

**ความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรมทัศนคติ
และพฤติกรรมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์
ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร**
**COGNITIVE, INNOVATION ADOPTION PROCESS, ATTITUDES
AND BEHAVIORS TOWARD GASOHOL FUEL OF DRIVERS IN
BANGKOK**

ภัทราภรณ์ วชิรโกเมน¹

ธณภูมิ อติเวทิน²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรมทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งระเบียบวิธีวิจัยเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 ตัวอย่าง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก จำนวน 40 ตัวอย่าง ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในขั้นการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับดี สำหรับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ พบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนใหญ่นิยมเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 มีความถี่ในการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 5 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4,289.65 บาท โดยส่วนใหญ่เติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันปตท. และตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า

การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในขั้นประเมินผลและขั้นทดลอง มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและไปในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและไปในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและไปในทิศทางตรงกันข้ามกับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ในส่วนงานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลจากการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนใหญ่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ ดังนั้น การวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุน

¹ สาขาวิชาการจัดการ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์

Abstract

This research was aimed at studying the cognitive, innovation adoption process, attitudes and behaviors toward gasohol fuel of drivers in Bangkok. Research methodologies used were quantitative method with 400 samples; and qualitative method with 40 informants. The results showed that most respondents were cognitive level toward gasohol fuel at the high level in overall aspect. The adoption process of innovation related to gasohol fuel in five categories including awareness, interest, evaluation, trial and adoption were at high level. Also, attitude related to marketing mix on the aspects of product, price, distribution channel and promotion toward gasohol fuel were at good level. In terms of behaviors toward gasohol fuel, it was found that most drivers had monthly frequency fuel average 5 times and monthly cost average fuel was 4,289.65 Baht. Moreover, they usually filled fuel for their car at PTT gas station and mainly made decisions by themselves. The hypotheses testing result at the statistically significant level of 0.05 found that;

The adoption process of innovation related to gasohol fuel in the evaluation level and the trial level correlated at very low level in the opposite direction with the gasohol consuming behavior on the aspect of average monthly fuel cost.

Attitude related to marketing mix on the aspects of price and promotion toward gasohol fuel correlated at very low level in the opposite direction with the gasohol fuel consuming behavior regarding the frequency of monthly fuel supply.

Attitude related to marketing mix on the aspects of product and price toward gasohol fuel correlated at very low level in the opposite direction with the gasohol fuel consuming behavior regarding the cost of monthly fuel supply.

Apart from the method of qualitative research. From the research results conclusion, can be made that the adoption process of innovation related to gasohol fuel and the attitude related to the marketing mix toward gasohol fuel consumption among majority of drivers have influenced to gasohol consumption behavior of drivers. This also conformed with the result of quantitative research; therefore, the qualitative research could support the quantitative research results that adoption process of gasohol fuel related innovation and the attitude about the marketing mix toward gasohol fuel have correlated with the gasohol fuel consumption of drivers in Bangkok.

Keywords: Cognitive, Innovation adoption process, Gasohol fuel.

บทนำ

ในปัจจุบันน้ำมันเชื้อเพลิงถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริโภค และยังเป็นปัจจัยพื้นฐานของการผลิตในภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรม ซึ่งน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผลิตภายในประเทศนั้นไม่เพียงพอต่อความต้องการ ทำให้ประเทศไทยต้องนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ แต่ด้วยปัญหาของราคาน้ำมันดิบในตลาดต่างประเทศที่ผันผวนก็ส่งผลต่อราคาน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศที่ต้องปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค ภาคธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ ตามมา

จากปัญหาของราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการใช้ การวิจัยและพัฒนาพลังงานทดแทนเพิ่มมากขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยพลังงานทดแทนที่เลือกมาใช้ทดแทนน้ำมันเบนซินอีกประเภทหนึ่งก็คือ

