำมาใช้ในทางปฏิบัติอย่างจริงจัง โดยโครงการดังกล่าวเป็นการผลิตเอทานอล

จากการใช้ผลผลิตทางการเกษตรที่มีปัญหาราคาตกต่ำมาแปรรูปเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงใช้ภายในประเทศ เพื่อเป็นการสร้างทางเลือกให้กับพืชผลทางการเกษตรของประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และสร้างคุณภาพชีวิตของเกษตรกรไทยให้ดีขึ้น จากการที่ราคาสินค้าเกษตรและรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมไปถึงการลดการพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันดิบ และเป็นการสร้างเสริมทั้งความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ และความมั่นคงทางด้านพลังงานของชาติ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยลดปัญหามลพิษในอากาศ โดยเฉพาะผู้ที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ ทั้งใน กทม. และปริมณฑล ที่ได้รับผลกระทบจากมลภาวะทางอากาศจากการใช้ยานยนต์ซึ่งมีก๊าซพิษหลายตัว เช่น คาร์บอนมอนนอกไซด์ ไนตริกออกไซด์ สารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่เผาไหม้ไม่หมดในรูปควันดำและควันขาวหรือมลพิษอื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ซึ่งเกิดจากการสันดาปของน้ำมันเชื้อเพลิงปิโตรเลียมในเครื่องยนต์โดยเฉพาะคาร์บอนไดออกไซด์ ( $CO_2$ ) โดยพบว่าประเทศที่พัฒนาแล้วกำลังตื่นตัวที่จะลดอัตราการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ออกสู่ชั้นบรรยากาศ การผลิตแก๊สโซฮอล์ในประเทศไทยนั้นเกิดจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเมื่อปี พ.ศ. 2528 โดยได้ทรงทำการทดลองทั้งการผลิตและการใช้งานในโครงการส่วนพระองค์ในพระราชวังสวนจิตรดา เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทน โดยอาศัยวัตถุดิบจากอ้อยในการผลิต ขณะที่ผลผลิตในเชิงพาณิชย์ในช่วงที่ผ่านมานั้นยังค่อนข้างประสบปัญหาทั้งในด้านเงินทุนการวิจัยพัฒนา และการยอมรับ แต่หลังจากประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ได้นำไปสู่การตื่นตัวอีกครั้ง ทั้งจากภาครัฐและเอกชน ได้ร่วมกันพัฒนาและนำไปทดสอบกับเครื่องยนต์ โดยได้ทำการทดลองของสถาบันวิจัยของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท) และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ (วท) จนได้ผลเป็นที่น่าพอใจอีกทั้งยังช่วยลดมลพิษทางอากาศ ประหยัดน้ำมันและไม่มีผลเสียต่อสมรรถนะของเครื่องยนต์คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติกำหนดให้โครงการเอทานอลเป็นนโยบายแห่งชาติที่นำไปสู่การปฏิบัติภายใต้ “โครงการเอทานอลแห่งชาติ”

## ส่วนที่ 2 แนวความคิดทางทฤษฎี

### การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ และคณะ, 2535) ประกอบด้วย เครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สินค้า บริการ หรือความคิด ก็ได้ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นรวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน และรวมถึงคุณภาพ คุณลักษณะ รูปแบบตราสินค้า การบรรจุและหีบห่อ สลาก บริการ และแตกต่างของผลิตภัณฑ์หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน การพิจารณาจากองค์ประกอบ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่าง ลักษณะคุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าทางจิตใจของลูกค้า เป้าหมายการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้นซึ่งต้องคำนึงถึง ความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ยิ่งขึ้น กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

2. ราคา (price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราเป็นส่วนที่เกี่ยวกับวิธีการกำหนดหรือการตั้งราคา ทั้งราคาขายส่งและขายปลีก การกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ในการขาย ซึ่งได้แก่ การให้ส่วนลดส่วนลดคืน ระยะเวลาการชำระเงิน และวงเงินสินเชื่อ

3. การจัดจำหน่าย (place) หมายถึง กิจกรรมการนำผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ในส่วนประสมนี้ไม่ได้มีเฉพาะการพิจารณาสถานที่จำหน่ายอย่างเดียวกแต่เป็นการพิจารณาว่าจะจำหน่ายคนกลางต่าง ๆ อย่างไร และมีการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างไร ดังนั้นในการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายจะประกอบด้วย 2 ส่วน ซึ่งเราเรียกว่า ส่วนประสมในการจัดจำหน่าย ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มของสถาบันหรือบุคคลที่ทำหน้าที่หรือ กิจกรรมอันจะนำผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ ในส่วนนี้เป็นเรื่องการพิจารณาว่าจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านคนกลางต่างๆอย่างไรพิจารณาถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า

3.2 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าที่มีปริมาณถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการและเวลาที่เหมาะสม ซึ่งประกอบด้วยการขนส่ง การเก็บรักษาสินค้าภายในองค์การธุรกิจของตนและในระบบช่องทางการคลังสินค้าและการควบคุมสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดจำหน่ายและตลาดเป้าหมายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมที่ซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย หรือการติดต่อสื่อสารโดยการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต่อไปนี้

4.1 การโฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคลโดยผ่านสื่อและผู้อุปถัมภ์รายการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณากิจกรรมการโฆษณา ประกอบด้วยการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา การโฆษณาในโรงภาพยนตร์ ส่วนกลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การ... เปรียบผลงานโฆษณาและกลยุทธ์สื่อ

4.2 การขายตรง เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าผู้มีอำนาจซื้อการขายโดยใช้บุคคลก็คือการขายโดยใช้พนักงานขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขาย โดยใช้บุคคล การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย ช่องทางการส่งเสริมการขายมี 2 รูปแบบคือ การกระตุ้นผู้บริโภคเรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค และการกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการแบบไม่ใช้บุคคลโดยที่องค์การที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการเสนอข่าวนั้นๆ ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ขององค์การเพื่อการชักจูงกลุ่มสาธารณชนให้เกิดความคิดเห็นหรือทัศนคติต่อองค์การจะเห็นว่า การให้ข่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์เพราะการให้ข่าวเป็นกิจกรรมในอันที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีต่อกลุ่มชน

4.5 การตลาดทางตรง เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงหรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดให้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันทีเครื่องมือนี้ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ การขายโดยใช้จดหมายตรง การขายโดยใช้แคตตาล็อก การขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คุปองแลกซื้อ เป็นต้น

### ทฤษฎีทางด้านทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวหนึ่งทางจิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลายสำหรับการนิยามคำว่าทัศนคตินั้นได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ (Roger , 1978 : 208-209 อ้างถึงใน สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร , 2533 : 122) ได้กล่าวถึงทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติ จึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินผลแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรเซนเบิร์กและฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland , 1960 : 1) ได้ให้ความหมายของ ทศนคติ ไว้ว่าทศนคติ โดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

เดโซ สวานานท์ (2512:28) กล่าวถึง ทศนคติ ว่าเป็นบุคลิกภาพที่สร้างขึ้นได้เปลี่ยนแปลงได้และเป็นแรงจูงใจที่กำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531:2) กล่าวถึง ทศนคติที่เชื่อมโยงไปถึงพฤติกรรมของบุคคลว่า ทศนคติหมายถึง

