

SCOM

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์  
นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่**

**นางสาวแสงเดือน ไชยกุล**

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาการบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2551

**Factor Affecting Gasohol Buying Decision of Car Driver in Chiangmai Province**

**Miss Sangduean Chaikul**

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for

the Degree of Master Business Administration

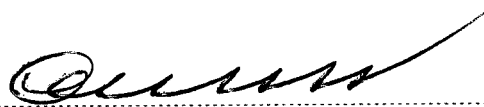
School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2008

หัวข้อการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ      ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ของ  
ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่  
ชื่อและนามสกุล      นางสาว แสงเดือน ไชยกุล  
แขนงวิชา      บริหารธุรกิจ  
สาขาวิชา      วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์ ดร. เชาวน์ โจรนแสง

คณะกรรมการสอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาคั่นคว่ำอิสระ  
ฉบับนี้แล้ว



ประธานกรรมการ


(รองศาสตราจารย์ ดร. เชาวน์ โจรนแสง)



กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร)

คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ อนุมัติให้รับการศึกษา  
คั่นคว่ำอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช



(รองศาสตราจารย์อังฉรา ชีวะตระกูลกิจ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ ๑๕ เดือน ก.พ พ.ศ. ๒๕๖๒

ชื่อการศึกษา **คั่นคว่ำอิสระ**      ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่  
 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่  
 ผู้ศึกษา      นางสาว แสงเดือน ไชยกุล ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา      รองศาสตราจารย์ ดร. เขาว์ โรจนแสง ปีการศึกษา 2551

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ(1)เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่(2)เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่(3)เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลใน จังหวัดเชียงใหม่ (4) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

กลุ่มตัวอย่างคือผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งได้สุ่มตัวอย่างจาก25อำเภอรวมทั้งสิ้น398คนเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในจังหวัดเชียงใหม่และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Pearson Chi-square

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เป็นเพศชาย 58.0 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 38.2 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 41.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.5 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000บาทร้อยละ49.0 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .405) โดยปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .560) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .482) และ พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แตกต่างกัน พบว่า ทุกระดับการศึกษาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ ยกเว้นสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ การศึกษาระดับประถมศึกษา เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน ส่วนระดับมัธยมศึกษา อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีพบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง เหตุผลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่า ทุกระดับการศึกษาใช้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ยกเว้นการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง ทุกระดับการศึกษาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท ยกเว้น การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท

คำสำคัญ      แก๊สโซฮอล์ ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล เชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาครั้งนี้ว่าอิสระฉบับนี้ สำเร็จด้วยความกรุณาเป็นอย่างดียิ่งจาก  
รองศาสตราจารย์ ดร. เชาวน์ โจรจนแสง อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นตลอดจน  
การแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยการเอาใจใส่ และใกล้ชิดตลอดมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา  
ขอขอบพระคุณเพื่อนๆ ที่สนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจเสมอมา  
ขอขอบพระคุณผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็น  
อย่างดียิ่ง

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณาจารย์  
สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้และให้  
คำปรึกษาแก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาการศึกษา

แสงเดือน ไชยกุล  
พฤศจิกายน 2551

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญตาราง .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
วัตถุประสงค์ในการวิจัย .....	2
กรอบแนวคิดการวิจัย .....	2
สมมติฐานการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
ประเด็นปัญหาในการวิจัย .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของผลการวิจัย .....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	7
แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง .....	7
ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค .....	7
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค .....	11
กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ .....	18
ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด .....	19
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ .....	22
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	36
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล .....	37

สารบัญ( ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	39
ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	40
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์.....	42
ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์.....	46
ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยการแจกแจงความถี่แบบ 2 ทาง.....	52
ส่วนที่ 5 สมมติฐานการวิจัย.....	101
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	108
สรุปผลการวิจัย.....	108
การอภิปรายผล.....	113
ข้อเสนอแนะ.....	116
บรรณานุกรม.....	119
ภาคผนวก.....	120
ก การคำนวณประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	121
ข ข้อมูลแสดงปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ของประเทศไทย.....	120
ค แบบสอบถาม.....	127
ประวัติผู้ศึกษา.....	134

## สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	สถานที่การเก็บตัวอย่างทั้ง 25 อำเภอในจังหวัดเชียงใหม่.....	35
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป.....	40
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานีสาน้ำมันที่ นิยมใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ .....	42
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์.....	42
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับ การ เจาะงยี่ห้อน้ำมัน .....	43
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์.....	43
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกสถานีสาน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์.....	44
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ .....	44
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุด ในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ .....	45
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์แต่ละครั้ง.....	45
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบ ว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ .....	46
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้าน ภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ เลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์.....	46
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ .....	47
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามปัจจัย ด้านราคา.....	49



## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	50
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด.....	51
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	52
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	53
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ จำแนกตามเพศ.....	54
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	54
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	55
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	56
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	56
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ.....	57
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ.....	58
ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ.....	60
ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ จำแนกตามอายุ.....	61
ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ.....	62
ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ.....	63
ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ.....	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอายุ.....	66
ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แต่ละครั้ง จำแนกตามอายุ.....	67
ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอายุ.....	69
ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานให้บริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	70
ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์จำแนกตามอาชีพ ..	71
ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับการเจาะจงยี่ห้อ จำแนกตามอาชีพ.....	72
ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	73
ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	74
ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	75
ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	77
ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แต่ละครั้ง จำแนกตามอาชีพ.....	78
ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามอาชีพ.....	79
ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	81
ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับการเจาะงัยหื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	83
ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	83
ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	84
ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	85
ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	86
ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แต่ละครั้ง จำแนกตามระดับการศึกษา .....	87
ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามระดับการศึกษา .....	89
ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	90
ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	91
ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับการเจาะงัยหื้อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	92
ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	93
ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	94
ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	95
ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ แก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	97

## สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์แต่ละครั้ง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	98
ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมัน แก๊ส โซฮอล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	100
ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ .....	101
ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอายุ .....	102
ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ .....	103
ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา .....	104
ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน .....	105
ตารางที่ 4.65 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะ .....	106

## สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบแนวคิดของตัวแปรที่ศึกษา.....	4
ภาพที่ 2.1	แสดงรูปแบบจำลองพฤติกรรมก้าวร้าว.....	8
ภาพที่ 2.2	แสดงประเภทของพฤติกรรมก้าวร้าว.....	18
ภาพที่ 2.3	แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจก้าวร้าว.....	18

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในการดำเนินชีวิต ปัจจุบันน้ำมันเชื้อเพลิงถือว่าเป็นพลังงาน ที่มีความสำคัญมาก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม รวมทั้งการใช้ในชีวิตประจำวัน แต่จากสถานการณ์ราคาน้ำมัน ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในครั้งที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันนี้ได้ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ และการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศไทยอย่างมาก

จากข้อมูลสถานการณ์พลังงานไทยในปี 2550 และแนวโน้ม ปี 2551 ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน พบว่าอัตราการใช้การผลิตและการนำเข้าพลังงานพาณิชย์มีอัตราเพิ่มอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพลังงานที่ได้จากการนำเข้าน้ำมันดิบในปี 2550 ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกพุ่งสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ โดยในช่วงเดือน เมษายน – สิงหาคม 2550 ราคาน้ำมันดิบดูไบอยู่ในระดับ 64-69 เหรียญดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล และเพิ่มสูงขึ้นกว่า 86 เหรียญดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรลในช่วงเดือน พฤศจิกายน 2550 ซึ่งในปี 2551 ราคาน้ำมันดิบมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน, ปี 2551: ออนไลน์)

จากสถานการณ์ดังกล่าวรัฐบาลได้พยายามให้ความช่วยเหลือในหลายๆด้านเช่นการตั้งกองทุนน้ำมันและการวางแผน การปรับขึ้นราคาน้ำมันในลักษณะค่อยเป็นค่อยไปนอกจากนี้ได้สนับสนุนให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ที่เกิดจากแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่ทรงเล็งเห็นความทุกข์ยากของประชาชน เนื่องจากราคาน้ำมันพุ่งสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ คือ น้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการนำน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วผสมกับเอทานอล หรือที่เรียกกันว่าเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5% ในอัตราส่วน 10% จึงได้ออกมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 และ 91 โดยยังคงคุณสมบัติในการใช้งานกับเครื่องยนต์ เช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน 95 และ 91 ซึ่งมีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนดของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน และสามารถใช้ทดแทนน้ำมัน 95 ธรรมดาได้ตามข้อกำหนดของธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน และสามารถใช้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่มีระบบเชื้อเพลิง แบบหัวฉีดซึ่งผลของการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ จะทำให้ประเทศประหยัด ต่อ การนำเข้าน้ำมันอีกทั้งยังส่งผลให้การผลิตทางการเกษตรบางประเภทเช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว

ข้าวโพด กากน้ำตาล มันเทศ มันฝรั่ง ข้าวสาลี เป็นต้น มีราคาสูงขึ้นเนื่องจากเป็นวัตถุดิบสำหรับการผลิตเอทานอลเพื่อใช้ผสมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, 2548 :ออนไลน์)

จากปัจจัยดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลใน จังหวัดเชียงใหม่ สำหรับข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคใน จังหวัดเชียงใหม่

ในส่วนผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลจะสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปเปรียบเทียบคุณภาพกับราคาและผลกระทบต่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เพื่อใช้พิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และในส่วนของหน่วยงานของรัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนรณรงค์ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

2.2 เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

2.3 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

2.4 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่

## 3. กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดความคิดเห็นและทฤษฎีต่างๆ มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

3.2 ทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค

3.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

3.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

3.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษา ว่ามีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยตั้งสมมติฐานทางการวิจัยไว้ดังนี้

4.1 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

#### 5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

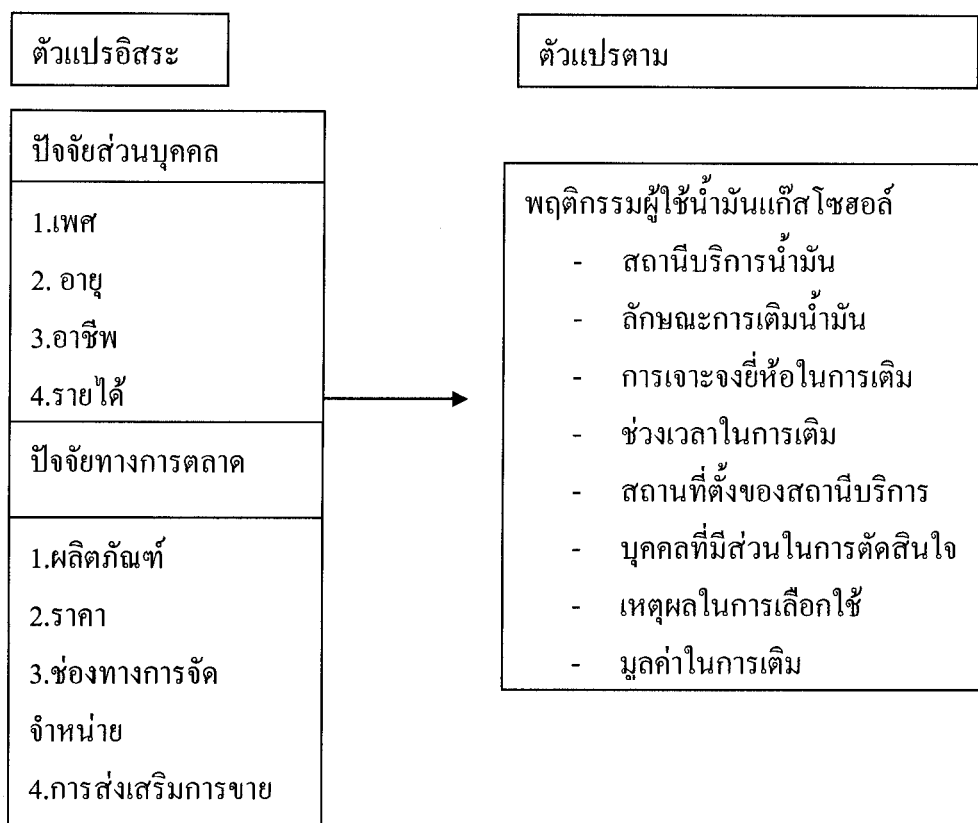
5.1 การวิจัยนี้ เป็นการศึกษา พฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ในการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และวุฒิการศึกษา และเป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่

5.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนทั่วไปซึ่งเป็นผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนซึ่งมีจดทะเบียนรถอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 163,647 คัน ( ที่มา: ฝ่ายทะเบียนรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ , 2551 )

5.3 พื้นที่ที่ทำการศึกษา คือ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมี 25 อำเภอ ซึ่งมีความหลากหลายของประชากร และมีปริมาณการใช้รถยนต์อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างสูง และกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 398 ราย ได้มาโดยใช้การคำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนตัวอย่างของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จำนวน 398 คัน



#### 5.4 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดของตัวแปรที่ศึกษา

5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้คือตั้งแต่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2551- ตุลาคม พ.ศ. 2551 รวมระยะเวลาทั้งหมด 5 เดือน

#### 6. ประเด็นปัญหาในการวิจัย

โดยผู้วิจัยได้กำหนดประเด็นปัญหาของการวิจัยดังนี้คือ

6.1 พฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นอย่างไร

6.2 ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ต่างกัน

6.3 ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

## 7. นิยามศัพท์เฉพาะ

7.1 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (Gasohol) หมายถึง น้ำมันที่เกิดจากการผสมของน้ำมันเบนซินกับเอทานอลที่มีความบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 หรือเอทิลแอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ที่ผลิตได้จากผลผลิตทางการเกษตร ผ่านกระบวนการหมัก กั่นและทำให้บริสุทธิ์ มีสูตรโมเลกุลคือ  $C_2H_5OH$  และมีลักษณะเป็นของเหลวใสไม่มีสี จุดเดือดประมาณ 78 องศาเซลเซียส คัดไฟง่าย โดยนำมาใช้เพื่อทดแทนสาร MTBE (Methyl Tertiaryn Butyl Ether) ซึ่งเป็นสารที่ใช้ผสมในน้ำมันเบนซินเพื่อเพิ่มค่าออกเทน ซึ่งมีคุณสมบัติเทียบเท่าน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน 95 แต่มีข้อดีกว่า คือ ทำให้การเผาไหม้สะอาดและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงลดการก่อให้เกิดมลพิษในอากาศ

7.2 ผู้ขับขี่รถยนต์ หมายถึง ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

7.3 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นผู้ที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

7.4 พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของบุคคลที่จะประเมินผลและให้ได้ว่าซึ่งการใช้สินค้าและบริการในลักษณะดังต่อไปนี้

- สถานีบริการน้ำมันที่เลือกซื้อ
- ลักษณะการเติมน้ำมัน
- การเจาะจงยี่ห้อในการเติม
- ช่วงเวลาในการเติม
- สถานที่ตั้งของสถานีบริการ
- บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ
- เหตุผลในการเลือกซื้อ
- มูลค่าในการเติม
- ประเภทของสื่อ

7.5 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง สถานภาพส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ วุฒิการศึกษา และรายได้

## 8. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นประโยชน์กับหน่วยงานต่าง ๆ ดังนี้

8.1 ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายน้ำมัน สามารถนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการพัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ด้านส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคเพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

8.2 ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล สามารถนำผลการวิจัยนี้เปรียบเทียบคุณภาพกับราคาและผลกระทบต่อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เพื่อใช้พิจารณาในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

8.3 หน่วยงานของรัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการวางแผนรณรงค์ ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเอกสารและผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยสรุปและกำหนดประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.1.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ
- 2.1.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 2.1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์

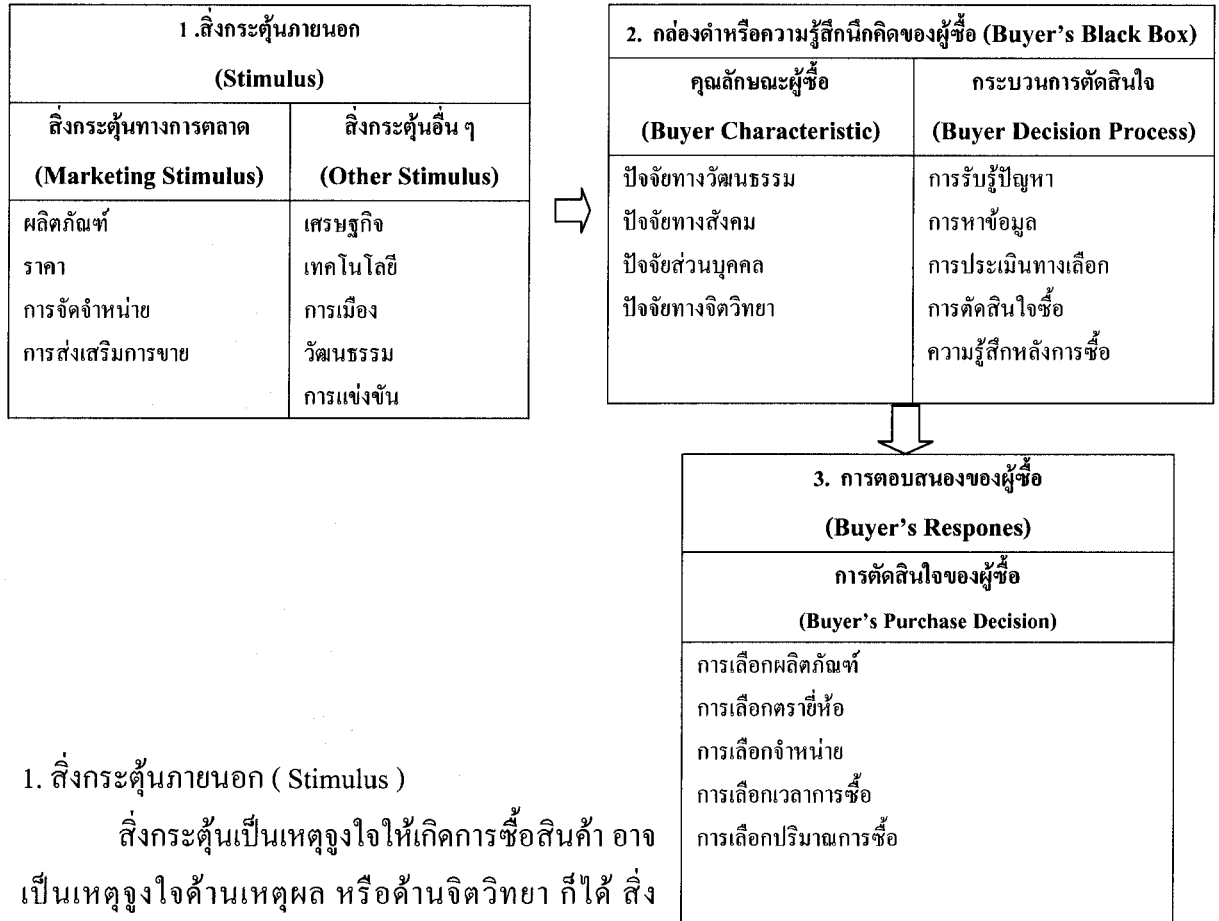
#### 2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่

##### 2.2.1 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

โดยผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Theory) เฟรดเดริก เฮร์ซเบิร์ก ซึ่งเป็นผู้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจแบบสองปัจจัย ซึ่งแยกปัจจัยที่เรียกว่าสิ่งที่สร้างความไม่พอใจ และสิ่งที่สร้างความพอใจและการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้ทราบเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งมีเหตุจูงใจมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากคุณลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อเอง ทำให้เกิดการตอบสนอง หรือการตัดสินใจซื้อโดยจะอธิบายได้จากรูปแบบจำลองพฤติกรรมการซื้อ

1. สิ่งกระตุ้นภายนอก ( Stimulus )
2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)
3. การตอบสนองของผู้ซื้อ(Buyer's Response)หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ

ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบจำลองพฤติกรรมผู้บริโภค



1. สิ่งกระตุ้นภายนอก ( Stimulus )

สิ่งกระตุ้นเป็นเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้า อาจเป็นเหตุจูงใจด้านเหตุผล หรือด้านจิตวิทยา ก็ได้ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกิดจากการจัดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) โดยนักการตลาด ซึ่งประกอบด้วยสิ่งกระตุ้นทางด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นด้านราคา สิ่งกระตุ้นด้านการจัดจำหน่าย และสิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ( Other Stimulus ) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกที่ควบคุมไม่ได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่เติบโต รายได้ของผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

1.3 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีด้านการนำรหัสแถบ (Barcode) และบัตรเครดิตมาใช้บริการ สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง เช่นกฎหมายเพิ่มลดภาษีสินค้าก็จะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่นขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ในเทศกาลต่างๆจะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นๆ และสิ่งกระตุ้นทางแข่งขัน เช่น การแข่งขันที่รุนแรง ทำให้ผู้บริโภคเร่งการซื้อหรือซื้อในปริมาณที่มากขึ้นได้

## 2. กล่องดำหรือความรู้สึกลึกลับของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box)

หมายถึง สิ่งที่สามารถจะไขปริศนาได้ว่า ทำไมผู้บริโภคจึงมีพฤติกรรมแบบนั้น แบบนี้ กล่องดำประกอบด้วยองค์ประกอบใหญ่ 2 ส่วนคือ คุณลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 2.1 คุณลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ประกอบด้วย

1. ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factor) วัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในกลุ่มไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการพื้นฐาน และพฤติกรรมของบุคคลโดยบุคคลจะเรียนรู้เรื่องค่านิยม ทศนคติ ความชอบ การรับรู้ และมีพฤติกรรมอย่างไรนั้นจะต้องผ่านกระบวนการทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว และสถาบันต่างๆ ในสังคม คนที่ที่อยู่ในวัฒนธรรมต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกัน

วัฒนธรรมแบ่งออกได้เป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมกลุ่มย่อยและชนชั้นทางสังคม

- วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นสิ่งกำหนดความต้องการซื้อ และพฤติกรรมการซื้อของบุคคล เช่นลักษณะนิสัยคนไทย เป็นคนรักพวกพ้อง มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

- วัฒนธรรมกลุ่มย่อย มีรากฐานจากเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว และภูมิภาคที่แตกต่างกัน เป็นต้น กลุ่มย่อยนี้มีข้อปฏิบัติทางวัฒนธรรมทางสังคมที่แตกต่างกันไปจากกลุ่มอื่น ทำให้มีผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ ความต้องการ แบบแผนการบริโภค แตกต่างกันด้วย

