

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทน
ของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

Marketing factors affecting drivers' decision on using gasohol
As substitute energy in sisaket province

ชัชฎารัตน์ มุกดา¹ เนติมาย์ ไวยรัตน์² และจิรภัทร คงสังข์³ นุสรรา สัมปชัญญานนท์⁴

¹สาขาการบัญชี คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา
99 หมู่ที่ 6 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000

²สาขาการจัดการ ³สาขาการบัญชี คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยเฉลิมกาญจนา
333 หมู่ 13 ตำบลช้างซ้าย อำเภอพระพรหม จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

⁴คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000

*E-mail: nutsara.su@udru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่นำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเพื่อเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำนวนทั้งสิ้น 200 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/FW โดยใช้ค่าสถิติ อันได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ Independent Sample t-test (t-test) ค่าสถิติ One-way ANOVA (F-test) ค่าสถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สมรสแล้ว จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อายุที่พบมากที่สุดคือ อายุ 31-40 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทเป็นจำนวนมากที่สุด ประเภทยานพาหนะที่นำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันโดยส่วนใหญ่เป็นรถยนต์ ส่วนยี่ห้อรถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่นิยมนำมาเติมเป็นยี่ห้อ Honda โดยส่วนใหญ่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 เหตุผลหลักที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสถานีบริการน้ำมันเนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจเพียงลำพังในการเติม และนิยมเติมในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ส่วนช่วงเวลาจะเป็นช่วงเย็น (16.01-18.00 น.) ความถี่ในการเติมส่วนมาก 3-4 ครั้งต่อเดือนโดยเสียค่าใช้จ่ายในการเติม 501-1,000 บาทต่อครั้ง อีกทั้งนิยมชำระค่าใช้จ่ายในการเติมด้วยบัตรเครดิต ในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) นอกจากนี้ ภายหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกต่อไปอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.22$) ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า สถานภาพและอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, พลังงาน, ส่วนประสมการตลาด

ABSTRACT

The study of marketing factors affecting drivers' decision on using gasohol as substitute energy in Si Sa Ket province was aimed at studying 1) personal factors affecting a decision on using gasohol as substitute energy in Si Sa Ket province and 2) marketing factors affecting drivers' decision on gasohol as

substitute energy in Si Sa Ket province. The questionnaires were constructed as a tool for collecting information from 200 drivers who used gasohol at petroleum service stations in Si Sa Ket province. The statistics used for analysis were SPSS/FW program with frequencies distribution, percentage, mean, standard deviation, Independent Sample t-test (t-test), One-way ANOVA (F-test), Pearson Product Moment Correlation Coefficient. The research finding indicated that most of the drivers in the sample group were male, married, graduated with a Bachelor's Degree, aged between 31-40 years old. They worked for a private companies and earned Baht 20,001-30,000 per month. The cars were mostly taken to use gasohol at petroleum service stations. The most popular brand name of motorbikes and cars taken to use gasohol was Honda. The main objective for using gasohol at petroleum service stations was to save money. The drivers themselves the made a decision to use gasohol and usually went to the service stations to buy gasohol between 4.01-6.00 p.m. from Monday to Friday. The frequency buying gasohol was 3-4 times a month with a payment Baht 501-1,000 each. Most of them paid for gasohol by a credit card. As for the sample group's decision on using gasohol as substitute energy, they considered these marketing factors as being important namely product, price, place, and promotion, at high level ($\bar{X} = 3.84$). Moreover, after using gasohol as substitute energy, the sample group indicated that gasohol would be the only energy source used as substitute energy from now on ($\bar{X} = 4.22$). The result of hypotheses tests at the statistical significance of 0.05 showed that different marital status and jobs caused different drivers' decisions on using gasohol as substitute energy in Si Sa Ket province. Product, price, place and promotion issues marketing factors were all related to a drivers' decision on using gasohol as substitute energy in Si Sa Ket Province.