“แก๊สโซฮอล์” จากการที่มีการรณรงค์ด้านพลังงานทดแทนประเภทน้ำมันเชื้อเพลิง เมื่อดูจากปริมาณการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิง เปรียบเทียบปี พ.ศ. 2554 กับ พ.ศ. 2555 จะเห็นได้ว่า ปริมาณการใช้ น้ำมันเบนซินออกเทน 91 และออกเทน 95 ลดลง (สถิติการจัดหาและจัดจำหน่าย กรมธุรกิจพลังงาน. 2555) ซึ่งเปรียบเทียบกับปริมาณการใช้แก๊สโซฮอล์ทั้ง 4 ชนิดแล้วมี ปริมาณการใช้ที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามการที่รัฐบาลรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์หันมาใช้พลังงานทดแทนประเภทน้ำมันเชื้อเพลิง ชนิดอื่นๆ ทดแทน แต่บริษัทน้ำมันต่างๆ ก็ยังคงกลับมาจำหน่ายน้ำมันเบนซินออกเทน 95 เพิ่มมากขึ้นหลังจากที่ยกเลิกการ จำหน่ายน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ไปในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2556 (ข่าวไทยโพสต์, 24 ตุลาคม 2555)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าผู้ขับขี่รถยนต์มีความรู้ความเข้าใจใน เรื่อง พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ มี การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ทศนคติด้านส่วนประสมการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊ส โซฮอล์ และพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์อย่างไร เพื่อนำผลการวิจัยและข้อมูลที่ได้จากการทำวิจัยมาเป็น แนวทางในการปรับเปลี่ยนและแก้ไขการสร้างให้ผู้ขับขี่รถยนต์มีความรู้ความเข้าใจที่ตรงกัน ทราบถึงการยอมรับนวัตกรรม ด้านพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ และทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ เพื่อนำมาเป็น แนวทางในการรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์เห็นถึงความสำคัญของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น เนื่องจากในอนาคต ปัญหาด้านราคาน้ำมันที่สูงขึ้นและปัญหาด้านพลังงานจะมีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์จึงมี ความสำคัญต่อผู้ขับขี่รถยนต์มากขึ้น ซึ่งเป็นพลังงานที่มีประโยชน์ต่อผู้ขับขี่รถยนต์ในหลายๆ ด้าน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษากายยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ อันได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ผลิตภณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษากายยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ อันได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติ ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ ในการเติมน้ำมันและค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ผลิตภณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ในด้าน ความถี่ในการเติมน้ำมัน และค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการวิจัย

1. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
2. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ผลิตภณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้าน ความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ผลิตภณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้าน ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความรู้และความเข้าใจ

ความหมายของความรู้ อตุลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 185-189) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้หมายถึง ข่าวสารที่เก็บไว้ในความทรงจำ ส่วนหนึ่งของข่าวสารทั้งหมดเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของผู้บริโภคในตลาดเรียกว่า ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer Knowledge) ซึ่งอาจจะศึกษาได้โดยการตอบคำถามดังนี้ คือ ผู้บริโภคทำอะไร ความรู้จัดระเบียบอยู่ในความทรงจำ ในรูปใดและจะวัดความรู้ได้อย่างไร

ความหมายของความเข้าใจ บลูม และคนอื่นๆ (Bloom, & others, 1971, p. 271) ได้ให้ความหมายของความเข้าใจไว้ว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการที่คนขยายความรู้ความจำเป็นให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญ คือ การแปลความหมายของคำ ข้อความสัญลักษณ์ในแง่มุมใหม่ตามเนื้อเรื่อง และหลักวิชาการนั้นๆ การตีความโดยเอาความหมายจากการแปลทั้งหมดมารวมกันแล้วสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่และทัศนคติใหม่ มุมมองใหม่เพื่อให้กว้างไกลไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือแนวโน้มอย่างเพียงพอ

ดังนั้น ในการศึกษา เรื่อง ความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ จึงทำการศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของผู้ขับขีรถยนต์ ทั้งใน เรื่อง ข้อมูลและประสิทธิภาพในการใช้งานพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการยอมรับนวัตกรรม

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers, & Shoemaker, 1983, p. 172, อ้างถึงใน นัยนา กรุดนาค, 2549, น. 6) ได้กล่าวว่า “การยอมรับ” หมายถึง การตัดสินใจที่จะนำนวัตกรรมนั้นไปใช้อย่างเต็มที่ เพราะนวัตกรรมนั้นเป็นวิถีทางที่ดีกว่า และมีประโยชน์กว่าการยอมรับนวัตกรรมของบุคคลที่เกิดขึ้นเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่ได้สัมผัสนวัตกรรม ถูกชักจูงให้ยอมรับนวัตกรรม ตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธ ปฏิบัติตามการตัดสินใจ และเป็นขั้นการปฏิบัตินั้น กระบวนการนี้อาจกินเวลาช้าหรือเร็วขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ คือ ตัวบุคคลและลักษณะของนวัตกรรม ดังนั้น ในการศึกษา เรื่อง การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ จึงทำการศึกษาระบบการที่ผู้ขับขีรถยนต์เปิดรับ พิจารณา และปฏิเสธหรือยอมรับนวัตกรรมด้านพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ที่นำไปสู่พฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ ศิริวรรณ

เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2542, น. 44) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้บริโภคเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตโดยใช้เป็นตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม นักการตลาดนิยมใช้เครื่องมือการโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และตราสินค้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler, & Armstrong, 2552, pp. 24-25 แปลโดย วาภูมิ ตันติวงศ์วานิช และคนอื่นๆ) ได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม คือ “4Ps” ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การผสมผสานของสินค้าและบริการที่กิจการเสนอต่อตลาดเป้าหมาย ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมของกิจการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง กิจกรรมเพื่อสื่อสารถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์และชักชวนให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาซื้อผลิตภัณฑ์

จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและส่วนประสมทางการตลาด ในการศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด จึงทำการศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ขับขีรถยนต์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ศึกษาด้านคุณสมบัติของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพเครื่องยนต์ ด้านราคา ที่ศึกษาถึงองค์ประกอบด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมเพิ่มเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่

ศึกษาด้านจำนวนสถานีบริการพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานคร มีความเพียงพอต่อการให้บริการ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ที่ศึกษาถึงการประชาสัมพันธ์ใน เรื่อง พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ (2552, น. 141) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาด้านพฤติกรรมของบุคคล กลุ่ม หรือองค์การ (ซึ่งก็คือผู้บริโภค) เกี่ยวกับการเลือก ซื้อ และใช้สินค้าและบริการ เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของเขา นักการตลาดจำเป็นต้องต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจะได้สามารถจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น ในการศึกษาพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ จึงทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ ได้แก่ ประเภทของน้ำมันที่เติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมัน สถานที่ในการเติมน้ำมัน และบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมัน ซึ่งทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปปรับปรุงและประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ขับขีรถยนต์ให้เกิดความพึงพอใจ

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทั้งงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณก่อนเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยมาใช้ในการทำวิจัยเชิงคุณภาพต่อ เพื่อให้เป็นไปตามขอบเขตในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยจะทำการศึกษาและค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากเป็นเกณฑ์ของผู้ที่สามารถมีใบอนุญาตขีรถยนต์ได้ถูกต้องตามกฎหมาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้พลังงานแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชปัญษา, 2554, น. 28) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ได้จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience sampling) จากผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ โดยการคำนวณจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งจะเก็บข้อมูลกับผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานคร

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close ended Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple choices question)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามใน เรื่อง ข้อมูลพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous questions) โดยการกำหนดระดับสเกลแบบมาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นการยอมรับนวัตกรรมที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Likert scale questions) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราวัดแบบมาตราส่วนประเมินคำตอบ (Likert scale questions) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร 40 ตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbachs' alpha coefficient) (กัญญาวันชัยบัญชา, 2554, น. 35) โดยแบบสอบถามส่วนที่ 3 การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.954 และแบบสอบถามส่วนที่ 4 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.933

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยในครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 40 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) โดยผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการสังเกตออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้ ประเด็นด้านความรู้ความเข้าใจ ประเด็นด้านการยอมรับนวัตกรรม ประเด็นด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และประเด็นด้านพฤติกรรม โดยผู้วิจัยทำการจดบันทึกรายละเอียดและใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ถูกสัมภาษณ์เพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical description) โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่กล่าวข้างต้น และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะ เรื่อง ที่ทำการศึกษานั้น

ความสอดคล้องระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ

การทำวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ร่วมกันก็เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทำการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นไปสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากการทำการวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพจะให้ข้อมูลในเชิงเหตุผลที่นอกเหนือจากข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณจะให้ได้

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ด้านข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 18-35 ปี มีสถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ พนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,000-50,000 บาท

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ผลการวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการรู้จักในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.962 มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นสนใจในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.916 มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นประเมินผลในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.798 มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นทดลองในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.671 และมีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นยอมรับปฏิบัติในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.653

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ พบว่า มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 มีทัศนคติด้าน

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.619 มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทาง การจัดจำหน่ายในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.733 และมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.091

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเติมแก๊สโซฮอล์ 91 มีความถี่ในการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4.53 ครั้ง มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยต่อเดือน 4,289.65 บาท เติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันปตท. และตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

สมมติฐานข้อที่ 1 การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง และขั้นยอมรับปฏิบัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2 การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในขั้นประเมินผลและขั้นทดลองโดยรวม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

สมมติฐานข้อที่ 4 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาโดยรวมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานคร โดยสามารถแบ่งประเด็นการสังเกตออกเป็น 4 ประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ เพื่อทราบว่าคุณสมบัติของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์อย่างไร ตลอดจนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงจากน้ำมันเบนซินเป็นแก๊สโซฮอล์ จากการศึกษพบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์มีความรู้ความเข้าใจว่าแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานเชื้อเพลิงมีส่วนผสมระหว่างเอทานอลและน้ำมันเบนซินที่ได้จากการแปรรูปจากพืชตามสัดส่วนการผสมที่กำหนดเพื่อเป็นพลังงานทางเลือกใหม่สำหรับผู้ขับขี่รถยนต์ โดยราคาแก๊สโซฮอล์จะถูกกว่าน้ำมันเบนซินธรรมดา ซึ่งช่วยประหยัดการใช้น้ำมันและเงินตราต่างประเทศในการซื้อน้ำมันไปได้มาก เนื่องจากการผลิตแก๊สโซฮอล์นั้นมาจาก เอทานอลที่ได้จากพืช ซึ่งผ่านกรรมวิธีต่าง ๆ ทั้งนี้พืชผลทางการเกษตรที่ใช้ในการผลิตนั้นมาจากการใช้วัตถุดิบภายในประเทศ ทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำลง ส่งผลให้ราคาแก๊สโซฮอล์นั้นมีราคาที่ถูกกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป โดยแก๊สโซฮอล์สามารถใช้กับเครื่องยนต์ได้ทุกชนิด แต่รถยนต์ต้องผลิตหลังปี 1995 จึงจะสามารถเติมแก๊สโซฮอล์ได้ ซึ่งแก๊สโซฮอล์ E20 และแก๊สโซฮอล์ E85 นั้นไม่สามารถเติมกับเครื่องยนต์ได้ทุกชนิด