- ชั้นทางสังคม เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคม จากระดับสูงไปสู่ระดับต่ำ โดยใช้ลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ฐานะ รายได้ ตระกูล หรือ ชาติกำเนิด ตำแหน่งหน้าที่ บุคลิกลักษณะของบุคคลเพื่อที่จะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาด ชั้นทางสังคมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงอาชีพ รายได้ ตำแหน่งหน้าที่การงานของบุคคลในสังคม วัฒนธรรมย่อยของบุคคลในแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ และชั้นของสังคม หมายถึง การแบ่งสมาชิกของสังคมออกเป็นระดับที่ต่างกันกำหนดกลยุทธ์การตลาดต้องให้สอดคล้องกับค่านิยมในวัฒนธรรม

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานะ ของผู้ซื้อสินค้า

- กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วย ซึ่งกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล ตัวอย่างกลุ่มอ้างอิง ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมสถาบัน คารานักแสดง เป็นต้น

- ครอบครัว บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล เพราะสมาชิกในครอบครัวถือเป็นกลุ่มอ้างอิงกลุ่มแรกที่มีอิทธิพลโดยตรง ต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคล

- บทบาทและสถานะ บุคคลจะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนหลายกลุ่มซึ่งแต่ละบุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่นเป็นผู้ริเริ่ม ผู้ตัดสินใจ ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลทางด้านต่างๆ ได้แก่ ฐานะ รายได้ หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ การศึกษา รสนิยมรูปแบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดส่วนบุคคล ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological Factor) การซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ความต้องการ การมุ่งใจ บุคลิกภาพ การรับรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อและทัศนคติ

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วย ขั้นตอน คือการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ หรือประกอบขึ้นด้วย 5 ขั้นตอน คือความรู้สึกรู้สึกต้องการ ความต้องการก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมในการใช้ หรือ ความรู้สึกหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจประเด็นต่างๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) ตัวอย่าง การเลือกซื้อแก๊สโซฮอลล์

3.2 การเลือกตราชื่อ (Brand Choice) ตัวอย่าง เช่น ปัม เชลล์ เอสโซ่ ปตท. บางจาก เป็นต้น

3.3 การเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย (Dealer Choice) ตัวอย่าง สื่อต่าง สื่อโฆษณา จากพนักงานขาย เป็นต้น

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing) ตัวอย่าง ซื้อเมื่อน้ำมันใกล้หมด ซื้อเมื่อถึงครบกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ หรือซื้อเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น เป็นต้น

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount) ตัวอย่าง ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งคิดเป็นมูลค่าเท่าไร เป็นต้น

## 2.1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (The Major Factors Influencing Buying Behavior)

พฤติกรรมผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม, ปัจจัยทางสังคม, ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางจิตวิทยา

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม โดยที่พบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่กว้างและลึก โดยจะพิจารณาถึงบทบาทของวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย(Subculture) และชนชั้นทางสังคม(Social Class)

วัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของมนุษย์ วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง รูปแบบหรือวิถีการดำเนินชีวิตที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับ ซึ่งประกอบไปด้วยค่านิยม การแสดงออก การใช้วัสดุสิ่งของ

1.1 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ซึ่งเป็นตัวกำหนดการจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมย่อยหมายถึงชนชาติ (Nationalities), ศาสนา (Religions), กลุ่มชาติพันธุ์ (Nation groups), พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographic regions) ที่มีวัฒนธรรมย่อยหลายวัฒนธรรมที่ประกอบกันเป็นส่วนตลาดที่มีความสำคัญ ซึ่งนักการตลาดจะต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และจัดกิจกรรมทางการตลาดของตนให้สอดคล้องกับความต้องการตลาดดังกล่าวว่าวัฒนธรรมย่อยแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรมการซื้อและการบริโภคสินค้าแตกต่างกัน และในกลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน การเสนอขายผลิตภัณฑ์ในเขตท้องถิ่น จะต้องคำนึงถึงว่าเป็นที่ต้องการของวัฒนธรรมย่อยหรือไม่ และต้องคำนึงถึงว่าผลิตภัณฑ์นั้น ไม่ขัดต่อวัฒนธรรมกลุ่มย่อยนี้

1.2 ชนชั้นทางสังคม (Social Class) สังคมมนุษย์ทุกแห่งล้วนมีการแบ่งลำดับชั้นทางสังคมทั้งสิ้น โดยบางครั้งอาจออกมาในรูปวรรณะ ซึ่งสมาชิกในแต่ละวรรณะจะมีบทบาทที่ชัดเจนแน่นอน และไม่สามารถเปลี่ยนแปลงสถานภาพเป็นสมาชิกของตนได้ แต่ที่พบเห็นบ่อยครั้งจะอยู่ในรูปของชนชั้นทางสังคม โดยสมาชิกจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ชั้นทางสังคมมิได้สะท้อนถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีตัวบ่งชี้อื่นๆ อีก เช่น อาชีพ การศึกษา ชาติ



กำเนิด และสถานที่ที่อยู่อาศัย บุคลิกลักษณะของบุคคล บุคคลในแต่ละชั้นของสังคมจะมีความแตกต่างกันในการแต่งกาย การพูดจา ความชอบ และลักษณะเฉพาะอื่น ๆ การศึกษาชั้นของสังคมจะเป็นแนวทางในการแบ่งส่วนตลาดและกำหนดตลาดเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของตลาดเป้าหมาย รวมทั้งจัดส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการได้ถูกต้อง

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง (Reference groups) ครอบครัว (Family) ตลอดจนบทบาทและสถานภาพทางสังคม (Social roles and status)

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อทัศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม และพฤติกรรมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ กลุ่มปฐมภูมิ (Primary Groups) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนสนิท และเพื่อนบ้าน และกลุ่มทุติยภูมิ (Secondary Groups) ได้แก่ กลุ่มบุคคลชั้นนำในสังคม เพื่อนร่วมอาชีพและร่วมสถาบัน บุคคลกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม เป็นต้น

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของครอบครัว การเสนอขายสินค้าอุปโภคบริโภคก็ต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรป ซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานภาพทางสังคม (Roles and Statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่น ในการเสนอขายวิธีโอของครอบครัวหนึ่งจะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาท เป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจในการซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลด้วย เช่น ลำดับชั้นวงจรชีวิต และอายุของผู้ซื้อ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การศึกษา รูปแบบการดำรงชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพ และแนวความคิดส่วนบุคคล

3.1 อายุและลำดับขั้นในวงจรชีวิต (Age and Stage in Life Cycle) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน ทั้งอาหาร, เครื่องนุ่งห่ม, เฟอร์นิเจอร์ และรายการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่น เป็นต้น ลำดับขั้นในวงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) ก็เป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการในผลิตภัณฑ์และพฤติกรรม

การซื้อที่แตกต่างกัน ของวัฏจักรชีวิตครอบครัวประกอบด้วย 9 ขั้นตอน แต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน คือ

ขั้นที่ 1 ขั้นตอนคนโสดและอยู่ในวัยหนุ่มสาว ไม่พักอาศัยที่บ้าน (The Bachelor Stage) รูปแบบการซื้อหรือพฤติกรรม คือเป็นผู้บริโภคที่มีภาระด้านการเงินน้อย เป็นผู้นำแฟชั่น ชอบการสนทนาการ มักจะซื้อ เครื่องใช้เครื่องครัว เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ในการเล่นเกม การพักผ่อน

ขั้นที่ 2 คู่แต่งงานใหม่ อยู่ในวัยหนุ่มสาวและยังไม่มีบุตร (Newly Married Couples) รูปแบบการซื้อหรือพฤติกรรม คือเป็นผู้บริโภคที่มีภาระด้านการเงินดีมากกว่า ในอนาคตอันใกล้มีอัตราการซื้อสูงสุด และ มักจะซื้อผลิตภัณฑ์คงทนเฉลี่ยสูงสุด เช่น รถยนต์ ตู้เย็น เตาอบ และเฟอร์นิเจอร์ที่มีความคงทนสวยงาม การพักผ่อน

ขั้นที่ 3 ครอบครัวเต็มรูปแบบที่ 1 ที่มีบุตรเล็กอายุต่ำกว่า 6 ขวบ อาศัยอยู่ด้วยกัน (Full Nest I) รูปแบบการซื้อหรือพฤติกรรม คือเป็นผู้บริโภคมีการจัดซื้อภายใน ทรัพย์สินเงินสดต่ำกว่าขั้นที่ 2 มักยังไม่พอใจในตำแหน่ง ทางการเงิน และจำนวนเงินฝากสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีการโฆษณา มักจะซื้อสินค้าถาวรที่ใช้ในบ้าน เช่น เครื่องซักผ้า เครื่องดูดฝุ่น ทีวีและยังซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น อาหารเด็ก ยาแก้ไอ วิตามิน ตุ๊กตา เสื้อผ้า และของเด็กเล่น รถยนต์สำหรับครอบครัว รวมทั้งจะมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นพิเศษ

ขั้นที่ 4 ครอบครัวเต็มรูปแบบที่ 2 ที่มีบุตรอายุตั้งแต่ 6 ขวบ ขึ้นไป (Full Nest II) มีฐานะการเงินที่ดีกว่า ไม่ค่อยได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา ซื้อสินค้าที่มีขนาดใหญ่จำนวนมาก มักจะซื้ออาหารจำนวนมาก ซื้อจักรยาน ต้องการเรียนดนตรี เรียนเปียโน และภรรยาอาจจะทำงานด้วยเพราะบุตรเข้าโรงเรียนแล้ว สินค้าที่บริโภคได้แก่ อาหาร เสื้อผ้า เครื่องเขียน แบบเรียน และรายการพักผ่อนหย่อนใจสำหรับบุตร

ขั้นที่ 5 ครอบครัวเต็มรูปแบบที่ 3 คู่แต่งงานวัยสูงอายุซึ่งมีบุตรโตแล้วอาศัยอยู่ด้วยแต่พวกเขายังไม่แต่งงาน (Full Nest III) มีฐานะการเงินที่ยังดีกว่า ลูกๆ บางคนมีงานทำแล้วแทบจะไม่ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาเลยการซื้อโดยเฉลี่ยส่วนมาก มักเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงทนมักจะซื้อเฟอร์นิเจอร์ที่มีรสนิยมนมากกว่า ชอบท่องเที่ยวทางรถยนต์ ซื้อเครื่องมือเครื่องใช้ที่ไม่จำเป็น ใช้ บริการด้านทันตกรรม ซื้อนิตยสาร ชอบการพักผ่อนและการท่องเที่ยวที่หรูหรา บ้านขนาดใหญ่กว่าเดิม

ขั้นที่ 6 ครอบครัวที่มีช่องว่างแบบที่ 1 คู่แต่งงานวัยสูงอายุที่ไม่มีบุตรอาศัยอยู่ด้วย และหัวหน้าครอบครัวยังอยู่ในวัยทำงาน (Empty Nest I) ความเป็นเจ้าของบ้านอยู่ในขั้นสูงสุด มีความพึงพอใจ ด้านการเงินมีมากที่สุดและมีเงินฝาก สนใจการท่องเที่ยว การสนทนา การศึกษาด้วยตัวเอง มีการให้ของขวัญและช่วยเหลือต่างๆ ไม่สนใจผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักจะซื้อพาร์ตเมนต์ ชอบการเดินทาง พักผ่อน บริจาค ทรัพย์สินบำรุงศาสนา อาจจะมีการปรับปรุงซ่อมแซมบ้าน

ขั้นที่ 7 ครอบครัวที่มีช่องว่างแบบที่ 2 คู่แต่งงานวัยสูงอายุที่ไม่มีบุตรอาศัยอยู่ด้วย และหัวหน้าครอบครัวปลดเกษียณแล้ว (Empty Nest II) กลุ่มนี้รายได้ลดลง มักจะดูแลรักษาบ้าน อาศัยอยู่ในบ้าน มักจะซื้อ เครื่องมือ เครื่องใช้ ยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ

ขั้นที่ 8 การมีชีวิตอย่างสันโดษ อยู่ในวัยทำงาน อยู่ (Solitary Survivors, in labor force) ยังมีรายได้อยู่ในระดับดี แต่มักจะขายบ้าน

ขั้นที่ 9 การมีชีวิตอย่างสันโดษ ที่ปลดเกษียณแล้ว (Solitary Survivors, retired) มีรายได้จำกัด มีความต้องการผลิตภัณฑ์ และด้านการแพทย์ ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่ารักษาพยาบาล มีความต้องการพิเศษด้านความเอาใจใส่ ความรักและความมั่นคง

3.2 อาชีพและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Occupation & Economic Circumstances) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็น ความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน เช่น พนักงานบริษัทจะซื้อชุดทำงานและสินค้าจำเป็นประจำวันมากกว่าบริษัทจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน ซึ่งนักการตลาดจะพยายามศึกษาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีบุคคลในอาชีพไหนสนใจเป็นพิเศษ เพื่อที่จะจัดกิจกรรมทางการตลาดให้สนองความต้องการให้เหมาะสม

การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (Product choice) จะได้รับผลกระทบโดยตรงจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) ของบุคคล ซึ่งประกอบด้วย รายได้ การออม สินทรัพย์หนี้สิน อำนาจในการกู้ยืม และทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงินและออมเงิน นักการตลาดของสินค้าที่ยอดขายเปลี่ยนแปลงตามรายได้ต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมเงิน และอัตราดอกเบี้ยถ้าดัชนีทางเศรษฐกิจชี้ว่าจะมีการถดถอยนักการตลาดจะสามารถรับแผนการตลาดได้ทัน

3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) รูปแบบการดำเนินชีวิตขึ้นกับวัฒนธรรมย่อย ชนชั้นทางสังคมและกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของ

บุคคลขึ้นอยู่กับ การดำเนินชีวิต ตัวอย่างรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวข้องกับการบริโภคสินค้า เช่น คนที่ชอบเที่ยวกลางคืนจะชอบการพักผ่อนหย่อนใจและการบริโภคอาหารนอกบ้าน ส่วนคนที่สมถะจะบริโภคสินค้าที่จำเป็นและอ่านหนังสือ เป็นต้น

3.4 บุคลิกภาพและแนวความคิดส่วนบุคคล (Personality and Self Concepts) ทุกคนจะมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันและจะมีผลต่อพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกัน นักการตลาดพยายามที่จะสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้ตรงกับแนวความคิดส่วนบุคคลของตลาดเป้าหมาย

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors) การซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยด้านจิตวิทยา 6 ด้าน ได้แก่

4.1 ความต้องการ (Needs) หมายถึง สิ่งที่สามารถทำให้มนุษย์ปฏิบัติการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการจัดลำดับความต้องการของผู้บริโภค ตามทฤษฎีของ Maslow (Hierarchy of Needs) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ช่วยให้นักการตลาดจัดวางผลิตภัณฑ์แต่ละตัวให้เป็นไปตามแผน เป้าหมายและการดำรงชีวิตของผู้บริโภค โดยมาสโลว์ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

4.1.1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการในปัจจัย 4 ซึ่งเป็นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้มีชีวิตรอด ได้แก่ อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค

4.1.2 ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) เป็นความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่โดยปราศจากความกลัว ความเจ็บปวด ความไม่สะดวกสบาย

4.1.3 ความต้องการด้านความรัก (Belonging and Love Needs) คือความต้องการของมนุษย์ ที่อยากจะเป็นที่ยอมรับ ได้รับความรัก ความพึงพอใจจากผู้อื่น

4.1.4 ความต้องการชื่อเสียงเกียรติยศ (Esteem Needs) เป็นความต้องการให้ได้รับการยกย่อง มนุษย์ทุกคนต้องการเกียรติยศชื่อเสียงและการเป็นผู้ที่ผู้อื่นระลึกถึง

4.1.5 ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง (Self Actualization) มาถึงจุดหนึ่งมนุษย์จะไม่แคร์ว่าคนอื่นจะมองตนเองว่าอย่างไร แต่เขาจะเริ่มรักตัวเองและมองหาสิ่งที่จะสร้างความภูมิใจให้กับตัวเอง อยากรู้ก็ดีมีมนุษย์ยังมีความสำนึกผิดที่คัดค้านอยู่ในใจมิให้ทะเลาะท้าวานและมองตัวเองมากเกินไป

4.2 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งเร้า หรือ พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคล และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น ไม่เช่นนั้นจะเกิดความเครียด (Tension) หรือ

เกิดความไม่สบายกายหรือไม่สบายใจได้ นักการตลาดต้องศึกษาถึงพลังสิ่งกระตุ้นหรือความต้องการที่อยู่ภายในตัวมนุษย์เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการนั้น ซึ่งทฤษฎีของเฮอริชเบอร์ก (Herzberg's Theory) เฟรดริก เฮอริชเบอร์ก ได้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจ แบบสองปัจจัย ซึ่งแยกปัจจัยที่เรียกว่าสิ่งที่สร้างความไม่พอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความไม่พอใจ) และสิ่งที่สร้างความพอใจ (ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพอใจ)

4.3 บุคลิกภาพ (Personal) หมายถึง คุณลักษณะทางจิตวิทยาของปัจเจกชนที่แสดงออกมาซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างปฏิกิริยาที่ตอบโต้กับสิ่งแวดล้อม

บุคลิกภาพยังเป็นตัวแปรที่มีประโยชน์ต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยที่สามารถจำแนกประเภทของบุคลิกภาพได้ และมีความสัมพันธ์ร่วมกันเกิดขึ้นระหว่างบุคลิกภาพประเภทหนึ่งกับการเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างเช่น บริษัทคอมพิวเตอร์อาจพบว่ากลุ่มลูกค้าที่คาดหวังหลายกลุ่มรายได้แสดงออกถึงความมั่นใจในตัวเองสูง ความมีอำนาจเหนือกว่าความมีอิสระซึ่งจะบอกให้รู้ว่าควรจะออกแบบโฆษณาออกมาในลักษณะใด

4.4 การเรียนรู้ (Learning) เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้น หรือสิ่งเร้า (Stimulus) ผ่าน เข้ามาในความรู้สึกนึกคิดและเกิดการตอบสนอง (Response) การตอบสนองของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายนอกและภายใน ตลอดจนประสบการณ์ในอดีต ดังนั้นทฤษฎีการเรียนรู้ได้สอนให้นักการตลาดได้รู้ว่า พวกเขาจะสร้างความต้องการในผลิตภัณฑ์ได้จากการเชื่อมโยงแรงขับที่มีพลัง ใช้สัญญาณจูงใจและแรงเสริมในทางบวกที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและนักการตลาดจึงจัดสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์และสิ่งกระตุ้นด้านโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การโฆษณาซ้ำแล้วซ้ำอีก การจัดกิจกรรมลด แลก แจก แถม เป็นต้น

4.5 การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการซึ่งบุคคลได้เลือกสรร จัดระเบียบและตีความหมายข้อมูลที่ได้รับเพื่อแปรเป็นความเข้าใจ การรับรู้เป็นกระบวนการของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นกับความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ และอารมณ์ ฯลฯ และยังขึ้นกับปัจจัยภายนอก คือ สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ซึ่งผ่านเข้ามากระทบความรู้สึกจากประสาทสัมผัส แต่ละบุคคลจะมีการรับรู้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่างกัน ซึ่งมาจากกระบวนการการรับรู้ 3 กระบวนการ ดังนี้

4.5.1 การเลือกที่จะสนใจ (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะสนใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น สิ่งเร้าที่ตรงกับความต้องการ

4.5.2 การเลือกที่จะบิดเบือน (Selective Distortion) ถึงแม้ว่าสิ่งกระตุ้นที่ส่งไปไม่สำเร็จผลดังที่ตั้งใจไว้ การเลือกที่จะบิดเบือน เป็นการแสดงถึงการ โน้มเอียงไปจนถึงการบิดเบือนข้อมูลให้มีความหมายส่วนตัว จากนั้นก็จะแปลข้อมูลไปในทิศทางที่จะสนับสนุนความคิดที่มีอยู่ก่อนแล้ว แต่น่าเสียดายที่นักการตลาดจำนวนน้อยที่จะสามารถดำเนินการเกี่ยวกับการเลือกที่จะบิดเบือน

4.5.3. การเลือกที่จะเก็บรักษา (Selective Retention) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคเลือกจดจำข้อมูลที่สนับสนุนความเชื่อและทัศนคติของเขา เนื่องจากการเลือกที่จะเก็บรักษานั้นคล้ายกับการจดจำในสิ่งที่ดีในผลิตภัณฑ์ที่เราชอบและลืมสิ่งที่ดีของสินค้าคู่แข่ง นักการตลาดเลือกใช้คาราและผู้มีชื่อเสียงในการ โฆษณาสินค้าและนำกลับมาฉายซ้ำอีกเพื่อให้เกิดความถี่ (Frequency) เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำจุดเด่นของสินค้าได้

4.6 ความเชื่อและทัศนคติ (Beliefs & Attitudes) ความเชื่อเป็นความคิดของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากความรู้ ความคิดเห็นหรือความเชื่อถือศรัทธา โดยอาจมีอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้ การส่งเสริมการตลาดจะต้องพยายามสร้างความเชื่อถือในภาพพจน์ของสินค้าให้เกิดขึ้น ส่วนทัศนคติ (Attitudes) เป็นแนวโน้มในการประเมินความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วตอบสนองในทางที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยากดังนั้นนักการตลาดส่วนใหญ่จะไม่พยายามเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริโภค แต่จะพยายามจะวางสินค้าของตนเองให้อยู่ตำแหน่งที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี

นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อและทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อจริงๆ อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องแยกแยะให้ได้ว่าใครเป็นผู้ทำการเลือกซื้อ รูปแบบและขั้นตอนในกระบวนการซื้อเป็นอย่างไรเราสามารถจำแนกบทบาทที่คนเราอาจตัดสินใจซื้อออกเป็น 5 บทบาท (Buying Roles) ได้ต่อไปนี้

1. ผู้ริเริ่ม (Initiator) คือ บุคคลแรกที่เสนอความคิดเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ
2. ผู้มีอิทธิพล (Influencer) คือ บุคคลที่เป็นเจ้าของความคิด หรือข้อเสนอแนะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
3. ผู้ตัดสินใจ (Decider) คือบุคคลที่ทำการตัดสินใจในส่วนใดส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ เช่น ควรซื้อหรือไม่ควรซื้ออะไร ซื้ออย่างไร และซื้อที่ไหน
4. ผู้ซื้อ (Buyer) คือ บุคคลที่กระทำการซื้อสินค้าจริง