1. ความสลับซับซ้อนของความรู้สึกหรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสิ่งแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด
3. ในด้านพฤติกรรม หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมที่จะตอบสนอง จากคำจำกัดความต่างๆเหล่านี้จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้คือ
  1. ความรู้สึกภายใน
  2. ความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง
 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าทศนคติเป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึกและความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคลกับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมได้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทศนคตินั้น

โดยสรุป ทศนคติในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับรายการกรรณสถานการณ์ที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมาจะเห็นได้ว่า ทศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

### องค์ประกอบของทศนคติ

จากความหมายของ ทศนคติดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen , 1970 อ้างถึงใน พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ ,2531 : 49) สามารถแบ่งองค์ประกอบของทศนคติได้ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อบาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบและไม่ชอบหากบุคคลมีความรู้หรือคิดว่าสิ่งใดดีมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นแต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลหนึ่งซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมี ทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจมีความรู้สึกหรือมีแนวความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจจึงนับได้ว่าเป็น ส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลอาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์

#### การเกิด ทัศนคติ (Attitude Formation)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ ( 2520: 64 – 65) กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากกาเรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมายและแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่เคยรับรู้มา
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบกับพ่อแม่ซึ่งทำชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ทัศนคติของนักเรียนหรือหน่วยงาน เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เฮอริเบิร์ต ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman , Compliance , 1967 : 469) ได้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยมีความเชื่อว่าทัศนคติอย่างเดียวกันอาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกันจากความคิดนี้ เฮอริเบิร์ต ได้แบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติออกเป็น 3 ประการคือ

### 1. การยินยอม (Compliance)

การยินยอมจะเกิดได้เมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตัวเขาและมุ่งหวังจะได้รับความพอใจ จากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมรับกระทำตาม สิ่งที่ยากให้เขากระทำนั้นไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้นแต่เป็นเพราะเขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วยและกระทำตาม ดังนั้นความพอใจที่ได้รับจากการยอมรับกระทำตามนั้นเป็นผลมาจาก อิทธิพลทางสังคมหรืออิทธิพลของสิ่งที่ก่อให้เกิดการยอมรับนั้น กล่าวได้ว่าการยอมรับกระทำตามนี้เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งจะมีพลังผลักดันให้บุคคลยอมรับกระทำตามมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

### 2. การเลียนแบบ (Identification)

การเลียนแบบเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจากการที่บุคคลต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่นจากการเลียนแบบนี้ ทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบกล่าวได้ว่า การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติซึ่งพลังผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความน่าโน้มน้าวใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสารบุคคลจะรับเอาบทบาททั้งหมดของคนอื่นมาเป็นของตนเองหรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกันและกับบุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเองเลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบทัศนคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

### 3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization)

เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังกล่าวถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น

นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสารตลอดจนช่องทางในการสื่อสารล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ได้ทั้งสิ้นนอกจากนี้ ทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็จะสามารถเปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อ และสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้อาจเกิดจากการยอมรับโดยการบังคับเช่นกฎหมายข้อบังคับ

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่องกล่าวคือเมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้เมื่อเกิดความรู้ขึ้นก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยวิธีการอาศัยทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP) เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 118)

จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิด ทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไปซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมโดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มที่เป็นเป้าหมายซึ่งต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 120-121)

ความรู้(Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดย การเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้อง กับสภาพจิตใจของตนเองความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในอย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อ พฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้

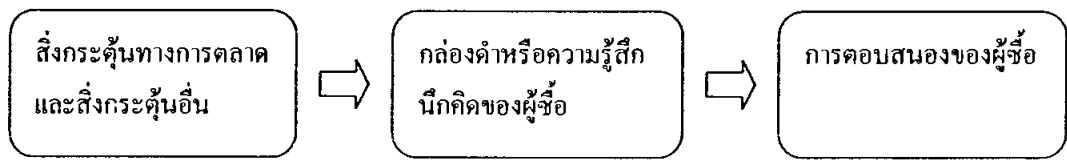
ประกาเพ็ญ สุวรรณ (2520: 16) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะเป็นโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยินจำได้ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความความหมายข้อเท็จจริงทฤษฎี กฎโครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

เบอร์กูน (Burgoon, 1974: 64) และ ริเวอร์, ปีเตอร์สัน และ เจนเซ็น (River, Peterson and Jensen 1971: 283 อ้างถึงใน ประะ สตะเวทิน, 2540: 116-117) ได้กล่าวถึงการศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกันในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปคนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะคนเหล่านี้ มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่องมีความเข้าใจ ศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดีแต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นเองรวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสารถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษามีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกฎจราจรก็มีโอกาสที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับกฎจราจรรวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไปและเมื่อประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับกฎจราจรไม่ว่าจะในระดับใดก็ตามสิ่งที่เกิดตามมาก็คือทัศนคติความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ (ดาราวรรณ ศรีสุกใส, 2542 : 41)

### พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model)

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) ว่าเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ซึ่งเปรียบเทียบบกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้และจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อแล้วก็จะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer's purchase decision) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2 พฤติกรรมการซื้ออย่างง่ายหรือ S-R Theory

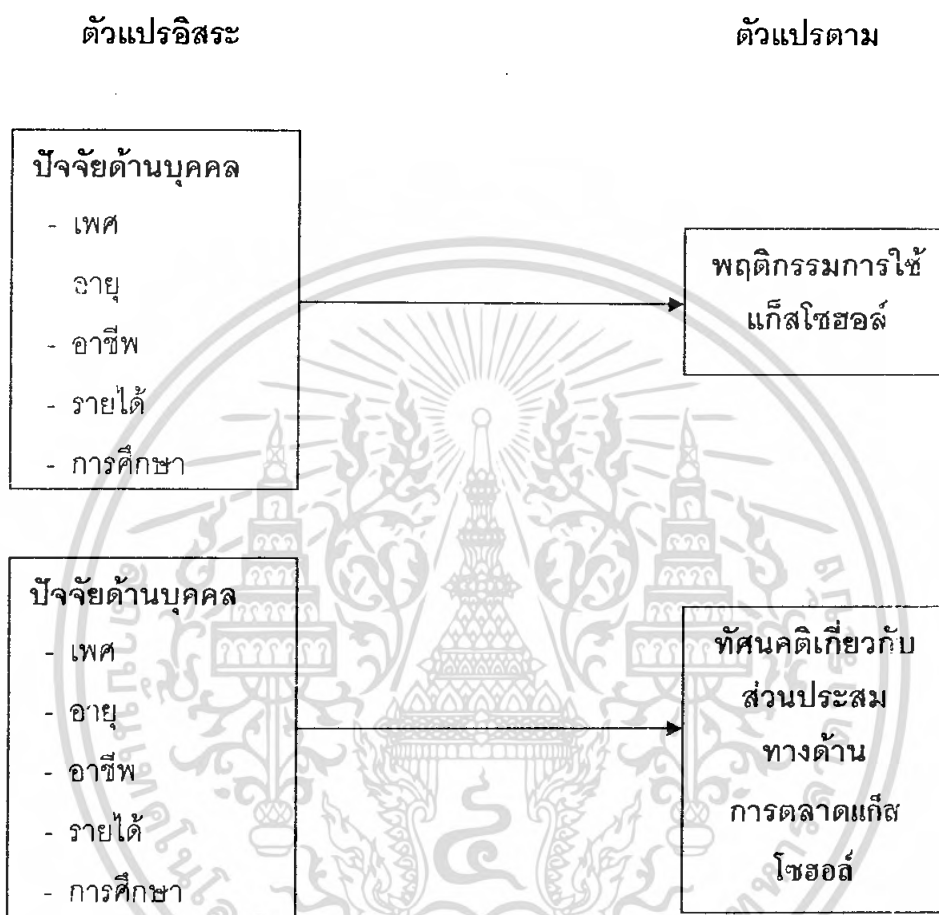
ที่มา : (ศิริวรรณ และคณะ, 2538)

นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยังประกอบด้วยลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจาก ปัจจัยด้านวัฒนธรรม: ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางจิตวิทยาโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน ได้แก่
    - 1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน ลักษณะนิสัยของคนไทยซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมของพฤติกรรมสังคมได้ เช่น รักความเป็นอิสระ รักพวกพ้อง เป็นต้น
    - 1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือชนบทรวมนิยมประเพณี เช่น เชื้อชาติ ศาสนา พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน เป็นต้น
    - 1.3 ระดับชั้นของสังคม สิ่งที่น่ามาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งระดับชั้นของสังคมคือ อาชีพ ฐานะ รายได้ ตระกูล หรือชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะของบุคคล การศึกษา
  2. ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะทางสังคม
  3. ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ขั้นตอน วัฏจักรชีวิตครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจการศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพและแนวคิดส่วนบุคคล เป็นต้น
  4. ลักษณะทางจิตวิทยา คือ การสนใจ ความเข้าใจ ความรับรู้ ความเชื่อและการเรียนรู้
- ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เรื่องทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครจะใช้แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภค เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการออกแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยทำการนำข้อมูลทางด้านปัจจัยของผู้บริโภคมาทดสอบความสัมพันธ์กับข้อมูลทางด้านพฤติกรรมการใช้แก๊สโซลล์ของผู้บริโภคและข้อมูลทางด้านทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดแก๊สโซลล์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติไคสแควร์ในการทดสอบความสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษา

##### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลภายในเขตกรุงเทพมหานครใช้ข้อมูลในการศึกษาแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary) โดยทำการเก็บข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการใช้การสุ่มแบบใช้วิจารณญาณ (judgment sampling) โดยเก็บข้อมูลจากปั้มน้ำมันต่างๆในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านเวลาในการศึกษาจึงจำเป็นต้องเลือกขนาดตัวอย่างที่เหมาะสม

##### การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างประชากร เนื่องจากไม่สามารถทราบประชากรที่แท้จริง ดังนั้นจึงใช้วิธี การคำนวณขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา, 2546: 74) โดยจากสูตรการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าประชากร (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ความผิดพลาดที่ยอมรับไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์)

$$n = \frac{Z^2 \cdot 1-\alpha/2}{4E^2}$$

โดย  $n$  = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

$Z$  = ระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้น  $Z$  เท่ากับ 1.96

$E$  = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

คำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{1.96^2}{0.05^2}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

= 384.16 หรือ 385 คน

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม คือ 385 คน เพื่อป้องกันกรณี ที่เก็บแบบสอบถามได้ไม่ครบหรือกรอกแบบไม่สมบูรณ์ ทางผู้ศึกษาจะแจกแบบสอบถามในจำนวนที่มากกว่าที่คำนวณเป็น 400 ตัวอย่าง

### การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เลือกพื้นที่ในการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้วิธีการสุ่ม โดยวิธีเลือกตัวแทนของบิมน้ำมันที่มีแก๊สโซฮอล์ในแต่ละเขตของพื้นที่ในการทำการการศึกษา โดยเลือกเขตพื้นที่ที่มีขนาดใหญ่ในจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 4 เขตได้แก่

1. เขตบางเขน
2. เขตบางกะปิ
3. เขตสวนหลวง
4. เขตรังสิต

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มตัวอย่างจำนวนผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่ใช้แก๊สโซฮอล์ซึ่งจะเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งในสัดส่วนแต่ละพื้นที่ ซึ่งใช้การสุ่มแบบโควตาที่เท่ากัน แบ่งเป็นเขตละ 4 บิมน้ำมันละ 25 ชุด

เครื่องมือในการวิจัย คือ การสร้างแบบสอบถาม เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนในการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ โดยในแบบสอบถามได้แบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้า รวบรวมจากผลงานการวิจัย บทความ และหน่วยงานเอกชนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ห้องสมุดสถาบัน และมหาวิทยาลัยต่างๆ รวมทั้งข้อมูลจากรายงานการศึกษาต่างๆที่มีผู้ได้ทำการศึกษาไว้แล้วในเวบไซต์ต่างๆ

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

รายจ่ายด้านน้ำมัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของประชากรในเขตกรุงเทพฯที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้แก๊สโซฮอล์โดยลักษณะของแบบสอบถามมีหลายรูปแบบ ได้แก่ คำถามแบบหลายตัวเลือก (Multiple choice question) และคำถามแบบสเกลจัดลำดับ (Likert Scale) โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้อย่างอิสระ และได้ทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) จำนวน 20 ชุด เพื่อทดสอบถึงความบกพร่องและนำมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (validity) ของแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบสำนวนภาษาที่ใช้ พิจารณาเนื้อหาให้ครอบคลุม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แล้วดำเนินการแก้ไขตามคำแนะนำดังกล่าว
2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างทดสอบ (try out) จำนวน 20 คน ซึ่งเป็นร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบภาษาที่ใช้ในแบบสอบถามให้เป็นที่เข้าใจตรงกัน หากพบว่าแบบสอบถามไม่ชัดเจนหรือเข้าใจยาก ผู้ศึกษาจะแก้ไขตามความเหมาะสม และตามข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างทดสอบ
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาเปรียบเทียบกับแบบสอบถามครั้งแรกเพื่อปรับปรุงเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อมีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว ผู้ทำการศึกษานำมาประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้โดยดำเนินการดังนี้

1. การตรวจความถูกต้อง (editing) โดยการตรวจทานดูความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การลงรหัส (coding) นำแบบสอบถามที่ทำการคัดแยกเพื่อประมวลผลมาทำการลงรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลโดยเครื่องคอมพิวเตอร์ (computing) นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกลงเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วทำการประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (Statistic Package for Social Sciences หรือ SPSS)

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) ใช้เพื่อพิจารณาพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้การแสดงผลในรูปร้อยละ (percentage method) และการแจกแจงนับความถี่ (frequency)

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) ใช้เพื่อวิเคราะห์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ตัวสถิติเชิงอนุมานที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าไคสแควร์ (chi-square test) โดยนำมาเปรียบเทียบกับค่าผิดพลาดของการทดสอบหรือระดับนัยสำคัญซึ่งทางสถิติถือว่าการสร้างเขต ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เป็นการหาค่าวิกฤต ซึ่งเป็นค่าที่แบ่งเขตที่จะปฏิเสธหรือยอมรับสมมติฐาน โดยในการศึกษารัชนีกำหนดให้ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 หรือค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ร้อยละ 95

ค่าทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลสองตัวแปรซึ่งการทดสอบความสัมพันธ์เหล่านี้เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร หรือการทดสอบความเป็นอิสระของสองตัวแปรจะทำการทดสอบตัวแปรทางด้านแถว (row) และหลัก (column) ของตารางแจกแจงความร่วม (crosstab table) โดยมีเงื่อนไขว่าตัวแปรทั้งสองตัวจะต้องเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่มีการวัดระดับนามบัญญัติคือ เป็นการแบ่งแยกประชากรออกเป็นกลุ่มหรือระดับเรียงลำดับคือ การแยกประชากรออกเป็นกลุ่มแล้วหาระดับความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มโดยใช้หลักการของความแตกต่างน้อยกว่าในระดับต่างๆ กัน ซึ่งมีสมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบดังนี้

