

**ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจ และทัศนคติ  
ด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรม  
การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร  
COGNITION, MOTIVATION AND ATTITUDE TOWARD MARKETING  
MIXES AFFECTING GASOHOL E85 USAGE BEHAVIOR TREND  
OF DRIVERS IN BANGKOK METROPOLIS**

ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์<sup>1</sup>

วรินทรา ศิริสุทธิกุล<sup>2</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าอายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมัน E85 ในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยกลุ่มประชากรที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันที่มีความถี่สูงและมีการใช้น้ำมันประเภทอื่นร่วมด้วยจะมีพฤติกรรมการแนะนำบอกต่อผู้อื่นใช้น้ำมัน E85 มากกว่า ซึ่งทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันอย่างมากโดยให้ความสำคัญกับเหตุผลและความมั่นใจในการใช้มากกว่าแรงจูงใจทางอารมณ์ และการทำกิจกรรมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมัน และโปรโมชั่นด้านราคากับการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมีผลต่อการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต

**คำสำคัญ:** ความรู้ความเข้าใจ, แรงจูงใจด้านเหตุผล, แรงจูงใจด้านอารมณ์, ส่วนประสมทางการตลาด, น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

**Abstract**

This research aims to study the tendency of Bangkok drivers' behavior in filling of Gasohol E85 fuel by Cognitive, Motivation and Attitude toward marketing mixes

<sup>1</sup> สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

<sup>2</sup> ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

affecting Gasohol E85 usage behavior trend of drivers in Bangkok metropolis. The Quantitative research Methodology (questionnaire) was used as a tool to collect data with 400 drivers who fill their cars with Gasohol E85 fuel in Bangkok. The statistical analyses were applied by using statistical package for social sciences.

The results revealed that age, marital status, occupation, and average monthly income were relevant to the likeliness to use Gasohol E85 in the future with the statistical significance. In which the consumers that use various fuels and more frequency are trend to recommend Gasohol E85 fuel to others in the future. Besides, the positive attitude towards Gasohol E85 fuel including good cognitive with product, rational motivation and emotional motivation were related to the behavioral tendency to fill car with Gasohol E85 fuel of the drivers in Bangkok. Furthermore, the factor of price and distribution channel were related to behavioral tendency in future use of Gasohol E85 where as price and promotion were related behavioral tendency to recommend E85 Gasohol fuel to others in the future.

**Keywords:** Cognition, Rational Motivation, Emotional Motivation, Attitudes of the consumers towards the products, Gasohol E85

## บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงานอย่างเล็งไม่ ได้ส่งผลให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาตนเองทางด้านพลังงานอย่างจริงจัง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความมีเสถียรภาพและสามารถพึ่งพาตนเองให้ได้มากที่สุด ตามแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น กระทรวงพลังงานจึงมุ่งส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการพัฒนาและใช้พลังงานทดแทนใน 4 กลุ่มหลัก คือ พลังงานธรรมชาติ พลังงานชีวภาพ ก๊าซธรรมชาติ (NGV) และเชื้อเพลิงชีวภาพ ได้แก่ เอทานอล และไบโอดีเซล ซึ่งจะสามารถช่วยลดการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่า 400,000 ล้านบาทต่อปี ภายในปี 2565 [1]

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเชื้อเพลิงชีวภาพที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดมลพิษไอเสีย ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อน เมื่อเทียบที่ปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน พบว่าการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถลดมลพิษจากไอเสียได้มาก นอกจากนั้นพบว่าปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่กระบวนการปลูกอ้อย ผลิตน้ำตาล ผลิตเอทานอล ผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียม

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษาผู้ขับซีรยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายของคนทั่วไป ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้นำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้ผู้ขับซีรยนต์หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มมากขึ้น และเพื่อทราบถึงความคาดหวังของผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ต่อสิ่งที่ได้รับหลังการใช้ว่ามีความรู้สึกอย่างไรต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ซึ่งเป็นพลังงานที่มีประโยชน์หลาย ๆ ด้าน

### ทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยยึดแนวทฤษฎีของ Kotler, Philip; & Armstrong, Gary [2] กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มากระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้า

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ ผู้วิจัยยึดแนวทฤษฎีของ Kotler, Philip; & Keller, Kevin Lane [3] กล่าวคือ โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์จะมีแต่สิ่งที่ตั้งงามอยู่ในตนเอง แต่ที่บุคคลต้องปราศจากความสุขหรือเป็นโรคประสาทนั้น ก็เนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมเป็นผู้บงการหรือเพราะบุคคลนั้นมีความคิดบิดเบือนไปจากสภาพที่เป็นจริงตามธรรมชาติ โดยที่ ซีรพอร์ด คิงจันทร์ [4] ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 ในระดับปานกลาง

ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ผู้วิจัยยึดแนวทฤษฎีของเสรี วงษ์มณฑา [5] ทัศนคติ (Attitude) คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีหรือความรู้สึกในเชิงลบ เราก็จะปฏิบัติออกมาในทางลบ

ทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด ผู้วิจัยยึดแนวทฤษฎีของอดุลย์ จาตุรงค์กุล [6] กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย P 4 ตัว คือ Product Price Place และ Promotion ในสายตาของผู้ขายคือ ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ขายใช้ก่ออิทธิพลต่อผู้ซื้อ แต่ถ้ามองในสายตาของผู้ซื้อส่วนประสมทางการตลาดแต่ละชิ้นได้รับการออกแบบให้ส่งมอบคุณประโยชน์แก่ลูกค้า โดยที่ รามนรี ฉิมวารุณ [7] ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์ใน 4 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภค พบว่า มีความคิดเห็นต่อการใช้แก๊สโซฮอลล์โดยรวม มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมปานกลาง ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมน้อย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ ซึ่งสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

## วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Volvo s80 2.5FT และ Mitsubishi Lancer Ex 1.8 รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของกลุ่มผู้จำหน่าย 5 บริษัท และ รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของ Petro Green [8] เพื่อการทดสอบ รวมถึงรถรุ่นต่างๆที่จะออกตามมาในปี 2554 ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 แสดงรายชื่อและจำนวนรถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ FFV ในปัจจุบัน [8]

ลำดับ	ประเภท	30 พ.ย. 53	31 ธ.ค. 53	31 ม.ค. 54
1	รถยนต์ Volvo S80 2.5FT	408	520	540
2	รถยนต์ Mitsubishi Lancer EX 1.8	1,990	2,680	2,880
3	รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของ กลุ่มผู้จำหน่าย 5 บริษัท	1,692	1,892	2,092
4	รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของ Petro Green และเพื่อการทดลอง	21	21	21
รวมทั้งหมด		4,113	5,113	5,533

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมันที่มีหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 คือ ปตท. และบางจาก ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบทราปจำนวนประชากร [9] ที่มีระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่าง 373 คน และเพิ่มจำนวนตัวอย่าง 27 ตัวอย่าง เพื่อเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม รวมขนาดตัวอย่างทั้งหมดเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

สำหรับการเก็บตัวอย่างใช้วิธีการสุ่ม ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยวิธีการกำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจง คือ เก็บข้อมูลจากสถานีบริการน้ำมัน และเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้อง

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการกำหนดโควตา (Quota sampling) โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่ สถานที่ละ 200 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความสะดวก (Convenience sampling)

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เป็นแบบสอบถามมี 6 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามตามตัวแปรอิสระที่ได้ศึกษา จำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) จำนวน 2 ข้อ และ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องข้อมูลพลังงานทดแทนแก๊สโซฮอล์ E85 ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ จำนวน 15 ข้อ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านแรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 14 ข้อ มีลักษณะคำถามปลายปิด แบบ Likert scale ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 20 ข้อ มีลักษณะคำถามปลายปิด แบบ Likert scale ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 6 ข้อมูลด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ มีลักษณะคำถามปลายปิด แบบ Semantic Differential Scale

ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale)

#### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

##### 4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่

4.1.1 การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละใน ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 และส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลพลังงานทดแทนแก๊สโซฮอลล์ E85

4.1.2 การหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานใน ส่วนที่ 4 ข้อมูลด้านแรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ส่วนที่ 5 ข้อมูลด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 และส่วนที่ 6 ข้อมูลด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

##### 4.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential statistics) ได้แก่

4.2.1 การทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1 ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ใช้สถิติวิเคราะห์ตัวแปรที่อิสระจากกัน (Independent Sample t-test) ในการทดสอบ สมมติฐานข้อ 2 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกัน และสมมติฐานข้อ 3 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบ

4.2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อ 4 แรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สมมติฐานข้อ 5 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ

## ผลการวิจัย

ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อ แนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

1. ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 32 - 38 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท โดยรวมพบว่า อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมการ ตัดสินใจเติม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	อายุ		สถานภาพสมรส		อาชีพ		รายได้ต่อเดือน	
	Levene Statistic	Sig.	t-test	Sig.	F-test	Sig.	Levene Statistic	Sig.
แนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ในอนาคต	2.757*	0.028	-2.364*	0.019	3.780*	0.012	9.897**	0.004
แนวโน้มการบอกต่อให้ ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	6.491**	0.000	-1.300	0.194	9.198**	0.000	9.546**	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