5. ผู้ใช้ (User) คือ บุคคลที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการผลิตภัณฑ์

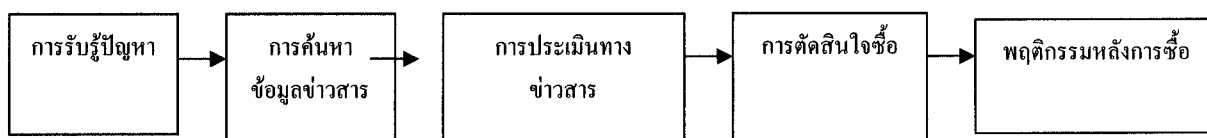
การตัดสินใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามประเภทของการซื้อและการจำแนกพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 4 ประเภท ตามระดับความผูกพันและระดับของความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่างๆ

สูง	ความผูกพัน (Involvement)	ต่ำ	
พฤติกรรมซื้อที่ซับซ้อน		พฤติกรรมซื้อที่แสวงหาความหลากหลาย	มาก
พฤติกรรมซื้อที่ลดการไม่ลงรอยกัน		พฤติกรรมซื้อที่เป็นนิสัย	น้อย

ภาพที่ 2.2 แสดงประเภทของพฤติกรรมการซื้อ

### 2.1.3 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (The Stages of Buying Decision Proces)

ก่อนที่ผู้บริโภคจะทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ส่วนใหญ่จะผ่านกระบวนการต่าง ๆ ในแต่ละขั้นตอนดังนี้คือ



ภาพที่ 2.3 แสดงขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อปกติ

ขั้นที่ 1. การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ (Problem Recognition) อาจเกิดเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดจะต้องสามารถหาสถานการณ์หรือสิ่งกระตุ้นที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจตลอดเวลา

ขั้นที่ 2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์แล้ว จะมีการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ คือแหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน คนรู้จัก, แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ การโฆษณา พนักงานขาย ตัวแทนการค้า บรรจภัณฑ์ แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ และแหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ การสังเกตและลองใช้ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ขั้นที่ 3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) หลักเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาคือ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ จัดลำดับความสำคัญสำหรับคุณสมบัติต่าง ๆ แล้วพิจารณาอรรถประโยชน์ที่จะได้รับสำหรับคุณสมบัติแต่ละอย่างของผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบระหว่างยี่ห้อต่าง ๆ

ขั้นที่ 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) หลังจากมีการประเมินผลจากข้อ 3 ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด

ขั้นที่ 5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังจากมีการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว ความรู้สึกเช่นนี้ขึ้นกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของผู้บริโภค ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่เขาคาดหวัง เขาจะพอใจและมีการซื้อซ้ำ ถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติต่ำกว่าที่คาดหวัง เขาจะไม่พอใจและไม่ซื้ออีก

จากแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น จะนำเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ รายได้ อาชีพ สถานภาพ และระดับการศึกษา และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายมาศึกษาเท่านั้น เพราะการศึกษาให้ทราบว่าบุคคลมีความแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่างกันอย่างไรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบใดที่มีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จะทำให้สามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และสามารถใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพิ่มยอดขายต่อไป

#### 2.1.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ชุดของเครื่องมือทางการตลาดซึ่งองค์กรใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้ เครื่องมือชุดที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั้นเราแยกออกเป็น 4 องค์ประกอบอย่างกว้างๆคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place and Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เรียกสั้นๆว่า 4P's

##### 4.1 กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งใดๆ ที่กิจการนำเสนอต่อตลาด โดยมุ่งสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดนั้นๆ ผู้บริโภคหรือตลาดอาจได้รับการตอบสนองความต้องการในลักษณะต่างดังนี้ โดยการสัมผัสรับรู้ เช่น ตูสละคร ฟังดนตรี โดยการจัดหาครอบครอง เช่น การเป็นเจ้าของภาพวาดของศิลปิน โดยการใช้ เช่น ใช้ขั้วซีไปย้งสถานที่ต่างๆ (รถยนต์) ใช้พักอาศัย (บ้าน) และโดยการ



บริโภคนิยม เช่น การบริโภคนิยม ผลิตภัณฑ์ที่จัดอยู่ในกลุ่มอาหารทั้งหลาย ที่สามารถตอบสนองความต้องการ หรือความจำเป็น การตัดสินใจในลักษณะของผลิตภัณฑ์และการบริการที่จะได้รับอิทธิพลจาก พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอะไรบ้าง แล้วนักการตลาดจึงนำมา กำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ด้านต่าง ๆ โดยคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับ พฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้

- 4.1.1 ขนาด รูปร่างลักษณะ และมีคุณสมบัติอะไรบ้าง
- 4.1.2 ผลิตภัณฑ์ควรบรรจุหีบห่ออย่างไร
- 4.1.3. ลักษณะการบริการที่สำคัญของผู้บริโภคคืออะไร
- 4.1.4. การได้รับประกันและโปรแกรมการให้บริการอะไรบ้างที่ควรจัดให้
- 4.1.5. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง คืออะไร

การแบ่งกลยุทธ์การตลาดออกเป็นช่วงๆ ได้ดังนี้ คือ

1. กลยุทธ์การตลาดช่วงเจริญเติบโต (Growth) ลักษณะเด่นก็คือเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่ละราย จะปรับปรุงคุณภาพสินค้าตนเอง เริ่มเข้าตลาดของสินค้าตัวใหม่ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย มีการ โฆษณา และมีการลดราคาลงบ้าง เป็นต้น

2. กลยุทธ์การตลาดช่วงอิ่มตัว (Maturity) ลักษณะเด่นก็คือเจ้าของผลิตภัณฑ์เน้นการเพิ่ม ตลาด โดยการดึงลูกค้าของกลุ่มแข่งขันมาอยู่ด้วย ยอดขายเริ่มอิ่มตัว

3. กลยุทธ์การตลาดช่วงถดถอย ( Decline) ลักษณะเด่นก็คือ ยอดขายของผลิตภัณฑ์เริ่มตก และเจ้าของผลิตภัณฑ์เริ่มถอนตัวออกไปเนื่องจากขายได้น้อยและไม่ได้กำไรมีการตัดค่าใช้จ่าย ทางการตลาด และตามมาก็ลดราคาสินค้า เป็นต้น

#### 4.2 กลยุทธ์ราคา (Price Strategy)

ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ (สินค้า และ/หรือบริการ) โดยผู้ซื้อและผู้ขายตกลงกัน ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งของส่วนประสมทางการตลาดที่จะ ก่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค หากประเมินว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่า (Value) และก่อให้เกิด รรถประโยชน์ (Utility) เหมาะสมกับราคาหรือจำนวนเงินที่จ่ายไป เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ

ดังนั้น นักการตลาดจึงต้องคำนึงถึงมูลค่าและรรถประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ในสายตาของ ผู้บริโภคในการกำหนดราคาเพื่อยืดหลักความพึงพอใจของผู้บริโภค และการกำหนดราคาต้อง

สอดคล้องกับผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับและคุ้มค่าที่สุด เพราะมิได้หมายความว่าผู้บริโภค จะต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำเสมอไป ราคาจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในหลายๆด้านด้วยกัน เพราะราคาเป็นปัจจัยตัวเดียวใน ส่วนประสมการตลาดที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อกิจการส่วนองค์ประกอบ อื่นๆ ล้วนแล้วแต่เป็นค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

การกำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และยุทธวิธีในการกำหนดราคาจำแนกได้ 2 ประเภท

1. ปัจจัยภายในกิจการ (Internal Factor ) เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถกำหนด และควบคุมได้ ได้แก่ วัตถุประสงค์ทางการตลาด กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด ต้นทุน และผู้อำนวยการในการตัดสินใจ เกี่ยวกับราคา

2. ปัจจัยภายนอกกิจการ ( External Factors) เป็นปัจจัยที่กิจการไม่สามารถควบคุมได้แต่ต้อง คำนึงในการจัดการราคา ได้แก่ ตลาด อุปสงค์ของตลาด การแข่งขัน ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย สภาพเศรษฐกิจ รัฐบาลและจริยธรรมทางธุรกิจ

#### 4.3 กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place / Distribution Strategy)

การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย และการกระจายสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทาง การตลาด เป็นการจัดการที่เกี่ยวข้องกับ ผู้ผลิต คนกลาง หน่วยงานสนับสนุนการกระจายสินค้า และ ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำ ผู้บริโภคพึงพอใจ และองค์การการตลาดที่เกี่ยวข้องได้รับ ผลตอบแทนในระดับที่บรรลุเป้าหมายทางการตลาดของแต่ละฝ่าย ซึ่งนักการตลาดต้องมีความเข้าใจ บทบาทของช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อจะได้ออกแบบและหาวิธีการช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างมี ประสิทธิภาพที่กำลังเกิดขึ้นกับประเทศไทยเราด้วย

อีกประการหนึ่ง การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจส่วน ประสมการตลาดอื่นๆ เช่น การกำหนดลักษณะสินค้าและบรรจุภัณฑ์ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับ วิธีการจัดจำหน่าย การเลือกโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด

การตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย จึงเป็นปัญหาท้าทายนักการตลาด ให้ต้องปรับ ยุทธวิธีการจัดจำหน่ายให้สอดคล้องกับความก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงไปของคนกลางประเภทต่างๆ เทคโนโลยี และระบบข่าวสารข้อมูลที่ถูกนำมาใช้กับการจัดการการจำหน่าย พฤติกรรมผู้บริโภคที่ เน้นความรวดเร็ว และคิดค้นหาวิธีการใหม่ๆ ในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภคเพื่อให้ เกิดความแตกต่างและมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งเป็นความท้าทายที่จะชี้ชะตาความอยู่รอดของธุรกิจ และการตลาดยุคปัจจุบันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

#### 4.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy/Marketing Communications Mix)

การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior) วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารเพื่อจูงใจและเตือนความทรงจำลูกค้าเป้าหมายเกี่ยวกับบริษัทและการส่งเสริมการตลาด มี 5 เครื่องมือ ดังนี้

4.4.1 การโฆษณา (Advertising ) เป็นกิจกรรม หรือวิธีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับองค์การและ หรือ ผลิตภัณฑ์ บริการต่อสาธารณชน โดยการผ่านสื่อต่างๆซึ่งล้วนแต่ต้องใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น

4.4.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion ) เป็นกิจกรรม หรือวิธีการให้สิ่งจูงใจในระยะสั้นแก่ผู้บริโภค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลอง หรือพฤติกรรมซื้อต่อสินค้าและบริการ

4.4.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Relation and Publicity ) การออกแบบ หรือการให้ข่าวเพื่อส่งเสริมและปกป้องภาพพจน์ของสินค้า บริการ หรือองค์กร

4.4.4 การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการสื่อสารแบบเผชิญหน้าระหว่างบุคคลคือพนักงานขายกับลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำเสนอสินค้าบริการมีจุดมุ่งหมายเพื่อเกิดพฤติกรรมการซื้อหรือเพื่ออธิบาย ตอบโต้ข้อสงสัยต่างๆ จึงเป็นวิธีการสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication)

4.4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ซึ่งได้รับการนิยมใช้มากขึ้น เป็นการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า หรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งระบุได้อย่างชัดเจน โดยใช้เครื่องมือต่างๆ อาทิ การใช้โทรศัพท์ โทรสาร จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น

#### 2.1.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์

น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ เกิดขึ้นจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อปี พ.ศ. 2528 เนื่องจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเล็งเห็นว่าประเทศไทยอาจประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำมัน และปัญหาพิษผลทางการเกษตรราคาตกต่ำ จึงทรงมีพระราชดำริให้โครงการส่วนพระองค์ส่วนจิตรลดาศึกษาถึงการนำอ้อยมาแปรรูปเป็นแอลกอฮอล์ (เอทานอล) ใช้ส่วนผสมกับน้ำมันเบนซิน เป็นน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ และได้ทดลองใช้กับรถยนต์ในโครงการส่วนพระองค์ตั้งแต่ปี 2537 โดยทดสอบกับเครื่องยนต์ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ ได้ผลดีทั้งในห้วงปฏิบัติการและห้องถนนเพื่อน้อมรับแนวพระราชดำริของในหลวง มาสานต่อให้เกิดเป็นรูปธรรมในวงกว้าง บริษัทบาง

จากฯ (มหาชน) ได้ผลิตและจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ 95 ที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยได้เริ่มทดลองจำหน่ายเมื่อปี 2544 ปัจจุบันมีจำหน่ายอย่างแพร่หลาย

โดยน้ำมันแก๊สโซฮอล์ คือ น้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ ที่ใช้สำหรับทดแทนน้ำมันเบนซิน (น้ำมันแก๊สโซลีน) ที่มีส่วนผสมระหว่างเอทานอลหรือเอทิลแอลกอฮอล์ มีความบริสุทธิ์ 99.5% ผสมกับน้ำมันเบนซิน ในอัตราส่วนน้ำมัน 9 ส่วน เอทานอล 1 ส่วน ได้เป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ซึ่งมีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนด และสามารถใช้ทดแทนน้ำมันเบนซิน 95 ธรรมดาได้ โดยเติมได้ทันที ไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์ใด ๆ เพิ่มเติม และสามารถเติมสลับหรือผสมกับเบนซิน โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันหมดถึง

ปัจจุบันน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ผลิตจากน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ผสมกับเอทานอลซึ่งเป็นตัวเพิ่มค่าออกเทน ทำให้ได้แก๊สโซฮอล์ที่มีออกเทนเท่ากับน้ำมันเบนซิน 95 ที่ใช้สาร MTBE (Methyl Tertiary Butyl Ether) เป็นสารเพิ่มค่าออกเทน สาร MTBE มีข้อเสียคือ ทำให้เกิดการปนเปื้อนกับน้ำใต้ดินและน้ำดื่ม หลายๆ ประเทศจึงมีนโยบายเลิกใช้สาร MTBE นอกจากนี้แก๊สโซฮอล์ ยังมีการเผาไหม้สมบูรณ์กว่าน้ำมันเบนซิน เนื่องจากมีส่วนผสมของเอทานอล ซึ่งมีโมเลกุล ของออกซิเจนในเนื้อน้ำมันมาก ส่งผลให้เกิดมลพิษน้อยกว่า น้ำมันเบนซิน และพบว่าทำให้สมรรถนะของเครื่องยนต์ดีขึ้น หรือเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินปกติความแตกต่างระหว่างน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ทั่วไป กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95

น้ำมันเบนซินออกเทน 95 ทั่วไปกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 (สาร MTBE นำเข้าจากต่างประเทศ)

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 = น้ำมันเบนซิน + เอทานอล (เอทานอลผลิตจากพืชเกษตร เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด)

โดยปัจจุบันภาคเอกชนได้มีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดเข้ากระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น อาทิการใช้สื่อโฆษณา การจัดกิจกรรมชิงโชค และการจัดกิจกรรมเชิงการตลาดเพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้มากขึ้น

## 2.2 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัญชลี พรพิชญ์วรเวทย์ (2540) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายนอกทางการตลาด และสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ในด้านการเลือกชนิดน้ำมันที่เติม การ

เลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกปริมาณการซื้อ ความถี่ในการเติมน้ำมัน วิธีการจ่ายเงิน และเวลาในการเติมน้ำมัน โดยพบว่า ผู้ตอบเลือกใช้น้ำมันเบนซินชนิดพิเศษมากกว่าน้ำมันเบนซินชนิดอื่น ในแต่ละครั้งจะเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนๆ ละ 4 – 6 ครั้ง จำนวนเงินที่จ่ายแต่ละครั้งประมาณ 100 -200 บาท และนิยมชำระค่าน้ำมันเป็นเงินสด เวลาที่เติมน้ำมันส่วนใหญ่จะเติมเวลาใกล้หมด และนิยมเติมก่อนกลับบ้าน โดยผู้บริโภครู้สึกให้ความสำคัญกับคุณภาพน้ำมัน ซึ่งตราหือเชลล์ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือมากกว่าตราหืออื่น ๆ

ระพีณพงษ์ ชัยสุข (2542) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วมากกว่าชนิดอื่น และส่วนใหญ่ใช้บริการจากสถานีบริการของ ปตท. แต่หากราคาน้ำมันของหืออื่นปรับลดลงอย่างน้อย 25 สตางค์ ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 43 จะเปลี่ยนไปใช้หืออื่นที่ราคาถูกกว่าทันที ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่ เข้า – ออกสะดวก และไม่เจาะจงสถานี จึงเติมน้ำมันสลับไปมาแล้วแต่สะดวก โดยส่วนใหญ่ ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลจะเติมน้ำมันเมื่อใกล้หมด โดยเฉลี่ยใน 1 เดือนจะเติมน้ำมัน 4 – 6 ครั้ง และ เติมครั้งละ 201 – 400 บาท และนิยมจ่ายค่าน้ำมันด้วยเงินสด สถานีบริการควรอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานและควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงานไม่เกิน 5 กิโลเมตร มีพนักงานที่บริการด้วยความสุภาพ รวดเร็ว มีบริการเสริม เช่น การเช็ดกระจก และมีร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีด้วยจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานีนั้น การลด แลก แจก แถม ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ หากจะทำการส่งเสริมการตลาด ของแถมที่ผู้บริโภคนิยม คือของใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น น้ำดื่ม หรือ ทิชชู เป็นต้น นอกจากนี้การศึกษาโดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบถดถอยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ ความสะดวกและความสะอาดของสถานีบริการนั้น รองลงมาได้แก่ รสนิยมในการบริโภคน้ำมัน ราคาน้ำมันที่ลดลง และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคโดยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลทำให้ความโน้มเอียงในการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น

ธีระชัย วาสนาสมสกุล(2545) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันไบโอดีเซลโดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยเติมน้ำมันไบโอดีเซล จากสถานีบริการน้ำมัน ไบโอดีเซล 5 แห่ง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ชุด ประมวลผลข้อมูลโดยใช้ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักน้ำมันไบโอดีเซลจากสถานีบริการน้ำมัน และทราบว่าน้ำมัน ไบโอดีเซลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่าน้ำมันดีเซลธรรมดา และส่วนใหญ่จะเติม

น้ำมัน 3 – 4 ครั้งต่อเดือน และมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแต่ละครั้งประมาณ 201 – 600 บาท ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพของน้ำมัน ไบโอดีเซลด้านราคาจะต้องถูกกว่าราคาดีเซลธรรมดา ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่ สถานีบริการจะต้องมีอยู่ช่อมรด ะบายง ล้างรถ เดิมลมยาง หรือน้ำด้านความพอใจภายหลังการใช้ น้ำมันไบโอดีเซล ส่วนใหญ่พอใจมากเนื่องจากน้ำมันไม่มีกลิ่นเหม็นคาวคันตา และบริการของพนักงาน แต่พอใจน้อยเรื่องเวลาที่ใช้ในการรอเติมน้ำมัน ด้านปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังจากเปลี่ยนมาใช้ น้ำมันไบโอดีเซล นอกจากนี้ยังพบว่าราคา ไบโอดีเซลนั้น ไม่แตกต่างจากราคาน้ำมันดีเซลธรรมดา และมีสถานีให้บริการน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการทำให้ต้องใช้เวลาในการรอเติมน้ำมันนาน แต่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะใช้น้ำมันไบโอดีเซลต่อไป

ปณิธาน โสมประภัส (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ คือด้านผลิตภัณฑ์ แก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้ ด้านราคา แก๊สโซฮอล์ มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอล์พบบ่อยที่สุดทางสื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการขายตามลำดับ ส่วนทัศนคติความคิดเห็นและพฤติกรรม ส่วนใหญ่เชื่อว่าแก๊สโซฮอล์สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้จริง มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ซึ่งเหมาะสมแล้ว และมักจะมีค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอล์มากกว่าเดือนละ 4,000 บาท ส่วนใหญ่ชำระด้วยบัตรเครดิต และ ใช้บริการสถานี ปตท. มากที่สุดสำหรับผู้เติมน้ำมันเบนซินสลับกับแก๊สโซฮอล์ ส่วนใหญ่จะเติมแก๊สโซฮอล์ประมาณ 1 -2 ครั้งต่อเดือนมีค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 1,001 – 1,500 บาทและมีแนวโน้มที่จะใช้แก๊สโซฮอล์ต่อไป แต่รู้สึกไม่มั่นใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์ และจากการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะประสบปัญหาสถานีบริการแก๊สโซฮอล์มีไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง

เกลอร์ ทองตัน (2545) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์โครงสร้างราคาและผลกระทบทางเศรษฐกิจของการใช้แก๊สโซฮอล์ จากน้ำมันสำปะหลัง การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างราคาแก๊สโซฮอล์ที่ได้จากการผสมเอทานอลที่ผลิตจากมันสำปะหลังผสมกับน้ำมันเบนซิน เมืองรัฐบาลลดอัตราภาษีสรรพสามิตแก๊สโซฮอล์แบบยืดหยุ่น โดยกำหนดให้ราคาขายปลีกน้ำมันแก๊สโซฮอล์ถูกกว่าราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินชนิดพิเศษ 0.05 บาท ต่อลิตร รวมทั้งศึกษาถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของการขายแก๊สโซฮอล์ต่อรายได้สรรพสามิตของรัฐบาลรายได้เกษตรกรผู้ปลูกมันสำปะหลังและการประหยัดมูลค่าการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง

ผลการศึกษาพบว่าการที่รัฐบาลประกาศลดอัตราภาษีสรรพสามิตเอทานอลลงเหลือ 0.05 บาทต่อลิตรนั้น ทำให้ราคาขายปลีกแก๊สโซฮอล์ แข่งขันกับราคาขายปลีกน้ำมันเบนซิน ชนิดพิเศษได้แต่ไม่ทุกกรณีจากนั้นรายได้ภาษีที่รัฐเรียกเก็บได้จะลดลงที่ไม่ว่าราคาหน้าโรงกลั่นของเอทานอล หรือราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แต่ถ้ารัฐบาลเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตแก๊สโซฮอล์โดยใช้วิธีคำนวณแบบยืดหยุ่น โดยกำหนดให้ราคาขายปลีกแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินชนิดพิเศษ 0.05 บาทต่อลิตร รายได้ภาษีสรรพสามิตที่รัฐเรียกเก็บได้จะมากกว่ากรณีช่วยเหลือแบบลดภาษีเอทานอลลงคงที่ ซึ่งทำให้รัฐสูญเสียรายได้ภาษีน้อยกว่า อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าแก๊สโซฮอล์จะทำให้รัฐสูญเสียรายได้ภาษีน้อยกว่า อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าแก๊สโซฮอล์จะทำให้รัฐสูญเสียรายได้ภาษีแต่ก็ทำให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถประหยัดมูลค่าการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งคิดเป็นผลได้ทางการเงินมากกว่าผลเสีย ดังนั้นจึงเห็นว่า รัฐบาลควรสนับสนุนให้โครงการเอทานอลเกิดขึ้น โดยเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตแก๊สโซฮอล์โดยใช้วิธีคำนวณภาษีสรรพสามิตแก๊สโซฮอล์แบบยืดหยุ่นจึงเหมาะสม

ธีระชัย วาสนาสมสกุล(2545) ทำการศึกษาเรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซล ในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อไบโอดีเซล การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันไบโอดีเซล โดยใช้การรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้ที่เคยเติมน้ำมันไบโอดีเซล

จากสถานีนีบรีการน้ำมันไบโอดีเซล ทั้ง 5 แห่ง ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ชุด โดยนำข้อมูลที่รวบรวมมาทำการประมวลผลเพื่อสรุปข้อมูลในรูปความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 34-41 ปี มีการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาสามารถเฉลี่ยต่อเดือน 3,001-6,000 บาท มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และ

อาศัยอยู่ในเขตกิ่งอำเภอคอยหล่อ ในเรื่องความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องน้ำมันไบโอดีเซล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทราบเรื่องน้ำมันไบโอดีเซล จากสถานีบริการ และทราบว่าน้ำมันไบโอดีเซลเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเหลือเกษตรกรให้สามารถขายผลิตผลทางการเกษตร ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการผลิตน้ำมันไบโอดีเซลได้ในราคาที่สูงขึ้นนอกจากนี้ยังทราบว่า น้ำมันไบโอดีเซลเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่าน้ำมันดีเซลธรรมดา ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดไม่ทราบว่า มีสถานีบริการน้ำมันไบโอดีเซลจำนวนกี่แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ และแต่ละสถานีตั้งอยู่ที่ใดบ้าง

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับแรกต่อการบริโภคน้ำมันไบโอดีเซลของผู้บริโภค พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องคุณภาพของน้ำมันไบโอดีเซลใน ด้าน ราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องราคาน้ำมันไบโอดีเซล ที่ถูกกว่าราคาน้ำมันดีเซลธรรมดา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องการมีตู้ซ่อมรถ ปะยาง ล้างรถ ซึ่งตั้งภายในสายในสถานีบริการ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญมากในเรื่องการให้บริการอื่น ๆ นอกเหนือจากการให้บริการน้ำมัน เช่น ล้างรถ เติมน้ำมันหรือน้ำ

ด้านความพอใจภายหลังการใช้น้ำมันไบโอดีเซล พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพอใจมากในเรื่องน้ำมัน ไม่มีกลิ่นเหม็นคาว ในด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคมีความพอใจน้อยในเรื่องราคาขาย ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคมีความพอใจน้อย ในเรื่องระยะเวลาที่ใช้ในการรอเติมน้ำมัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคพอใจมาก ในเรื่องการให้บริการของพนักงานประจำสถานี

ปัญหาที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้น้ำมันไบโอดีเซล พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่พบอันดับแรก คือ การเกิดการขัดข้อง เดินสะดุด กระตุกหรือมีปัญหาหลังจากผู้ใช้เปลี่ยนมาใช้น้ำมันไบโอดีเซล ในด้านราคา ปัญหาที่พบในอันดับแรก คือ ราคาขายที่ไม่แตกต่างจากราคาน้ำมันดีเซลธรรมดา ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัญหาที่พบในอันดับแรก คือ สถานีบริการยังมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ ในด้านการส่งเสริมการตลาด ปัญหาที่พบอันดับแรก คือ ช่างประจำสถานีให้บริการมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการทำให้ใช้เวลาในการรอเติมน้ำมันนาน

ด้านพฤติกรรมในการเติมน้ำมันไบโอดีเซล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเติมน้ำมัน 3-4 ครั้งต่อเดือน และมีระยะเวลาในการใช้น้ำมันไบโอดีเซลน้อยกว่าหนึ่งเดือนจำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ระหว่าง 201-600 บาท มีจำนวนมากที่สุด ยานพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด คือ รถกระบะ สถานีบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการมากที่สุด คือ สถานีบริการน้ำมันไบโอดีเซลสาขาอาเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการจากสถานีบริการแห่งนี้มากที่สุดเพราะ เป็นทางผ่านก่อนที่จะไปยังที่พัก



ที่ทำงาน สวนเกษตรในเรื่องทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อน้ำมันไบโอดีเซลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าน้ำมันดีเซลทั่วไปมีคุณภาพดีกว่าน้ำมันไบโอดีเซล และผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการที่จะไม่ใช้น้ำมันไบโอดีเซลต่อไป

อัมภินี เกตุเชื้อสัจย์ (2545) การศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ รวมทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย (Descriptive Research) ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่ ประชาชนผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 429 คน การสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เริ่มจาก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการกำหนดพื้นที่ในการเก็บข้อมูลเฉพาะในสถานีสervisน้ำมัน ที่มีการจำหน่ายทั้งน้ำมันเบนซิน และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ซึ่งมีทั้งสิ้น (Quota Sampling) โดยแต่ละแห่งจะมีจำนวนตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 70 คน หลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละราย

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลกระทำโดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วจึงทำการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ โดยใช้สถิติ ไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 24-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท / เดือน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ระดับปานกลาง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในระดับสูง มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำแทนน้ำมันเบนซิน และส่วนใหญ่ไม่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร พบว่า

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ ตัวแปร ระดับการศึกษา เพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ ตัวแปร รายได้ เพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับ ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ ตัวแปร เพศ และตัวแปรระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับ ทักษะเกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซินของกลุ่มตัวอย่าง นอกนั้น ไม่มีความสัมพันธ์

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ ตัวแปร เพศ และตัวแปรระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง นอกนั้นไม่มีความสัมพันธ์

- การรับข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

- ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับทักษะ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

- ทักษะเกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซินของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ เสนอแนะให้รัฐบาล บริษัทผู้ค้าน้ำมัน ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ และผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความร่วมมือในการผลักดันให้การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลกลายเป็นนโยบายระดับประเทศ และส่งเสริมให้เกิดการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในลักษณะที่เข้าใจง่ายผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรจะมีการสอดแทรกแนวคิดในเรื่องของจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการคำนึงถึงประโยชน์ที่ประเทศชาติจะได้รับจากการส่งเสริมให้เกิดการใช้พลังงานให้เกิดการใช้พลังงานน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ควรมีการติดตามประเมินผลการประชาสัมพันธ์ในเรื่องอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ

ศักดา เสถียรไชยกิจ (2547) การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ซึ่งได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตาราง Yamane ที่

ระดับความเชื่อมั่น 95% ยอมรับความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวนกลุ่มตัวอย่างรวมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผลการวิจัยระบุว่า

สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุต่ำกว่า 30 ปี อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,000-20,000 บาท และมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยชำระค่าน้ำมันด้วยเงินสดมากกว่า 500 บาทต่อครั้ง ในการเติมน้ำมันจะเลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้งจากสถานีบริการน้ำมันที่เป็นทางผ่านและมีหัวจ่ายน้ำมันเป็นจำนวนมาก โดยไม่พบปัญหาใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องยนต์ การเลือกเติมน้ำมันจะตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งเหตุผลที่ใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และมีอัตราสิ้นเปลืองใกล้เคียงกัน ผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์แต่ยังไม่เพียงพอ ความต้องการของผู้บริโภคต้องการให้ราคาแก๊สโซฮอล์ถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 76 สตางค์ถึง 1 บาท และมีของแถมเป็นน้ำดื่ม ผู้บริโภคไม่สนใจใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำมัน “อีพาลัส”

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยเรียงค่าคะแนนเฉลี่ยจากระดับความคิดเห็น เกณฑ์ความคิดเห็นมาเรียงตามลำดับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์มีความร้อนอยู่ในระดับปกติ การใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้มีอัตราสิ้นเปลืองลดลง (ประหยัดน้ำมัน) สถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งมีคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่แตกต่างกัน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องสตาร์ทติดง่าย น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์เดินไม่สะดุด/วิ่งเรียบ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้รถมีกำลังมากขึ้น ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว การรณรงค์ของภาครัฐในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว ช่องบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการมีจำนวนช่องมากเพียงพอ สถานีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีจำนวนมากเพียงพอ ค่ายผู้ผลิตและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีมีจำนวนเพียงพอ

ส่วนความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดสรุปได้ดังนี้ ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรถูกกว่าในปัจจุบันหรือให้เท่ากับน้ำมันเบนซินออกเทน 91 มีการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้หรือให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่มสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน ควรมีการวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างสม่ำเสมอ ให้ผู้ผลิตรถยนต์ออกมายืนยันว่ารถยี่ห้อใด รุ่นใด ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้บ้าง มีการประชาสัมพันธ์ตามงานแสดงใหญ่ ๆ ควรมีการชี้แจงให้รายละเอียดการเกิด Aldehyde จากการเผาไหม้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

นับเป็นทางเลือกที่ดีในภาชนะน้ำมันแพง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้อากาศสะอาดขึ้นช่วยลดมลภาวะเป็นพิษ ส่วนปัญหาที่ประสบเกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดสรุปได้ดังนี้ สถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีน้อย หายาก เครื่องสะดวกวิ่งไม่เรียบ กินน้ำมันมากกว่าน้ำมันเบนซินนอกเทน 95 อัตราแรงเครื่องไม่ค่อยขึ้น ราคาค่อนข้างสูง รถยนต์สตาร์ทติดยากกว่าน้ำมันเบนซินนอกเทน 95 นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลใน ด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ต่อเดือนและวุฒิการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

- พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 1 รายการ ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

- พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 รายการ ได้แก่ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่เติม ลักษณะในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ วิธีในการชำระค่าน้ำมัน การได้รับส่วนลดจากการเติมน้ำมัน ราคาค่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ถูกกว่านอกเทน 95 และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

- พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 6 รายการ ได้แก่ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่เติม ลักษณะของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ วิธีในการชำระค่าน้ำมัน การได้รับส่วนลดจากการเติมน้ำมัน แหล่งที่เลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

- พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์ส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านรายได้ต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 7 รายการ ได้แก่ เลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากค่ายผู้ผลิต จำนวนเงินโดยเฉลี่ยในแต่ละครั้งที่เติม ลักษณะของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ วิธีในการชำระค่าน้ำมัน การได้รับส่วนลดจากการเติมน้ำมัน แหล่งที่เลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

- พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับสถานภาพด้านวุฒิการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีจำนวน 4 รายการ ได้แก่ จำนวนเงินโดยเฉลี่ยใน

แต่ละครั้งที่เติม วิธีการชำระค่าน้ำมัน ส่วนลดที่รับจากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

และจากผลเปรียบเทียบความแตกต่าง ของทัศนคติที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และวุฒิการศึกษา ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพบว่า

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตาม สถานภาพด้านเพศพบว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 รายการ ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันเหมาะสมกับราคาแล้ว และสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งมีคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่แตกต่างกัน

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพด้านอายุพบว่าระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 รายการ ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้รถมีกำลังมากขึ้น, น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องสตาร์ทติดง่าย, น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์เดินไม่สะดุด / วิ่งเรียบ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพด้านอาชีพ พบว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 รายการ ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์เดินไม่สะดุด / วิ่งเรียบ

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพด้านรายได้ต่อเดือน พบว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้มี

กำลังมากขึ้น, น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์เดินไม่สะดวก / วิ่งเรียบ และสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งมีคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่แตกต่างกัน

- การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำแนกตามสถานภาพด้านวุฒิการศึกษา พบว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการเปรียบเทียบเป็นรายข้อ พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 รายการ ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้รถมีกำลังมากขึ้น, การส่งเสริมการขายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันเหมาะสมแล้วและการรณรงค์ของภาครัฐในปัจจุบันเหมาะสมแล้ว

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดจากประชากรจากการคำนวณสัดส่วนของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์และจำนวนปริมาณการจดทะเบียนรถยนต์ ของสำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2551 ซึ่งพบว่ามีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จำนวน 83,133 คัน ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (ตามภาคผนวก ก)

##### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนประชากรที่คำนวณได้ สามารถคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จะได้จำนวนตัวอย่างของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน จำนวน 398 คัน ซึ่งคำนวณหาได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{83,133}{1 + 83,133 (0.05)^2}$$

$$= 398 \text{ คัน}$$

### วิธีการเลือกตัวอย่าง

โดยใช้แบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่ม (Random Sampling) ซึ่งวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Accidental Sampling) และเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งจะทำการสุ่มตัวอย่างทั้ง 25 อำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่ ตามสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยเก็บตัวอย่างโดยเฉลี่ยอำเภอละ 16 ตัวอย่าง

รายชื่อของแต่ละอำเภอ	จำนวนตัวอย่าง ที่ใช้ในการสุ่ม
เมือง	16
จอมทอง	16
เชียงดาว	16
ดอยสะเก็ด	16
แม่แตง	16
แม่ริม	16
สะเมิง	16
ฝาง	16
แม่อาว	16
พร้าว	16
สันป่าตอง	16
สันกำแพง	16
สันทราย	16
หางดง	16
ฮอด	16
ดอยเต่า	16
อมก๋อย	16
สารภี	16
เวียงแหง	16
แม่วาง	16
ไชยปราการ	16
ขุนวาง	16
แม่แจ่ม	16
ดอยหล่อ	15
แม่ออน	15
รวม	398

ตาราง 3.1 สถานที่การเก็บตัวอย่างทั้ง 25 อำเภอ ในจังหวัดเชียงใหม่



## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการสอบถามที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบเอกสาร (Check list) มีคำถามจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบเอกสาร (Check list) มีคำถามจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีคำถามจำนวน 20 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

1. การหาความเที่ยงตรง นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ เพื่อตรวจสอบ แนะนำ และนำมาปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นนำร่าง แบบสอบถามฉบับที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระพิจารณาตรวจสอบ

2. การหาความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขครั้งสุดท้ายไปทดลองใช้ (Tryout) กับผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทั่วไปจำนวน 30 ตัวอย่างเพื่อตรวจสอบว่าผู้ตอบคำถามมีเข้าใจแบบสอบถามตรงกับผู้ศึกษา

3. การนำเอาข้อมูลทั้ง 30 ตัวอย่าง ที่เก็บรวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้ Cronbach's Alpha ซึ่งผลการทดสอบเครื่องมือพบว่า ผลการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.777 จึงได้นำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงเพื่อใช้ในการศึกษา

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลในการวิเคราะห์เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมโดยวิธีการดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 398 ราย

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าจากเอกสาร วารสารหนังสือพิมพ์ ภารกิจต่าง ๆ หนังสือวิชาการต่าง ๆ และผลการศึกษามีผู้รวบรวมไว้ก่อนแล้ว เพื่อใช้ในการเก็บ ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เช่น กระบวนการผลิต รายละเอียดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ปริมาณการจำหน่าย เป็นต้น

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาจะนำข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 ราย มาทำการลงรหัส การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ผู้วิจัยจะวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน มีจำนวน 6 หน้า

4.1 ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะ ของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check list)มีจำนวน 5 ข้อ ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าความถี่

4.2 ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อแก๊สโซฮอล์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) มีจำนวน 9 ข้อ ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าร้อยละค่าความถี่

4.3 ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการ เลือกใช้แก๊สโซฮอล์ที่ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีจำนวน 20 ข้อ ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.4 การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ค่าความคลาดเคลื่อน 5%) มาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ใช้ Pearson Chi-square ในการ ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านเพศ อายุ การศึกษา และระดับรายได้ กับระดับ ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่

#### การวัดค่าตัวแปร

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ ของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ คำถามที่ใช้จะเป็นรูปแบบสเกล แบบต่อเนื่อง (Linkert Scale) โดยข้อความที่ให้กลุ่มตัวอย่างพิจารณาเป็นความคิดเห็นทางบวกจึงใช้ วิธีการให้คะแนนดังนี้

ถ้าผู้ตอบเลือก	เห็นด้วยมากที่สุด	ให้คะแนนเป็น	5 คะแนน
ถ้าผู้ตอบเลือก	เห็นด้วยมาก	ให้คะแนนเป็น	4 คะแนน
ถ้าผู้ตอบเลือก	เห็นด้วยปานกลาง	ให้คะแนนเป็น	3 คะแนน
ถ้าผู้ตอบเลือก	เห็นด้วยน้อย	ให้คะแนนเป็น	2 คะแนน
ถ้าผู้ตอบเลือก	เห็นด้วยน้อยที่สุด	ให้คะแนนเป็น	1 คะแนน

การแจกแจงความถี่ จะใช้ค่าเฉลี่ย แบ่งระดับความสำคัญของปัจจัยออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ยทางเลขคณิต (Arithmetic Mean) เพื่อหาความกว้างของชั้นเพื่อใช้ในการตีความข้อมูลที่ได้ โดยเราจะใช้สูตรเพื่อหาค่าดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{Rang} &= \frac{(\text{Max} - \text{Min})}{N} \\
 &= \frac{(5 - 1)}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นสามารถกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับความสำคัญของปัจจัยได้ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	4.21 – 5.00	แสดงว่า	มากที่สุด
ระดับความสำคัญ	3.41 – 4.20	แสดงว่า	มาก
ระดับความสำคัญ	2.61 – 3.40	แสดงว่า	ปานกลาง
ระดับความสำคัญ	1.81 – 2.60	แสดงว่า	น้อย
ระดับความสำคัญ	1.00 – 1.80	แสดงว่า	น้อยที่สุด

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 398 ราย ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยโปรแกรม SPSS และนำเสนอผลการศึกษาวิจัยในรูปของตารางความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยค่าสถิติอ้างอิง Independent Sample T Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

**ส่วนที่ 2** พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้แก่ การเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ยี่ห้อของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่นิยม ช่วงเวลาในการเติมน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เลือกเติม บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เหตุผลสำคัญในการเลือกซื้อแก๊สโซฮอล์ มูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง และประเภทของสื่อที่ทำให้รับทราบการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์

**ส่วนที่ 3** เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

**ส่วนที่ 4** ทดสอบสมมติฐาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานทางการวิจัย และทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ด้วยการทดสอบ Independent Sample T Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) ดังนี้

**ส่วนที่ 5** ปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยสรุปข้อเสนอแนะที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	231	58.0
หญิง	167	42.0
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	29	7.3
21-30 ปี	152	38.2
31-40 ปี	101	25.4
41-50 ปี	69	17.3
51-60 ปี	40	10.1
มากกว่า 60 ปี	7	1.8
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>
<b>อาชีพ</b>		
รับจ้าง	57	14.3
พนักงานบริษัทเอกชน	166	41.7
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	14.3
ธุรกิจส่วนตัว	65	16.3
นักเรียน/นักศึกษา	47	11.8
อื่นๆ เช่น แม่บ้าน ขับรถแท็กซี่ ไม่ได้ทำงาน	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษาปัจจุบัน</b>		
ประถมศึกษา	37	9.3
มัธยมศึกษา	100	25.1
อาชีวศึกษา	74	18.6
ปริญญาตรี	164	41.2
สูงกว่าปริญญาตรี	23	5.8
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
<b>เงินเดือนที่ได้รับต่อเดือน</b>		
ไม่เกิน 10,000 บาท	195	49.0
10,001-20,000 บาท	129	32.4
20,001-30,000 บาท	42	10.6
30,001-40,000 บาท	24	6.0
40,001-50,000 บาท	3	0.8
สูงกว่า 50,000 บาท	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะส่วนบุคคลดังต่อไปนี้

- เพศ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และเพศหญิง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0
- อายุ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมา ได้แก่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และมีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ตามลำดับ
- อาชีพ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และอาชีพรับจ้าง จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ตามลำดับ
- ระดับการศึกษา ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา ได้แก่ การศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 และการศึกษาระดับอาชีวศึกษา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ตามลำดับ
- รายได้ต่อเดือน ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคล

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

สถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	212	53.3
บางจาก	40	10.1
เชลล์	48	12.1
เอสโซ่	36	9.0
เจ็ต	25	6.3
อื่นๆ	37	9.3
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.2 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. บ่อยที่สุด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 และสถานีบริการน้ำมันบางจาก จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ลักษณะการเติมน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง	199	50.0
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ	104	26.1
ไม่เจาะจง	95	23.9
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 และไม่เจาะจง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อน้ำมัน

การเจาะจงยี่ห้อน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	147	36.9
ไม่เจาะจง	251	63.1
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 63.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมันใกล้หมด	224	56.3
เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้	21	5.3
เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น	37	9.3
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	114	28.6
อื่นๆ	2	0.5
<b>รวม</b>	<b>398</b>	

จากตารางที่ 4.5 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเลือกสถานีบริการน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์

การเลือกสถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	118	29.6
ใกล้ที่ทำงาน	37	9.3
ตามเส้นทาง	163	41.0
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	75	18.8
อื่นๆ เช่น ใกล้โรงเรียน	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 ผลการศึกษาวិจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา ได้แก่ เลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 และไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ  
ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	272	68.3
สมาชิกในครอบครัว	80	20.1
เพื่อน	31	7.8
พนักงาน	3	0.8
อื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ, สื่อโฆษณา	12	3.0
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.7 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุด  
ในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

เหตุผลสำคัญที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ	61	15.3
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย	284	71.4
เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่	14	3.5
เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน	33	8.3
อื่นๆ เช่น น้ำมันเบนซิน 91 และ 95 หมด	6	1.5
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.8 ผลการศึกษาวិจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมา ได้แก่ เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แต่ละครั้ง