$H_0$ : ตัวแปรทั้งสองเป็นอิสระต่อกันหรือตัวแปรทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

$H_1$ : ตัวแปรทั้งสองไม่เป็นอิสระต่อกันหรือตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กัน

ในรูปทั่วไปตารางแจกแจงความถี่ของ 2 ตัวแปรจะมีลักษณะลักษณะดังนี้ คือ ตัวแปรทางด้านแถวจะมี  $r$  ระดับ ตัวแปรด้านหลักจะมี  $c$  ระดับ ดังนั้นจำนวนเซลล์จะมีเท่ากับ ตัวแปรด้านแถวคูณตัวแปรด้านหลัก ( $cell = r \times c$ ) และมีชั้นแห่งความเป็นอิสระของข้อมูลที่มีคุณสมบัติเป็น 2 มิติ คือ Degree of Freedom :  $df$  เท่ากับ  $(r-1)(c-1)$

ค่าไคสแควร์ เป็นค่าที่ใช้ในการทดสอบคุณสมบัติหลายประการของข้อมูลในการศึกษาครั้งเดียวกัน โดยมีการแจกแจงเป็นอิสระและมีคุณสมบัติที่ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ของ 2 ตัวแปรซึ่งค่าไคสแควร์นี้สามารถใช้ทดสอบความมีนัยสำคัญของตัวอย่างประชากร เรื่องอ้างไปยังประชากรโดยข้อมูลที่ใช้ในการทดสอบไคสแควร์ต้องมีลักษณะแยกจากกัน ซึ่งสูตรทางสถิติทั่วไปของไคสแควร์ คือ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$r$  คือ จำนวนค่าตัวแปรที่กำหนดเป็นตัวแปรแถว

$c$  คือ จำนวนค่าตัวแปรที่กำหนดเป็นตัวแปรหลัก

$O_{ij}$  คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่เก็บรวบรวมมาได้และตรงกับค่าที่  $i$  และ  $j$  ของตัวแปรแถวและตัวแปรหลักตามลำดับ

$E_{ij}$  คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่คาดว่าควรจะเป็นและตรงกับค่าที่  $i$  และ  $j$  ของตัวแปรแถวและตัวแปรหลักตามลำดับ

โดยที่

$$E_{ij} = \frac{(n_i)(n_j)}{n}$$

$$n_i = O_{i1} + O_{i2} + \dots + O_{ic}$$

คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่เก็บรวบรวมได้และตรงกับค่าที่  $i$  ของตัวแปรแถวทั้งหมด

$$n_j = O_{1j} + O_{2j} + \dots + O_{rj}$$

คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่เก็บรวบรวมได้และตรงกับค่าที่  $j$  ของตัวแปรหลักทั้งหมด

$n$  คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยการในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมทางสถิติ (SPSS 10.0 for Windows) มาช่วยในการศึกษาและคำนวณผลโดยอ่านไคสแควร์ที่ได้จากโปรแกรมทางสถิติแล้วนำมาเปรียบเทียบกับค่าความผิดพลาดของการทดสอบหรือระดับนัยสำคัญซึ่งทางสถิติถือว่าเป็นการสร้างเขตปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เป็นการหาค่าวิกฤติ (critical value) ซึ่งเป็นค่าที่แบ่งเขตที่จะปฏิเสธหรือยอมรับสมมติฐานโดยในการศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่นเท่ากับร้อยละ 95

ดังนั้นการอ่านค่าจะพิจารณาจากค่าที่น้อยที่สุดของระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่จะทำให้ปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หรือนัยสำคัญของการทดสอบแบบสองข้าง (2-tail significance) โดยจะพิจารณาจากค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองทาง (2-tail significance) ซึ่งได้จากผลลัพธ์ของโปรแกรมทางสถิติ SPSS ดังนี้

1. ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ถ้าค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองทาง (2-tail significance) น้อยกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05
2. ยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ถ้าค่านัยสำคัญของการทดสอบแบบสองทาง (2-tail significance) มากกว่า ระดับนัยสำคัญ 0.05

โดยการศึกษาในครั้งนี้ใช้ค่าไคสแควร์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละปัจจัยว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ และแปลความหมายค่าที่ได้ในเชิงพรรณนา เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและทัศนคติรวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง และนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป (statistic package for social sciences หรือ spss) ประมวลผลข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ แล้วคำนวณค่าร้อยละโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์ของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของกลุ่มตัวอย่าง

#### ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และรายจ่ายค่าน้ำมัน ผลการศึกษามีดังนี้

#### เพศ

จากผลการศึกษาพบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 62.3 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 37.8 (ตารางที่ 3)

### ตารางที่ 3 ผู้ใช้รถยนต์จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	281	70.25
หญิง	119	29.75
รวม	400	100

### อายุ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 28-37 ปี คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 18-27 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.75 และอายุระหว่าง 48-57 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.75 ตามลำดับ (ตารางที่ 4)

### ตารางที่ 4 อายุ

อายุ(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
18-27	115	28.75
28-37	116	29
38-47	69	17.25
48-57	83	20.75
58 ปีขึ้นไป	17	4.25
รวม	400	100

### ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.25 และ สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 5 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	149	37.25
ปริญญาตรี	206	51.5
สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.25
รวม	400	100

## อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียนหรือนักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 25.5 ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

## ตารางที่ 6 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	104	26
พนักงานบริษัท	102	25.5
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	97	24.25
ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว	49	12.25
อื่นๆ	48	12
รวม	400	100

## รายได้

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.75 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18 และรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 5)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### ตารางที่ 7 รายได้

รายได้(บาท)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000	36	9
5,001-10,000	91	22.75
10,001-15,000	72	18
15,001-20,000	50	12.5
20,001-25,000	53	13.25
25,001-30,000	47	11.75
มากกว่า 30,000	51	12.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

### ระยะเวลาที่เข้ารับรถ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเข้ารับรถอยู่ระหว่าง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการเข้ารับรถไม่เกิน 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 และมีระยะเวลาในการเข้ารับรถระหว่าง 11-15 ปีและ 15 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ (ตารางที่ 6)

### ตารางที่ 8 ระยะเวลาที่เข้ารับรถ

ระยะเวลาที่เข้ารับรถ(ปี)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5	126	31.5
6-10	154	38.5
11-15	60	15
มากกว่า 15	60	15
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายจ่ายค่าน้ำมัน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายจ่ายค่าน้ำมันต่อหนึ่งสัปดาห์อยู่ระหว่าง 501-1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ มีรายจ่ายค่าน้ำมันน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.5 และรายจ่ายค่าน้ำมันอยู่ระหว่าง 1,001-1,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 15 ตามลำดับ(ตารางที่ 9)

### ตารางที่ 9 รายจ่ายค่าน้ำมัน

รายจ่ายค่าน้ำมัน(บาท) ต่อสัปดาห์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500	90	22.5
501-1,000	182	45.5
1,001-1,500	60	15
1,501-2,000	30	7.5
มากกว่า 2,000	38	9.5
รวม	400	100

### พฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

#### จำนวนครั้งในการเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ย

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนครั้งในการเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ยจำนวน 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ มีความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ยจำนวน 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.25 และมีความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ยน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 18.75 ตามลำดับ(ตารางที่ 10)