2. ประเด็นด้านการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ อันได้แก่ ขั้นการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองและขั้นยอมรับปฏิบัติ จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักแก๊สโซฮอล์เพราะเป็นพลังงานเชื้อเพลิงที่ถูกผลิตขึ้นมาทดแทนการใช้น้ำมันเบนซิน ซึ่งเป็นพลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยรู้จักผ่านทางสื่อต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสนใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ด้วยความคิดที่ว่าราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน อีกทั้งสามารถใช้งานกับเครื่องยนต์ได้ดีไม่มีปัญหา ซึ่งปัจจุบันสามารถเติมแก๊สโซฮอล์ได้สถานีบริการน้ำมันทุกแห่ง และให้เหตุผลในการเลือกใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ว่าเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องด้วยปัจจุบันค่าครองชีพสูงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาใส่ใจกับค่าใช้จ่ายต่างๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการขับขี่รถยนต์ ในการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์กลุ่มตัวอย่างได้ให้เหตุผลออกเป็น 2 ประเด็น คือ

กลุ่มตัวอย่างที่ทดลองเติมแก๊สโซฮอล์เพราะต้องการทดสอบว่าการเติมแก๊สโซฮอล์นั้นมีผลกระทบต่อเครื่องยนต์และสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้จริงหรือไม่ รวมถึงการวิเคราะห์ถึงผลดี ผลเสียจากการเติมแก๊สโซฮอล์ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เริ่มใช้งานจริง พบว่า เชื้อมันั้นในกระบวนการผลิตแก๊สโซฮอล์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมจากรัฐบาล รวมถึงได้มีการวิจัยแล้วว่าแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานเชื้อเพลิงที่ได้มาตรฐาน และกลุ่มตัวอย่างเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ โดยมีเหตุผลในด้านราคาที่ประหยัดกว่าการเติมน้ำมันเบนซิน มีคุณภาพ และสถานีบริการน้ำมันในปัจจุบันที่มีให้เลือกมากกว่า อีกทั้งไม่มีพลังงานเชื้อเพลิงอื่นนอกจากแก๊สโซฮอล์ ซึ่งก็เป็นผลทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความจำเป็นต้องเลือกใช้แก๊สโซฮอล์

3. ประเด็นด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในด้านทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ แก๊สโซฮอล์มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับน้ำมันเบนซิน และไม่ทำให้เครื่องยนต์เกิดปัญหา แต่ในมุมมองกลับกันแก๊สโซฮอล์ยังมีคุณภาพที่ด้อยกว่าน้ำมันเบนซิน ด้านราคากลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่า แก๊สโซฮอล์นั้นมีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน เนื่องจากเอทานอลที่ใช้ผลิตนั้นผลิตจากพืชภายในประเทศ ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจคือ เมื่อผลิตจากพืชภายในประเทศ และภาครัฐให้การสนับสนุนให้ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ราคาควรจะต่ำกว่าราคาขายในปัจจุบัน ซึ่งถ้าราคาแก๊สโซฮอล์ต่ำลงอีกจะช่วยทำให้ประชาชนไม่ต้องแบกรับภาระมากนัก ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์ 91 และ แก๊สโซฮอล์ 95 มีเพียงพอต่อความต้องการ แต่มีบางสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์ E20 และแก๊สโซฮอล์ E85 ยังไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับปริมาณรถยนต์ที่สามารถเติมได้ ดังนั้น ภาครัฐควรมีการขยายบริการให้มากขึ้นเพียงพอต่อความต้องการในปัจจุบัน และกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดว่า ยังไม่เพียงพอต่อการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างมากเท่าที่ควร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องภาครัฐควรหันมาใส่ใจประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นผลดีทั้งในภาครัฐ ภาคเกษตรกร และภาคประชาชน

4. ประเด็นด้านพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมใช้แก๊สโซฮอล์ 91 และแก๊สโซฮอล์ 95 โดยมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ย 2-6 ครั้งต่อเดือน มีค่าใช้จ่ายในการเติมสูงสุด 10,000 บาทต่อเดือน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันที่แตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนตัดสินใจเลือกเติมแก๊สโซฮอล์เอง