Key words: Decision, energy, marketing factors

1. บทนำ

ประเทศไทยมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ไม่ว่าจะเป็นน้ำมันเบนซินหรือดีเซล ซึ่งความต้องการดังกล่าวเป็นปัญหาใหญ่ของประเทศปัญหาหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันเพื่อการส่งออก (Organization of Petroleum Exporting Countries หรือที่เรียกว่า OPEC) ซึ่งเป็นกลุ่มประเทศผลิตน้ำมันดิบที่มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 35 ของปริมาณการใช้ น้ำมันดิบทั่วโลกปรับปริมาณการผลิตด้วยการเพิ่มหรือลดการผลิต ทำให้ราคาน้ำมันดิบเพิ่มขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่เหมาะสม เนื่องจากกลุ่มประเทศผู้ส่งออกนี้พบว่า น้ำมันสำรองในประเทศลดลงมาก จึงรวมใจกันลดการผลิต หรือปรับอัตราการผลิตและส่งออกมาตั้งแต่ พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา โดยผลิตน้ำมันประมาณ 30-32 ล้านบาเรลต่อวัน ซึ่งต่ำกว่าที่ตลาดโลกต้องการ ซึ่งในปัจจุบัน OPEC ก็พยายามลดการผลิตให้ต่ำกว่าความต้องการของตลาดโลกอยู่ทำให้เกิดปัญหาน้ำมันขาดแคลนและราคาคงอยู่ในระดับสูง

ในขณะที่ OPEC มีความพยายามรักษาระดับปริมาณการผลิตและราคาน้ำมันดิบอยู่นั้น ประเทศผู้ผลิตน้ำมันและส่งออกอื่นๆ นอกกลุ่ม OPEC เช่น ประเทศสหราชอาณาจักรนอร์เวย์ มาเลเซีย บรูไน และสวีเดน ซึ่งประเทศผู้ผลิตน้ำมันดิบรายใหญ่ นอกกลุ่มดังกล่าวมีปริมาณการผลิตและส่งออกรวมกันประมาณร้อยละ 55 ของปริมาณการใช้ น้ำมันดิบทั่วโลกก็ยังฉกฉวยโอกาสส่งออกน้ำมันขายโดยอ้างอิงราคาน้ำมันดิบที่ผลิตจากประเทศสมาชิกกลุ่ม OPEC ส่งผลให้ประเทศที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันดิบต้องจ่ายราคาน้ำมันดิบในราคาที่สูงตามไปด้วยหนทางหนึ่งที่จะใช้ในการแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงจากปิโตรเลียมเหล่านี้คือการหาพลังงานอื่นมาทดแทน เช่น การใช้แก๊สธรรมชาติพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานจากหินน้ำมัน ถ่านหิน ลิกไนท์ ไม่ว่าจะเป็นพลังงานอื่นใดมาทดแทน สิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดเป็นเชิงการค้าได้นั้นต้องคำนึงถึงประสิทธิภาพมีกำลังดี ประหยัดกว่าใช้เชื้อเพลิงน้อย ต้องเป็นไปตามมาตรฐานไอเสีย อีกทั้งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย จากกระแสพระราชดำริของ



พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม พ.ศ. 2543 มีใจความว่า “น้ำมันสมัยนี้แพง อะไรก็แพงขึ้นทุกที จะให้น้ำมันถูกลงมาก็ลำบาก จะหาวิธีทำน้ำมันราคาถูกก็ทำได้เหมือนกันถูกกว่านิดหน่อย คือแทนที่จะใช้น้ำมันที่มีค่าออกเทน 95 ใช้ออกเทน 91 แล้วเติมกอกซอลเข้าไปนิดหน่อยก็ได้ 95 ก็ไม่มีวิธีทำได้ข้อสำคัญที่สุด กอกซอลนี้ดีจริงสามารถผลิตในประเทศ ไม่ต้องเสียเงินตราจากต่างประเทศ ผู้ทำกอกซอลก็ได้เงินบาทนั้นอย่าให้เป็นเงินดอลลาร์หรือยูโร เราจะสามารถใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่ไม่ต้องเสียดอลลาร์หรือเงินยูโร” จากกระแสพระราชดำรินี้ ให้นำผู้บริโภคน้ำมันมาใช้แอลกอฮอล์ในรูปของเอธานอล หรือ ETBE (Ethyl Tertiary Butyl Ether) ที่สามารถผลิตได้จากอ้อย และกากน้ำตาลได้เอง มาเป็นส่วนผสมในน้ำมันเพื่อทดแทน MTBE (Methyl Tertiary Butyl Ether) เพื่อช่วยลดมลพิษในอากาศ ทั้งนี้เนื่องจาก MTBE เป็นสารที่มีสารประกอบตะกั่วอันเป็นสารที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพร่างกายและสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมากผสมอยู่หน่วยงานภาครัฐบาลเอกชนจึงได้มีการสนับสนุนให้เกิดการใช้เอธานอลผสมในน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วเพื่อทดแทนการใช้น้ำมันเบนซินออกเทน 95 ซึ่งมีชื่อเรียกว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ แต่จากสนับสนุนของภาครัฐบาลและเอกชนในระยะแรกยังไม่เป็นที่นิยมเท่าที่ควร ถึงแม้จะมีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน ออกเทน 95 ทั้งนี้เพราะยังไม่มั่นใจในคุณภาพและอาจเกิดผลเสียต่อสมรรถนะการทำงานของเครื่องยนต์ (โพสท์ทูเดย์, 2548) จึงทำให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันรายใหญ่อย่างเช่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด และบริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ได้ตระหนักและเห็นความสำคัญของเงินตราที่สูญเสียไปยังต่างประเทศ รวมถึงดำเนินตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงได้ดำเนินการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 เพื่อทดแทนการใช้น้ำมันเบนซิน ออกเทน 95 รวมถึงน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เพื่อใช้ทดแทนน้ำมันเบนซิน ออกเทน 91 ตลอดจนนำนโยบายการลดราคา การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การสมนาคุณจัดรางวัลชิงโชคให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ผู้ใช้รถมีทางเลือกมากขึ้น และหันมาใช้ น้ำมัน แก๊สโซฮอล์เพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นการช่วยประเทศไทยให้ประหยัดเงินตราจากการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศด้วย (บริษัท

ปตท. จำกัด (มหาชน), 2551, บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน), 2551, บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด, 2551 และบริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน), 2551)

จากเหตุผลสำคัญนี้เอง ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัด ศรีสะเกษ เหตุผลที่ศึกษาในจังหวัดศรีสะเกษ เนื่องจากเป็นแผนพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาเร่งด่วนของจังหวัดศรีสะเกษที่ผลักดันให้เกิดการใช้พลังงานทดแทนเพื่อลดปัญหาหมอกควันทางสิ่งแวดล้อม (จังหวัดศรีสะเกษ, 2551) ซึ่งสอดคล้องกับกระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม พ.ศ. 2543 ที่ให้มีการนำแอลกอฮอล์มาใช้ในกระบวนการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อเป็นพลังงานทดแทน ผลการวิจัยที่ได้จะใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ผู้ใช้รถหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทดแทน น้ำมันเบนซินถือเป็นการช่วยชาติและลดการทำลายสิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่งด้วย

2. สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

4. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ผู้ใช้รถที่นำรถมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 จากสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดศรีสะเกษ จำนวน 5 แห่ง อันได้แก่ ห้าง

หุ้นส่วนจำกัด ธงชัย ปีโตรเลียม ห้างหุ้นส่วนจำกัด มนตรี เอลส์โซ่สะพานขาว ห้างหุ้นส่วนจำกัด ปวีณบริการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุรชัยศรีสะเกษออยส์ และบริษัทโยธิน ปีโตรเลียม จำกัด แห่งละ 40 คน รวมจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเท่ากับ 200 คน

ขอบเขตของเนื้อหาที่ศึกษา ศึกษาพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสถานีบริการน้ำมัน ในเรื่อง ประเภทยานพาหนะที่นำมาเติม ประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เติม เหตุผลหลักที่เติม บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ช่วงวันและเวลาที่เติม จำนวนครั้งในการเติม ต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการเติม และลักษณะการชำระ ค่าใช้จ่าย รวมถึงปัจจัยส่วนประสมทาง สถิติที่ใช้คือแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดศรีสะเกษ ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ในเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ตัวแปรตาม(Dependent Variables) คือ การตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ

5. ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายหรือรถจักรยานยนต์เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเพื่อเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ สามารถอธิบายได้ดังนี้ เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 60.5 เป็นเพศชาย ส่วนที่เหลือร้อยละ 39.5 เป็นเพศหญิง อายุ กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดร้อยละ 34.5 มีอายุ 31-40 ปี รองลงมา ได้แก่ อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 28.0 อายุไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 26.5 และอายุ 51 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 11.0 ตามลำดับ สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 59.5 อยู่ในสถานภาพสมรส รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 31.5 และหย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่ มีเพียงร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 64.0 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 17.0 ปวช./ปวท./

ปวส./อนุปริญญา ร้อยละ 13.5 มัธยมศึกษา และประถมศึกษา ร้อยละ 4.0 และ 1.5 ตามลำดับ อาชีพ กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดร้อยละ 39.5 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 31.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 18.0 นักศึกษา/นักศึกษา และแม่บ้าน จำนวนเท่ากันร้อยละ 4.0 และรับจ้างจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 3.5 ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ในส่วนของรายได้ นั้น กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 31.0 รองลงมา รายได้ 30,001-40,000 บาท ร้อยละ 28.0 รายได้ 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 21.0 รายได้ 40,001-50,000 บาท ร้อยละ 7.5 รายได้ 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 7.0 และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวนน้อยที่สุดเพียง ร้อยละ 5.5 เท่านั้น

จากการศึกษา พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้นำรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเพื่อเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในเรื่องต่างๆ ได้แก่ ประเภทยานพาหนะที่นำมาเติม ประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่เติม เหตุผลหลักที่เติม บุคคลที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ช่วงวันและเวลาที่เติม จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการเติม ลักษณะการชำระค่าใช้จ่าย ประเภทยานพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันคือรถยนต์เพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 81.0 ส่วนที่เหลือร้อยละ 11.5 มีทั้งรถจักรยานยนต์และรถยนต์ ส่วนรถจักรยานยนต์เพียงอย่างเดียว มีเพียงร้อยละ 7.5 เท่านั้น ยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่นำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมัน เป็นยี่ห้อ Honda จำนวนมากที่สุดร้อยละ 9.5 รองลงมา Yamaha ร้อยละ 7.0 และ Kawasaki ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ สำหรับยี่ห้อรถยนต์ที่นำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันนั้นเป็นยี่ห้อ Honda จำนวนมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา ได้แก่ Toyota ร้อยละ 41.0 Mitsubishi ร้อยละ 27.0 Nissan ร้อยละ 24.0 และ Mazda ร้อยละ 18.0 ตามลำดับ ประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมในสถานีบริการน้ำมันคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ร้อยละ 58.5 รองลงมาได้แก่ ทั้งน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ขึ้นอยู่กับรุ่นของ



รถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่มีอยู่ และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.5 ตามลำดับ

เหตุผลหลักที่กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในสถานีบริการน้ำมัน คือประหยัดค่าใช้จ่ายในตัวผู้ใช้ เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 3.50-4 บาทต่อลิตร จำนวนร้อยละ 32.0 รองลงมาได้แก่ ช่วยประเทศชาติในการลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจาก ต่างประเทศ ร้อยละ 26.5 ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีสารไฮโดรคาร์บอน คาร์บอนมอนนอกไซด์และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน ร้อยละ 22.0 และไม่มีผลกระทบต่อสมรรถนะเครื่องยนต์และอัตราการเร่ง อีกทั้งสามารถเติมผสมกับน้ำมันที่เหลืออยู่ในถังได้เลย จำนวนน้อยที่สุดร้อยละ 19.5 ตามลำดับ พบว่า ในการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันนั้น ตนเองจะตัดสินใจเพียงลำพังมีจำนวนถึงร้อยละ 35.0 รองลงมามีบุคคลอื่นร่วมตัดสินใจ ได้แก่ เพื่อน ร้อยละ 27.5 พนักงานบริการในสถานีน้ำมันบางจาก ร้อยละ 19.5 และบุคคลในครอบครัวเป็นจำนวนน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.0 ตามลำดับ ช่วงวันที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันคือ วันจันทร์-ศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 74.0 ส่วนที่เหลือร้อยละ 26.0 นิยมเติมในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ ตามลำดับ ช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันกันมากที่สุดคือ ช่วงเย็น (16.01.-18.00 น.) ร้อยละ 36.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงค่ำ (18.01.-22.00 น.) ร้อยละ 29.5 ถัดมาช่วงกลางวัน (11.00-16.00 น.) ร้อยละ 23.5 และช่วงเช้า (6.01-11.00 น.) จำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ พบว่า ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันของกลุ่มตัวอย่างส่วนมาก 3-4 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาได้แก่ ประมาณ 4-5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 26.0 ถัดมาประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 23.0 และมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือนจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 8.0 ตามลำดับ ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากอยู่ระหว่าง 501-1,000 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมาได้แก่ ระหว่าง 301-500 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 33.0 ระหว่าง 101-300 บาทต่อครั้ง ร้อยละ 14.0 ไม่เกิน 100 บาทต่อครั้ง และมากกว่า 1,000 บาทต่อครั้ง เป็นจำนวนน้อยที่สุดใกล้เคียง คิดเป็นร้อยละ 6.5 และ 4.0 ตามลำดับ