มูลค่าในการเติมน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	212	53.3
จำนวน 501-1,000 บาท	147	36.9
จำนวน 1,001-1,500 บาท	28	7.0
จำนวน 1,501-2,000 บาท	6	1.5
มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป	5	1.3
<b>รวม</b>	<b>398</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.9 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในแต่ละครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในแต่ละครั้ง 1,001-1,500 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีอาการนำน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ประเภทของสื่อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์	95	13.7
สื่อโทรทัศน์	290	41.8
สื่อวิทยุ	51	7.3
สื่อแผ่นพับ/ใบปลิว	29	4.2
สื่อป้ายโฆษณา	88	12.7
สื่อ ณ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน	138	19.9
สื่อประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	3	0.4
<b>รวม</b>	<b>694</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.10 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบว่า มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่ายจากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่ายจากสื่อ ณ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 19.9 และทราบว่า มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่ายจากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านภาพรวมของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.69	.482	มาก
2. ปัจจัยด้านราคา	4.17	.560	มาก
3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.95	.628	มาก
4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	4.12	.524	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.98</b>	<b>.405</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.11 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .405 ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยในทุกๆ ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเรียงตามลำดับดังนี้ ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .560) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .524) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .628) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .482) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น							แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	S.D.	
1.น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณภาพสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 ได้จริง	83 20.9%	214 53.8%	95 23.9%	3 0.8 %	3 0.8 %	3.93	.736	มาก
2.น้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีผลต่อสมรรถนะการใช้งานอัตราการเร่งของเครื่องยนต์	45 11.3%	154 38.7%	166 41.7%	29 7.3%	4 1.0%	3.52	.827	มาก
3.น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีอัตราการใช้เปลืองหรือระเหยของเชื้อเพลิง	37 9.3%	125 31.4%	220 55.3%	13 3.3%	3 0.8%	3.45	.739	มาก
4.น้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถใช้ได้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่ระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีดโดยไม่ต้องทำการปรับแต่งเครื่องยนต์	33 8.3%	140 35.2%	196 49.2%	25 6.3%	4 1.0%	3.43	.774	มาก
5.สามารถเติมได้โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเบนซิน 95 และเบนซิน 91 หมักก่อน	56 14.1%	177 44.5%	131 32.9%	28 7.0%	6 1.5%	3.63	.865	มาก
6.สามารถใช้สลับกับน้ำมันเบนซิน 95 และเบนซิน 91 ได้ตามต้องการ	50 12.6%	178 44.7%	135 33.9%	28 7.0%	7 1.8%	3.59	.861	มาก
7.น้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วยให้เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้นลดปัญหามลพิษทางอากาศ	61 15.3%	176 44.2%	150 37.7%	10 2.5%	1 0.3%	3.72	.759	มาก
8.น้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วยประหยัดพลังงานช่วยลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ และช่วยลดการขาดดุลทางการค้า	99 24.9%	207 52.0%	86 21.6%	5 1.3%	1 0.3%	4.00	.734	มาก
9.ชื่อเสียงของสถานีบริการน้ำมันมีผลด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพ	99 24.9%	187 47.0%	97 24.4%	13 3.3%	2 0.5%	3.92	.815	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.69</b>	<b>.482</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.12 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .482

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยจะพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยในประเด็นย่อยต่างๆ ดังนี้

1. น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ช่วยประหยัดพลังงานช่วยลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ และช่วยลดการขาดดุลทางการค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .734)
2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณภาพสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 ได้จริง (ค่าเฉลี่ย 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .736)
3. ชื่อเสียงของสถานีบริการน้ำมันมีผลด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .815)
4. น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ช่วยให้เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้นลดปัญหามลพิษทางอากาศ (ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .759)
5. สามารถเติมได้โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเบนซิน 95 และเบนซิน 91 หมดยกก่อน (ค่าเฉลี่ย 3.63 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .865)
6. สามารถใช้สลับกับน้ำมันเบนซิน 95 และเบนซิน 91 ได้ตามต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .861)
7. น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ไม่มีผลต่อสมรรถนะการใช้งานอัตราเร่งของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .827)
8. น้ำมันแก๊ส โซฮอล์มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยของเชื้อเพลิง (ค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .739)
9. น้ำมันแก๊ส โซฮอล์สามารถใช้ได้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่ระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด โดยไม่ต้องทำการปรับแต่งเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .774)

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามปัจจัย  
ด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความคิดเห็น							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 95 และ 91	157 39.8%	190 48.2%	44 11.2%	1 0.3%	2 0.5%	4.27	.699	มาก
2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคากับคุณภาพที่มีความเหมาะสมกัน	94 23.9%	191 48.5%	100 25.4%	6 1.5%	3 0.8%	3.93	.781	มาก
3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรจะมีราคาถูกกว่านี้เมื่อรัฐบาลยกเลิกการผลิตน้ำมันเบนซิน และผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์	183 46.2%	158 39.9%	51 12.9%	2 0.5%	2 0.5%	4.31	.749	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>4.17</b>	<b>.560</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .560

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยจะพบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยในประเด็นย่อยต่างๆ ดังนี้

1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรจะมีราคาถูกกว่านี้เมื่อรัฐบาลยกเลิกการผลิตน้ำมันเบนซิน และผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (ค่าเฉลี่ย 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .749)
2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 (ค่าเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .699)
3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคากับคุณภาพที่มีความเหมาะสมกัน (ค่าเฉลี่ย 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .781)

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ที่ให้บริการมีความสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายในจังหวัดเชียงใหม่	94 23.6%	208 52.3%	80 20.1%	11 2.8%	5 1.3%	3.94	.812	มาก
2. มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีหัวจ่ายน้ำมันเพียงพอโดยไม่ต้องรอกบริการนานๆ ในจังหวัดเชียงใหม่	71 17.8%	204 51.3%	89 22.4%	27 6.8%	7 1.8%	3.77	.883	มาก
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ต้องมีบริการอื่นให้บริการด้วย เช่น บริการล้าง อัด ถัด เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ เป็นต้น	117 29.4%	222 55.8%	54 13.6%	5 1.3%	0 0.0%	4.13	.681	มาก
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.95</b>	<b>.628</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.14 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .630

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยจะพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยในประเด็นย่อยต่างๆ ดังนี้

1. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต้องมีบริการอื่นให้บริการด้วย เช่น บริการล้าง อัด ถัด เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .681)
2. ควรมีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ให้บริการมีความสะดวกและเข้าถึงได้ง่ายในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .812)
3. ควรมีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีหัวจ่ายน้ำมันเพียงพอโดยไม่ต้องรอกบริการนานๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .883)

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตาม

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีข้อดีและเพียงพอ	97 24.4%	195 49.0%	85 21.4%	18 4.5%	3 0.8%	3.92	.837	มาก
2. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้	135 33.9%	214 53.8%	43 10.8%	6 1.5%	0 0.0%	4.20	.684	มาก
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์	130 32.7%	217 54.5%	38 9.5%	13 3.3%	0 0.0%	4.17	.726	มาก
4. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การแจกของแถม คุปองสะสม ชิงโชค เป็นต้น	130 32.7%	191 48.0%	48 12.1%	29 7.3%	0 0.0%	4.06	.858	มาก
5. ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น	152 38.2%	207 52.0%	29 7.3%	10 2.5%	0 0.0%	4.26	.700	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม						4.12	.524	มาก

จากตารางที่ 4.15 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .524

เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยจะพบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับคือ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) และระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยใน ประเด็นย่อยต่างๆ ดังนี้ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) คือ

1. ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .700)



ความคิดเห็นระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) มี 4 ประเด็น ดังนี้

1. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้ (ค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .684)
2. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726)
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การแจกของแถม คุปองสะสม ชิงโชค เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 4.06 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .858)
4. ควรมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างต่อเนื่องและเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .837)

#### ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยการแจกแจงความถี่แบบ 2 ทาง (Crosstabs)

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ

สถานีบริการน้ำมัน	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	130	56.3	82	49.1
บางจาก	20	8.7	20	12.0
เชลล์	32	13.9	16	9.6
เอสโซ่	17	7.4	19	11.4
เจ็ด	11	4.8	14	8.4
อื่นๆ	21	9.1	16	9.6
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.16 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเมื่อจำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 56.3 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

เพศหญิง พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน บางจาก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ

ลักษณะการเติมน้ำมัน	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง	109	47.2	90	53.9
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ	59	25.5	45	26.9
ไม่เจาะจง	63	27.3	32	19.2
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.17 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมา ได้แก่ ไม่เจาะจง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

เพศหญิง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 53.9 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และไม่เจาะจง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ  
จำแนกตามเพศ

การเจาะจงยี่ห้อ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	87	37.7	60	35.9
ไม่เจาะจง	144	62.3	107	64.1
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.18 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7

เพศหญิง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และและเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ

ช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมันใกล้หมด	131	56.7	93	55.7
เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้	14	6.1	7	4.2
เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น	21	9.1	16	9.6
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	63	27.3	51	30.5
อื่นๆ	2	0.9	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.19 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

เพศหญิง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 และ เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

จำแนกตามเพศ

การเลือกสถานีบริการน้ำมัน	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	71	30.7	47	28.1
ใกล้ที่ทำงาน	19	8.2	18	10.8
ตามเส้นทาง	92	39.8	71	42.5
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	45	19.5	30	18.0
อื่นๆ เช่น ใกล้โรงเรียน	4	1.7	1	0.6
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.20 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศชาย พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ตามเส้นทาง จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ใกล้บ้าน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5

เพศหญิง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ตามเส้นทาง จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ใกล้บ้าน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามเพศ

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	173	74.9	99	59.3
สมาชิกในครอบครัว	33	14.3	47	28.1
เพื่อน	15	6.5	16	9.6
พนักงาน	2	0.9	1	0.6
อื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ, สื่อโฆษณา	8	3.5	4	2.4
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.21 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 74.9 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

เพศหญิง พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามเพศ

เหตุผล	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ	34	14.7	27	16.2
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย	161	69.7	123	73.7
เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่	11	4.8	3	1.8
เพื่อรองรับประหยัดพลังงาน	20	8.7	13	7.8
อื่นๆ เช่น น้ำมันเบนซิน 91 และ 95 หหมด	5	2.2	1	0.6
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.22 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

เพศหญิง พบว่า เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง  
จำแนกตามเพศ

ลักษณะการเติมน้ำมัน	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	123	53.2	89	53.3
501-1,000 บาท	84	36.4	63	37.7
1,001-1,500 บาท	16	6.9	12	7.2
1,501-2,000 บาท	3	1.3	3	1.8
มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป	5	2.2	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>100.0</b>	<b>167</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.23 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

เพศหญิง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 37.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ

ประเภทของสื่อ	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อสิ่งพิมพ์	57	24.7	38	22.8
สื่อโทรทัศน์	157	68.0	133	79.6
สื่อวิทยุ	25	10.8	26	15.6
สื่อแผ่นพับ/ใบปลิว	21	9.1	8	4.8
สื่อป้ายโฆษณา	52	22.5	36	21.6
สื่อ ณ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน	86	37.2	52	31.1
สื่อประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	2	0.9	1	0.6
<b>รวม</b>	<b>231</b>	<b>-</b>	<b>167</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 4.24 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการ  
จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่างๆ จำแนกตามเพศ มีลักษณะดังนี้

เพศชาย พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 157 คน  
คิดเป็นร้อยละ 68.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ณ จุดขายใน  
สถานีบริการน้ำมัน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 24.7

เพศหญิง พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 133 คน  
คิดเป็นร้อยละ 79.6 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ณ จุดขายใน  
สถานีบริการน้ำมัน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ

สถานบริการ น้ำมัน	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	11	37.9	85	55.9	52	51.5	40	58.0	21	52.5	3	42.9
บางจาก	3	10.3	15	9.9	10	9.9	6	8.7	6	15.0	0	0.0
เชลล์	2	6.9	24	15.8	9	8.9	7	10.1	3	7.5	3	42.9
เอสโซ่	4	13.8	10	6.6	6	5.9	9	13.0	7	17.5	0	0.0
เจ็ด	4	13.8	8	5.3	10	9.9	2	2.9	1	2.5	0	0.0
อื่นๆ	5	17.2	10	6.6	14	13.9	5	7.2	2	5.0	1	14.3
รวม	29	100.0	152	100.0	101	100.0	69	100.0	40	100.0	7	100.0

จากตารางที่ 4.24 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานบริการน้ำมันเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีลักษณะดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันเอสโซ่ และสถานีน้ำมันเจ็ด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

อายุ 21-30 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันบางจาก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

อายุ 31-40 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันบางจาก และสถานีน้ำมันเจ็ด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1

อายุ 51-60 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันบางจาก จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0



อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า นิยมใช้สถานบริการน้ำมัน ปตท. และสถานีน้ำมันเชล์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ และนิยมใช้สถานบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ

ลักษณะการ เติมน้ำมัน	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ ทุกครั้ง	6	20.7	83	54.6	56	55.4	34	49.3	16	40.0	4	57.1
เติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ กับน้ำมัน เบนซินปกติ	11	37.9	37	24.3	18	17.8	21	30.4	16	40.0	1	14.3
ไม่เจาะจง	12	41.4	32	21.1	27	26.7	14	20.3	8	20.0	2	28.6
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>	<b>152</b>	<b>100.0</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>40</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.25 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีลักษณะดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่เจาะจง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

อายุ 21-30 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และไม่เจาะจง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1

อายุ 31-40 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมา ได้แก่ ไม่เจาะจง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8

อายุ 41-50 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และไม่เจาะจง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

อายุ 51-60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และไม่เจาะจง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมา ได้แก่ ไม่เจาะจง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ

จำแนกตามอายุ

การเจาะจงยี่ห้อ	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	6	20.7	63	41.4	35	34.7	23	33.3	15	37.5	5	71.4
ไม่เจาะจง	23	79.3	89	58.6	66	65.3	46	66.7	25	62.5	2	28.6
รวม	29	100.0	152	100.0	101	100.0	69	100.0	40	100.0	7	100.0

จากตารางที่ 4.26 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีลักษณะดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

อายุ 21-30 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

อายุ 31-40 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7

อายุ 41-50 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

อายุ 51-60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5

อายุมากกว่า 60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ

ช่วงเวลาคาร์ เต็ม	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมัน ใกล้หมด	16	55.2	93	61.2	56	55.4	34	49.3	20	50.0	5	71.4
เมื่อครบตาม กำหนดเวลา ที่ตั้งไว้	3	10.3	4	2.6	5	5.0	6	8.7	3	7.5	0	0.0
เมื่อทราบว่า จะมีการ ปรับราคา น้ำมันขึ้น ไม่มีกำหนด ที่แน่นอน	1	3.4	8	5.3	11	10.9	8	11.6	7	17.5	2	28.6
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	2.9	0	0.0	0	0.0
รวม	29	100.0	152	100.0	101	100.0	69	100.0	40	100.0	7	100.0

จากตารางที่ 4.27 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีลักษณะดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3

อายุ 21-30 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

อายุ 31-40 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 55.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

อายุ 51-60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมัน แก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอายุ

การเลือก สถานีบริการ	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	12	41.4	40	26.3	23	22.8	21	30.4	16	40.0	6	85.7
ใกล้ที่ทำงาน	3	10.3	13	8.6	13	12.9	1	1.4	7	17.5	0	0.0
ตามเส้นทาง	8	27.6	63	41.4	53	52.5	27	39.1	12	30.0	0	0.0
ไม่มีกำหนด ที่แน่นอน	5	17.2	33	21.7	12	11.9	19	27.5	5	12.5	1	14.3
อื่นๆ เช่น ใกล้โรงเรียน	1	3.4	3	2.0	0	0.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>	<b>152</b>	<b>100.0</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>40</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.28 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ มีลักษณะดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2

อายุ 21-30 ปี พบว่า เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา ได้แก่ เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7

อายุ 31-40 ปี พบว่า เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมา ได้แก่ เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมา ได้แก่ เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5

อายุ 51-60 ปี พบว่า เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า เต็มน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอายุ

การตัดสินใจ	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	16	55.2	103	67.8	70	69.3	49	71.0	29	72.5	5	71.4
สมาชิกในครอบครัว	9	31.0	29	19.1	16	15.8	16	23.2	9	22.5	1	14.3
เพื่อน	3	10.3	10	6.6	13	12.9	2	2.9	2	5.0	1	14.3
พนักงาน	0	0.0	3	2.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ, สื่อโฆษณา	1	3.4	7	4.5	2	2.0	2	2.9	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>	<b>152</b>	<b>100.0</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>40</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.29 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2

อายุ 21-30 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

อายุ 31-40 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 23.2 เพื่อนช่วยตัดสินใจ และอื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ ,สื่อโฆษณาช่วยตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

อายุ 51-60 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามอายุ

เหตุผล	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลด ปัญหา มลพิษทาง อากาศ เพื่อ ประหยัด ค่าใช้จ่าย	4	13.8	20	13.2	12	11.9	9	13.0	13	32.5	3	42.9
เพื่อทดลอง ใช้ผลิตภัณฑ์ ใหม่ เพื่อรณรงค์ ประหยัด พลังงาน อื่นๆ เช่น น้ำมัน เบนซิน 91 และ 95	0	0.0	3	2.0	6	5.9	4	5.8	0	0.0	1	14.0
	2	6.9	12	7.9	6	5.9	10	14.5	1	2.5	2	28.6
	0	0.0	5	3.3	0	0.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0
รวม	29	100.0	152	100.0	101	100.0	69	100.0	40	100.0	7	100.0

จากตารางที่ 4.30 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงานจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 6.9

อายุ 21-30 ปี พบว่าใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 13.2 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงานจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9

อายุ 31-40 ปี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 76.2 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ จำนวน 12 คน คิดเป็น

ร้อยละ 11.9 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 65.2 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0

อายุ 51-60 ปี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศจำนวน13คนคิดเป็นร้อยละ 32.5 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และเพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง  
จำแนกตามอายุ

มูลค่าการ เติมน้ำมัน	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	23	79.3	96	63.2	52	51.5	23	33.3	14	35.0	4	57.1
501-1,000 บาท	3	10.3	48	31.6	38	37.6	36	52.2	20	50.0	2	28.6
1,001-1,500 บาท	0	0.0	5	3.3	10	9.9	7	10.1	5	12.5	1	14.3
1,501-2,000 บาท	2	6.9	2	1.3	1	1.0	0	0.0	1	2.5	0	0.0
มากกว่า 2,000 บาท ขึ้นไป	1	3.4	1	0.7	0	0.0	3	4.3	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>29</b>	<b>100.0</b>	<b>152</b>	<b>100.0</b>	<b>101</b>	<b>100.0</b>	<b>69</b>	<b>100.0</b>	<b>40</b>	<b>100.0</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.31 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ดังนี้



อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,501-2,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

อายุ 21-30 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 63.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

อายุ 31-40 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

อายุ 41-50 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1

อายุ 51-60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ

มูลค่าการ เติมน้ำมัน	ต่ำกว่า 20 ปี		21-30 ปี		31-40 ปี		41-50 ปี		51-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งพิมพ์	7	24.1	37	24.3	21	20.8	19	27.5	11	27.5	0	0.0
โทรทัศน์	21	72.4	103	67.8	71	70.3	57	82.6	32	80.0	6	85.7
วิทยุ	1	3.4	21	13.8	15	14.9	8	11.6	6	15.0	0	0.0
แผ่นพับ/ ใบปลิว	2	6.9	7	4.6	9	8.9	3	4.3	7	17.5	1	14.3
ป้ายโฆษณา	6	20.7	38	25.0	23	22.8	10	14.5	9	22.5	2	28.6
สื่อ ณ จุด ขายในสถานี บริการ	6	20.7	65	42.8	41	40.6	15	21.7	11	27.5	0	0.0
ประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	1	3.4	2	1.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
รวม	29	-	152	-	101	-	69	-	40	-	7	-

จากตารางที่ 4.32 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการจำหน่าย  
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่างๆ เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ ดังนี้

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 21  
คน คิดเป็นร้อยละ 72.4 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์  
จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา และ  
สื่อ ณ จุดขายในสถานีบริการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

อายุ 21-30 ปี พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 103 คน  
คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ณ จุดขายใน  
สถานีบริการ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
ป้ายโฆษณา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

อายุ 31-40 ปี พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 71 คน  
คิดเป็นร้อยละ 70.3 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ณ จุดขายใน  
สถานีบริการ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
ป้ายโฆษณา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

อายุ 41-50 ปี พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อสิ่งพิมพ์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุดขายในสถานีบริการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7

อายุ 51-60 ปี พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อ ฌ จุดขายในสถานีบริการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

อายุ มากกว่า 60 ปี พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอาชีพ

สถานีบริการน้ำมัน	รับจ้าง		พวง.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	21	36.2	88	53.0	35	61.4	42	65.6	23	48.9	3	50.0
บางจาก	5	8.6	22	13.3	4	7.0	4	6.3	5	10.6	0	0.0
เชลล์	9	15.5	27	16.3	6	5.3	4	6.3	4	8.5	1	16.7
เอสโซ่	3	5.2	11	6.6	7	12.3	7	10.9	8	17.0	0	0.0
เจ็ด	5	8.6	8	4.8	5	8.8	3	4.7	4	8.5	0	0.0
อื่นๆ	15	25.9	10	6.0	6	5.3	4	6.3	3	6.4	2	33.3
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>63</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.33 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเจ็ต จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 65.6 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ และสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 48.9 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6

อาชีพอื่นๆ พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอาชีพ

ลักษณะการเติมน้ำมัน	รับจ้าง		พนักงานเอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง	23	39.7	95	57.2	26	45.6	31	48.4	20	42.6	4	66.7
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ	12	20.7	39	23.5	18	31.6	17	26.6	16	34.0	2	33.3
ไม่เจาะจง	23	39.7	32	19.3	13	22.8	16	25.0	11	23.4	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.34 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง และไม่เจาะจง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 39.7 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 23.528.6 และไม่เจาะจง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6 และไม่เจาะจง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 และไม่เจาะจง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และไม่เจาะจง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4

อาชีพอื่นๆ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับการเจาะจงยี่ห้อ

จำแนกตามอาชีพ

การเจาะจงยี่ห้อ	รับจ้าง		พนักงานเอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	19	32.8	51	30.7	31	54.4	23	35.9	21	44.7	2	33.3
ไม่เจาะจง	39	67.2	115	69.3	26	45.6	41	64.1	26	55.3	4	66.7
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.35 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับการเจาะจงยี่ห้อ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 54.4 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 64.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 55.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7