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม ทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก เนื่องจากภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้การสนับสนุน และแรงจูงใจให้ผู้ขับรถยนต์หันมาใช้แก๊สโซฮอล์โดยผ่านช่องทางสื่อสารต่าง ๆ จึงทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ เป็นพลังงานทางเลือกแทนน้ำมันเบนซินในปัจจุบันที่มีราคาสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์ (2555) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก ผลจากการวิจัย พบว่า ความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้ขับรถยนต์มีการศึกษาหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องก่อนที่จะตัดสินใจเลือกใช้ โดยภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็มีการสนับสนุนและแรงจูงใจที่ให้ความรู้ความเข้าใจกับผู้ขับรถยนต์ จึงสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ขับรถยนต์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็เป็นเหตุผลให้ผู้ขับรถยนต์ยอมรับและตัดสินใจใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น

2. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ไม่ว่าจะเป็นขั้นการรู้จัก ขั้นสนใจ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง ขั้นยอมรับปฏิบัติโดยในทุกขั้นตอนมีการยอมรับนวัตกรรมแก๊สโซฮอล์อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการยอมรับว่าแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานที่สามารถทดแทนน้ำมันเบนซินได้ ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ และราคาของแก๊สโซฮอล์เมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซินยังคงมีราคาถูกกว่า อีกทั้งปัจจุบันกระทรวงพลังงานออกมารับรองว่าแก๊สโซฮอล์ไม่ส่งผลเสียต่อรถยนต์ และไม่ก่อให้เกิดมลพิษในอากาศ จึงเป็นผลทำให้ผู้ขับรถยนต์มีการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย นันทกา เจริญนาวิ (2548)

ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแก๊สโซฮอล์ 95 ของผู้ขับขี่ยานพาหนะในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวคิดที่อาจส่งผลต่อการยอมรับแก๊สโซฮอล์ในระดับสูง

ผลจากการวิจัย พบว่า การยอมรับนวัตกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า การที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงพลังงาน ออกมารับรองคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ว่าจะไม่ส่งผลเสียต่อรถยนต์ อีกทั้งยังมีการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์อยู่ตลอด ทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดความมั่นใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และส่งผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์ยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น

3. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในภาพรวมอยู่ในระดับดี จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด โดยเน้นในเรื่อง ที่รัฐบาล บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ และสถานีบริการน้ำมัน ควรมีการการรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์ตระหนักถึงข้อดีของการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และสถานีบริการน้ำมันมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดแรงจูงใจในการใช้บริการ อีกทั้งด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรมีการเพิ่มสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น รวมถึงควรเพิ่มจำนวนหัวจ่ายน้ำมันให้มากขึ้นเพื่อรองรับการใช้บริการของผู้ขับขี่รถยนต์ และจะต้องรักษาระดับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ให้มีคุณภาพดี รวมถึงราคาที่ไม่สูงหรือใกล้เคียงกับราคาน้ำมันเบนซินมากเกินไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภิรมนวล ภักดีศรีศักดา (2555) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความรู้ความเข้าใจแรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงให้เห็นว่า ผู้ขับขี่รถยนต์มีทัศนคติที่เห็นด้วยกับการที่รัฐบาล บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ และสถานีบริการน้ำมันมีการการรณรงค์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์ตระหนักถึงข้อดีของการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นของสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ขับขี่รถยนต์หันมาใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น และการเพิ่มจำนวนหัวจ่ายน้ำมัน และการรักษาระดับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ให้มีคุณภาพดีนั้นก็ส่งผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น

4. พฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ของผู้ตอบแบบสอบถาม จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ 91 ในมุขกลับกันแก๊สโซฮอล์ E20 และแก๊สโซฮอล์ E85 มีผู้ใช้พลังงานดังกล่าวน้อย อาจเป็นเพราะรถยนต์ที่ใช้ในปัจจุบันยังรองรับแก๊สโซฮอล์ในบางรุ่น หรือสถานีให้บริการมีไม่เพียงพอ จึงทำให้หันมาเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ประเภทอื่นแทน ในเรื่อง สถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. เพราะเป็นสถานีบริการน้ำมันแบบครบวงจร และมีสถานีบริการน้ำมันครอบคลุมทุกพื้นที่ให้บริการจึงสะดวกต่อให้เลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพงศ์ จันทรัมย์ (2553, น. 50) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เชื้อเพลิงทดแทนน้ำมันของนักศึกษาที่รถยนต์ในมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนการใช้งานแก๊สโซฮอล์ 91 มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริจิต สุธีพงษ์พันธ์ (2548) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานครเลือกเติมแก๊สโซฮอล์ที่สถานีบริการน้ำมันปตท.