### ตารางที่ 10 จำนวนครั้งในการเติมแก๊สไซฮอลล์โดยเฉลี่ย

จำนวน(ครั้งต่อสัปดาห์)	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1	75	18.75
1	143	35.75
2	109	27.25
3	48	12
4	25	6.25
รวม	400	100

### การเติมแก๊สไซฮอลล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่นิยมเติมแก๊สไซฮอลล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน คิดเป็นร้อยละ 62 รองลงมา นิยมเติมแก๊สไซฮอลล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน คิดเป็นร้อยละ 38 (ตารางที่ 11)

### ตารางที่ 11 การเติมแก๊สไซฮอลล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน

ใช่หรือไม่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใช่	152	38
ไม่ใช่	248	62
รวม	400	100

### ประสิทธิภาพของเครื่องยนต์หลังจากใช้แก๊สไซฮอลล์

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สไซฮอลล์เท่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สไซฮอลล์ลดลง คิดเป็นร้อยละ 22 และมีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สไซฮอลล์เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ(ตารางที่ 12)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 12 ประสิทธิภาพของเครื่องยนต์หลังจากใช้แก๊สโซฮอลล์

ประสิทธิภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพิ่มขึ้น	42	10.5
เท่าเดิม	270	67.5
ลดลง	88	22
รวม	400	100

### อิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ มีส่วนในการตัดสินใจ

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจมาก คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจบ้างเล็กน้อย คิดเป็นร้อยละ 40 และมีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ คิดเป็นร้อยละ 10.5 ตามลำดับ(ตารางที่ 13)

### ตารางที่ 13 อิทธิพลของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ มีส่วนในการตัดสินใจ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
มีส่วนมาก	172	43
มีส่วนบ้างเล็กน้อย	160	40
ไม่มีส่วนเลย	26	6.5
ไม่แน่ใจ	42	10.5
รวม	400	100

### ความเพียงพอของสถานที่ให้บริการเติมแก๊สโซฮอลล์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการเติมแก๊สโซฮอลล์เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 88 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าการเติมแก๊สโซฮอลล์ไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 12 (ตารางที่ 14)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### ตารางที่ 14 ความเพียงพอของสถานที่ให้บริการเติมแก๊สไซฮอลล์

สถานที่ให้บริการเติมแก๊สไซฮอลล์	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพียงพอ	352	88
ไม่เพียงพอ	48	12
รวม	400	100

#### การรับรู้เกี่ยวกับแก๊สไซฮอลล์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักแก๊สไซฮอลล์จากสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 34.75 และรู้จักแก๊สไซฮอลล์จากสื่อวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ (ตารางที่ 15)

#### ตารางที่ 15 การรับรู้เกี่ยวกับแก๊สไซฮอลล์

ท่านรู้จักแก๊สไซฮอลล์จากสื่อชนิดใด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์	196	49
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	139	34.75
วิทยุ	20	5
หนังสือพิมพ์	18	4.5
นิตยสาร วารสาร	18	4.5
อินเทอร์เน็ต	9	2.25
รวม	400	100

#### การจะแนะนำพลังงานแก๊สไซฮอลล์ไปยังบุคคลอื่นที่ท่านรู้จักหรือไม่

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะแนะนำพลังงานแก๊สไซฮอลล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาคือ จะแนะนำพลังงานแก๊สไซฮอลล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 25 และจะไม่แนะนำพลังงานแก๊สไซฮอลล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 11.5 ตามลำดับ(ตารางที่ 15) การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 16 การจะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอล์ไปยังบุคคลอื่นที่ท่านรู้จักหรือไม่

ท่านจะแนะนำหรือไม่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
แนะนำ	100	25
ไม่แน่ใจ	254	63.5
ไม่แนะนำ	46	11.5
รวม	400	100

### สถานีบริการน้ำมันที่นิยมเติมแก๊สโซฮอล์มากที่สุด

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก คิดเป็นร้อยละ 40 และใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ(ตารางที่ 17)

### ตารางที่ 17 สถานีบริการน้ำมันที่นิยมเติมแก๊สโซฮอล์มากที่สุด

สถานีบริการน้ำมันที่นิยมเติมแก๊สโซฮอล์มากที่สุด	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ปตท.	178	44.5
บางจาก	160	40
คาลเท็กซ์	24	6
เอสโซ่	30	7.5
เชลล์	4	1

### พฤติกรรมการใช้หากราคาของแก๊สโซฮอล์สูงขึ้น

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ว่าถ้าราคาของแก๊สโซฮอล์ขึ้นสูง จะลดการเติมแก๊สโซฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมามีความคิดเห็นที่ว่าถ้าราคาของแก๊สโซฮอล์ขึ้นสูง จะเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นแทน คิดเป็นร้อยละ 30.25 และมีความคิดเห็นที่ว่าถ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ราคาของแก๊สโซฮอล์ขั้นสูง จะยังเติมแก๊สโซฮอล์เหมือนเดิม คิดเป็นร้อยละ 29.25 ตามลำดับ (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 พฤติกรรมการใช้ราคาของแก๊สโซฮอล์ขั้นสูง

ท่านจะทำอย่างไร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ลดการเติม	145	36.25
เปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่น	121	30.25
เติมแก๊สโซฮอล์เหมือนเดิม	117	29.25
เลิกใช้รถยนต์	9	2.25
ใช้รถประจำทางแทนการขับรถยนต์	8	2
รวม	400	100

พฤติกรรมการใช้เมื่อมีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน จะเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา มีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าจะใช้เหมือนเดิมหรือเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทนแก๊สโซฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 38.25 และมีความคิดเห็นว่ามีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน จะยังใช้เหมือนเดิม คิดเป็นร้อยละ 19.25 ตามลำดับ(ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 พฤติกรรมการใช้เมื่อมีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์

ท่านจะทำอย่างไร	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใช้เหมือนเดิม	77	19.25
เปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทน	170	42.5
ไม่แน่ใจ	153	38.25
รวม	400	100

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์

### ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม และการเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับเบนซิน แต่จะมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอลล์ขึ้นสูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอลล์(ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์	ระดับนัยสำคัญ	เพศ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม	0.05	0.019	ยอมรับ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.000	ยอมรับ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้	0.05	0.686	ปฏิเสธ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับราคาของแก๊สโซฮอลล์ขึ้นสูง	0.05	0.071	ปฏิเสธ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอลล์	0.05	0.673	ปฏิเสธ

### ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอลล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอลล์ขึ้นสูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอลล์ (ตารางที่ 21)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 21 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	อายุ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเติมแก๊สโซฮอล์ สลับกับเบนซิน	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้	0.05	0.002	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับราคาของแก๊ส โซฮอล์ชั้นสูง	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพลังงานชนิดอื่นมา ทดแทนแก๊สโซฮอล์	0.05	0.001	ปฏิเสธ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ พบว่าระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ พลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ แต่จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ และราคาของแก๊สโซฮอล์ชั้นสูง (ตารางที่ 22)

## ตารางที่ 22 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	ระดับการศึกษา	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ ในการเติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 22 (ต่อ)

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	ระดับการศึกษา	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการ เติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการ แนะนำให้ใช้	0.05	0.011	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับราคา ของแก๊สโซฮอล์ชั้นสูง	0.05	0.028	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ พลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์	0.05	0.141	ยอมรับ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์พบว่าอาชีพ  
ไม่มีความสัมพันธ์กับการเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน แต่จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ  
เติม การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ชั้นสูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์  
(ตารางที่ 23)

## ตารางที่ 23 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	อาชีพ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ เติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการเติมแก๊ส โซฮอล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.135	ยอมรับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 23 (ต่อ)