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่า ในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) ซึ่งเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ด้านราคา เป็นด้านที่ให้ความสำคัญสูงสุด ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาได้แก่ ผลัดกันท์ ($\bar{X} = 4.25$) ช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.79$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.49$) เป็นด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุดตามลำดับ ในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 57.0 เห็นว่าจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกแน่นอน รองลงมาได้แก่ นำใช้ ร้อยละ 19.5 ไม่แน่ใจ ร้อยละ 13.5 น่าจะไม่ใช้ ร้อยละ 8.0 และไม่ใช้อีกเลยมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 2.0 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเห็นว่าจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกต่อไปอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.22$)

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample T-test (T-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า เพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่าเพศแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA (F-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า อายุแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย Independent Sample T-test (T-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า สถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างที่สมรสแล้ว จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในสถานภาพโสด/หย่าร้าง/ม่าย/แยกกันอยู่ สรุปได้ว่า สถานภาพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA (F-test) ที่

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย One-way ANOVA (F-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าอาชีพแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนแตกต่างกัน โดยผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว และนักศึกษา/นักศึกษา/รับจ้าง/แม่บ้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย Pearson Product Moment Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่าผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทน โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ($r=0.416$) นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์มาก จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากด้วย สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วย Pearson Product Moment Correlation Coefficient ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทน โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ($r=0.603$) นั่นคือ กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญในด้านราคามาก จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากด้วย สรุปได้ว่า ราคามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของ ผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

6. สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอายุ 31-40 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อ

เดือน 20,001-30,000 บาท เป็นจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.5 และ 31.5 ตามลำดับ ประเภทยานพาหนะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันบางจากคือ รถยนต์เพียงอย่างเดียว คิดเป็นร้อยละ 81.0 ยี่ห้อรถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่นิยมนำมาเติมคือยี่ห้อ Honda กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 48.5 จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 สำหรับเหตุผลหลักที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีบริการน้ำมันคือประหยัดค่าใช้จ่ายในตัวผู้ใช้ เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 3.50 -4 บาทต่อลิตร ในการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสถานีบริการน้ำมันนั้นส่วนมากตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจเพียงลำพัง มีจำนวนถึงร้อยละ 35.0 และนิยมเติมในช่วงวันจันทร์- ศุกร์ ส่วนช่วงเวลาจะเป็นช่วงเย็น (16.01-18.00 น.) ความถี่ในการเติมส่วนมาก 3-4 ครั้งต่อเดือน โดยเสียค่าใช้จ่ายในการเติมระหว่าง 501-1,000 บาทต่อครั้ง และนิยมชำระค่าใช้จ่ายในการเติมด้วยบัตรเครดิต

ในการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนนั้น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยให้ความสำคัญสูงสุดในด้านราคา ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.25$) ช่องทางจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.79$) และการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่า ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของสถานีบริการน้ำมันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากที่สุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาได้แก่มาตรฐานกระบวนการผลิตทันสมัยทำให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ใช้และตัวรถ, มีน้ำมันเพียงพอเติมได้ตามต้องการและไม่เสียเวลาในการรอคอย (\bar{X} เท่ากัน=4.36) ราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน ถึง 3.50-4 บาทต่อลิตร ($\bar{X} = 4.34$) และสามารถชำระ ค่าใช้จ่ายได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ($\bar{X} = 4.32$) ตามลำดับ นอกจากนี้ภายหลังการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนกลุ่มตัวอย่างเห็นว่า จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนอีกต่อไปอย่างแน่นอน ($\bar{X} = 4.22$)