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์มีพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่เลือกใช้แก๊สโซฮอล์ 91 ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับภาระการรองรับของรถยนต์ที่ผู้ขับขี่รถยนต์ใช้ และสถานีบริการน้ำมันที่ให้บริการ แสดงให้เห็นว่า ผู้ขับขี่รถยนต์มีปัจจัยหลายอย่างในการตัดสินใจเลือกใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ การที่ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง และมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์จะนำไปสู่การใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มขึ้น

5. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นตอนสนใจ ขั้นตอนประเมินผลขั้นทดลอง ขั้นตอนยอมรับปฏิบัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แต่จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะ พบว่า การรู้จัก

พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์จากบุคคลอื่นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมัน เนื่องจากเกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพแก๊สโซฮอล์มากขึ้น เพราะมีนวัตกรรมใหม่น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดเติมไม่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของเครื่องยนต์ ทำให้การใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เป็นที่ยอมรับจาก ผู้ขับขี่รถยนต์มากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่ได้ทำให้ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนลดลงหรือเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันราคาจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ที่มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินจะช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้ขับขี่รถยนต์ ซึ่งจะส่งผลต่อความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ เพราะหากราคาแก๊สโซฮอล์ปรับตัวสูงขึ้นความถี่ในการเติมน้ำมันจะต่ำลง หรือหากช่วงใดราคาแก๊สโซฮอล์ปรับตัวลดลงความถี่ในการเติมน้ำมันจะสูงขึ้น โดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามเติมน้ำมันเฉลี่ย 4 ครั้งต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี พรทิพย์วรวุฒิ (2540) ได้ทำการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4-6 ครั้ง

ผลจากการวิจัย พบว่า การที่ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการรับรองคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ รวมไปถึงการที่ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับคำแนะนำจากบุคคลอื่น ๆ จะทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดความเชื่อมั่นในคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และเกิดการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งก็จะเป็นเหตุผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์ตัดสินใจใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์อย่างมั่นใจ

6. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นตอนการรู้จัก ขั้นสนใจ และขั้นยอมรับปฏิบัติ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แต่การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ขั้นประเมินผล ขั้นทดลองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัย พบว่า เมื่อผู้ขับขี่รถยนต์มีการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในขั้นทดลองโดยรวมเพิ่มขึ้น จะมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครลดลงเล็กน้อย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2543, น. 283) ได้กล่าวว่า การมีข้อดีมากกว่าเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์เก่า นั่นคือขึ้นอยู่กับขนาดของข้อดีที่คิดค้นขึ้นมาใหม่นั้นดีกว่าหรือใช้ได้ดีกว่ามากน้อยแค่ไหน ถ้าหากทำให้เห็นว่าข้อดีมากกว่าของเก่าเป็นอันมาก การเข้าตลาดและการยอมรับก็จะสามารถเป็นไปได้โดยรวดเร็ว ดังนั้น เมื่อผู้ขับขี่รถยนต์ประเมินผลและทดลองแก๊สโซฮอล์แล้วเห็นว่าแก๊สโซฮอล์มีข้อดีมากกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงชนิดเติมที่มีอยู่ ผู้ขับขี่รถยนต์จะเกิดการยอมรับแก๊สโซฮอล์ได้เร็วยิ่งขึ้น

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในขั้นประเมินผล ขั้นทดลอง แสดงให้เห็นว่า การที่ผู้ขับขี่รถยนต์จะยอมรับนวัตกรรมนั้น ผู้ขับขี่รถยนต์ให้ความสำคัญกับการประเมินผลและทดลองใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง และได้มองเห็นถึงข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสำคัญกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์

7. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากราคาน้ำมันซึ่งมีราคาสูง การที่ภาครัฐเข้ามาควบคุมราคาขายปลีกของแก๊สโซฮอล์ให้ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินเป็นตัวแปรสำคัญที่จูงใจให้ผู้ขับขี่รถยนต์หันมาเติมแก๊สโซฮอล์ และเป็นเหตุผลที่สำคัญที่ส่งผลให้ผู้ขับขี่รถยนต์เปลี่ยนมาใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น แต่ถึงแม้ว่าราคาน้ำมันในปัจจุบันจะลดลงมาแล้วก็ตาม ผู้ขับขี่รถยนต์ก็ยังเลือกที่ใช้แก๊สโซฮอล์อยู่เพราะราคาแก๊สโซฮอล์ยังต่ำกว่าราคาน้ำมันเบนซิน ทำให้ผู้ขับขี่รถยนต์มีความถี่ในการใช้รถยนต์มากขึ้นส่งผลต่อความถี่ในการเติมน้ำมันมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่น ๆ (2552) ได้กล่าวว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจหรือรายได้จะมีผลกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อสถานภาพเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออม อำนาจการซื้อ และทัศนคติเกี่ยวกับการใช้จ่าย ซึ่งนักการตลาดต้องสนใจในแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล เนื่องจากรายได้จะมีผลต่ออำนาจการซื้อ ดังนั้น เมื่อผู้ขับขี่รถยนต์มีข้อจำกัดในเรื่องของค่าใช้จ่าย เพราะสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ส่งผลให้ค่าครองชีพค่อนข้างสูง ราคาของแก๊สโซฮอล์จึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์มากขึ้น