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	อาชีพ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับราคาของแก๊ส โซฮอล์ชั้นสูง	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพลังงานชนิดอื่น มาทดแทนแก๊สโซฮอล์	0.05	0.038	ปฏิเสธ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์พบว่า  
รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้  
ราคาของแก๊สโซฮอล์ชั้นสูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์(ตารางที่ 24)

## ตารางที่ 24 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	รายได้	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการ เติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการเติมแก๊ส โซฮอล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้	0.05	0.001	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาของแก๊ส โซฮอล์ชั้นสูง	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 24 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์	ระดับ นัยสำคัญ	รายได้	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพลังงานชนิดอื่น มาทดแทนแก๊สโซฮอลล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์ พบว่า ระยะเวลาที่ขับรถยนต์ไม่มีความสัมพันธ์กับ พลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอลล์ แต่จะมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ สถานีที่ที่เลือกใช้บริการเติมแก๊สโซฮอลล์ และราคาของแก๊สโซฮอลล์สูงขึ้น (ตารางที่ 25)

## ตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์	ระดับ นัยสำคัญ	ระยะเวลาที่ขับรถ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการเติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับการ เติมแก๊สโซฮอลล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.002	ปฏิเสธ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับการ แนะนำให้ใช้	0.05	0.002	ปฏิเสธ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับราคา ของแก๊สโซฮอลล์ที่สูง	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 25 (ต่อ)

ทัศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	ระยะเวลาที่ขับรถ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับ พลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์	0.05	0.340	ยอมรับ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์พบว่า รายจ่ายค่าน้ำมันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูงและพลังงานชนิดอื่นทดแทนแก๊สโซฮอล์(ตารางที่ 26)

## ตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับพฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์

พฤติกรรมที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์	ระดับ นัยสำคัญ	รายจ่ายค่าน้ำมัน	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับ ความถี่ในการเติม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับการ เติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับการ แนะนำให้ใช้	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับราคา ของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.020	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับ พลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์	0.05	0.010	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีต่อส่วนประสมการตลาดแก๊สโซฮอล์

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ความเพียงพอของปั้มน้ำมันโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน แต่จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคา ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน(ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างเพศกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแก๊สโซฮอล์

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	ค่าไคสแควร์	เพศ	ผลการทดสอบ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.002		ปฏิเสธ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.414		ยอมรับ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ	0.05	0.195		ยอมรับ
<b>ด้านราคา</b>				
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับราคาแก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม	0.05	0.036		ปฏิเสธ
<b>ด้านสถานที่</b>				
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเพียงพอของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอล์	0.05	0.115		ยอมรับ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน	0.05	0.016		ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ทางการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 27 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	เพศ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย			
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาทางสื่อ มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์	0.05	0.093	ยอมรับ
เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการแจกของแถม หากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.140	ยอมรับ

ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทาง  
ด้านต่าง ๆ

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่าง ๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอลล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ และการแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน แต่จะมีความสัมพันธ์คุณภาพของแก๊สโซฮอลล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคาที่มีความเหมาะสม ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอายุกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด  
ทางด้านต่าง ๆ

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	อายุ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์			
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊ส โซฮอลล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 28 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	อายุ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊ส ไซฮอลล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.149	ยอมรับ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ด้านราคา	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับราคาแก๊สไซฮอลล์มี ความเหมาะสม ด้านสถานที่	0.05	0.003	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความเพียงพอของ บิ๊มน้ำมันในการเติมแก๊สไซฮอลล์	0.05	0.004	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความสะอาดและ ทันสมัยของบิ๊มน้ำมัน ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	0.05	0.000	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาทางสื่อ มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สไซฮอลล์	0.05	0.001	ปฏิเสธ
อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการแจกของแถม หากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.181	ยอมรับ

### ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาดทางด้านต่าง ๆ

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสม  
ทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สไซฮอลล์ แต่จะมี  
ความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สไซฮอลล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้บริการ ราคา ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมัน  
ครบตามจำนวน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน(ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระดับการศึกษากับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสม  
ทางการตลาด

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	ระดับการศึกษา	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์			
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ คุณภาพของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.144	ยอมรับ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ด้านราคา			
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับราคา แก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม	0.05	0.003	ปฏิเสธ
ด้านสถานที่			
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความ เพียงพอของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอล์	0.05	0.015	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความ สะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน	0.05	0.001	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย			
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการ โฆษณาทางสื่อที่มีผลตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์	0.05	0.001	ปฏิเสธ
ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการ แจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับความเพียงพอของปั้มน้ำมัน แต่จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างอาชีพกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	อาชีพ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์			
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.021	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.005	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ด้านราคา			
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับราคาแก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม	0.05	0.001	ปฏิเสธ
ด้านสถานที่			
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความเพียงพอของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอล์	0.05	0.191	ยอมรับ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน	0.05	0.001	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 30 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	อาชีพ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย			
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาทาง สื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์	0.05	0.014	ปฏิเสธ
อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับการแจกของแถม หากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.003	ปฏิเสธ

## ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอลล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน แต่จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอลล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน (ตารางที่ 31)

## ตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายได้กับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	รายได้	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์			
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของ แก๊สโซฮอลล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 31 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	รายได้	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของ แก๊สโซฮอลล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.145	ยอมรับ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับชื่อเสียงและ ภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ด้านราคา	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับราคาแก๊สโซฮอลล์ มีความเหมาะสม ด้านสถานที่	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความเพียงพอ ของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอลล์	0.05	0.054	ยอมรับ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความสะอาด และทันสมัยของปั้มน้ำมัน ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาทาง สื่อมีผลต่อการตัดสินใจให้แก๊สโซฮอลล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับการแจกของแถม หากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.000	ปฏิเสธ

### ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทาง การตลาด

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสม  
ทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอลล์ที่มีต่อ  
เครื่องยนต์ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้บริการ แต่จะมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคาความเพียงพอของปั้มน้ำมัน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างระยะเวลาที่ขับรถกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	ระยะเวลาที่ขับรถ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์			
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับ คุณภาพของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.002	ปฏิเสธ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.174	ยอมรับ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ	0.05	0.054	ยอมรับ
ด้านราคา			
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับราคา แก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ด้านสถานที่			
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับความ เพียงพอของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอล์	0.05	0.036	ปฏิเสธ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับความ สะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย			
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับการ โฆษณาทางสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊ส โซฮอล์	0.05	0.002	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 32 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	ระยะเวลาที่ขับรถ	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ระยะเวลาที่ขับรถไม่มีความสัมพันธ์กับการ แจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.093	ยอมรับ

**ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทาง  
การตลาด**

จากผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดทางด้านต่างๆ พบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคาความเพียงพอของปั้มน้ำมัน ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมันการโฆษณาทางสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊ส การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน (ตารางที่ 33)

**ตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานระหว่างรายจ่ายค่าน้ำมันกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วน  
ประสมทางการตลาด**

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	รายจ่ายค่าน้ำมัน	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับ คุณภาพของแก๊สโซฮอล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์	0.05	0.027	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้拿去ใช้ประโยชน์ทางการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ตารางที่ 33 (ต่อ)