2. ด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าน้ำมันเฉลี่ย 4,437.00 บาทต่อเดือน และมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ย 4.98 ครั้งต่อเดือน นอกจากนี้ ยังพบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วย โดยผู้บริโภคส่วนมากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ร่วมด้วย ส่วนปัญหาที่พบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้ คือ หาเติมได้ยาก พบปัญหาเครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังพบอีกว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตั้งใจขับไปเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมัน และ ตนเองเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

สำหรับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่า ทั้งความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน และการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ในขณะที่ เมื่อพิจารณา ร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต พบว่า การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกันอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ความถี่ในการเติมน้ำมัน		การใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่น	
	r	Sig.	t-test	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.670**	0.000	2.019*	0.044
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.062	0.215	2.075*	0.039

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3. ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก

ด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ความรู้ความเข้าใจ	
	t-test	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	-2.336*	0.020
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	-1.300	0.194

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ด้านแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผล และเห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

โดยรวมพบว่า ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ด้านเหตุผล		ด้านอารมณ์	
	r	Sig.	r	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.222**	0.004	0.166**	0.007
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.115*	0.045	0.137**	0.009

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



5. ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยผู้บริโภคมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับเห็นด้วย และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

โดยรวมพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ผลิตภัณฑ์		ราคา		ส่งเสริมการตลาด	
	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.
แนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.254**	0.000	0.375**	0.000	0.067	0.280
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.288**	0.000	0.390*	0.018	0.232**	0.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6. ผู้บริโภคมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และ การบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างแน่นอน

แนวโน้มพฤติกรรมตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ระดับแนวโน้มพฤติกรรม		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
แนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	4.598	0.766	แน่นอน
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	4.248	0.937	แน่นอน

## สรุปและอภิปรายผล

### 1. ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ผู้บริโภคเป็นเพศชายอายุระหว่าง 32-38 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 - 25,000 บาท

อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมกรเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ อนุพงศ์ ตีรศุภานนท์ [10] ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง

พบว่า มีปัจจัย อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีอิทธิพลการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง

ผลจากการวิจัยพบว่า หากทางผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมัน รวมทั้งภาครัฐบาล มีการพัฒนาศักยภาพและ คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลให้กับ ผู้บริโภคอยู่เสมอ จะทำให้สร้างการรับรู้และเกิดแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับดีและมีการศึกษา เป็นผู้บริโภคที่การหาข้อมูลข่าวสารก่อนมีการตัดสินใจซื้อ

เพศ มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับ ผลงานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ [11] ได้ทำการศึกษาความรู้อย่างเข้าใจ ทศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีเพียงปัจจัยด้าน เพศ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภค

## 2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในภาพรวม แตกต่างกัน มีแนวโน้ม พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจง สมฤทธิ์ [12] ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อ น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ พบว่า ปัจจัยด้าน การใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ประสบการณ์การใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ และบุคคลที่มีอิทธิพล มีแนวโน้มที่จะเติม และแนะนำผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ต่อไป

ผลจากการวิจัยพบว่า การที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น สามารถทำได้ เพราะผู้บริโภคมีประสบการณ์การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จึงยอมรับใน คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 อยู่แล้ว เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับน้ำมันทุกชนิดดังกล่าวควบคู่ กันไป

## 3. ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ ชัยเรืองวิทย์ [13] ได้ ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมือง เชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด

ผลจากการวิจัยพบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้น ผู้บริโภคมักจะหาความรู้ก่อนที่จะ

ตัดสินใจซื้อ โดยทางผู้ผลิตรถยนต์มีการให้ความรู้ความเข้าใจ ก่อนที่จะมีการปรับปรุงหรือเพิ่มคุณสมบัติต่างๆ ในระยะยาว จึงสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคต่อการบริโภคเพิ่มมากขึ้น และยิ่งมีการให้ข้อมูลมากขึ้นเท่าไร ก็จะเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างมั่นใจและยาวนาน

#### 4. ข้อมูลด้านแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ด้านแรงจูงใจ โดยรวมพบว่า ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิชชารีย์ ปรียพันธ์เกษม [14] ที่ทำการศึกษาทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า แรงจูงใจด้านอารมณ์และเหตุผลต่างมีอิทธิพลต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจ ด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ แต่จะให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจทางด้านเหตุผลมากกว่า แสดงให้เห็นว่า การที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ออกมารับรองคุณภาพของเครื่องยนต์ว่าจะไม่มีการเสื่อมสภาพจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีการรับประกันเพิ่มให้รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มีการตรวจเช็คอยู่สม่ำเสมอ เน้นไปในอุปกรณ์จ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ลูกกลอยที่ควบคุมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรืออุปกรณ์ที่มีความเสี่ยงในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และการที่รัฐบาลให้ภาครัฐ กระทรวงพลังงาน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีนโยบายในการวิจัยพัฒนา และตรวจสอบคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อยู่เสมอ ทำให้มีความสำคัญต่อแรงจูงใจด้านเหตุผล

#### 5. ข้อมูลด้านทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด

ทัศนคติที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชยา ถนอมศรี [15] ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีทัศนคติโดยรวมที่ไม่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อแนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20

ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีทัศนคติด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงบวกของตัวผลิตภัณฑ์ว่าจะสามารถปกป้องเครื่องยนต์ และช่วยในเรื่องของการลดค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และพัฒนาเป็นการใช้ต่อไปเรื่อยๆ ในอนาคต โดยเป็นพลังงานทางเลือก/ทดแทนให้แก่ประชาชน รวมถึงในปัจจุบันมีการขยายหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานบริการน้ำมันต่างๆ ให้แพร่หลาย เป็นการสนับสนุนให้ความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการมากขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

1. ทางบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และภาครัฐบาลควรร่วมมือกันในการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เช่นเดียวกับที่เคยปฏิบัติมากับแก๊สโซฮอล์ E20 รวมทั้งภาครัฐบาลควรเร่งรณรงค์เรื่องการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการนำเอาเอทานอลมาใช้เป็นเชื้อเพลิงของคณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติอีกด้วย เนื่องจากการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 นั้นจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและเพิ่มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มากขึ้นได้

2. ทางบริษัทเอกชน และหน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกันจัดโครงการหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องข้องในการเข้าร่วมกิจกรรมการช่วยประหยัดพลังงานให้มากขึ้น และอาจมีจุดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานบริการน้ำมันตามจุดเดินทางต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกการใช้พลังงานอย่างถูกต้องและไม่สิ้นเปลือง เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านคุณสมบัติและคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้กับผู้บริโภค เป็นการสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

3. มีการสนับสนุนผู้ผลิตรถยนต์ เช่น การลดภาษีการนำเข้ารถยนต์ เพื่อให้รถใหม่ที่ออกสู่ตลาดสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ โดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ มีเพิ่มมากขึ้น

4. มีการสนับสนุนให้มีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ทดแทนการนำเข้าน้ำมันเบนซิน ซึ่งเป็นการเปิดทางให้กับภาครัฐบาลและเอกชนได้เข้าใจและร่วมมือกันดำเนินการอย่างราบรื่น จะทำให้สามารถจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ในราคาที่ดีกว่าน้ำมันเบนซินชนิดอื่น ๆ ทั้งยังช่วยให้ลดการนำเข้าน้ำมันเบนซินได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

5. มีการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ เรียนรู้ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์เพื่อให้เกิดการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการให้ความสนใจและหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กันมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- [1] บริษัท ปตท. จำกัด. (2554). *ข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://www.pttplc.com/Files/Product/E85/detail.pdf>
- [2] Kotler, Philip; & Armstrong, Gary. (2003). *Principles of Marketing*. 11th Ed. New York: Prentice-Hall, Inc.,
- [3] \_\_\_\_\_; & Keller, Kevin Lane. (2006). *Marketing Management*. 12th Ed. New Jersey: Printice-Hall. Inc.,
- [4] ชีรพรรค คงจันทร์. (2548). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ บช.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

- [5] เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- [6] อุดลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [7] รามนรี ฉิมวารุณ. (2545). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- [8] จำนง สรพิพัฒน์. (2554). *ทำอย่างไรจึงจะใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ได้?*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/37588>
- [9] Yamane, Taro. (1997). *Statistic, An Introductory Analysis*. 10th Ed. New York: Harper and Row.
- [10] อนุพงศ์ ตีรศุภานนท์. (2552). *ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- [11] สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์. (2551). *ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- [12] บรรจง บุทธิัญญ. (2554). *มารู้จัก E85 แก๊สโซฮอล์พลังงานทางเลือกใหม่*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก [http://www.tlcthai.com/webboard/viewtopic.php?tableid=1&cateid=121&post\\_id=29214](http://www.tlcthai.com/webboard/viewtopic.php?tableid=1&cateid=121&post_id=29214)
- [13] ศรารุช ชัยเรืองวิทย์. (2552). *ทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมือง เชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- [14] ณิษชาธิ์ ปรียพันธ์เกษม. (2550). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- [15] สุพิชชา ถนอมศรี. (2552). *แนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.