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ขับขีรถยนต์ให้ความสำคัญกับด้านราคา เนื่องจากในปัจจุบันราคาน้ำมันมีราคาที่สูงรวมไปถึงสภาพเศรษฐกิจที่ทำให้ผู้ขับขีรถยนต์ต้องควบคุมค่าใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น ราคาจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะจูงใจให้ผู้ขับขีรถยนต์หันมาใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น เมื่อราคาของแก๊สโซฮอล์ปรับลดลง ก็จะส่งผลให้ผู้ขับขีรถยนต์มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเพิ่มขึ้น

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีการรณรงค์ให้ผู้ขับขีรถยนต์ตระหนักถึงข้อดีของการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และการให้ข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่อง ของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ตลอดจนรายการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่จูงใจลูกค้าให้เลือกใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ทั้งนี้หากไม่มีการกระตุ้นการส่งเสริมการตลาดจะทำให้พฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครลดลงเล็กน้อย ดังนั้น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ ตรียากิจ (2552) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมศักดิ์ ตรียากิจ (2552) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผลจากการวิจัย พบว่า การให้ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ และการรณรงค์ให้ความรู้ในเรื่องพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ รวมไปถึงการส่งเสริมการขายต่าง ๆ นั้นก็เป็นการจูงใจให้ผู้ขับขีรถยนต์หันมาเลือกใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะเป็นสิ่งกระตุ้นสำคัญให้ผู้ขับขีรถยนต์มีพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเพิ่มมากขึ้น

8. ทิศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มีอัตราการเผาไหม้ของเครื่องยนต์ที่สมบูรณ์ มีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับน้ำมันเบนซิน ทำให้ผู้ขับขีรถยนต์เกิดความมั่นใจและไม่ต้องเติมแก๊สโซฮอล์สลับกับการเติมน้ำมันเบนซิน ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันมากขึ้น รวมถึงระดับราคาขายในปัจจุบันที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มากขึ้น เพราะผู้ขับขีรถยนต์เห็นถึงการประหยัดค่าใช้จ่ายและความเหมาะสมของราคามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อาร์มสตรอง และคอตเลอร์ (Armstrong, & Kotler, 2009, pp. 16 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ, 2552, น. 80-82) ได้ให้ความหมายว่า ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/ บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/ บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป ดังนั้น เมื่อผู้ขับขีรถยนต์เห็นว่าพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์มีประสิทธิภาพที่ดี และมีราคาจำหน่ายที่มีความเหมาะสม จะทำให้ผู้ขับขีรถยนต์รับรู้ได้ถึงประโยชน์จากการเติมพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ว่ามีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

ผลจากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง คุณภาพของผลิตภัณฑ์และราคา ซึ่งพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์นั้นมีคุณภาพที่ดี ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ และยังช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ขับขีรถยนต์ การที่ผู้ขับขีรถยนต์เกิดความมั่นใจในคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และพึงพอใจกับราคาที่เหมาะสมคุณภาพแล้ว ก็เป็นการสนับสนุนให้ผู้ขับขีรถยนต์มีพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอยู่ในวัยเรียนถึงวัยทำงาน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์เป็นอย่างดี ยกเว้นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับส่วนผสมของแก๊สโซฮอล์ E20 ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์สามารถนำข้อมูลดังกล่าวนี้ไปใช้ในการปรับเปลี่ยนและแก้ไขการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E20 ให้มากขึ้น โดยคำนึงถึงกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้ความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ อีกทั้งควรให้การสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการผลิตโดยประชาสัมพันธมิตรให้ความรู้แก่ผู้ขับขี่รถยนต์ เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้ นอกจากนี้สื่อต่าง ๆ ควรเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์อย่างแท้จริงให้เห็นทั้งข้อดี-ข้อเสียโดยตรงไปตรงมา

2. จากการวิจัยครั้งนี้ ใน เรื่อง การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักว่าพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ถูกผลิตออกมาเพื่อทดแทนน้ำมันเบนซิน และจากการรณรงค์ของรัฐบาลและสื่อต่าง ๆ โดยส่วนใหญ่แล้วพอใจเมื่อได้ใช้พลังงานแก๊สโซฮอล์ ซึ่งก่อนการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์จะตรวจสอบราคาแก๊สโซฮอล์เพื่อเปรียบเทียบกับราคาน้ำมันเบนซิน หากแก๊สโซฮอล์ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินกลุ่มตัวอย่างจะเลือกใช้แก๊สโซฮอล์เพราะจะช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ ในการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์นั้นกลุ่มตัวอย่างจะทดลองเปรียบเทียบระยะทางที่วิ่งเมื่อเติมแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซิน โดยมีการสอบถามแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์กับผู้ขับขี่รถยนต์ท่านอื่น ๆ ดังนั้น ภาครัฐควรดำเนินการในการที่จะสนับสนุนในด้านการศึกษาค้นคว้าและวิจัยเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และพลังงานในรูปแบบอื่นที่เป็นพลังงานทดแทน อีกทั้งการตั้งกองทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาพลังงานแก๊สโซฮอล์ เพื่อจะได้นำข้อสรุปจากการศึกษาค้นคว้าวิจัยเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาแก๊สโซฮอล์ในระยะยาว

3. จากผลการวิจัยทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด จึงขอแนะนำว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรใส่ใจในการประชาสัมพันธ์ผ่านทุกสื่อให้มากขึ้น อีกทั้งควรกำหนดราคาแก๊สโซฮอล์ให้ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินโดยใช้มาตรการลดภาษีกองทุนน้ำมัน ถ้าหากภาครัฐลดกองทุนน้ำมันลงอีกเพื่อจะเพิ่มส่วนต่างให้มากขึ้นจะส่งผลให้ราคาแก๊สโซฮอล์ถูกกว่าน้ำมันเบนซินมากกว่าในปัจจุบัน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ขับขี่รถยนต์ได้มากขึ้น

4. การยอมรับนวัตกรรมเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในชั้นประเมินผลและขั้นทดลอง มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นนโยบายการแก้ไขปัญหาแบบองค์รวม ดำเนินการรณรงค์และประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ให้นำทุกฝ่ายตระหนักถึงพลังงานทดแทนโดยปลูกจิตสำนึกในเรื่อง พลังงาน พร้อมแนวทางในการปรับตัวเพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งมาตรการประชาสัมพันธ์นี้ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและครอบคลุมทั่วประเทศ

5. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ภาครัฐควรตรึงราคาพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์แต่ละชนิดไม่ให้สูงจนเกินไป เพื่อสนับสนุนให้ผู้ขับขี่รถยนต์หันมาเติมแก๊สโซฮอล์บ่อยขึ้น

6. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์หลาย ๆ ด้าน เพื่อให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดความมั่นใจและส่งผลต่อการตัดสินใจในการเติมน้ำมันบ่อยขึ้น

7. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ในด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ภาครัฐควรเข้ามาช่วยกำหนดทิศทางและกำกับดูแลมาตรการต่าง ๆ ที่จะสนับสนุนและส่งเสริมในทุก ๆ ด้าน รวมถึงกระตุ้นให้ผู้ขับขี่รถยนต์เกิดความมั่นใจในการใช้พลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ และพัฒนาคุณภาพของพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งพลังงานเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์จะเป็นทางเลือกให้ผู้ขับขี่รถยนต์ที่สามารถลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันและยังลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความรู้ความเข้าใจ กระบวนการยอมรับนวัตกรรม ทักษะคติและพฤติกรรมที่มีต่อพลังงานเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอล์ของผู้ขับขีรถยนต์ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ
2. ควรศึกษาถึงความแตกต่างของการยอมรับจากผู้ขับขีรถยนต์ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์แต่ละชนิด ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญานิพนธ์นี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อดิเวทิน อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ให้ความรู้ คำแนะนำ และปรึกษา ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง อันเป็นประโยชน์ในการทำปริญญานิพนธ์ในครั้งนี้ ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา และอาจารย์ ดร.กัลยกิตติ์ กীরติอังกูร ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ และให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ในโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย รวมถึงขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาสละเวลา และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการทำงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2555). รายงานประจำปี 2555. กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง. (2555). หลักการตลาด (แปลโดย นันทาสารี สุขโต และคนอื่น ๆ) (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ไทยโพสต์. (2555). พลังงานอลูมิเนียมขี้นขึ้นดีเซล-เพิ่มสำรองทำสับสน. ค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2556, จาก <http://www.ryt9.com/s/tpd/1514885>
- นันทกา เจริญนาวิ. (2548). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแก๊สโซฮอล์ 95 ของผู้ขับขีรถยานพาหนะในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ณัฐพงศ์ จันทร์อ้อม. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้เชื้อเพลิงทดแทนน้ำมันของนักศึกษาที่ขีรถยนต์ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นัยนา กรุดนาค. (2549). การยอมรับของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ในการนำการจัดการความรู้มาใช้ในการปฏิบัติงาน. ภาคนิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์. (2555). ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมเพิ่มเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่น ๆ. (2542). การวิจัยการตลาด: ฉบับมาตรฐาน. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- _____. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2558

สมศักดิ์ ตรียากิจ. (2552). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และความตั้งใจในการซื้อซ้ำของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สิริจิต สุธีรพงศ์พันธ์. (2548). ความพึงพอใจและพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อัญชลี พรทิพย์วรเวทย์. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (บริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.