สมมติฐาน	ระดับ นัยสำคัญ	รายจ่ายค่าน้ำมัน	
		ค่าไคสแควร์	ผลการทดสอบ
ด้านราคา			
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับราคา แก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม	0.05	0.000	ปฏิเสธ
ด้านสถานที่			
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับความ เพียงพอของปั้มน้ำมันในการเติมแก๊สโซฮอล์	0.05	0.004	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับความ สะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน	0.05	0.001	ปฏิเสธ
ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย			
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับการ โฆษณาทางสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊ส โซฮอล์	0.05	0.000	ปฏิเสธ
รายจ่ายค่าน้ำมันไม่มีความสัมพันธ์กับการ แจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน	0.05	0.000	ปฏิเสธ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุปและข้อเสนอแนะ

#### สรุป

การศึกษาทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครสามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาโดยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่างซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 70.25 และเพศหญิง ร้อยละ 29.75 มีช่วงอายุส่วนใหญ่ 28-37 ปี ร้อยละ 29 รองลงมาคือ 18-27 ปี ร้อยละ 28.75 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี ร้อยละ 51.5 รองลงมาคือ อนุปริญญา / ปวส. ร้อยละ 18 มีอาชีพส่วนใหญ่คือนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 26 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท ร้อยละ 25.5 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 22.75 รองลงมาคือ 10,001-15,000 ร้อยละ 18 ระยะเวลาในการขับรถส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 6-10 ปี ร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ไม่เกิน 5 ปี ร้อยละ 31.5 ปี รายจ่ายค่าน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ที่ 501-1,000 บาท ร้อยละ 45.5 รองลงมาคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท ร้อยละ 22.5

ทางด้านพฤติกรรมที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมแก๊สโซฮอล์เฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 35.75 รองลงมาคือ 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ร้อยละ 27.25 ไม่ใช้วิธีเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน ร้อยละ 62 รองลงมา ส่วนใหญ่ใช้วิธีเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน ร้อยละ 38 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์เท่าเดิม ร้อยละ 67.5 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติของเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ลดลง ร้อยละ 22 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ร้อยละ 43 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆมีส่วนช่วยในการตัดสินใจบ้างเล็กน้อย ร้อยละ 40 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติให้บริการเติมแก๊ส

38 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติให้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอ

39 รองลงมา มีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติบริการเติมแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 49 รองลงมาคือ มีเพื่อนหรือคนรู้จัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนะนำร้อยละ 34.75 ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจที่จะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก ร้อยละ 63.5 รองลงมาคือ จะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอล์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จักร้อยละ 25 ส่วนใหญ่ใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่ปั้ม ปตท. ร้อยละ 44.5 รองลงมาคือ ใช้บริการเติมแก๊สโซฮอล์ที่ปั้มบางจาก ร้อยละ 40 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการขึ้นราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง จะลดการเติมแก๊สโซฮอล์ ร้อยละ 36.25 รองลงมาคือมีความคิดเห็นว่าการขึ้นราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง จะเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นแทน ร้อยละ 30.25 ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน จะเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทน ร้อยละ 42.5 รองลงมา มีความคิดเห็นไม่แน่ใจว่าจะใช้เหมือนเดิมหรือเปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทนแก๊สโซฮอล์ร้อยละ 38.25

ในการทดสอบสมมติฐานทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ อายุมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ และราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ รายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ ระยะเวลาที่ขับรถรายได้มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์ รายจ่ายค่าน้ำมันมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเติม การเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับเบนซิน การแนะนำให้ใช้ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่สูง และพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอล์

จากการทดสอบสมมติฐานทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับทัศนคติเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดแก๊สโซฮอล์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคา ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน อายุมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคาที่มีความเหมาะสม ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ ความสะอาดและทันสมัยของปั้มน้ำมัน การศึกษามีความสัมพันธ์กับผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ความเพียงพอของปั้มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน อาชีพมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน รายได้มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตามจำนวน ระยะเวลาที่ขับรถมีความสัมพันธ์กับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ราคา ความเพียงพอของปั๊มน้ำมัน ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ รายจ่าย ค่าน้ำมันมีความสัมพันธ์กับด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์ ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ให้บริการ ราคา ความเพียงพอของปั๊มน้ำมัน ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน การโฆษณาทางสื่อ มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊ส การแจกของแถม หากเติมน้ำมันครบตามจำนวน

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา สามารถที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลที่จะเสนอข้อมูลต่างๆให้แก่ผู้ที่สนใจ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรณรงค์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคในเรื่องแก๊สโซฮอล์เพื่อที่จะได้ทราบถึงข้อมูลต่างๆของแก๊สโซฮอล์ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ คุณภาพของแก๊สโซฮอล์และน้ำมันเบนซินนั้นไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก เนื่องจากมีเทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีประสิทธิภาพแต่มีประชาชนบางกลุ่มยังเข้าใจว่าการเติมแก๊สโซฮอล์ทำให้ประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ลดลงดังนั้นควรมีการวิจัยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่ประชาชนจะได้เกิดความเชื่อมั่นในการใช้แก๊สโซฮอล์และหันมาใช้แก๊สโซฮอล์เพื่อทดแทนน้ำมันเบนซิน อีกทั้งยังต้องสร้างความเข้าใจให้กับประชาชนในเรื่องของผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อเครื่องยนต์เพื่อให้ประชาชนเกิดทัศนคติในทางบวกเพิ่มมากขึ้น

2. ด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านราคาเป็นอย่างมาก ดังนั้นควรตั้งราคาให้เป็นไปตามกลไกของตลาดน้ำมัน ถ้าผู้ผลิตแก๊สโซฮอล์สามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตให้ต่ำลงจะทำให้ได้กำไรเพิ่มขึ้น โดยการตั้งราคาแก๊ส โซฮอล์นั้นไม่ควรที่จะใกล้เคียงหรือเท่ากับราคาน้ำมันเบนซิน เพราะหากเป็นเช่นนี้แล้วผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจะกลับไปใช้น้ำมันเบนซินเหมือนเดิมหรือไม่ก็เปลี่ยนไปใช้พลังงานทดแทนอื่นๆ

3. ด้านสถานที่ จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 88 มีความคิดเห็นว่าสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์นี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการสงวนเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บางแห่งเท่านั้น ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรที่พัฒนาระดับมาตรฐานในการให้บริการ ทั้งในด้านความ สะดวก ความรวดเร็ว ความสะอาด ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อเพิ่มลูกค้ารายใหม่และรักษา ลูกค้าเดิมให้คงอยู่ต่อไป

4. ด้านโฆษณา ทางด้านสื่อมีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์มากควรเลือกใช้สื่อ โฆษณาที่มากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงผู้ใช้รถยนต์ได้มากโดยต้องแสดงให้เห็นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) อย่างชัดเจน และใช้ข้อดีต่างๆของแก๊สโซฮอล์ เช่น การช่วยลดมลพิษ ความสามารถในการผลิตเองได้ในประเทศ การลดการนำเข้าพลังงานจาก ต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่แก๊สโซฮอล์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน.2545. " สถานการณ์พลังงานของประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรก  
ของปี2545."วารสารนโยบาย.14,56(เมษายน-มิถุนายน) 60.

กรุงธนคอม. 2545. "เอทานอล พลังงานเพื่อการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน."