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษแตกต่างกัน สรุป



ได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นสถานภาพ อาชีพที่พบว่าแตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ สรุปได้ว่า ผลลัพธ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนของผู้ใช้รถในจังหวัดศรีสะเกษ จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. อภิปรายผล

ส่วนของพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์นั้นพบว่า รถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่นิยมนำมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ ยี่ห้อ Honda ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเป็นยี่ห้อรถที่เป็นที่รู้จัก นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย อีกทั้งมีหลายรุ่นที่รองรับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้ โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 48.5 จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 เนื่องจากยานพาหนะทั้งรถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันส่วนมากรองรับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มากกว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 สำหรับเหตุผลหลักที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานบริการน้ำมันคือประหยัดค่าใช้จ่ายในตัวผู้ใช้ เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน 3.50 -4 บาทต่อลิตร โดยตนเองจะเป็นผู้ตัดสินใจเพียงลำพัง มีจำนวนถึงร้อยละ 35.0 ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากการใช้ชีวิตในสังคมส่วนใหญ่ต้องพึ่งพาตนเอง ตนเองจึงมีอำนาจในการตัดสินใจเป็นหลัก ซึ่งนิยมเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ ช่วงเย็น (16.01-18.00 น.) ด้วยเหตุผลที่ว่าเป็นช่วงวันทำงาน อีกทั้งมีการเตรียมพร้อมเพื่อไปทำงานในวันรุ่งขึ้น จึงทำให้นิยมเติมในช่วงเย็น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐวุฒิ อุทัยศรี (2545) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปลี่ยนน้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ที่สถานบริการน้ำมันในวันจันทร์-ศุกร์ สำหรับความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ประมาณ 3-4

ครั้งต่อเดือน ส่วนค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ระหว่าง 501-1,000 บาทต่อครั้ง ซึ่งถือเป็นอัตราเฉลี่ยของการใช้น้ำมันสำหรับรถยนต์ในแต่ละครั้งที่เติม รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเติมที่ระดับ 501-1,000 บาทต่อครั้ง ถือเป็นระดับราคาโปรโมชันที่มีของแถมของสถานีบริการน้ำมันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระชัย วาสนาสสมสกุล (2545) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เติมน้ำมันไบโอดีเซล 3-4 ครั้งต่อเดือน และเสียค่าใช้จ่ายแต่ละครั้งประมาณ 501-1,000 บาท ในการชำระค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชำระด้วยบัตรเครดิต ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสะดวก สามารถนำเงินไปใช้จ่ายอย่างอื่นก่อนได้ อีกทั้งยังสามารถชำระค่าใช้จ่ายได้ในสิ้นเดือน ถือเป็นค่านิยมที่แสดงถึงความมีฐานะ เป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุคลธร เขตพงษ์ (2543) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด ทรัพย์มั่นคงบริการ จังหวัดสมุทรสาคร และพบว่าผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันบางจาก ควรนำระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตหรือบัตรเติมน้ำมันมาใช้

8. ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ด้านผลลัพธ์จากผลการศึกษาพบว่า ชื่อเสียงความน่าเชื่อถือของสถานีบริการน้ำมันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากที่สุดเป็นอันดับแรก ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาได้แก่ มาตรฐานกระบวนการผลิตทันสมัยทำให้เกิดความปลอดภัยต่อผู้ใช้และตัวรถมีน้ำมันเพียงพอเติมได้ตามต้องการและไม่เสียเวลาในการรอคอย (\bar{X} เท่ากัน=4.36) และไม่ก่อให้เกิดปัญหามลพิษหรือควันดำต่อผู้ร่วมถนน ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ ทุกปัจจัยต่างมีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด จึงเห็นควรให้ทางผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์พัฒนาปรับปรุงน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ ให้มีประสิทธิภาพดีปลอดภัยต่อผู้ใช้ ตัวรถและสิ่งแวดล้อม มีตรารับรองคุณภาพเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของสินค้า ผลิตให้เพียงพอต่อปริมาณความต้องการ โดยเฉพาะในช่วงวันจันทร์-ศุกร์ เวลาเย็น (16.01-18.00 น.) ซึ่งเป็นช่วงที่เติมกันมาก

2. ด้านราคา ในด้านราคานั้นพบว่า ราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน ถึง 3.50-4 บาทต่อลิตรถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$) รองลงมาได้แก่ สามารถชำระค่าใช้จ่ายได้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ($\bar{X} = 4.32$) มีป้ายระบุราคาให้เห็นอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.31$) และอัตราการเคลื่อนไหว ของระดับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง ($\bar{X} = 4.29$) ตามลำดับ ซึ่งทุกปัจจัยต่างมีผลต่อการตัดสินใจระดับมากที่สุด จึงเห็นควรให้ทางผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ นำมาตรการพุงราคาจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์มาใช้ เพื่อให้ราคาจำหน่ายคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อยจนเกินไป โดยกำหนดให้ราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 อย่างน้อย 3.50-4 บาทต่อลิตร รวมถึงมีการระบุป้ายราคาน้ำมันอย่างชัดเจน โดยอาจนำกลยุทธ์ทางจิตวิทยา มาใช้โดยการตั้งราคาจำหน่ายให้ลงท้ายด้วยเลข 9 หรือเลข 0 (การตั้งราคาเลขคู่ เลขคี่ (Odd-even Pricing) เพื่อสร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า ราคาจำหน่ายนั้นเหมาะสมแล้ว ตลอดจนการขยายช่องทางการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตให้สามารถรับได้ทุกบัตรเพื่อสร้างความสะดวกแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่าทางเข้าออกสถานีบริการน้ำมันสะดวกสามารถระบายรถเข้า ออกได้ทันเวลา มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาได้แก่ หัวจ่ายมีจำนวนเพียงพอต่อจำนวนผู้มาใช้บริการ ($\bar{X} = 3.80$) และทำเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันหาง่าย ($\bar{X} = 3.65$) ตามลำดับ ซึ่งทุกปัจจัยต่างมีผลต่อการตัดสินใจระดับมาก จึงเห็นควรให้ทางผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จัดตั้งสถานีบริการน้ำมันให้อยู่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมหาง่าย มองเห็นได้ชัดเจนครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงปรับปรุงทางเข้า ออกให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสามารถเข้าออกได้สะดวก และเพิ่มจำนวนหัวจ่ายให้เพียงพอต่อจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ เพื่อไม่ให้ลูกค้าเสียเวลาในการรอ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านโทรทัศน์ วิทยุ ป้าย โปสเตอร์ แผ่นพับ นิตยสาร เพื่อรณรงค์ให้ช่วยชาติ โดยหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.94$) และการแถมขนมขบเคี้ยวซึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาวเมื่อเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ครบทุก 600 บาท ($\bar{X} = 3.48$) เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทนจึงเห็นควรให้ทางผู้ประกอบการที่ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จัดให้มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการรับประกันถึงคุณภาพในผลิตภัณฑ์และบริการความปลอดภัยที่ได้รับ ตลอดจนการจัดโปรโมชั่น ส่วนลดของแถมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลอย่างทั่วถึงและมั่นใจในคุณภาพบริการที่ได้รับ

9. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพลังงาน. (2548). สถานการณ์การใช้น้ำมันในประเทศไทย. กรมธุรกิจ กระทรวงพลังงาน แหล่งที่มา : <http://www.doeb.go.th>.
- ณัฐวุฒิ อุทัยศรี. (2545). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นรถจักรยานยนต์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด. (2551). ผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด. แหล่งที่มา : <http://www.shell.co.th>
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). (2551). นโยบายของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). แหล่งที่มา : <http://www.bangchak.co.th>
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). (2551). ข้อมูลองค์กรของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). แหล่งที่มา : <http://www.pttplc.com>บริษัท
- เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). (2551). ข้อมูลทั่วไปของบริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). แหล่งที่มา : <http://www.esso.co.th>
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 11th ed. New Jersey : Prentice Hall