อาชีพอื่นๆ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอาชีพ

ช่วงเวลาที่เติมน้ำมัน	รับจ้าง		พนง.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมันใกล้หมด	28	48.3	101	60.8	28	49.1	31	48.4	31	66.0	5	83.3
เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้	8	13.8	2	1.2	4	7.0	4	6.3	3	6.4	0	0.0
เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น	4	6.9	14	8.4	9	15.8	8	12.5	2	4.3	0	0.0
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	18	31.0	49	29.5	14	24.6	21	32.8	11	23.4	1	16.7
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	5	3.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.36 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และ เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และเมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4

อาชีพอื่นๆ พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอาชีพ

การเลือกสถานี บริการน้ำมัน	รับจ้าง		พจน.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	20	34.5	45	27.1	15	26.3	19	29.7	15	31.9	4	66.7
ใกล้ที่ทำงาน	6	10.3	14	8.4	10	17.5	4	6.3	3	6.4	0	0.0
ตามเส้นทาง	15	25.9	76	45.8	22	38.6	29	45.3	19	40.4	2	33.0
ไม่มีกำหนดที่ แน่นอน	16	27.6	31	18.7	9	15.8	11	17.2	8	17.0	0	0.0
อื่นๆ เช่น ใกล้ โรงเรียน	1	1.7	0	0.0	1	1.8	1	1.6	2	4.3	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.37 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 27.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.7

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 26.3 และใกล้ที่ทำงาน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0

อาชีพอื่นๆ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.38 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอาชีพ

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	รับจ้าง		พจน.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	44	75.9	114	68.7	37	64.9	49	76.6	24	51.1	4	66.7
สมาชิกใน เพื่อน	6	10.3	32	19.3	11	19.3	12	18.8	17	36.2	2	33.3
พนักงาน	6	10.3	10	6.0	7	12.3	3	4.7	5	10.6	0	0.0
อื่นๆ เช่น บริษัท	1	1.7	2	1.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ขายรถแนะนำ, สื่อโฆษณา	1	1.7	8	4.8	2	3.5	0	0.0	1	2.1	0	0.0
รวม	58	100.0	166	100.0	57	100.0	64	100.0	47	100.0	6	100.0



จากตารางที่ 4.38 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 75.9 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 พนักงานช่วยตัดสินใจ และอื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ ,สื่อโฆษณาช่วยตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 68.7 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 51.1 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.6

อาชีพอื่นๆ พบว่า พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และสมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.39 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามอาชีพ

เหตุผล	รับจ้าง		พนักง.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหา มลพิษทางอากาศ	9	15.5	18	10.8	7	12.3	16	25.0	11	23.4	0	0.0
เพื่อประหยัด ค่าใช้จ่าย	40	69.0	130	78.3	39	68.4	39	60.9	32	68.1	4	66.7
เพื่อทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ใหม่	4	6.9	2	1.2	3	5.3	4	6.3	1	2.1	0	0.0
เพื่อรณรงค์ ประหยัดพลังงาน	4	6.9	14	8.4	7	12.3	4	6.3	2	4.3	2	33.3
อื่นๆ เช่น น้ำมัน	1	1.7	2	1.2	1	1.8	1	1.6	1	2.1	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.39 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน และเพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 78.3 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ และ เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 และเพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน และเพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 68.1 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงานจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

อาชีพอื่นๆ พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.40 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง  
จำแนกตามอาชีพ

มูลค่าการเติมน้ำมัน	รับจ้าง		พวง.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	45	77.6	85	51.2	16	28.1	26	40.6	36	76.6	4	66.7
501-1,000 บาท	9	15.5	67	40.4	32	56.1	28	43.8	9	19.1	2	33.3
1,001-1,500 บาท	1	1.7	11	6.6	7	12.3	9	14.1	0	0.0	0	0.0
1,501-2,000 บาท	3	5.2	2	1.2	1	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 2,000	0	0.0	1	0.6	1	1.8	1	1.6	2	4.3	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>100.0</b>	<b>166</b>	<b>100.0</b>	<b>57</b>	<b>100.0</b>	<b>64</b>	<b>100.0</b>	<b>47</b>	<b>100.0</b>	<b>6</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.40 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,501-2,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 40.4 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500

บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 40.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 14.1

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่ามากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

อาชีพอื่นๆ พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.41 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอาชีพ

ประเภทของสื่อ	รับจ้าง		พจน.เอกชน		ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		ธุรกิจส่วนตัว		นักเรียน/ นักศึกษา		อื่นๆ เช่น แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งพิมพ์	7	12.1	46	27.7	17	29.8	11	17.2	11	23.4	3	50.0
โทรทัศน์	41	70.7	112	67.5	46	80.7	48	75.0	37	78.7	6	100.0
วิทยุ	7	12.1	22	13.3	8	14.0	6	9.4	7	14.9	1	16.7
แผ่นพับ/ใบปลิว	2	3.4	10	6.0	6	10.4	4	6.3	4	8.5	3	50.0
ป้ายโฆษณา	10	17.2	44	26.5	9	15.8	13	20.3	11	23.4	1	16.7
สื่อ ณ จุดขายใน สถานีบริการ น้ำมัน	20	34.5	68	41.0	14	24.	23	35.9	11	23.4	2	33.3
สื่อประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	0	0.0	2	1.2	0	0.0	0	0.0	1	2.1	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>58</b>	<b>-</b>	<b>166</b>	<b>-</b>	<b>57</b>	<b>-</b>	<b>64</b>	<b>-</b>	<b>47</b>	<b>-</b>	<b>6</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 4.41 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อต่างๆ เมื่อจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

รับจ้าง พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2

พนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7

รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

ธุรกิจส่วนตัว พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 35.9 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3

นักเรียน/นักศึกษา พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 78.7 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน สิ่งพิมพ์ และป้ายโฆษณา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากวิทยุ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 14.9

อาชีพอื่นๆ พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ และแผ่นพับ/ใบปลิว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุคขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 4.42 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามระดับการศึกษา

มูลค่าการเติมน้ำมัน	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	15	40.5	51	51.0	37	50.0	100	60.6	9	40.9
บางจาก	2	5.4	10	10.0	9	12.2	16	9.7	3	13.6
เชลล์	5	13.5	14	14.0	9	12.2	13	7.9	7	31.8
เอสโซ่	3	8.1	9	9.0	5	6.8	16	9.7	3	13.6
เจ็ด	0	0.0	6	6.0	5	6.8	14	8.5	0	0.0
อื่นๆ	13	32.4	10	10.0	9	12.5	6	3.6	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.42 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน เมื่อ  
จำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 40.5 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 และ  
นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

มัธยมศึกษา พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 51.0 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 นิยม  
ใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก สถานีเชลล์ และสถานีบริการ  
น้ำมันอื่นๆ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 12.2 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ และสถานีเจ็ด  
จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ปริญญาตรี พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 60.6 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีเอสโซ่ จำนวน 16 คน คิด  
เป็นร้อยละ 9.7 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเจ็ด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 9 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 40.9 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8  
และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีน้ำมันเชลล์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ตารางที่ 4.43 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ลักษณะการเติมน้ำมัน	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง	14	37.8	48	48.0	35	47.3	86	52.1	16	72.7
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ	9	24.3	27	27.0	19	25.7	44	26.7	5	22.7
ไม่เจาะจง	14	37.8	25	25.0	20	27.0	35	21.2	1	4.5
รวม	37	100.0	100	100.0	74	100.0	165	100.0	22	100.0

จากตารางที่ 4.43 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง และไม่เจาะจง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3

มัธยมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และไม่เจาะจง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมา ได้แก่ ไม่เจาะจง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7

ปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และไม่เจาะจง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และไม่เจาะจง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.44 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ  
จำแนกตามระดับการศึกษา

การเจาะจงยี่ห้อ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	13	35.1	30	30.0	21	28.4	68	41.2	15	68.2
ไม่เจาะจง	24	64.9	70	70.0	53	71.6	97	58.8	7	31.8
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.44 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1

มัธยมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 71.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4

ปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8

ตารางที่ 4.45 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามระดับการศึกษา

ช่วงเวลาที่เติมน้ำมัน	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมันใกล้หมด	18	48.6	49	49.0	37	50.0	108	65.5	12	54.5
เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้	5	13.5	6	6.0	2	2.7	6	3.6	2	9.1
เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น	1	2.7	6	6.0	7	9.5	18	10.9	5	22.7
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	13	35.1	38	38.0	28	37.8	32	19.4	3	13.6
อื่นๆ	0		1	1.0	0	0.0	1	0.6	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>



จากตารางที่ 4.45 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 48.6 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5

มัธยมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 22.7 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ตารางที่ 4.46 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามระดับการศึกษา

การเลือกสถานีบริการ น้ำมัน	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	16	43.2	29	29.0	25	33.8	44	26.7	4	18.2
ใกล้ที่ทำงาน	1	2.7	12	12.0	5	6.8	17	10.3	2	9.1
ตามเส้นทาง	10	27.0	30	30.0	29	39.2	82	49.7	12	54.5
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	10	27.0	28	28.0	14	18.9	19	11.5	4	18.2
อื่นๆ เช่น ใกล้โรงเรียน	0	0.0	1	1.0	1	1.4	3	1.8	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.46 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกสถานบริการน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน และเติมตามเส้นทาง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

มัธยมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9

ปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

ตารางที่ 4.47 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามระดับการศึกษา

บุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	24	64.9	64	64.0	48	64.9	115	69.7	21	95.5
สมาชิกในครอบครัว	11	29.7	21	21.0	16	21.6	32	19.4	0	0.0
เพื่อน	2	5.4	9	9.0	7	9.5	13	7.9	0	0.0
พนักงาน	0	0.0	0	0.0	2	2.7	1	0.6	0	0.0
อื่นๆ เช่น บริษัทขายรถ แนะนำ, สื่อโฆษณา	0	0.0	6	6.0	1	1.4	4	2.4	1	4.5
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.47 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 29.7 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4

มัธยมศึกษา พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

ปริญญาตรี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมา ได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 95.5 และอื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ , สื่อโฆษณา ช่วยตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ตารางที่ 4.48 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์  
จำแนกตามระดับการศึกษา

เหตุผล	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหามลพิษทาง	9	24.3	6	6.0	12	16.2	23	13.9	11	50.0
เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย	21	56.8	81	81.0	59	79.7	115	69.7	8	36.4
เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่	3	8.1	6	6.0	1	1.4	4	2.4	0	0.0
เพื่อรองรับการประหยัดพลังงาน	3	8.1	6	6.0	2	2.7	19	11.5	3	13.6
อื่นๆ เช่น น้ำมันเบนซิน 91 และ 95 รวม	1	2.7	1	1.0	0	0.0	4	2.4	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.48 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลสำคัญในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 รองลงมา ได้แก่ เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน และเพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1

มัธยมศึกษา พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา ได้แก่ เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ แลพเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และอื่นๆ เช่น น้ำมันเบนซิน 91 และ 95 หมุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 79.7 รองลงมา ได้แก่ เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2.7

ปริญญาตรี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 รองลงมา ได้แก่ เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.9 และเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4 และเพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6

ตารางที่ 4.49 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แต่ละครั้ง

จำแนกตามระดับการศึกษา

มูลค่าการเติมน้ำมัน	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	34	91.9	71	71.0	45	60.8	58	35.2	4	18.2
501-1,000 บาท	3	8.1	22	22.0	23	31.1	88	53.3	11	50.0
1,001-1,500 บาท	0	0.0	3	3.0	3	4.1	15	9.1	7	31.8
1,501-2,000 บาท	0	0.0	2	2.0	3	4.1	1	0.6	0	0.0
มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป	0	0.0	2	2.0	0	0.0	3	1.8	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100.0</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>74</b>	<b>100.0</b>	<b>165</b>	<b>100.0</b>	<b>22</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.49 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์  
แต่ละครั้ง เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 34 คน  
คิดเป็นร้อยละ 91.9 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 3 คน คิด  
เป็นร้อยละ 8.1

มัธยมศึกษา พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 71 คน  
คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท  
จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท  
จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 45  
คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท  
จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.1 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท  
และ 1,501-2,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1

ปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 88 คน คิด  
เป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน  
58 คน คิดเป็นร้อยละ 35.2 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 15  
คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 11  
คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท  
จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท  
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2

ตารางที่ 4.50 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามระดับการศึกษา

ประเภทสื่อ	ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งพิมพ์	4	10.8	22	22.0	18	24.3	44	26.7	7	31.8
โทรทัศน์	28	75.7	64	64.0	49	66.2	134	81.2	15	68.2
วิทยุ	5	13.5	8	8.0	6	8.1	28	17.0	4	18.2
แผ่นพับ/ใบปลิว	0	0.0	8	8.0	3	4.1	14	8.5	4	18.2
ป้ายโฆษณา	6	16.2	17	17.0	20	27.0	37	22.4	8	36.4
สื่อ ๓ จุดขายในสถานี บริการน้ำมัน	9	24.3	41	41.0	25	33.8	54	32.7	9	40.9
สื่อประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	0	0.0	2	2.0	1	1.4	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	<b>-</b>	<b>74</b>	<b>-</b>	<b>165</b>	<b>-</b>	<b>22</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 4.50 ผลการศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่างรับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์จากสื่อต่างๆ เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ประถมศึกษา พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 28  
คน คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ๓ จุดขาย  
ในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

มัธยมศึกษา พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 64 คน  
คิดเป็นร้อยละ 64.0 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ๓ จุดขายใน  
สถานีบริการน้ำมัน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0

อนุปริญญา/ปวส. พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน  
49 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ๓ จุด  
ขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0

ปริญญาตรี พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 134คน  
คิดเป็นร้อยละ 81.2 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ๓ จุดขายใน

สถานีบริการน้ำมัน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

สูงกว่าปริญญาตรี พบว่า ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 68.2 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ๓ จุด ขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 40.9 และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 36.4

ตารางที่ 4.51 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สถานีบริการ น้ำมัน	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	105	53.8	66	51.2	25	59.5	11	45.8	2	66.7	3	60.0
บางจาก	20	10.3	13	10.1	4	9.5	3	12.5	0	0.0	0	0.0
เชลล์	23	11.8	16	12.4	3	7.1	6	25.0	0	0.0	0	0.0
เอสโซ่	15	7.7	13	10.1	5	11.9	1	4.2	1	33.3	1	20.0
เจ็ท	8	4.1	11	8.5	3	7.1	3	3	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ	24	12.3	10	7.8	2	4.8	0	0.0	0	0.0	1	20.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>100.0</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.51 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน เมื่อ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันอื่นๆ จำนวน 24 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.3 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.4 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 13 คน คิด เป็นร้อยละ 10.1

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.มากที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเชลล์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีน้ำมันเจ็ด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และสถานีน้ำมันเจ็ด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และนิยมใช้สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ และสถานีน้ำมันอื่นๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.52 แสดงจำนวนและร้อยละของลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ลักษณะการเติมน้ำมัน	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง	102	52.3	63	48.8	23	54.8	8	33.3	1	33.3	2	40.0
เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ	43	22.1	37	28.7	12	28.6	10	41.7	1	33.3	1	20.0
ไม่เจาะจง	50	25.6	29	22.5	7	16.7	6	25.0	1	33.3	2	40.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>100.0</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.52 ผลการศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 52.3 รองลงมา ได้แก่ ไม่เจาะจง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 22.1



รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 และไม่เจาะจง จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และไม่เจาะจง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่เจาะจง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ และไม่เจาะจง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง และไม่เจาะจง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.53 แสดงจำนวนและร้อยละของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเจาะจงยี่ห้อ	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เจาะจง	69	35.4	46	35.7	20	47.5	10	41.7	0	0.0	2	40.0
ไม่เจาะจง	126	64.6	83	64.3	22	52.4	14	58.3	3	100.0	3	60.0
รวม	195	100.0	129	100.0	42	100.0	24	100.0	3	100.0	5	100.0

จากตารางที่ 4.53 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับการเจาะจงยี่ห้อ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 64.6 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 35.4

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 47.6

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100.0

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 4.54 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ช่วงเวลาที่เติมน้ำมัน	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อน้ำมันใกล้หมด	118	60.5	68	52.7	22	52.4	13	54.2	0	0.0	3	60.0
เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้	8	4.1	3	2.3	6	14.3	2	8.3	2	66.7	0	0.0
เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น	14	7.2	15	11.6	3	7.1	4	16.7	1	33.3	0	0.0
ไม่มีกำหนดที่แน่นอน	54	27.7	43	33.3	10	23.8	5	20.8	0	0.0	2	40.0
อื่นๆ	1	0.5	0	0.0	1	2.4	0	0.0	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>100.0</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.54 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงเวลาที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 27.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 และ เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และ เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า เดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และ ไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 4.55 แสดงจำนวนและร้อยละของการเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเลือก สถานีบริการ	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	65	33.3	38	29.5	8	19.0	6	25.0	1	33.3	0	0.0
ใกล้ที่ทำงาน	14	7.2	10	7.8	7	16.7	3	12.5	2	66.7	1	20.0
ตามเส้นทาง	78	40.0	51	39.5	18	42.9	13	54.2	0	0.0	3	60.0
ไม่มีกำหนดที่ แน่นอน	35	17.9	30	23.3	8	19.0	2	8.3	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ เช่น ใกล้ โรงเรียน	3	1.5	0	0.0	1	2.4	0	0.0	0	0.0	1	20.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>100.0</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.55 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะเลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน และไม่มีกำหนดที่แน่นอน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่อื่นๆ เช่น ใกล้โรงเรียน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.56 แสดงจำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีส่วนในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การตัดสินใจ	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	127	65.1	92	71.3	31	73.8	16	66.7	1	33.3	5	100.0
สมาชิกใน	43	22.1	25	19.4	7	16.7	4	16.7	1	33.3	0	0.0
เพื่อน	18	9.2	6	4.7	2	4.8	4	16.7	1	33.3	0	0.0
พนักงาน	2	1.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
อื่นๆ เช่น	5	2.6	5	3.9	2	4.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0
บริษัทขายรถ												
แนะนำ, สื่อ												
โฆษณา												
รวม	195	100.0	129	100.0	42	100.0	24	100.0	3	100.0	5	100.0

จากตารางที่ 4.56 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้  
รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 127 คน  
คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมาได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ  
22.1 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 92 คน  
คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ  
19.4 และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 31 คน  
คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมาได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ  
16.7 เพื่อนช่วยตัดสินใจ และอื่นๆ เช่น บริษัทขายรถแนะนำ, สื่อโฆษณา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ  
4.8

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 16 คน  
คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาได้แก่ สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ และเพื่อนช่วยตัดสินใจ  
จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง สมาชิกใน  
ครอบครัวช่วยตัดสินใจ และเพื่อนช่วยตัดสินใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง จำนวน 5 คน คิด  
เป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.57 แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

เหตุผล	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อลดปัญหา มลพิษทางอากาศ	28	14.4	20	15.5	6	14.3	6	25.0	0	0.0	1	20.0
เพื่อประหยัด ค่าใช้จ่าย	143	73.3	90	69.8	31	73.8	14	58.3	2	66.7	4	80.0
เพื่อทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ใหม่	8	4.1	6	4.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
เพื่อรณรงค์ ประหยัดพลังงาน	12	6.2	12	9.3	5	11.9	3	12.5	1	33.3	0	0.0
อื่นๆ เช่น เบนซิน 91 และ 95 รวม	4	2.1	1	0.8	0	0.0	1	4.2	0	0.0	0	0.0
รวม	195	100.0	129	100.0	42	100.0	24	100.0	3	100.0	5	100.0

จากตารางที่ 4.57 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนดังนี้

รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 14.4 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา ได้แก่ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.58 แสดงจำนวนและร้อยละของมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง

จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

มูลค่าการเติมน้ำมัน	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	147	75.4	53	41.1	9	21.4	1	4.2	1	33.3	1	20.0
501-1,000 บาท	40	20.5	68	52.7	23	54.8	13	54.2	1	33.3	2	40.0
1,001-1,500 บาท	4	2.1	7	5.4	8	19.0	7	29.2	1	33.3	1	20.0
1,501-2,000 บาท	3	1.5	0	0.0	1	2.4	2	8.3	0	0.0	0	0.0
มากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป	1	0.5	1	0.7	1	2.4	1	4.2	0	0.0	1	20.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>100.0</b>	<b>129</b>	<b>100.0</b>	<b>42</b>	<b>100.0</b>	<b>24</b>	<b>100.0</b>	<b>3</b>	<b>100.0</b>	<b>5</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.58 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีมูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 75.4 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.1

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 และเติมน้ำมันแต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.4

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และเติมน้ำมันแต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 1,501-2,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท มูลค่า 501-1,000 บาท และมูลค่า 1,001-1,500 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ เติมน้ำมันแต่ละครั้งมูลค่า 1,001-1,500 บาท และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0



ตารางที่ 4.59 แสดงจำนวนและร้อยละของประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมัน  
แก๊สโซฮอล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประเภทสื่อ	ไม่เกิน 10,000		10,001-20,000		20,001-30,000		30,001-40,000		40,001-50,000		สูงกว่า 50,000	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งพิมพ์	41	21.0	35	27.1	12	28.6	5	20.8	1	33.3	1	20.0
โทรทัศน์	141	72.3	100	77.5	31	73.8	13	54.2	1	33.3	4	80.0
วิทยุ	28	14.4	11	8.5	6	14.3	5	20.8	0	0.0	1	20.0
แผ่นพับ/ใบปลิว	12	6.2	8	6.2	2	4.8	5	20.8	1	33.3	1	20.0
ป้ายโฆษณา	48	24.6	22	17.1	6	14.3	11	45.8	0	0.0	2	20.0
สื่อ ๓ จุดขายใน สถานีบริการ น้ำมัน	63	32.3	53	41.1	11	26.2	8	33.3	1	33.3	2	40.0
สื่อประเภทอื่น เช่น อินเทอร์เน็ต	2	1.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
<b>รวม</b>	<b>195</b>	<b>-</b>	<b>129</b>	<b>-</b>	<b>42</b>	<b>-</b>	<b>24</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>5</b>	<b>-</b>