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.krungthon.com/krungthon/newses/news/02>  
(28 พฤศจิกายน 2545)

กิตติ ติกขปัญญากุลและคณะ,2543. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนใช้น้ำมันเบนซินผสมเอทานอลในเขตกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤษณี เวชสาร. 2545. การวิจัยการตลาด. พิมพ์ครั้งที่3.กรุงเทพฯ:

โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติ.2545. "เอทานอลอนาคตพลังงานไทย" (ระบบออนไลน์)

แหล่งที่มา [http://technology.mweb.co.th/\\_square/289.html](http://technology.mweb.co.th/_square/289.html) (28มกราคม 2546)

ธง จงสกุลศิริ. 2545. ทศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ต่อการประ  
พลังงานในการเดินทางโดยรถยนต์.

การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด(มหาชน). 2546. โครงการเอทานอล: เพิ่มความมั่นคงทางด้าน  
พลังงานและยกระดับราคาสินค้าเกษตรไทย.

กรุงเทพฯ: ธนาคารกรุงศรีอยุธยา.

สำนักงานคณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติ.2545. "สนับสนุนเอทานอล...เชื้อเพลิงทดแทน."

มติชนรายวัน. (19 พฤศจิกายน) :9.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2540. กลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนา  
ศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 ก. การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท A.N.การพิมพ์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเลขที่.....

แบบสอบถามโครงการปัญหาพิเศษ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง พฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซลล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขต กทม.

คำชี้แจง จงทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หรือเติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้บริโภคน

1. เพศ

( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง

2. อายุ.....ปี

( ) 1. 18 - 27 ปี ( ) 2. 28 - 37 ปี  
( ) 3. 38 - 47 ปี ( ) 4. 48 - 57 ปี  
( ) 5. 57ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษาตอนต้น  
( ) 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. ( ) 4. อนุปริญญา / ปวส.  
( ) 5. ปริญญาตรี ( ) 6. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) 1. ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ ( ) 2. พนักงานบริษัท  
( ) 3. ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) 4. เกษตรกร  
( ) 5. รับจ้างอิสระ ( ) 6. แม่บ้าน / พ่อบ้าน  
( ) 7. นักเรียน / นักศึกษา ( ) 8. อื่นๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5. ระบุว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ไม่เกิน 5,000 บาท ( ) 2. 5,001 – 10,000 บาท  
 ( ) 3. 10,001 – 15,000 บาท ( ) 4. 15,001 – 20,000 บาท  
 ( ) 5. 20,001 – 25,000 บาท ( ) 6. 25,001 – 30,000 บาท  
 ( ) 7. มากกว่า 30,000 บาท

## 6. ระยะเวลาที่ท่านขับรถมาแล้ว

- ( ) 1. ไม่เกิน 5 ปี ( ) 2. 6 – 10 ปี  
 ( ) 3. 11 – 15 ปี ( ) 4. 15 ปีขึ้นไป

## 7. ท่านจ่ายค่าน้ำมันเฉลี่ยสัปดาห์ละ

- ( ) 1. น้อยกว่า 500 บาท ( ) 2. 501-1,000 บาท  
 ( ) 3. 1,001-1,500 บาท ( ) 4. 1,501-2,000 บาท  
 ( ) 5. มากกว่า 2,000 บาท

## ส่วนที่ 2 ทศนคติที่มีต่อแก๊สโซฮอล์

## 8. ท่านเติมแก๊สโซฮอล์โดยเฉลี่ยประมาณกี่ครั้งต่อสัปดาห์

- ( ) 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง ( ) 2. 1 ครั้ง  
 ( ) 3. 2 ครั้ง ( ) 4. 3 ครั้ง  
 ( ) 5. 4 ครั้ง ( ) 6. ระบุ ..... ครั้ง

## 9. ท่านใช้วิธีเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซินออกเทนหรือไม่

- ( ) 1. ใช่ ( ) 2. ไม่ใช่

## 10. ประสิทธิภาพของเครื่องยนต์หลังจากที่ท่านได้ใช้แก๊สโซฮอล์แล้ว ท่านคิดว่าเป็นอย่างไร

- ( ) 1. เพิ่มขึ้น ( ) 2. เท่าเดิม ( ) 3. ลดลง

## 11. ท่านคิดว่าการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ

- ( ) 1. มีส่วนมาก ( ) 2. มีส่วนบ้างเล็กน้อย  
 ( ) 3. ไม่มีส่วนเลย ( ) 4. ไม่แน่ใจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. ท่านคิดว่าสถานที่ให้บริการเติมแก๊สโซฮอลล์
- ( ) 1. เพียงพอ ( ) 2. ไม่เพียงพอ
13. ท่านรู้จักแก๊สโซฮอลล์จากสื่อชนิดใดเป็นอันดับแรก (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- ( ) 1. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ ( ) 2. โทรทัศน์
- ( ) 3. นิตยสาร วารสาร ( ) 4. วิทยุ
- ( ) 5. หนังสือพิมพ์ ( ) 6. internet
- ( ) 7. อื่น ๆ ระบุ.....
14. ท่านจะแนะนำพลังงานแก๊สโซฮอลล์ เป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ไปยังบุคคลอื่นที่ท่านรู้จักหรือไม่
- ( ) 1. แนะนำ ( ) 2. ไม่แน่ใจ ( ) 3. ไม่แนะนำ
15. ท่านนิยมใช้บริการเติมแก๊สโซฮอลล์ที่มีไหนมากที่สุด (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- ( ) 1. ปตท. ( ) 2. บางจาก ( ) 3. คาลเท็กซ์
- ( ) 4. เอสโซ่ ( ) 5. เซลล์ ( ) 6. PTT
- ( ) 7. ปิโตรนาส ( ) 8. Susco ( ) 9. Pure
16. ถ้าราคาของแก๊สโซฮอลล์ขึ้นสูง ท่านจะทำอย่างไร (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
- ( ) 1. เติมแก๊สโซฮอลล์เหมือนเดิม ( ) 2. ลดการเติม
- ( ) 3. เลิกใช้รถยนต์ ( ) 4. เปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่น
- ( ) 5. ใช้รถประจำทางแทนการขับรถยนต์ ( ) 6. อื่น ๆ ระบุ.....
17. ท่านคิดว่าเมื่อมีพลังงานชนิดอื่นมาทดแทนแก๊สโซฮอลล์ ซึ่งมีราคาใกล้เคียงกัน ท่านคิดว่าจะทำอย่างไร
- ( ) 1. ใช้เหมือนเดิม
- ( ) 2. เปลี่ยนไปใช้พลังงานชนิดอื่นที่ผลิตมาเพื่อทดแทน
- ( ) 3. ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ ท่านคิดว่าปัจจัยต่อไปนี้มี  
ความสำคัญมากน้อยเพียงใด

รายการ	ระดับความสำคัญ				
	สำคัญ มากที่สุด	สำคัญ มาก	สำคัญ ปานกลาง	สำคัญ น้อย	สำคัญ น้อยที่สุด
<u>ด้านผลิตภัณฑ์</u>					
- คุณภาพของแก๊สโซฮอล์					
- ผลกระทบของแก๊สโซฮอล์ที่มีต่อ เครื่องยนต์					
- ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตราผู้ ให้บริการ					
<u>ด้านราคา</u>					
- ราคาแก๊สโซฮอล์มีความเหมาะสม					
<u>ด้านสถานที่</u>					
- ความเพียงพอของปั๊มน้ำมันในการเติม แก๊สโซฮอล์					
- ความสะอาดและทันสมัยของปั๊มน้ำมัน					
<u>ด้านการส่งเสริมการขาย</u>					
- การโฆษณาทางสื่อมีผลต่อการตัดสินใจ ใช้แก๊สโซฮอล์					
- การแจกของแถมหากเติมน้ำมันครบตาม จำนวน					

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

คณะผู้ศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้