จากตารางที่ 4.59 ผลการศึกษาวิจัย พบว่า เมื่อจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

รายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์  
จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 72.3 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
สื่อ ๓ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 32.3 และทราบว่ามีกรจำหน่าย  
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6

รายได้ 10,001-20,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์  
จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
สื่อ ๓ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 และทราบว่ามีกรจำหน่าย  
น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1

รายได้ 20,001-30,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์  
จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 73.8 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
จากสิ่งพิมพ์ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และทราบว่ามีกรจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จาก  
สื่อ ๓ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2

รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมา ได้แก่ ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากป้ายโฆษณา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อ ฌ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ แผ่นพับ/ใบปลิว และสื่อ ฌ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

รายได้สูงกว่า 50,000 บาท พบว่า ทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา ได้แก่ สื่อ ฌ จุดขายในสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และทราบว่ามีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสิ่งพิมพ์ วิทยุ แผ่นพับ/ใบปลิว และป้ายโฆษณา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

## ส่วนที่ 5 สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวุฒิการศึกษามีผลต่อปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และทดสอบด้วยค่า Independent - Sample t- test และทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ตารางที่ 4.60 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด	ชาย		หญิง		t	P [Sig. (2-tailed)]
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.73	.481	3.64	.479	1.823	.069
ด้านราคา	4.14	.562	4.22	.555	-1.408	.160
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99	.584	3.895	.682	1.490	.137
ด้านส่งเสริมการตลาด	4.10	.504	4.15	.550	-.942	.347

จากตารางที่ 4.60 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .069 ปัจจัยด้านราคามีค่า P (Sig.) เท่ากับ .160 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่า P

(Sig.) เท่ากับ .137 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .347 ซึ่งค่า P ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีค่ามากกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า เพศชายและเพศหญิงไม่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.61 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	1.565	5	.313	1.356	.240
	ภายในกลุ่ม	90.483	392	.231		
	รวม	92.048	397			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.203	5	.641	2.072	.068
	ภายในกลุ่ม	121.183	392	.309		
	รวม	124.386	397			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.838	5	.368	.933	.460
	ภายในกลุ่ม	154.499	392	.394		
	รวม	156.336	397			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.156	5	.431	1.584	.163
	ภายในกลุ่ม	106.695	392	.272		
	รวม	108.851	397			

จากตารางที่ 4.61 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .240 ปัจจัยด้านราคามีค่า P (Sig.) เท่ากับ .068 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .460 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .163 ซึ่งค่า P ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน มีค่ามากกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า กลุ่มอายุต่างๆ ไม่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.62 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	.769	5	.154	.660	.654
	ภายในกลุ่ม	91.280	392	.233		
	รวม	92.048	397			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.276	5	.655	2.121	.062
	ภายในกลุ่ม	121.110	392	.309		
	รวม	124.386	397			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	4.668	5	.934	2.413*	.036
	ภายในกลุ่ม	151.668	392	.387		
	รวม	156.336	397			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	4.389	5	.878	3.294*	.006
	ภายในกลุ่ม	104.462	392	.266		
	รวม	108.851	397			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 4.62 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ 2 ปัจจัยด้วยกัน คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .036 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .006 ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 ด้าน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า อาชีพมีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.63 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	2.633	4	.658	2.893*	.022
	ภายในกลุ่ม	89.415	393	.228		
	รวม	92.048	397			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	3.891	4	.973	3.172*	.014
	ภายในกลุ่ม	120.496	393	.307		
	รวม	124.386	397			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	1.169	4	.292	.740	.565
	ภายในกลุ่ม	155.167	393	.395		
	รวม	156.336	397			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.991	4	.748	2.776*	.027
	ภายในกลุ่ม	105.860	393	.269		
	รวม	108.851	397			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.63 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษามีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .022 ปัจจัยด้านด้านราคา มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .014 และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีค่า P (Sig.) เท่ากับ .027 ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า ระดับการศึกษามีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตารางที่ 4.64 เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ด้านผลิตภัณฑ์	ระหว่างกลุ่ม	3.993	5	.799	3.555*	.004
	ภายในกลุ่ม	88.056	392	.225		
	รวม	92.048	397			
ด้านราคา	ระหว่างกลุ่ม	4.145	5	.829	2.703*	.020
	ภายในกลุ่ม	120.241	392	.307		
	รวม	124.386	397			
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	8.475	5	1.695	4.494*	.001
	ภายในกลุ่ม	147.861	392	.377		
	รวม	156.336	397			
ด้านส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.951	5	.590	2.184	.055
	ภายในกลุ่ม	105.900	392	.270		
	รวม	108.851	397			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 4.64 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ 3 ปัจจัยด้วยกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .004 ปัจจัยด้านด้านราคา มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .020 และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่า P (Sig.) เท่ากับ .001 ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้าน มีค่าน้อยกว่า 0.05 ที่ระดับนัยสำคัญ จึงสรุปว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

## ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ผู้วิจัยเก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล จำนวน 21 ประเด็น สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.65 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
<b>(n = 21)</b>	
1. ราคาน้ำมันควรถูกลงกว่านี้ และได้คุณภาพ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์	8
2. ขอให้มีการบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกปั๊ม	5
3. ควรมีการพัฒนา น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างต่อเนื่อง ให้เหมาะกับการทำงานของ เครื่องยนต์อย่างมีคุณภาพ	3
4. ควรมีหน่วยงานหรือสถาบันออกมารับประกันให้กับผู้บริโภคว่าการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับรถยนต์จะไม่ทำให้อายุการใช้งานน้อยลง	3
5. ควรจะมีกิจกรรมเสนอแนะเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น และทดสอบให้ ผู้ใช้บริการมีความเชื่อมั่นในการใช้น้ำมัน	1
6. ควรจะมีสถานีบริการให้มากกว่านี้ เช่น ตามชนบท	1
7. ควรใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อน ช่วยกันประหยัดเพื่อประเทศชาติ	1
8. ควรทำให้ทุกสถานีมีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่าย และไม่ควรแข่งขัน เพื่อให้ ผู้ใช้มั่นใจว่าทุกสถานีมีน้ำมันมาตรฐานเดียวกัน	1
9. ควรนำงบประมาณไปใช้ในกิจกรรมด้านอื่นๆ ที่เกิดประโยชน์มากกว่า เพราะประชาชน รู้จักแก๊สโซฮอล์มากพอสมควรแล้ว	1
10. ควรผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่ม และสนับสนุนให้เกษตรกรปลูกพืชที่ใช้ผลิตน้ำมัน และประกันราคารับซื้อ	1

ตารางที่ 4.65 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน
11. ควรผลิตน้ำมันให้เหมาะสมกับเครื่องยนต์ และต้องมีการพัฒนาคุณภาพของน้ำมันอย่างต่อเนื่อง	1
12. ควรพัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ให้มีสารหล่อลื่นผสม เพราะจะทำให้ยืดอายุของเครื่องยนต์	1
13. ควรเพิ่ม E20 ,E85 ให้มากยิ่งขึ้น	1
14. ควรรณรงค์ให้ใช้ เพราะดีและประหยัด	1
15. ควรลดราคาลงอีก 2-3 บาท	1
16. ควรลดราคาลงอีกลิตรละ 10-15 บาท	1
17. ควรส่งเสริมด้านการผลิตและการตลาดให้แก่ผู้บริโภครหรือผู้ที่สนใจในการลงทุนเพื่อเป็นการรณรงค์ไปพร้อมกัน	1
18. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทำให้เครื่องยนต์สึกหรอ อายุการใช้งานสั้นลง	1
19. น้ำมันที่นำมาขายมีคุณภาพ ควรปรับปรุง หรือนำเบนซิน 19 และ 95 กลับมาขายตามเดิม	1
20. ไม่มั่นใจในการผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ และเกรงว่าจะทำให้เครื่องยนต์เสีย โดยเฉพาะบริษัทที่ไม่มีชื่อเสียง	1
21. รัฐบาลควรส่งเสริมอย่างจริงจัง เพื่อสภาพแวดล้อมและประหยัดพลังงาน	1

จากตารางที่ 4.65 ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าราคาน้ำมันควรถูกลงกว่านี้ และได้คุณภาพ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ (จำนวน 8 คน) รongลงมาได้แก่ ขอให้มึบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกปั้ม (จำนวน 5 คน) ควรมีการพัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอลล์อย่างต่อเนื่อง ให้เหมาะกับการทำงานของเครื่องยนต์อย่างมีคุณภาพ และควรมีหน่วยงานหรือสถาบันออกมารับประกันให้กับผู้บริโภคว่าการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับรถยนต์จะไม่ทำให้อายุการใช้งานน้อยลง (จำนวน 3 คน)



## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษาวิจัย

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 58.0 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 38.2 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 41.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.5 มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 49.0

##### ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. บ่อยที่สุด ร้อยละ 53.3 ลักษณะของการเติมน้ำมันจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง ร้อยละ 50.0 ในการเติมน้ำมันจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ ร้อยละ 63.1 โดยจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด ร้อยละ 56.3 เลือกสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง ร้อยละ 41.0 ในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างตัดสินใจด้วยตนเอง ร้อยละ 68.3 เหตุผลที่ใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ร้อยละ 71.4 ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในแต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 53.3 และกลุ่มตัวอย่างทราบว่ามือน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่ายจากสื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 41.8

##### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .405) และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยในทุกๆ ด้าน โดยปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.17 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .560) และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .482)

### 1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วยประหยัดพลังงานช่วยลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ และช่วยลดการขาดดุลทางการค้า และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถใช้ได้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่ระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีดโดยไม่ต้องทำการปรับแต่งเครื่องยนต์

### 2. ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีราคาถูกกว่านี้เมื่อรัฐบาลยกเลิกการผลิตน้ำมันเบนซิน และผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคากับคุณภาพที่มีความเหมาะสมกัน

### 3. ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ในทุกๆ ประเด็น โดยประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต้องมีบริการอื่นให้บริการด้วย เช่น บริการล้าง อัด ฉีด เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ เป็นต้น และประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ควรมีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีหัวจ่ายน้ำมันเพียงพอโดยไม่ต้องรอบริการนานๆ ในจังหวัดเชียงใหม่

#### 4. ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีระดับความคิดเห็นอยู่ 2 ระดับคือ ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00) และระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20)

- **ความคิดเห็นระดับมาก** (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) ซึ่งมีอยู่เพียงประเด็นเดียวคือ ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้น เพื่อรณรงค์ส่งเสริมให้คนหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น

- **ความคิดเห็นระดับมาก** (ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20) โดยประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดอบรมพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้ และประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด คือ ควรมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ

#### ส่วนที่ 4 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

##### 4.1 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของเพศชายและเพศหญิงมีลักษณะที่เหมือนกัน คือ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด ลักษณะการเติมน้ำมันเหมือนกันคือ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง เหตุผลที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่าต่ำกว่า 500 บาท และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์

##### 4.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอายุ

ทุกๆ ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีพฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เหมือนกันและแตกต่างกันดังนี้

พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เหมือนกัน ได้แก่ นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง และทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์เหมือนกัน

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลักษณะของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่เจาะจง ในขณะที่กลุ่มอายุอื่นๆ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง การเลือกสถานีบริการน้ำมัน อายุต่ำกว่า 20 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุมากกว่า 60 ปี เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน ในขณะที่อายุ 21-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง เหตุผลที่ใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ อายุต่ำกว่า 20 ปี – อายุ 60 ปี ใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ในขณะที่อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ มูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งส่วนใหญ่เติมต่ำกว่า 500 บาท ยกเว้นกลุ่มอายุ 41-50 ปี และอายุ 51-60 ปี เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท

#### 4.3 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามอาชีพ

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เหมือนกัน พบว่า ทุกสายอาชีพนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด ตัดสินใจใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง เหตุผลที่ใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และทุกๆ อาชีพทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แตกต่างกัน พบว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ อาชีพที่เหลือ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ อาชีพรับจ้าง และอาชีพอื่นๆ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน ส่วนอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง มูลค่าในการเติมน้ำมันแต่ละครั้งพบว่า อาชีพรับจ้าง พนักงานบริษัทเอกชน นักเรียน/นักศึกษา และอาชีพอื่นๆ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท ส่วนอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และอาชีพธุรกิจส่วนตัวพบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท

#### 4.4 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามระดับการศึกษา

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เหมือนกัน พบว่า ทุกสายอาชีพนิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด ตัดสินใจใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง และทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แตกต่างกัน พบว่า ทุกระดับการศึกษาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ ยกเว้นสูงกว่าปริญญาตรี พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบเจาะจงยี่ห้อ การศึกษาระดับประถมศึกษา เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้บ้าน ส่วนระดับมัธยมศึกษา อนุปริญญา/ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีพบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามเส้นทาง เหตุผลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่า ทุกระดับการศึกษาใช้เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ยกเว้น การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศ มูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง ทุกระดับการศึกษาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท ยกเว้น การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรีเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท

#### 4.5 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เหมือนกัน พบว่า ทุกระดับรายได้นิยมใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มากที่สุด เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แบบไม่เจาะจงยี่ห้อ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย และทราบว่ามีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสื่อโทรทัศน์

พฤติกรรมกรเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่แตกต่างกัน พบว่า เกือบทุกระดับรายได้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง ยกเว้นรายได้ รายได้ 30,001-40,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ ส่วนใหญ่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อน้ำมันใกล้หมด ยกเว้น รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้ ลักษณะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ส่วนใหญ่เติมตามเส้นทาง ยกเว้นรายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใกล้ที่ทำงาน การตัดสินใจพบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยตนเอง ยกเว้น รายได้ 40,001-50,000 บาท พบว่า สมาชิกในครอบครัวช่วยตัดสินใจ มูลค่าในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง ส่วนใหญ่ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า 501-1,000 บาท ยกเว้นรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งมูลค่า ต่ำกว่า 500 บาท

## อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทดสอบสมมติฐานและนำมาอภิปรายผลในครั้งนี้

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ความสามารถในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อทดแทนน้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันเบนซิน 95 ตลอดจนผลกระทบต่อสมรรถนะของเครื่องยนต์ เป็นต้น จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีจำหน่ายในประเทศไทย และจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จึงมีความมั่นใจและเกิดการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น

งานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิธาน โสมประภักษ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ แก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้ แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ ศักดา เสถียรไชยกิจ (2547) ซึ่งได้ทำการศึกษารื่อง พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขึ้นอยู่กับสถานภาพส่วนบุคคลในด้านเพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ต่อเดือนและวุฒิการศึกษา

**ปัจจัยด้านราคา** ได้แก่ ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีจำหน่ายอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อเทียบกับราคาน้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันเบนซิน 95 ที่ถูกยกเลิกไปนั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีความเหมาะสม และราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันเบนซิน 95 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิธาน โสมประภักษ์ (2549) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมี

ความรู้ความเข้าใจในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ คือด้าน ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าราคาราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันเบนซิน 95 แต่จากการศึกษาวิจัยในครั้งกลับพบว่า ยังมีกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มที่ให้ข้อเสนอแนะว่า ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ควรถูกลงกว่าที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยให้ข้อเสนอแนะว่า ควรลดราคาอีก 2-3 บาท หรือ 10-15 บาท เป็นต้น จะเห็นได้ว่า ราคาเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภค

**ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ได้แก่ สถานให้บริการน้ำมันต่างๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ ความพร้อมในการให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทั้งในด้านปริมาณของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และจำนวนสถานีบริการน้ำมันซึ่งต้องมีจำนวนซึ่งควรจะมีเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แทนน้ำมันเบนซิน 91 และน้ำมันเบนซิน 95 มากขึ้น

งานวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดา เสถียร ไชยกิจ (2547) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ช่องบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการมีจำนวนช่องมากเพียงพอ สถานีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีจำนวนมากเพียงพอ ค่าผู้ผลิตและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีมีจำนวนเพียงพอ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น

**ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด** ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ความเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ทำอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ การส่งเสริมการขายของสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทั้งในด้านการอบรมพนักงานให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เพื่อสามารถถ่ายทอดให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อสร้างความเข้าใจและความมั่นใจต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ รวมไปถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ที่นอกเหนือไปจากสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้พบว่า สื่อที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้ใช้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่อันดับแรกมาจากสื่อโทรทัศน์ และรองลงมาคือสื่อ ๓ จุดขายของสถานีบริการน้ำมัน ดังนั้นผู้ผลิตและผู้เกี่ยวข้องควรกระจายสื่อในทุกๆ ประเภท เพื่อเป็นการส่งเสริมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคให้ทั่วถึงของกลุ่มอาชีพ รายได้ และกลุ่มการศึกษาต่างๆ

## ข้อเสนอแนะจำแนกตามพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

### 1. ผู้ที่เติมเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ โดยภาพรวมแล้วมีความรู้ความเข้าใจต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นอย่างดี แต่จะมีบางประเด็นที่มีความรู้ความเข้าใจน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นเกี่ยวกับ การไม่แนะนำให้ใช้กับรถ รถยนต์ทุกรุ่นที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบคาร์บูเรเตอร์ ดังนั้นทุกภาคส่วนทั้งผู้จำหน่ายรถยนต์ ผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ และภาครัฐ ต้องเร่งให้ความรู้ที่ถูกต้อง เช่น ร่วมกันจัดทำคู่มือการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ โดยเนื้อหาส่วนหนึ่งในคู่มือบอกให้ทราบถึงข้อควรระวังของรถยนต์ รุ่น ปีของรถยนต์ ที่สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ได้ รุ่นใดเติมไม่ได้ ระบุอยู่ในคู่มือ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นอีกช่องทางในการกระจายข้อมูลข่าวสาร ได้กว้างมากยิ่งขึ้น

อีกประการที่สำคัญคือ ผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นอีกช่องทางที่สำคัญ และน่าเชื่อถือ ในการแนะนำให้ผู้ที่ยังไม่กล้าเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ให้หันมาเติมได้อย่างมั่นใจ เพราะผู้ให้คำแนะนำเองก็เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ด้วย ดังนั้นผู้ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์สามารถนำประเด็นดังกล่าวมาส่งเสริมการตลาดเพิ่มเติมได้ เช่น การสร้างแคมเปญ ขวอนเติมเพิ่มเติม คือ การส่งเสริมให้ผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ชวนเพื่อนหรือบุคคลที่ตนรู้จักให้หันมาเติมแก๊สโซฮอลล์แล้วสะสมเป็นแต้มเพื่อแลกบัตรเติมน้ำมันมูลค่าต่าง ๆ ตามที่กำหนด หรือของสมนาคุณอื่น ๆ เป็นต้น

### 2. ผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์สลับกับน้ำมันเบนซิน

สำหรับผู้เติมสลับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์สลับกับน้ำมันเบนซิน หากต้องการให้หันมาเติมเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ นอกเหนือจากการให้ความรู้ที่ถูกต้องเพื่อสร้างความมั่นใจแล้วประเด็นสำคัญอีกประการที่ผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันควรพิจารณา คือ การเพิ่มห่วยจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ให้มีอย่างเพียงพอในทุกสถานีบริการ รวมถึงการบริการที่รวดเร็วเป็นระบบและการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายร่วมด้วย ในขณะที่ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ถูกกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป จะทำให้ผู้ที่เติมสลับกันมาเติมเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ได้ เพราะทุกสถานีบริการน้ำมันมีน้ำมันแก๊สโซฮอลล์บริการทำให้สะดวกสบาย ในขณะที่ราคาก็ถูกกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป และคุณภาพไม่ต่างกัน นอกจากนี้ยังได้รับของสมนาคุณจากการจัดรายการส่งเสริมการขายด้วย



### 3. ผู้ที่ไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่ไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จะเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท รวมถึงเป็นผู้ที่ใช้รถยนต์ที่มีอายุมากกว่า 9 ปีทำให้ไม่กล้าเติมนอกจากนี้ด้านราคาในขณะที่ศึกษา ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคาต่างจากน้ำมันเบนซินทั่วไปเพียง 1.5 บาทต่อลิตร จึงเป็นอีกประเด็นที่ทำให้ไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ แต่อย่างไรก็ตามจากผลการศึกษาพบว่าแนวโน้มในอนาคตส่วนใหญ่จะหันมาเติมเนื่องจากปัจจัยด้านราคา

ดังนั้นนอกเหนือจากปัจจัยด้านราคา การสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์สมรรถนะของเครื่องยนต์ภายหลังการเติมทั้งในระยะยาวและระยะสั้น เป็นอีกประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะสามารถจูงใจให้กลุ่มที่ไม่เติมหันมาเติมได้ เพราะกลุ่มที่ไม่เติมนั้นโดยส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่ารถยนต์ของตนสามารถเติมได้หรือไม่ และเมื่อเติมแล้วจะส่งผลกระทบต่ออย่างไรซึ่งวิธีการสร้างความเชื่อมั่น นอกเหนือจากการให้ความรู้ผ่านคู่มือการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้ว การสร้างความเชื่อมั่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในกรณีผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์แล้ว การได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ที่มีประสบการณ์โดยตรง เป็นอีกช่องทางที่จะสร้างความเชื่อมั่นได้เป็นอย่างดี ดังนั้นในกรณีผู้ให้บริการสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ยี่ห้อต่าง ๆ ต้องการส่งเสริมให้กลุ่มที่ไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์หันมาเติม อาจจะจัดการส่งเสริมการตลาดโดยนำกลุ่มผู้นำทางความคิดมาเป็นตัวแทนเพื่อบอกถึงข้อดี หรือเล่าประสบการณ์ตรงจากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของตนเอง ดังตัวอย่างการ โฆษณาบัตรเครดิตวีซ่าของธนาคารไทยพาณิชย์ ที่นำลูกค้าใช้บัตรเครดิตของธนาคารมาเล่าความรู้สึกที่มี เพื่อบอกเล่าเรื่องราวสร้างความน่าสนใจ เชื่อมั่นใจบริการ และสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผลิตภัณฑ์

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาต่อไป

1. หัวข้อการศึกษาเพิ่มเติม สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาเพิ่มเติมจากการค้นคว้า อิศระ เรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ควรพิจารณาศึกษาเรื่อง ระดับความอ่อนไหวของพฤติกรรมกรเติมน้ำมัน ที่เกิดจามาการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
2. การใช้คำถามในแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจ ควรมีการเพิ่มคำถามลงในแบบสอบถามเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เกี่ยวกับความรู้ ความเข้าใจในประเด็นที่ทำการศึกษา

## ข้อจำกัดในการศึกษา

### 1. ช่วงเวลาในการศึกษา และการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

การเก็บข้อมูลในการค้นคว้าอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้เก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงเดือน มีนาคม พ.ศ. 2550 ในขณะที่ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่างกับราคาน้ำมันเบนซิน 1.50 บาท แต่เนื่องจากราคาของน้ำมันเชื้อเพลิงในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงตามภาวะราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกซึ่งมีแนวโน้มจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผลการศึกษาด้านราคา เป็นผลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเท่านั้น ดังนั้นในการใช้ผลการศึกษา ต้องพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันแก๊ส โซฮอล์และผลต่างของราคาน้ำมันในช่วงนั้นด้วย

### 2. การใช้ผลการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับราคา

จากการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ผลการศึกษาและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีผลต่างกับราคาน้ำมันเบนซินลิตรละ 1.50 บาท ดังนั้นการนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะไปใช้ ควรศึกษาความเหมาะสมของการนำไปใช้ รวมถึงความแตกต่างของราคาน้ำมันแก๊ส โซฮอล์และราคาน้ำมันเบนซิน ณ ช่วงเวลาดังกล่าวด้วย

### 3. ผลการศึกษาที่ได้รับจากการใช้คำถามแบบ 2 คำตอบ

จากการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ ผู้ศึกษาได้การออกแบบสอบถาม เพื่อสอบถามความรู้ ความเข้าใจ ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบ 2 คำตอบ คือ ทราบ หรือ ไม่ทราบ ทำให้ได้ผลการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ ในประเด็นที่ถามเพียง ทราบหรือ ไม่ทราบเท่านั้นแต่ไม่สามารถบอกแทนได้ ว่ามีความรู้ความเข้าใจมากน้อยระดับใด หากต้องการข้อมูลในเชิงลึก ต้องทำการศึกษาต่อไป

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- อังกฤษ รุ่งแสงจันทร์ (2550) แก๊สโซฮอล์ เต็มอย่างไร ไม่ให้เครื่องพัง พิมพ์ครั้งที่ 1  
กรุงเทพมหานคร จูปีดัส
- ยุทธนา ธรรมเจริญ (2544) “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผน และการควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 5 หน้า 183 พิมพ์ครั้งที่ 3  
นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2544) “กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์วางแผน และการควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 8 หน้า 161 พิมพ์ครั้งที่ 3 นนทบุรี  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ดร. ธนวรรณ แสงสุวรรณ (2544) “กลยุทธ์ราคา” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผนและการควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 9 หน้า 205 พิมพ์ครั้งที่ 3 นนทบุรี  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
- ขงยุทธ์ พุพงษ์ศิริพันธ์ (2544) “กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า” ใน *ประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์ วางแผน และการควบคุมทางการตลาด* หน่วยที่ 10 หน้า 251  
พิมพ์ครั้งที่ 3 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช บัณฑิตศึกษา สาขาวิชา  
วิทยาการจัดการ
- บรรจง สมฤทธิ์ (2550) “ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ  
น้ำมันแก๊สโซฮอล์” การค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ (2551) ข้อมูลจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่  
ประกาศ ณ. วันที่ 31 กรกฎาคม 2551
- ศักดิ์ดา เสถียรไชยกิจ (2547) “เรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล” วิทยานิพนธ์, สาขาวิชาธุรกิจอุตสาหกรรม  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- กรมธุรกิจพลังงาน (2549) สถิติการผลิตและการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ปี 2549 ระบบ  
ออนไลน์ 2549 จาก <http://www.eppo.go.th>
- สำนักนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน (2551) “สถานการณ์ปริมาณการใช้น้ำมันแก๊ส  
โซฮอล์ของประเทศไทย” ระบบออนไลน์ 2549 จาก <http://www.energy.go.th>

**ภาคผนวก ก**  
**การคำนวณประชากรที่ใช้ในการวิจัย**

### ปริมาณรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้คำนวณปริมาณรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสัดส่วนการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินออกเทน 91 และ น้ำมันเบนซินออกเทน 95 ดังตารางที่ ก-1

ตารางที่ ก-1 แสดงยอดจำหน่ายน้ำมันเบนซินของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2551 – กรกฎาคม 2551

หน่วย : พันลิตร

เดือน	ออกเทน 91	ออกเทน 95	น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91	น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95
มกราคม	6362.00	2103.00	1663.00	4792.00
กุมภาพันธ์	6039.00	1180.00	1961.00	4777.00
มีนาคม	6154.00	1167.00	2339.00	4494.00
เมษายน	6134.00	910.00	2541.00	4651.00
พฤษภาคม	5789.00	477.00	2708.07	4247.82
มิถุนายน	5495.00	291.00	3102.00	4298.00
กรกฎาคม	5415.00	302.00	3337.00	4459.00
รวม	41388.00	6430.00	17651.07	31718.82

หมายเหตุ : สัดส่วนของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

$$= 49369.89 \times 100 (41388 + 6430 + 17651.07 + 31718.82) = 50.80\%$$

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน 2551

จากตาราง ก-1 ได้คำนวณสัดส่วนของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เท่ากับร้อยละ 50.80 ของการใช้น้ำมันจังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นได้นำยอดการจดทะเบียนรถของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในปี พ.ศ. 2551 ดังตาราง ก-2

ตารางที่ ก-2 แสดงยอดการจดทะเบียนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ปีพ.ศ. 2551

ประเภทรถยนต์	สำนักงานขนส่ง จังหวัด ( คัน )	สาขา อ.ฝาง ( คัน )	สาขา อ.จอมทอง ( คัน )	สาขาอ.แม่แตง ( คัน )	รวม ( คัน )
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ไม่เกิน 7คน	157810	2163	1523	2151	163647

ที่มา : ฝ่ายทะเบียนรถ สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ ณ. วันที่ 31 กรกฎาคม 2551

จากตารางที่ ก-2 พบว่ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน มีจำนวน 163,647 คัน เมื่อนำมาคำนวณกับสัดส่วนของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่าผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เท่ากับ  $163,647 \times 50.80 \% = 83,133$  คัน

จากข้อมูลของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน พบว่าปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์เพิ่มจาก 3.5 ล้านลิตรต่อวันในปี 2549 เป็น 4.6 ล้านลิตรต่อวันในปีนี้หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 31.5 โดยช่วงเดือนธันวาคม 2550 ปริมาณการใช้สูงถึง 6.1 ล้านลิตร / วัน ทั้งนี้เป็นผลจากนโยบายส่งเสริมการใช้แก๊สโซฮอล์ของกระทรวงพลังงาน โดยลดอัตราเงินส่งเข้ากองทุนน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินมีผลทำให้ราคาแก๊สโซฮอล์ต่ำกว่าเบนซินมาก และมีผลกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้แก๊สโซฮอล์เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งจัดให้มีการณรงค์ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนมีความมั่นใจในคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ จำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีการขยายตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับปริมาณจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น ดังจะเห็นได้ในปี 2547 มีจำนวน 565 แห่งและคาดว่าจะเพิ่มเป็น 3,911 แห่งในเดือนธันวาคม 2550 หรือเพิ่มขึ้นกว่า 7 เท่า นอกจากนั้นยังมีบริษัทน้ำมันบางบริษัทที่มีแผนการยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95 โดยจะหันมาจำหน่ายเฉพาะแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ บริษัทน้ำมันบางจาก เจ็ท และระยองเพียวๆ ซึ่งบริษัทเหล่านี้กำหนดยกเลิกจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95 ในเดือน มกราคม 2551

**ภาคผนวก ข**

**ข้อมูลแสดงปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ของประเทศไทยจากกระทรวงพลังงาน**



ตารางที่ 1.1 แสดงปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ รายเดือน

หน่วย : ลิตร / วัน

ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ษ.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.- ธ.ค.
2546	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.02	0.06	0.04
2547	0.1	0.1	0.1	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2
2548	0.3	0.4	0.8	1.0	1.1	1.5	1.7	2.5	3.0	3.0	3.3	3.5	1.8
2549	3.4	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.5	3.4	3.4	3.5	3.6	3.7	3.5
2550	3.4	3.7	3.6	4.0	4.1	4.6	4.6	5.1	5.3	5.6	6.0	6.1	4.6
% จาก ปีก่อน	0.7	6.6	2.3	8.5	19.9	31.9	32.8	48.9	55.0	58.4	66.4	67.9	31.5

ที่มา : Copyright @ 2007 กระทรวงพลังงาน

### แก๊สโซฮอล์ในประเทศไทย

ประเทศไทยผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นครั้งแรกในปี 2524 จากนั้นมีโครงการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์เรื่อยมาจนสามารถทำการผลิตและจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์

1. ในปี 2524 สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(วว.) ได้สร้างโรงงานผลิตแอลกอฮอล์ต้นแบบที่มีความบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 ขึ้น
2. จากนั้นในปี 2528 ได้เริ่มโครงการโรงกลั่นเชื้อเพลิงทำแก๊สโซฮอล์ ในโครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดา โดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงริเริ่มให้มีการศึกษาพัฒนาพลังงานทดแทน และทดลองวิจัยนำเอามาแปรรูปเป็นแอลกอฮอล์ใช้เป็นเชื้อเพลิง ทั้งภาครัฐและเอกชนจึงได้น้อมรับแนวพระราชดำริร่วมศึกษาวิจัยและพัฒนาเรื่อยมา
3. ต้นปี 2544 ได้เริ่มมีการจำหน่ายเชิงพาณิชย์อย่างจริงจัง โดยได้นำเอทานอล บริสุทธิ์ 99.5 % มาผสมในน้ำมันเบนซินในสัดส่วนร้อยละ 10 เพื่อเพิ่มค่าออกเทนเป็นเบนซิน 95 แทนสาร MTBE ( Methyl -Tertiary-Butyl-Ether )

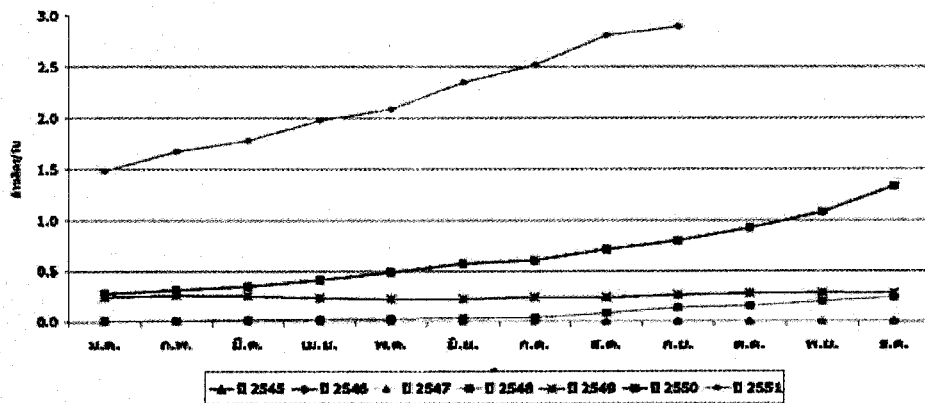
4. ปี 2545 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการยกเว้นภาษีสรรพสามิตเอทานอล และลดหย่อนอัตรากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อการส่งเสริมและอนุรักษ์พลังงาน จากนั้นภาครัฐ บริษัทผู้ค้าน้ำมัน บริษัทรถยนต์ ร่วมมือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้แก๊สโซฮอล์ต่อผู้ใช้รถและประชาชน ทำให้มีปริมาณการใช้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี 2549 มียอดใช้แก๊สโซฮอล์สูงถึงปีละ 1,279 ล้านลิตร คิดเป็นร้อยละ 18 ของปริมาณน้ำมันเบนซินทุกชนิดที่ใช้ภายในประเทศ

ตาราง 1.2 ยอดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์

ชนิดน้ำมัน (ล้านลิตร)	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
น้ำมันแก๊สโซฮอล์	0.534	2.576	59.617	674.942	1,279.297
น้ำมันเบนซิน ออกเทน 91	4,341.358	4,550.343	4,631.245	4,332.867	4,464.376
น้ำมันเบนซิน ออกเทน 95	2,984.137	3,082.228	2,969.803	2,240.288	1,471.462

ที่มา : Copyright @ 2007 กระทรวงพลังงาน

ปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ 91



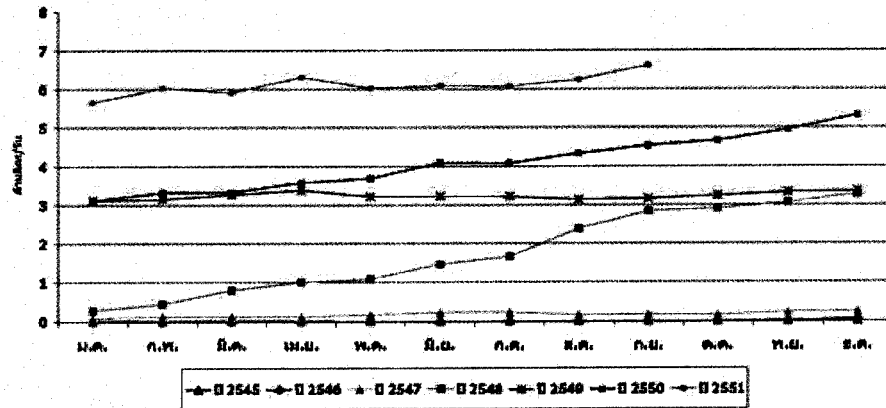
หน่วย : ล้านลิตร/ปี

ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.-ธ.ค.
2545	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2546	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2547	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2548	0.007	0.010	0.017	0.022	0.027	0.032	0.037	0.082	0.137	0.151	0.197	0.236	0.080
2549	0.249	0.268	0.260	0.242	0.229	0.231	0.248	0.246	0.269	0.286	0.293	0.287	0.259
2550	0.280	0.319	0.354	0.418	0.493	0.578	0.610	0.719	0.802	0.929	1.082	1.336	0.660
2551	1.480	1.671	1.776	1.973	2.081	2.345	2.518	2.806	2.892				

กราฟ ตาราง ที่ 1.3 แสดงปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ 91 ของทั้งประเทศ

ที่มา : copyright @ 2007 กระทรวงพลังงาน

ปริมาณการใช้แก๊สโซลีน 95



หน่วย : ล้านลิตร / ปี

ปี พ.ศ.	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค. - ธ.ค.
2545	0.003	0.003	0.003	0.003	0.002	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002
2546	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0.001	0.020	0.063	0.007
2547	0.089	0.116	0.115	0.113	0.163	0.218	0.216	0.185	0.160	0.149	0.220	0.244	0.163
2548	0.277	0.437	0.799	0.999	1.078	1.462	1.659	2.379	2.630	2.897	3.053	3.271	1.762
2549	3.128	3.159	3.281	3.400	3.231	3.237	3.224	3.151	3.178	3.251	3.342	3.370	3.246
2550	3.122	3.333	3.338	3.586	3.695	4.095	4.081	4.338	4.542	4.672	4.952	5.324	4.090
2551	5.635	6.014	5.893	6.293	6.004	6.069	6.058	6.223	6.596				

กราฟ ตารางที่ 1.4 แสดงปริมาณการใช้แก๊สโซลีน 95 ของทั้งประเทศ  
ที่มา : copyright @ 2007 กระทรวงพลังงาน

**ภาคผนวก ค**

**แบบสอบถาม**

### แบบสอบถาม

**เรื่อง** ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่

**วัตถุประสงค์** เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารนี้เป็นแบบสอบถามประกอบการศึกษาระดับปริญญาโทสาขาวิทยาการจัดการ แขนงวิชาการบริหารธุรกิจการตอบแบบสอบถามของท่านในครั้งนี้ผู้ศึกษายืนยันว่าจะนำไปใช้ในการศึกษาเชิงวิชาการเท่านั้นและคำตอบจะถือเป็นความลับผู้ศึกษาขอขอบพระคุณท่านที่ได้ให้ข้อมูลมา ณ ที่นี้

โปรดกาเครื่องหมาย  ลงใน ( ) หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงและเหมาะสมกับท่านมากที่สุด

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ

( ) 1. ต่ำกว่า 20 ปี

( ) 2. 21-30 ปี

( ) 3. 31-40 ปี

( ) 4. 41-50 ปี

( ) 5. 51-60 ปี

( ) 6. มากกว่า 60 ปี

3. อาชีพ

( ) 1. รับจ้าง

( ) 2. พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 3. รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว

( ) 5. นักเรียน / นักศึกษา

( ) 6. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

## 4. ระดับ การศึกษา

- ( ) 1. ประถมศึกษา ( ) 2. มัธยมศึกษา / ปวช  
 ( ) 3. อนุปริญญา / ปวส ( ) 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า  
 ( ) 5. สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ( ) 1. ไม่เกิน 10,000 บาท ( ) 2. 10,001-20,000 บาท  
 ( ) 3. 20,001-30,000 บาท ( ) 4. 30,001-40,000 บาท  
 ( ) 5. 40,001-50,000 บาท ( ) 6. สูงกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับรถยนต์ส่วนบุคคล

## 1. สถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์บ่อยที่สุด (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. ปตท. ( ) 2. บางจาก  
 ( ) 3. เชลล์ ( ) 4. เอสโซ่  
 ( ) 5. เจ็ท ( ) 6. อื่น ๆ

## 2. ท่านเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในลักษณะใด ตามตัวเลือกต่อไปนี้ (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง ( ) 2. เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินปกติ  
 ( ) 3. ไม่เจาะจง

## 3. ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้งท่านเจาะจงยี่ห้อหรือไม่ (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. เจาะจง ( ) 2. ไม่เจาะจง

## 4. ส่วนใหญ่ท่านเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในช่วงใดมากที่สุด (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. เมื่อน้ำมันใกล้หมด ( ) 2. เมื่อครบตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้  
 ( ) 3. เมื่อทราบว่าจะมีการปรับราคาน้ำมันขึ้น ( ) 4. ไม่มีกำหนดที่แน่นอน  
 ( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. ส่วนใหญ่ท่านเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานบริการที่ใด (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. ใกล้บ้าน ( ) 2. ใกล้ที่ทำงาน  
( ) 3. ตามเส้นทาง ( ) 4. ไม่มีกำหนดที่แน่นอน

6. บุคคลใดที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. ตนเอง ( ) 2. สมาชิกในครอบครัว  
( ) 3. เพื่อน ( ) 4. พนักงาน  
( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. เหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (กรุณาเลือกเพียง 1 ข้อ)

- ( ) 1. เพื่อลดปัญหาหมอกพิษทางอากาศ ( ) 2. เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย  
( ) 3. เพื่อทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ( ) 4. เพื่อรณรงค์ประหยัดพลังงาน  
( ) 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. มูลค่าในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละครั้ง (กรุณาเลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

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

9. ประเภทของสื่อที่ทำให้ทราบว่าการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ( ) 1. สื่อสิ่งพิมพ์ ( ) 2. โทรทัศน์  
( ) 3. วิทยุ ( ) 4. แผ่นพับ / โบปปลิวk  
( ) 5. ป้ายโฆษณา ( ) 6. สื่อ ณ จุดขายในสถานบริการน้ำมัน  
( ) 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊ส

โซฮอล์

โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นคำตอบของท่าน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์	เห็นด้วยมากที่สุด (5)	เห็นด้วยมาก (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	เห็นด้วยน้อยที่สุด (1)
<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณภาพสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 ได้จริง					
2. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีผลต่อสมรรถนะการใช้งานอัตราเร่งของเครื่องยนต์					
3. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยของเชื้อเพลิง					
4. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถใช้ได้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีดโดยไม่ต้องทำการปรับแต่งเครื่องยนต์					
5. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถเติมได้โดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเบนซิน 95 และ 91 หมดก่อน					
6. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถใช้สลับกับน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 ได้ตามความต้องการ					
7. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วยให้เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้นลดปัญหามลพิษทางอากาศ					



<b>ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์</b>					
8. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วย ประหยัดพลังงานช่วยลดการนำเข้าน้ำมัน เชื้อเพลิงจากต่างประเทศ และช่วยลดการ การขาดดุลทางการค้า					
9. ท่านคิดว่าชื่อเสียงของสถานีบริการ น้ำมันมีผลด้านความเชื่อมั่นในคุณภาพ					
<b>ปัจจัยด้านราคา</b>					
10. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคา ถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 95 และ 91					
11. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคา กับคุณภาพที่มีความเหมาะสมกัน					
12. ท่านคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมี ราคาถูกกว่านี้เมื่อรัฐบาลยกเลิกการผลิต น้ำมันเบนซินและผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์					
<b>ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย</b>					
13. ท่านคิดว่ามีสถานีบริการน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ที่ให้บริการมีความสะดวกและ เข้าถึงได้ง่ายใน จังหวัดเชียงใหม่					
15. ท่านคิดว่ามีสถานีบริการน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ต้องมี บริการอื่นให้บริการด้วย เช่น บริการล้าง อัด ฉีด เปลี่ยนถ่าย น้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำ เป็นต้น ในจังหวัดเชียงใหม่					
<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
16. ท่านคิดว่ามีการ โฆษณา/ ประชาสัมพันธ์ความรู้เกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ					

<b>ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
17.ท่านคิดว่าสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดการอบรมพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้					
18.ท่านคิดว่าสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์					
19.ท่านคิดว่าสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การแจกของแถม คุปอง สะสม ชิงโชค เป็นต้น					
20.ท่านคิดว่าควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆมากขึ้นเพื่อณรงค์ส่งเสริมให้คนหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ประวัติผู้ศึกษา**

<b>ชื่อ</b>	นางสาวแสงเดือน ไชยกุล
<b>วัน เดือน ปีเกิด</b>	30 พฤษภาคม 2513
<b>สถานที่เกิด</b>	อำเภอ เชียงแสน จังหวัด เชียงราย
<b>ประวัติการศึกษา</b>	บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ 2540
<b>สถานที่ทำงาน</b>	บริษัทไฟโอเนียร์คาร์โก้เซอร์วิส จำกัด จังหวัดเชียงใหม่
<b>ตำแหน่ง</b>	ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด