

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะชีวิตด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
สรัญพร สุวรรณประสพ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะชีวิตด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ปริญญานิพนธ์
ของ
สรัญพร สุวรรณประสพ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะชีวิตด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
สรัญพร สุวรรณประสพ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2552

สร้อยพร สุวรรณประสพ. (2552). รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร.

ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม: อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน, อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยใช้การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ไค-สแควร์ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ สำหรับข้อมูลทางสถิติที่ใช้โปรแกรม SPSS

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 26-33 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 บาทขึ้นไป
2. ลูกค้ำที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ไม่แตกต่างกัน
3. รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสัมพันธ์กับการใช้ต่อ การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ทักษะคิดด้านเครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ ผลผลิตขั้นต้น ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านการใช้ต่อ การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

LIFESTYLES ATTITUDES TOWARD MARKETING MIXES AND GASOHOL E20 FILLING UP
BEHAVIORS OF DRIVERS IN BANGKOK

AN ABSTRACT

BY

SARANYAPORN SUWANPRASOP

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administration degree in Marketing
at Srinakarinwirot University

May 2009

Saranyaporn Suwanprasop. (2009). *Lifestyles attitudes toward marketing mixes and gasohol E20 filling up behaviors of drivers in Bangkok*. Thesis Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakarinwirot University. Advisor Committee: Dr.Tanapoom Ativetin, Dr.Panid Kulsiri.

The objective of this research is to study the behavior of drivers who filling up gasohol E20 in Bangkok. The samples of this research were 400 drivers who were gasohol E20 filling up drivers from PTT and Bangchak gas station in Bangkok. The statistical analysis method were Percentage, Mean, Frequency, Standard Deviation, LSD Method, t – test, One – Way Analysis of Variance, Pearson Chi-Square , Pearson Product Moment Correlation Coefficient and Multiple Regression Analysis. SPSS program was also used for the statistical analysis.

The findings reveales the followings :

1. The majority of the sample group were males, aged between 26-33 years. They got a beachelor's degree, working as employees in private companies and had an average monthly income more than 40,000 Baht.
2. The different genders, ages, occupations and average monthly incomes of each sampling have effected toward the attitude of filling up gasohol E20 by 0.05, however, the educational backgrounds have not affected on this behavior.
3. Lifestyles of the each sampling have effected on filling up gasohol E20 behavior in the frequency of filling up were at the statistical significant difference level of 0.01. The decision of continually filling up or not filling up in the future and to encourage others to filling up gasohol E20 were at statistical significant difference level of 0.05.
4. Marketing's mixed factors toward sampling attitude have affected the behavior of filling up gasohol E20 in term of continually filling up or not filling up in the future and to encourage others to filling up gasohol E20 were at statistical significant difference level of 0.05.

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน และ อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ อาจารย์ควบคุมปริญญานิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรีกษา และข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนการแก้ไข ปรับปรุง ตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนสำเร็จ ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์สันติ เต็มประเสริฐสกุล ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ และให้คำแนะนำในการวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยได้เข้าใจในเนื้อหาวิชาต่าง ๆ ที่ได้ศึกษา และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหน้าที่การงานได้เป็นอย่างดี

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ได้มอบกำลังใจ ให้คำแนะนำช่วยเหลือและสนับสนุนผู้วิจัยมาโดยตลอด จนประสบความสำเร็จในครั้งนี้

สร้อยพร สุวรรณประสพ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	7
สมมติฐานในการวิจัย	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	9
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	20
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	24
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด	26
ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
3 วิธีดำเนินการวิจัย	38
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	38
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล	45
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการศึกษา	52
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย	52
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	165
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	165
สรุปผลการวิจัย	170
อภิปรายผล	183
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย	188
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป	190
บรรณานุกรม	191
ภาคผนวก	196
ภาคผนวก ก	197
ภาคผนวก ข	203
ประวัติย่อผู้วิจัย	205

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	53
2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต	56
3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทักษะจิตด้านส่วนประสมทางการตลาด	58
4 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน ประโยชน์	61
5 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านความถี่	62
6 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน ค่าใช้จ่าย	63
7 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านสถานที่	64
8 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านบุคคลที่มี อิทธิพล	65
9 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	66
10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่ รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง	68
11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของ ผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20	69
12 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่ รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ...	70
13 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่ รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์ E20	71
14 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านใช้ แก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป	72
15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านจะ เลิกใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคต	73

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน บอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	74
17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมัน น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	75
18 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านความถี่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีอายุ แตกต่างกัน	76
19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน และ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์ E20	77
20 แสดงการทดสอบค่าความแปรปรวนของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ...	78
21 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มีอายุ แตกต่างกัน	78
22 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน ประโยชน์ที่ต้องการ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	79
23 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านสถานที่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	80
24 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านสถานที่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	81
25 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านจะ ใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	82
26 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านจะ เลิกใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	83
27 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้าน บอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน	84

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ...	85
29 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน...	86
30 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	87
31 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มี ระดับการศึกษาแตกต่างกัน	87
32 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน ประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	88
33 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ...	89
34 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษา แตกต่างกัน	90
35 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะ ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	91
36 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะ เลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ...	92
37 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน บอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	93
38 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่	94
39 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีอาชีพ แตกต่างกัน	95

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
40 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	96
41 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มี อาชีพแตกต่างกัน	96
42 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน ประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน	97
43 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน	98
44 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่ มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน....	99
45 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะ ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน	100
46 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะ เลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน	101
47 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน บอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน	102
48 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่	103
49 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	104
50 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	105
51 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	105

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	106
53 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน.....	107
54 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	108
55 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	109
56 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	110
57 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	111
58 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอลล์ E20 ของลูกค้ำที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน	112
59 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์	113
60 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่	114
61 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล	115
62 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้แก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป	116

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
63 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิก ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	117
64 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อ	118
65 แสดงผล การทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์	119
66 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่	120
67 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล	121
68 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	122
69 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิก ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์E20 ในอนาคต	123
70 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อ	124
71 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์	126
72 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่	127
73 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล	128

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
74 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	129
75 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิก ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	130
76 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อ	131
77 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่	132
78 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่ รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิง พหุคูณ	133
79 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่าย	135
80 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์	136
81 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่	137
82 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล	138
83 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	139

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
84 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิก ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	140
85 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อ	141
86 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์	142
87 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่	143
88 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล	144
89 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	145
90 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	146
91 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อ	147
92 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน ประโยชน์	148
93 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน สถานที่	149

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
94 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน บุคคลที่มีอิทธิพล	150
95 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	151
96 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	152
97 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มบอกต่อ	153
98 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน ประโยชน์	155
99 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ	156
100 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคล ที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	157
101 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป	158
102 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต	159

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
103 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	160
104 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	162
105 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	163
106 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	164

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค	12
2 แสดงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 4 ประเภท	16
3 แสดงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต	21
4 แสดงแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค	23
5 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ	25
6 แสดงรายละเอียดของส่วนประสมการตลาด	27

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

หลังจากสงครามอ่าวเปอร์เซียอุบัติขึ้น วิกฤตการณ์น้ำมันยุคศตวรรษที่ 20 ได้บังเกิดขึ้นเป็นเงาตามตัว ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี วิกฤตการณ์น้ำมันแต่ละครั้งส่งผลกระทบต่อประเทศไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มขึ้นของราคาสินค้าและบริการ อันเนื่องมาจากต้นทุนทางด้านน้ำมันที่สูงขึ้น รวมทั้งการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศ เนื่องจากน้ำมันที่ใช้ในประเทศไทยส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ โดยที่ในสภาวะปกติประเทศไทยต้องสูญเสียเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมากเพื่อนำเข้าน้ำมันอยู่แล้ว เมื่อเกิดวิกฤตการณ์น้ำมัน ประเทศไทยก็ยิ่งสูญเสียเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นจากการปรับขึ้นของราคาน้ำมันในตลาดโลก ดังเช่น พ.ศ. 2548 ประเทศไทยนำเข้าน้ำมันดิบมีมูลค่า 48,032.65 ล้านบาท เมื่อถึง พ.ศ. 2549 มูลค่าการนำเข้าเพิ่มขึ้นเป็น 48,125.4 ล้านบาท (สถิติการนำเข้าพลังงานรายปี สถิติข้อมูลพลังงานกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. 2550) ด้วยเหตุนี้กระแสการกระตุ้นให้ประชาชนประหยัดพลังงาน การปลูกฝังจิตสำนึกในการใช้พลังงานทดแทน หรือกระแสการคิดค้นและการผลักดันการใช้พลังงานจากแหล่งอื่นมาใช้ทดแทนจึงเกิดขึ้นตามมาอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ "แก๊สโซฮอลล์" เป็นอีกพลังงานทางเลือกหนึ่งซึ่งเป็นที่รู้จักและกล่าวขานกันอย่างแพร่หลายในหลายประเทศ สำหรับประเทศไทย ย้อนกลับไปในช่วง พ.ศ.2528-2530 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) (ในขณะนั้น) ได้ทดลองจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ แต่ก็ไม่สามารถสู้ราคาได้ เนื่องจากราคาแอลกอฮอล์สูงกว่าราคาน้ำมันเบนซิน หลังจากนั้นได้มีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนสามารถเปิดให้บริการจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์อีกครั้งในปี พ.ศ.2544 (ข่าวสารวิชาการศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ, 21 พฤศจิกายน 2546) ประกอบกับภาวะราคาน้ำมันที่พุ่งสูงขึ้นอย่างไม่หยุดนิ่งบวกกับปริมาณน้ำมันดิบที่ลดน้อยลง ส่งผลให้หลายประเทศหันมาให้ความสนใจกับพลังงานจากเอทานอล โดยพบว่า การใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงในรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นแก๊สโซฮอลล์ หรือ ดีโซฮอลล์ (ดีเซล+เอทานอล) ได้รับความนิยมมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ประเทศบราซิล มีรถยนต์จำนวน 3.5 ล้านคัน ที่ใช้เอทานอลสูตร 92% (hydrous ethanol) โดยมีสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายเอทานอลสูตรนี้ถึงจำนวน 26,000 แห่งทั่วประเทศ ขณะที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มีโรงงานผลิตเอทานอล 62 แห่ง มีกำลังการผลิตวันละ 20.3 ล้านลิตร (ข่าวสารวิชาการศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ, 21 พฤศจิกายน 2546)

ดังนั้น ในภาวะราคาน้ำมันแพง กอปรกับสถานะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ในปี พ.ศ.2550 ได้เกิดนวัตกรรมพลังงานทางเลือกที่น่าสนใจในปัจจุบันได้แก่ "แก๊สโซฮอลล์ E20" ซึ่งก็คือ น้ำมันเบนซินที่

มีส่วนผสมของเอทิลแอลกอฮอล์หรือเอทานอลชนิดความบริสุทธิ์ 99.5% ในอัตราส่วน 20% กับน้ำมันเบนซินชนิดพิเศษ 80% เพื่อรองรับรถยนต์รุ่นใหม่ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เฉพาะรุ่นและยี่ห้อที่ระบุว่าสามารถใช้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้เท่านั้นโดยราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จะถูกกว่าน้ำมันเบนซินนอกเทน 91 ถึง 5.80 บาท (ข้อมูล สำนักงาน ปตท. ณ วันที่ 9 ธันวาคม 2551)

ล่าสุดทางภาครัฐได้มีมติลดภาษีรถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ลงร้อยละ 5 โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2551 (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับที่ 2246 23 ส.ค.-25 ส.ค. 2550) ทำให้ราคาจำหน่ายของรถยนต์ที่ติดตั้งเครื่องยนต์แก๊สโซฮอล์ E20 ลดลงประมาณหมื่นกว่าบาทต่อคัน ซึ่งเป็นการจูงใจให้ประชาชนที่ต้องการซื้อรถใหม่หันมาซื้อรถยนต์ประเภทนี้กันมากขึ้น โดยทางสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย แจ้งว่า ปัจจุบันรถยนต์ที่สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้จะเป็นรถรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 2008 ประกอบด้วย Honda (City –ZX, Civic, Accord, CR-V) Mitsubishi (Space Wagon 4G69 MIVEC NA4, EFI) Mazda (Mazda 3) Nissan (Teana, Tiida) แต่สำหรับ Ford Focus และ Ford Escape 3.0 L ตั้งแต่ปี 2005 นั้นสามารถใช้ได้ทุกรุ่น รวมถึงรุ่นที่จะออกตามมาในปี 2008 ในเบื้องต้นจะมีรถยนต์แก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในปี 2008 ประมาณ 60,000 คัน และอาจมียอดจำหน่ายเบื้องต้นหากมีบริษัทรถยนต์แจ้งเพิ่มเติม (ข้อมูลจากบริษัทรถยนต์ ณ วันที่ 20 ธันวาคม 2550) เพราะรถยนต์ประเภทนี้สามารถใช้ได้ทั้งน้ำมันเบนซินปกติ หรือแก๊สโซฮอล์ E10 หรือ E 20 ได้หมด ทำให้มีความยืดหยุ่นในการเลือกใช้น้ำมัน

ในปัจจุบัน ผู้ขับขี่รถยนต์ในประเทศไทยบางกลุ่มได้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์ E20 และมีแนวโน้มที่จะใช้กันมากยิ่งขึ้นในอนาคต อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ดังเห็นได้จากการวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2551 (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 15 เมษายน 2551) พบว่าเศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญปัจจัยภายนอกที่ไม่เอื้ออำนวยจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมัน ทำให้ประชาชนต้องประหยัดและควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริโภคกันมากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันประเทศต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาโลกร้อน จะเห็นได้จากการร่วมมือลงนามในพิธีสารโตเกียวที่เกี่ยวข้องกับการพยายามลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ นอกจากนี้ประเทศไทย ยังมีแนวทางส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก กล่าวคือมีนโยบายสนับสนุนการใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ดังนั้น การใช้แก๊สโซฮอล์ E20 จะมีส่วนช่วยสนับสนุนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในด้านพลังงานเชื้อเพลิงของโลก และประเทศได้เป็นอย่างดี รวมไปถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกอีกด้วย ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษาผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และยังไม่มีที่รู้จักอย่างแพร่หลายของคนทั่วไป

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับ

จี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้นำไปใช้ในการส่งเสริมให้ผู้ขับจี้รถยนต์หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพิ่มมากขึ้น และได้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อสิ่งที่ได้รับหลังการใช้ว่ามีความรู้สึกอย่างไรต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งเป็นพลังงานที่มีประโยชน์หลายๆ ด้าน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม(Activities) ด้านความสนใจ (Interests)และด้านความคิดเห็น(Opinions) ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานครได้

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับจี้รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร ในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่
2. เพื่อใช้ในการสร้างข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับจี้รถยนต์ได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของสถานะการใช้น้ำมันในปัจจุบันและเกิดพฤติกรรมการใช้น้ำมันที่ถูกต้องตามสภาพของเครื่องยนต์
3. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรและผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับจี้รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Honda (City –ZX, Civic, Accord, CR-V) Mitsubishi (Space Wagon 4G69 MIVEC NA4, EFI) Mazda (Mazda 3) Nissan (Teana, Tiida) Ford Focus และ Ford Escape 3.0 L ตั้งแต่

ปี 2005 ซึ่งสามารถใช้ได้ทุกรุ่น รวมถึงรุ่นที่จะออกตามมาในปี 2008 จากผู้ใช้เว็บไซต์ของคลับรถยนต์ต่าง ๆ ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ขับรถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Honda (City –ZX, Civic, Accord, CR-V) Mitsubishi (Space Wagon 4G69 MIVEC NA4, EFI) Mazda (Mazda 3) Nissan (Teana, Tiida) Ford Focus และ Ford Escape 3.0 L ตั้งแต่ปี 2005 ซึ่งสามารถใช้ได้ทุกรุ่น รวมถึงรุ่นที่จะออกตามมาในปี 2008 จากผู้ใช้เว็บไซต์ของคลับรถยนต์ต่าง ๆ ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร โดยคำนวณจากสูตรที่ไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชบัญชา. 2545: 26) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ 385 ตัวอย่าง บวกเพิ่มประมาณ 4% เพื่อป้องกันความผิดพลาด ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ

1.2.1 18 - 25 ปี

1.2.2 26 - 33 ปี

1.2.3 34 - 41 ปี

1.2.4 42 - 49 ปี

1.2.5 50 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

1.3.1 ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น

1.3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

1.3.3 อนุปริญญา / ปวส.

1.3.4 ปริญญาตรี

1.3.5 สูงกว่าปริญญาตรี

1.4 อาชีพ

- 1.4.1 นักศึกษา
- 1.4.2 ค้าขาย / กิจการส่วนตัว
- 1.4.3 พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.4.4 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.4.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)
- 1.4.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- 1.5.2 10,001 – 20,000 บาท
- 1.5.3 20,001 – 30,000 บาท
- 1.5.4 30,001 – 40,000 บาท
- 1.5.5 40,001 บาทขึ้นไป

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ประกอบด้วย

- 2.1 กิจกรรม
- 2.2 ความสนใจ
- 2.3 ความคิดเห็น

3. พิจารณาด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่

- 3.1 ผลิตภัณฑ์
- 3.2 ราคา
- 3.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย
- 3.4 การส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

1. พฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่
 - 1.1 ประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
 - 1.2 ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
 - 1.3 ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง
 - 1.4 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
 - 1.5 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

1.6 เจตนารมณ์ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

1.7 การใช้ซ้ำและบอกต่อกับบุคคลอื่น ๆ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หมายถึง น้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการนำน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วผสมกับเอทานอลหรือเอทิลแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5% ในอัตราส่วน เบนซิน 80 เอทานอล 20 ได้เป็นน้ำมัน E 20 ออกเทน 95 ใช้ได้กับเครื่องยนต์ที่ออกแบบมาสำหรับการใช้ E-20

2. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลนั้น ๆ ต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

2.1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หมายถึง ปฏิบัติการที่แสดงออกในการเข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมการประหยัดพลังงาน การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับสถานบริการน้ำมัน และการเดินทางท่องเที่ยวในต่างจังหวัด โดยรถยนต์ส่วนบุคคล

2.2 ความสนใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หมายถึง สิ่งที่บุคคลชื่นชอบและให้ความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ ความสนใจในเรื่องพลังงานทางเลือกในยุคที่เศรษฐกิจตกต่ำ การติดตามข่าวสารที่เกี่ยวกับพลังงานทางเลือกจากสื่อต่าง ๆ และการให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายภายในครอบครัว

2.3 ความคิดเห็นในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หมายถึง ทศนะในการมองตนเองและสิ่งแวดล้อมรอบตัวของบุคคลต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นอันจะส่งผลในเรื่องของพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ ความคิดเห็นการร่วมมือในการส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ระหว่างกระทรวงพลังงานกับค่ายรถยนต์ต่างๆ ความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม และการให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการช่วยประหยัดพลังงาน

3. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การประเมินความรู้สึกและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยทศนคติเป็นการกำหนดความคิดว่าจะชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใด หรือความคิดที่จะเข้าหาหรือถอยห่างจากสิ่งนั้น

ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดนั้น ได้แก่

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ทศนคติด้านคุณสมบัติของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ที่ประกอบไปด้วยผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์ เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเครื่องยนต์ ความสิ้นเปลืองในการใช้ ประสิทธิภาพความเร็ว และการออกตัวในการขับ

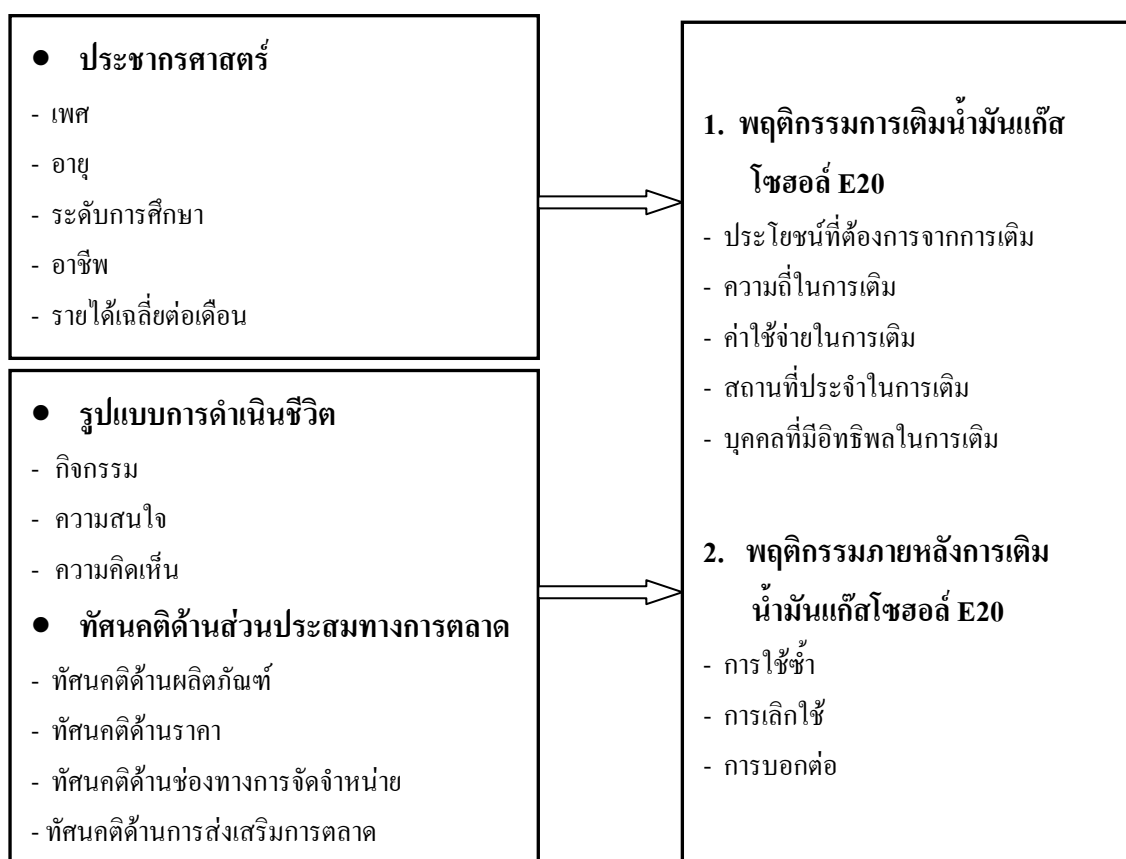
3.2 ด้านราคา ประกอบด้วย ทศนคติดังต่อไปนี้ประกอบทางด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรม การเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน โดยที่มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ และราคามีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับคุณภาพและประโยชน์ที่ได้รับ

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ทศนคติด้านจำนวนสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีการนำน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ออกจำหน่ายในสถานีบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากปตท.และบางจาก และจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3.4 การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ทศนคติด้านด้านการร่วมมือในการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ระหว่างบริษัทผู้ผลิตรถยนต์กับสถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์บ่งบอกชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่าย และ สถานีบริการน้ำมันมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การลด แลก แจก แถม

4. พฤติกรรมการเติมน้ำมัน หมายถึง การกระทำของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ ประโยชน์ที่ต้องการ ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติมต่อการครั้ง สถานที่ประจำในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม การใช้ต่อ การเลิกใช้และบอกต่อกับบุคคลอื่น ๆ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ใน กรุงเทพมหานคร
2. รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภันท์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด
5. ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ดังต่อไปนี้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539: 5) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆ ของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

ดารา ทิปะपाल (2542: 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใด ๆ ของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 30) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior)

คอตเลอร์; และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstorng. 2001: 186) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มากระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้รวมกันเป็นตลาดผู้บริโภค (Market consumer) โดยผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งอายุ ระดับการศึกษา และรสนิยม ผู้บริโภค

เหล่านี้จะซื้อบริการที่หลากหลาย ความหลากหลายของผู้บริโภคจะเชื่อมโยงไปสู่สิ่งอื่น ๆ ทั่วโลก ซึ่งจะกระทบต่อทางเลือกต่างๆ ทั้งการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

โซโลมอน (Solomon. 1996: 7) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาถึงกระบวนการต่าง ๆ ที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลเข้าไปเกี่ยวข้อง เพื่อทำการเลือกสรรการซื้อ การใช้ หรือการบริโภค อันเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อสนองความต้องการ และความปรารถนาต่าง ๆ ให้ได้รับความพอใจ

โฮเยอร์; และแมคอินนีส (Hower; & Macinnis. 1997: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นผลสะท้อนของการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคทั้งที่เกี่ยวข้องกับการได้มา (Acquisition) การบริโภค (Consumption) และการกำจัด (Disposition) อันเกี่ยวกับสินค้า บริการ เวลา และความคิด โดยหน่วยการตัดสินใจซื้อ (คน) ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

จากความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกหรือการกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการกับการเลือก การซื้อ การใช้ สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน ในช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์; และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 2002: 210) กล่าวว่า ผู้บริโภคต้องทำการตัดสินใจซื้อมากมายในแต่ละวัน กิจกรรมขนาดใหญ่ส่วนมากจะทำการวิจัยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างละเอียด เพื่อตอบคำถามให้ได้ว่าผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How and How much) ซื้อเมื่อใด (When) และซื้อทำไม (Why) แต่การจะรู้ว่าผู้บริโภคซื้ออะไรไม่ใช่เรื่องง่ายนัก คำตอบเหล่านี้มักซ่อนอยู่ในความคิดของผู้บริโภคอย่างมิดชิด คำถามสำคัญของการตลาดก็คือ ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดต่าง ๆ ที่กิจการใช้ได้อย่างไร กิจการสามารถเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองของผู้บริโภคต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา และโฆษณาที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างไร

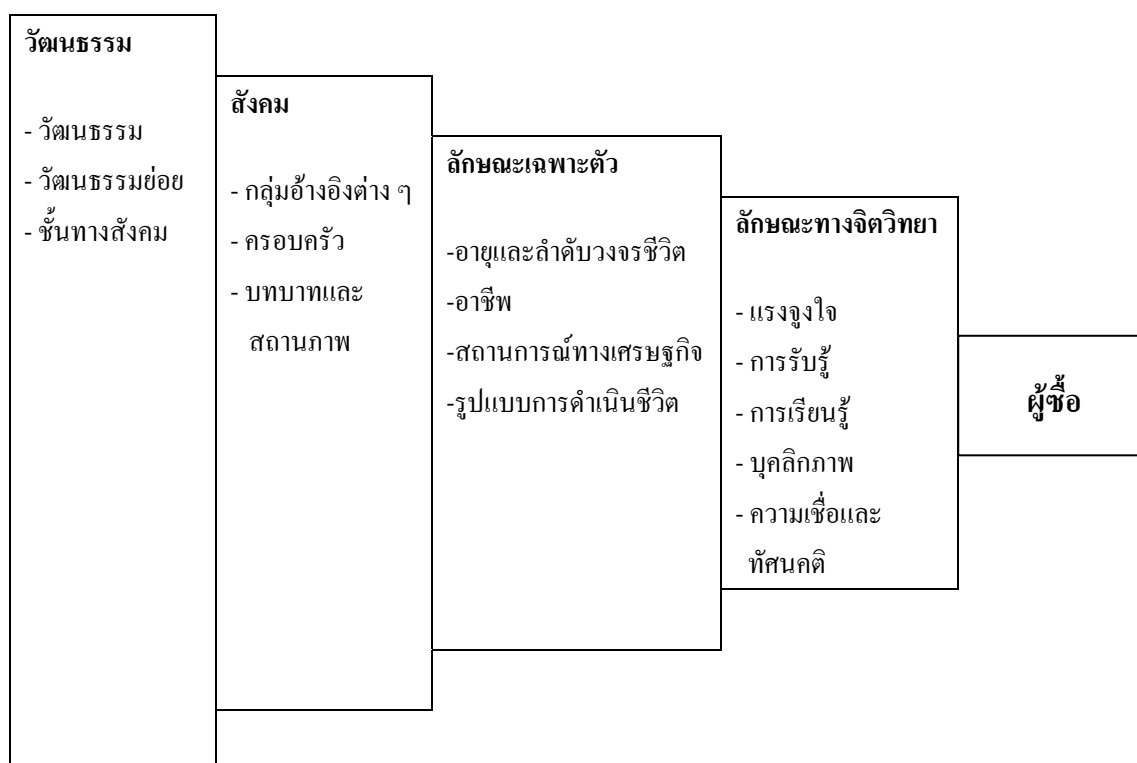
อดุล จาตุรงค์กุล; และคลยา จาตุรงค์กุล (2545: 3) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้บริโภค เช่น ประชากรศาสตร์ อำนาจซื้อ ทัศนคติ และบุคลิกภาพ แรงกดดันทางสังคม ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงไม่ได้ศึกษาเพียงแต่วิธีที่ผู้บริโภคก่อนพฤติกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทำไมเขาจึงมีพฤติกรรมในทำนองใดทำนองหนึ่ง ดังนั้นนักการตลาดต้องรู้เรื่องต่อไปนี้

1. ตลาดประกอบด้วยอะไร? (Who)
2. ตลาดซื้ออะไร? (What)
3. ตลาดซื้อของไปทำไม? (Why)
4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ? (Whom)
5. ตลาดซื้อของด้วยวิธีใด? (How)
6. ตลาดซื้อของเมื่อใด? (When)
7. ตลาดซื้อของที่ไหน? (Where)

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาด คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด คือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้อง

ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มีรายละเอียดดังนี้ (Kotler, Philip. 1997)



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา: Kotler, Philip. (1997) . *Marketing Management: analysis, planning, implementation, and control*. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster company.

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง (Stanton; & Futrell. 1987: 664) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาด

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Cultural) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล โดยเป็นที่ยอมรับจากคนรุ่นหนึ่งไปถึงอีกรุ่นหนึ่ง

1.2 วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะ วัฒนธรรมย่อย ประกอบด้วย

1.2.1 กลุ่มเชื้อชาติ (Nationality groups) เชื้อชาติต่าง ๆ ได้แก่ ไทย จีน อังกฤษ อเมริกัน แต่ละเชื้อชาติมีการบริโภคสินค้าที่แตกต่างกัน

1.2.2 กลุ่มศาสนา (Religious groups) กลุ่มศาสนาต่าง ๆ ได้แก่ ชาวพุทธ ชาวคริสต์ ชาวอิสลาม ฯลฯ แต่ละกลุ่มมีประเพณีและข้อห้ามที่แตกต่างกัน จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

1.2.3 กลุ่มสีผิว (Racial groups) กลุ่มสีผิวต่าง ๆ เช่น ผิวดำ ผิวขาว ผิวเหลือง แต่ละกลุ่มจะมีค่านิยมในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกัน

1.2.4 พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical areas) หรือท้องถิ่น (Region) พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ ทำให้เกิดลักษณะการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันและมีอิทธิพลต่อการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย

1.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงานกลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจและเจ้าของกิจการ กลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ เช่น แพทย์ นักกฎหมาย ครู

1.2.6 กลุ่มย่อยด้านอายุ (Age) เช่น ทารก เด็ก วัยรุ่น ผู้ใหญ่วัยทำงานและผู้สูงอายุ

1.2.7 กลุ่มย่อยทางเพศ (Sex) ได้แก่ เพศหญิง และเพศชาย

1.3 ชั้นทางสังคม (Social Class) เป็นการแบ่งลำดับชั้นทางสังคมออกเป็นระดับฐานะที่แตกต่างกัน เป็นการแบ่งชั้นในทางสังคมที่มีความเป็นหนึ่งเดียวและมีความคงทนถาวร โดยจะมีการปกครองตามลำดับชั้นและสมาชิกจะมีค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมแบบเดียวกัน ชั้นทางสังคมมิได้สะท้อนถึงรายได้เพียงอย่างเดียว แต่ยังมีตัวบ่งชี้อื่น ๆ อีก เช่น อาชีพ การศึกษา และสถานที่ที่อยู่อาศัย ซึ่งชั้นทางสังคมแตกต่างไปจากชุดเสื้อผ้า รูปแบบการพูด ความพึงพอใจด้านสันตนาการ และบุคลิกลักษณะอื่น ๆ

2. ปัจจัยทางสังคม (Social Factor) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

2.1 กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลโดยกลุ่มสมาชิกภาพบางกลุ่มเป็นปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนบ้าน และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งบุคคลนั้น ๆ มี ปฏิสัมพันธ์ด้วยค่อนข้างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ นอกจากนั้นคนในกลุ่มปฐมภูมิอาจเป็นสมาชิกของกลุ่มทุติยภูมิอีกด้วย เช่น กลุ่มศาสนา กลุ่มอาชีพ และกลุ่มสหภาพแรงงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นทางการมากกว่าและต้องการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องน้อยกว่า

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติ ความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของครอบครัว การขายสินค้า

อุปโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย จีน ญี่ปุ่น หรือยุโรปซึ่งจะมีลักษณะแตกต่างกัน

2.3 บทบาทและสถานะ (Roles and statuses) บุคคลจะเกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัวกลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่าง ๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม เช่นในการเสนอขายวิดีโอของครอบครัวหนึ่ง จะต้องวิเคราะห์ว่าใครมีบทบาทเป็นผู้คิดริเริ่ม ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้มีอิทธิพล ผู้ซื้อ และผู้ใช้

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้ซื้อยังได้รับอิทธิพลจากบุคลิกลักษณะส่วนบุคคลด้วย เช่น ลำดับขั้นวงจรชีวิตและอายุของผู้ซื้อ อาชีพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพและความคิดเกี่ยวกับตนเอง

3.1 อายุและลำดับขั้นในวงจรชีวิต (Age and Life cycle Stage) อายุที่แตกต่างกันมีความต้องการที่แตกต่างกัน วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle) เป็นขั้นตอนการดำเนินชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว ทำให้เกิดความต้องการในสินค้าที่แตกต่างกัน

3.2 อาชีพ (Occupation) อาชีพแต่ละอาชีพจะมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายสินค้าและบริการ

3.3 สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) จะมีผลกระทบต่อการเลือกสินค้าและบริการ

3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกที่แสดงออกมาในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของบุคคล

3.5 บุคลิกภาพ (Personality) และแนวคิดของตนเอง (Self-Concept) บุคลิกภาพเป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การตอบสนอง แนวคิดของตนเองเป็นความรู้สึนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่ออย่างไร

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ (Stanton; & Futrell, 1987: 649) การจูงใจเกิดภายในตัวบุคคล แต่อาจจะถูกกระทบจากปัจจัยภายนอก เช่น วัฒนธรรม ชนทางสังคม หรือสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดใช้เครื่องมือการตลาดเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ

4.2 การรับรู้ (Perception) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับเอาสารสนเทศหรือสิ่งเร้าเข้ามาจัดระเบียบและทำความเข้าใจโดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องมือ จากนั้นจึงเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการไม่มีประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือน้ำมันเอสโซ่ มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่าจับเสือได้ดังพลังสูง เป๊ปซี่ สร้างให้เกิดความเชื่อถือน้ำอัดลมเป๊ปซี่ เป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่วในช่วงแรกผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือน้ำมันไร้สารตะกั่ว มีปัญหากับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบ ที่นักการตลาดต้องรณรงค์ เพื่อแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาด

4.5 ทักษคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคล ความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 1997: 188) หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton; & Futrell, 1987: 126) ทักษคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทัศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทัศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

พฤติกรรมกาซื้อ (Buying behavior)

คอตเลอร์ (Kotler, 2004: 197) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามประเภทของการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละประเภท สินค้าที่มีความแตกต่างกัน หรือมีราคาแพงและมีความซับซ้อนผู้ซื้อมีความผูกพัน จึงไตร่ตรองและพิจารณาในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น

ตารางจำแนกพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 4 ประเภทตามระดับความผูกพันและระดับของความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่าง ๆ

		ความผูกพัน	
		สูง	ต่ำ
ความแตกต่างของตราสินค้า	มาก	พฤติกรรมซื้อที่ซับซ้อน	พฤติกรรมซื้อที่แสวงหาความหลากหลาย
	น้อย	พฤติกรรมซื้อที่ลดการไม่ลงรอยกัน	พฤติกรรมซื้อที่เป็นนิสัย

ภาพประกอบ 2 พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค 4 ประเภท

ที่มา: Modified from Henry Assael, Consumer Behavior and Marketing Action (Boston: Kent Publishing Co., 1987) , p.87. Copyright 1987 by Wadsworth, Inc. Printed by permission of Kent Publishing Co., a division of wadsworth, Inc.

พฤติกรรมซื้อที่ซับซ้อน (Complex buying behavior) พฤติกรรมซื้อที่ซับซ้อนเกี่ยวข้องกับกระบวนการ 3 ขั้นตอน

1. ผู้ซื้อพัฒนาความเชื่อของเขาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
2. ผู้ซื้อพัฒนาทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. ผู้ซื้อเลือกโดยคิดอย่างรอบคอบ

ผู้บริโภคจะทุ่มเทความพยายามสูงในการเลือกซื้อสินค้าและรับรู้ว่าแต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันมาก มักเกิดเมื่อผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ซื้อไม่บ่อยนัก มีความเสี่ยงในการซื้อสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไม่บ่อยนักและเป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวผู้ใช้ เช่น การซื้อรถยนต์ หรือคอมพิวเตอร์เป็นต้น

พฤติกรรมซื้อที่ลดการไม่ลงรอยกัน (Dissonance – reducing buyer behavior) บางครั้งผู้บริโภคมีความชอบพอกันอย่างมากในสินค้าที่จะซื้อ จึงทำให้เขาเห็นถึงความแตกต่างเล็ก ๆ น้อย ๆ ในตราสินค้า ความชอบพอกันอย่างมากนี้ขึ้นอยู่กับความจริงที่ว่าสินค้านั้นมีราคาแพง มีการซื้อไม่บ่อยนัก และมีความเสี่ยงในการซื้อ ในกรณีนี้ผู้ซื้อจะเดินดูสินค้านั้นดั่งกล่าวหลาย ๆ แห่ง แล้วพบว่าสินค้าแต่ละตรามีความแตกต่างกันน้อยเต็มที เขาก็จะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความสะดวกหรือตราที่มีราคาต่ำกว่า แต่หากผู้บริโภคพบว่าสินค้านั้นมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เขาอาจตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีราคาสูงกว่าก็ได้

ภายหลังการซื้อผู้บริโภคอาจมีประสบการณ์ความไม่ลงรอยกันหรือผิดหวังในการซื้อ อันมีต้นเหตุมาจากคุณสมบัติที่ไม่พอใจหรือได้สิ่งที่ไม่พอใจของยี่ห้ออื่น ผู้บริโภคจะตื่นตัวต่อข้อมูลที่มา

สนับสนุนการตัดสินใจของเขา เช่น เมื่อผู้บริโภคซื้อแล้วย่อมเกิดความเชื่อสิ่งใหม่และจบลงด้วยการเกิดทัศนคติใหม่ การสื่อสารทางการตลาดควรสนับสนุนทำให้เกิดความเชื่อ และการประเมินค่าที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าที่เขาเลือก โดยการบอกย้ำว่าเขาเลือกถูกต้องแล้วนั่นเอง

พฤติกรรมซื้อที่เป็นนิสัย (Habitual buying behavior) เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ผู้ซื้อมีความทุ่มเทพยายามต่ำในการซื้อสินค้าและเห็นว่าแต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันไม่มากนัก เช่น การซื้อเกลือ ผู้บริโภคมีความพยายามน้อยในการเลือกซื้อ ผู้บริโภคเพียงไปที่ร้านและมองหาตราสินค้าที่ต้องการหากเขาได้เห็นตรายี่ห้อที่ต้องการ ถือเป็นการซื้อโดยนิสัย ไม่ได้มีความภักดีต่อตราสินค้า สิ่งบ่งชี้ว่าผู้บริโภคมีความผูกพันต่ำ คือราคาต่ำ ซื้อบ่อยมาก

พฤติกรรมซื้อที่คิดเป็นนินัยนั้นจะไม่เป็นไปตามลำดับการสร้างความเชื่อ การสร้างทัศนคติ ไปสู่การเกิดพฤติกรรม ผู้บริโภคไม่มีการค้นหาข้อมูล ประเมินลักษณะของตราผลิตภัณฑ์มากนัก รวมทั้งไม่ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจต่อตราที่จะซื้อ ผู้บริโภคมักได้รับข้อมูลจากการดูโทรทัศน์หรืออ่านนิตยสาร การที่มีโฆษณาซ้ำเป็นการสร้างความคุ้นเคยในตราผลิตภัณฑ์ (Brand familiarity) มากกว่าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตราผลิตภัณฑ์ (Brand conviction) ผู้บริโภคไม่มีทัศนคติที่มั่นคงต่อตราผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเลือกตราผลิตภัณฑ์จากความคุ้นเคย เพราะผู้บริโภคมีความพยายามในการซื้อไม่สูงนัก ผู้บริโภคอาจจะไม่ประเมินทางเลือกหลังการซื้อ ดังนั้นกระบวนการซื้อเกี่ยวข้องกับความเชื่อในตราผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการเรียนรู้โดยการรื้อรับข่าวสาร ตามด้วยพฤติกรรมซื้อ ซึ่งอาจจะมีการประเมินตามมาหรือไม่ก็ได้

พฤติกรรมซื้อที่แสวงหาความหลากหลาย (Variety-Seeking buying behavior) จะเป็นผู้บริโภคที่ทุ่มเทความพยายามต่ำในการซื้อสินค้า แต่รับรู้แต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันมาก ในกรณีนี้ผู้บริโภคมักจะเปลี่ยนแปลงการเลือกตราผลิตภัณฑ์บ่อย โดยที่ผู้บริโภคอาจจะมีความเชื่อบางอย่าง เลือกตราผลิตภัณฑ์โดยไม่มีการประเมิน ทำการประเมินตราระหว่างที่กำลังบริโภคอยู่ แต่ผู้บริโภคอาจจะซื้อตราอื่นเมื่อรู้สึกเบื่อหรือพยายามทดลองตราอื่นที่แตกต่าง การเปลี่ยนตราผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเป็นเพราะต้องการหาความหลากหลายมากกว่าความไม่พอใจ

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผู้บริโภคจะมีปฏิกิริยาในระหว่างที่มีการประเมินหลังการซื้อมากกว่าในระหว่างการประเมินก่อนการซื้อ ไม่ว่าผู้บริโภคจะใช้วิธีใดเพื่อบูรณะความสมดุลก็ตาม ผลที่ออกมาจะเป็น พอใจ ไม่พอใจ เลิกใช้สินค้า ซึ่งจะได้นำต่อไป (อตุลย์ จาตุรงค์กุล, 2549: 66)

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเกิดความพอใจ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นผลที่คาดว่าจะได้รับจากการซื้อ ถ้ามีการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการชนิด “ครั้งเดียวจบ” ก็จะไม่มีการใช้สินค้าอีก

เช่นเดียวกันไม่มีปฏิกิริยาใด ๆ เกิดขึ้นในอนาคตในกรณีนี้ สถานการณ์ที่สินค้าจะใช้ซ้ำอีกมีอยู่ 2 สถานการณ์ แต่ก็จะมี การประเมินซ้ำอีกเมื่อมีการซื้อแต่ละครั้ง สถานการณ์แรกนั้นเกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนสไตลอย่างใหญ่หลวงหรือเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ในกรณีนี้ผู้บริโภคต้องการความแน่ใจว่าสินค้า ยังคงดีกว่าแต่ละครั้งที่เคยซื้อมา สถานการณ์ต่อมา สินค้าไม่เปลี่ยนแปลงมาก แต่มีการซื้อจนเป็นนิสัย กรณีนี้ไม่ต้องมีการประเมินซ้ำอีก เพราะมีความพอใจติดต่อกันจนผู้บริโภคแน่ใจว่าสินค้าที่เคยซื้อ ยังคง ทำความพอใจให้ตนได้ดีเหมือนเดิม อย่างไรก็ตามแม้ว่าสินค้าเหล่านี้จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภค แต่ เขาก็จะทำการประเมินการตัดสินใจอีกเมื่อเวลาผ่านไปเป็นระยะเวลานาน

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเลิกใช้สินค้า พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปเมื่อผู้บริโภคเลิกใช้ สินค้า ผู้บริโภคไม่ได้มีความพอใจหรือไม่พอใจ ปฏิกริยาจากพวกเขามี 3 ประการ ผู้บริโภคจะหยุดการ ใช้สินค้า เนื่องจากมีความต้องการชนิด “ครั้งเดียวจบ” ผู้บริโภคอาจใช้สินค้าเป็นประจำอยู่ถ้าสินค้านั้นดี ที่สุดเท่าที่ทำได้และผู้บริโภคขาดแรงจูงใจที่จะแสวงหาตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่ดีกว่า บางทีอาจเป็นไปได้ว่าบุคคลไม่ “มีปัญหา” ซื้อหาสินค้าที่ดีกว่า หรือสินค้าที่ใช้อยู่ไม่มีลักษณะที่ต้องการ หรือผู้บริโภค ต้องการตรงที่ตนชอบแต่ไม่มีขาย ผู้บริโภคทำสถานการณ์ให้ดีที่สุดเนื่องจากสินค้าที่ดีที่สุดก็มีแค่ นั้น การขาดแรงจูงใจหมายความว่าผู้บริโภคมีความพอใจไม่มากพอที่จะทำอะไรได้

ผู้บริโภคอาจจะใช้สินค้าต่อไปแต่ต้องพิจารณาใหม่ในตอนซื้อครั้งต่อไป การเลิกใช้ สินค้าครั้งนี้มิได้มีผลไปถึงการซื้อในอนาคต

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อไม่พอใจ เมื่อบุคคลไม่พอใจกับการซื้ออาจก่อพฤติกรรมได้หลาย อย่าง ประการแรก ผู้บริโภคอาจหยุดการใช้สินค้าหลังจากการใช้ครั้งนี้แล้วถ้าความต้องการไม่เกิดขึ้นอีก หรืออาจจะเก็บความไม่พอใจนั้นไว้ เรื่องนี้อาจเป็นเพราะสินค้าแพงเกินไปหรือไม่มีขายในขณะนี้หรือ การซื้ออาจกินเวลามากถ้าความพอใจไม่รุนแรง เช่น ในกรณีสินค้านำราคาถูก ผู้บริโภคอาจเก็บความไม่พอใจไว้ในใจจนกระทั่งการซื้อครั้งต่อไป

เมื่อมีการหยุดใช้สินค้าที่ไม่พอใจ ผู้บริโภคอาจก่อปฏิกิริยาได้ 3 อย่าง (ก) ผู้บริโภคอาจปรับเปลี่ยน และแสวงหาสินค้าที่ดีกว่าเดิม (ข) ผู้บริโภคสามารถแสวงหาการแก้ไขจากคนขายและ (ค) อาจปรับตัว แก้ปัญหาและหาสินค้าที่ดีขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1994: 198) กล่าวว่า หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้ว ผู้บริโภคจะมี ประสบการณ์ตามระดับของความพอใจหรือไม่พอใจในระดับหนึ่งระดับใด งานของนักการตลาดไม่ใช่ จะจบลงหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ได้ถูกขายออกไปแล้ว แต่นักการตลาดต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลัง การซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย ได้แก่ กิจกรรมหลังการซื้อ การใช้ และการจัดการหลังการซื้อ

ความพอใจหลังการซื้อ สิ่งใดเป็นตัวชี้ให้เห็นว่า ผู้ซื้อมีความพอใจอย่างมาก ก่อนข้างพอใจ หรือไม่พอใจกับการซื้อในครั้งหนึ่ง ๆ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นการทำงานของความใกล้ชิดระหว่าง การคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่

ตรงกับความคาดหวังของผู้บริโภค พวกเขาที่จะเกิดความรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าตรงกับความคาดหวัง พวกเขาที่จะเกิดความรู้สึกเฉย ๆ และถ้าเกินความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจยิ่งขึ้น ความรู้สึกเหล่านี้สร้างความแตกต่างในแง่ที่ว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อสินค้าใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดีหรือไม่ดี กับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความคาดหวังของตนตามข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานขาย เพื่อน และแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ หากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการทำงานของผลิตภัณฑ์ยิ่งห่างกันมากเท่าไร ผู้บริโภคบางคนจะขยายช่องว่างออกไปหากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้พวกเขารู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง ในขณะที่ผู้บริโภคบางรายอาจลดช่องว่างดังกล่าวลง และรู้สึกไม่พอใจน้อยลง ความสำคัญหลังการซื้อชี้ให้เห็นว่าการกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริงและได้พิสูจน์โดยผู้บริโภคแล้วว่าเป็นไปได้ตามที่กล่าวอ้างจริง ๆ พนักงานขายบางคนอาจจะกล่าวถึงระดับการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่าความเป็นจริง เพื่อให้ผู้บริโภคได้เรียนรู้ถึงความพอใจที่เกินความคาดหวังก็เป็นได้เพื่อให้ผู้บริโภคพอใจมากขึ้นหลังจากซื้อไปแล้ว

กิจกรรมหลังการซื้อ ความพอใจหรือไม่พอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมในลำดับต่อมา กล่าวคือ หากพวกเขาพอใจ มีโอกาสที่พวกเขาจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอีกครั้ง ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อรถยนต์ จากการศึกษาพบว่า ความรู้สึกพอใจอย่างสูงในราคาสินค้าที่ซื้อครั้งล่าสุดมีความสัมพันธ์กันอย่างสูงกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าตราอื่นอีกในการซื้อครั้งต่อไป มีการสำรวจครั้งหนึ่งเกี่ยวกับการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคพบว่า ผู้ซื้อรถยนต์โตโยต้ามีความพอใจต่อสินค้าถึง 75% และทั้ง 75% ตั้งใจที่จะกลับมาซื้อรถยนต์ของโตโยต้าอีก เช่นเดียวกันกับผู้ซื้อรถยนต์เชฟโรเลตมีความพอใจต่อราคาสินค้าประมาณ 35% และทั้ง 35% แสดงความตั้งใจที่จะซื้อรถยนต์เชฟโรเลตซ้ำอีกเช่นกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคที่พอใจมีแนวโน้มที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับราคาสินค้าดังกล่าวกับบุคคลอื่น ๆ จนนักการตลาดกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า “การโฆษณาที่ดีที่สุดคือการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุดนั่นเอง”

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคที่ไม่พอใจจะมีปฏิกิริยาแตกต่างออกไป พวกเขาอาจจะละทิ้งหรือส่งคืนผลิตภัณฑ์ได้ โดยที่พวกเขาอาจจะมองหาข้อมูลข่าวสารที่จะยืนยันมูลค่าระดับสูงของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว พวกเขาอาจจะแสดงออกต่อสาธารณชน เช่น การดำเนินบริษัท ปรึกษาทนายความ หรือดำเนินให้กลุ่มอื่นฟัง (เช่น กลุ่มธุรกิจส่วนบุคคล หรือองค์กรของรัฐ) การแสดงออกส่วนบุคคลได้แก่ การตัดสินใจหยุดการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (ทางเลือกที่จะละทิ้ง) หรือการเตือนเพื่อน ๆ (การบอกกล่าวโดยใช่เสียง) ซึ่งหากกรณีต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นถือว่าการตลาดไม่ประสบความสำเร็จในการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิต

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคให้แก่ นักการตลาด ทำให้เข้าใจผู้บริโภคได้มากขึ้นและสามารถนำไปวางแผนทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler. 1997: 173) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นหนึ่งในปัจจัยด้านตัวบุคคล (Personal) ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วย

รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นก็คือ ลักษณะของความเป็นอยู่ที่แสดงถึง การใช้เวลาของแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร (Activities) การให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมรอบตัว (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งตัวแปรเหล่านี้คือ ลักษณะทางจิตวิทยา (Psychological Characteristics) นั้นเอง (Assael. 1995)

เรโนลด์; และดาเดน (Reynolds; & Darden. 1993) ให้คำจำกัดความของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นไว้ว่า

กิจกรรม หมายถึง การแสดงออกอย่างเด่นชัด เช่น การซื้อสินค้า หรือการคุยกับเพื่อนบ้านเกี่ยวกับบริการใหม่ ๆ ซึ่งแม้ว่าการแสดงออกเหล่านี้จะสามารถสังเกตเห็นได้ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะวัดถึงเหตุผลของการกระทำได้โดยตรง

ความสนใจ เป็นความสนใจในบางวัตถุประสงค์ บางสถานการณ์ หรือบางเรื่อง ซึ่งหมายถึงระดับความตื่นตัวที่เกิดขึ้นพร้อมกับความเอาใจใส่เป็นพิเศษ หรือความเอาใจใส่แบบต่อเนื่อง

ความคิดเห็น เป็นคำตอบ ของแต่ละบุคคลในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นคำถาม ในลักษณะของการดีความ ความคาดหวังเหตุการณ์ในอนาคต และการประเมินผลดีและผลเสียของการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ศาสตร์ที่ใช้ในการวัดและแบ่งกลุ่มรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี มี VALS และ AIO ซึ่งในที่นี้ จะนำการวัดแบบ AIO มาเป็นแนวทางในการวิจัย ทั้งนี้รูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกในรูปของ กิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ดังนี้

กิจกรรม (Activities: A)	ความสนใจ (Interests: I)	ความคิดเห็น (Opinions: O)
การทำงาน	ครอบครัว	ความสัมพันธ์ส่วนตัว
งานอดิเรก	บ้าน	ปัญหาสังคม
เหตุการณ์ทางสังคม	งานอาชีพ	การเมือง
วันหยุดพักผ่อน	ชุมชน	ธุรกิจ
การบันเทิง	สันตินาการ	เศรษฐศาสตร์
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
ชุมชน	อาหาร	ผลิตภัณฑ์
การซื้อขายสินค้า	สื่อต่าง ๆ	อนาคต
การเล่นกีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ภาพประกอบ 3 แสดงกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ที่แสดงลักษณะรูปแบบการดำเนินชีวิต

ที่มา: Kotler. (1997). *Marketing Management*. p. 219.

จากตารางจะเห็นว่า AIO ประกอบด้วยตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งใช้เป็นแนวทางที่ช่วยให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการนำไปวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ เพื่อนำมาจัดรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในกลุ่มต่าง ๆ ให้ออกมาชัดเจนขึ้นว่ามีลักษณะทางจิตวิทยาเป็นอย่างไร

ริเมอร์ (Reimer, 1995: 124-125) กล่าวว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต คือ รูปแบบเฉพาะกิจของกิจกรรมในแต่ละวัน ที่แสดงถึงความเป็นตัวของคน ๆ นั้น โดยที่รูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลจะเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครเหมือน คนแต่ละคนจะเลือกทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น ๆ ซึ่งอาจจะมีใครคนอื่น ๆ ทำในสิ่งเหล่านี้ที่เหมือนกันก็เป็นได้ จึงมีคนจำนวนหนึ่งที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือน ๆ กัน

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่ Reimer ได้จัดแบ่งไว้นั้น มีพื้นฐานความคิดในกรอบที่ว่า แต่ละบุคคลนั้นมีความสนใจที่แน่นอนในการดำเนินชีวิต และมีการกระทำที่สนองต่อความสนใจนั้น ๆ อย่างแน่นอนเป็นประจำ รูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ไม่ได้หมายถึง กิจกรรมที่ทำเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ เฉพาะเหตุการณ์ เพราะบางครั้งกิจกรรมที่ทำนั้นอาจมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกันในแต่ละครั้ง ซึ่งรูปแบบการดำเนินชีวิตของ Reimer แบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม มีดังนี้

1. Culture Orientation คือ รูปแบบของกิจกรรมแสดงถึงวัฒนธรรม หรือประเพณีนิยมในแต่ละสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมระดับชาวบ้าน หรือวัฒนธรรมชั้นสูงก็ตาม
2. Societal Orientation คือ รูปแบบที่นอกเหนือจากสิ่งที่เป็นอยู่ทั่วไป เป็นสิ่งที่มีความสำคัญและควรค่าต่อการที่แต่ละบุคคลจะเข้าไปร่วมทำ เช่น เรื่องการเมือง
3. Entertainment Orientation คือ รูปแบบที่มีลักษณะคล้ายกับ Culture Orientation แต่จะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว และมีจุดมุ่งหมายเพื่อความพึงพอใจและความบันเทิงของตนเองมากกว่า
4. Home and Family Orientation คือ รูปแบบของกิจกรรมที่มีลักษณะของความใกล้ชิดและเป็นเรื่องที่เป็นส่วนตัว
5. Sports and Outdoor Orientation คือ สิ่งที่ทำเพื่อสุขภาพร่างกาย ซึ่งประกอบด้วยการเล่นในรูปแบบต่าง ๆ

บทบาทของแบบของการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิตสำหรับผู้บริโภคมี 2 บทบาท คือ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543: 260)

1. เป็นตัวจูงใจหลักให้มีการซื้อใช้ (A Basic Motivator) เช่น ความปรารถนาที่จะรักษาและเพิ่มพูนแบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดกิจกรรมการตัดสินใจและใช้สินค้า ความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อนี้เกิดมาจากเราก็คือใคร เราเป็นอะไรและปัญหาและโอกาสที่เราประสบในชีวิต
2. การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจ ผลของการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้า จะก่อให้เกิดข่าวสารใจและทัศนคติ ข่าวสารนี้จะเปลี่ยนหรือเสริมแรง (reinforce) แบบของการใช้ชีวิต เช่น การใช้หรือการประเมินผลวันหยุดสุดสัปดาห์ อาจนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว (Travel – oriented Lifestyle) ในระดับสูงกว่าเดิม แบบของการใช้ชีวิตอาจเปลี่ยนแปลงถ้าเกิดมีการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิงครอบครัว เป็นต้น

การจำแนกลักษณะของแบบของการใช้ชีวิต

แบบของการใช้ชีวิต สามารถจำแนกตามลักษณะได้ดังนี้ (อดุลย์ จาตุรงคกุล. 2543: 261)

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด ส่วนแบบไม่ตื่นตัวนั้นผู้บริโภคดูโทรทัศน์หรือฟังเทปอยู่ที่บ้าน
2. การโอ้อวดกับการส่วนตัว (Ostentatious Versus Private) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะตัว
3. ครอบครัวกับอาชีพ (Family Versus Career) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลาไปกับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local Versus Cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่าแบบของการดำเนินชีวิตของบุคคลได้เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาหรือเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ถ้าเปลี่ยนมากมายและสม่ำเสมอ คนจะต้องวิตกกังวลและอาจเกิดภาวะลี้มเหลว ดังนั้นแบบของการดำเนินชีวิตค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงไป และเป็นไปในรูปไม่รู้ตัว การเปลี่ยนแปลงมากและเป็นไปอย่างกะทันหันที่มีต่อแบบของการดำเนินชีวิตจะเกิดขึ้นได้เฉพาะในเหตุการณ์ต่าง ๆ เช่น สงคราม พายุ บาดเจ็บ แต่งงาน จบการศึกษา เด็กเกิด หย่า เปลี่ยนงาน และคู่สมรสตาย

แบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค		
ตัวกำหนดแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle determinants)	แบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) เรามีชีวิตอยู่อย่างไร	ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Impact on behavior)
ลักษณะประชากรศาสตร์	กิจกรรม	การซื้อ
วัฒนธรรมย่อย	ความสนใจ	ซื้ออย่างไร
ชั้นของสังคม	ชอบ / ไม่ชอบ	เมื่อไร
แรงจูงใจ	ทัศนคติ	ที่ไหน
บุคลิกภาพ	การบริโภค	อะไร
อารมณ์	ความคาดหวัง	กับใคร
ค่านิยม	ความรู้สึกลึก	การบริโภค
วงจรชีวิตของครัวเรือน		ที่ไหน
วัฒนธรรม		กับใคร
ประสบการณ์ในอดีต		อย่างไร
		เมื่อไร

ภาพประกอบ 4 แสดงแบบการดำเนินชีวิตและกระบวนการบริโภค

ที่มา: Hawkins and others. (1973). *Consumer Behavior: Building Market Strategy*. p. 434.

ดังนั้นสรุปได้ว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตนั้นขึ้นกับวัฒนธรรม ชนชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล นักการตลาดเชื่อว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม และรูปแบบของการดำเนินชีวิต

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Rediness to act) ถ้าเรามีท่าทีหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีหรือความรู้สึกในเชิงลบ เราก็จะปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมี 2 ลักษณะ (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 106) คือ

1. ทัศนคติในเชิงบวก (Positive Attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก (Act positively)
2. ทัศนคติในเชิงลบ (Negative Attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ (Act negatively)

ทฤษฎีที่ใช้ในการอธิบายทัศนคติคือทฤษฎีที่ว่าด้วยการเรียนรู้ความเข้าใจ (Cognitive learning theory) อธิบายว่า ในสถานการณ์ที่ผู้บริโภควิเคราะห์หาทางแก้ไขปัญหาหรือการตอบสนองความต้องการให้พอใจ ผู้บริโภคมักจะเกิดทัศนคติไม่ว่าจะแง่บวกหรือแง่ลบเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับและความเข้าใจคือ ความรู้และความเชื่อของผู้บริโภคจะมีทัศนคติเป็นเช่นไร ขึ้นอยู่กับความรู้และปริมาณข้อมูลที่ผู้บริโภคได้เรียนรู้ (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 183) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

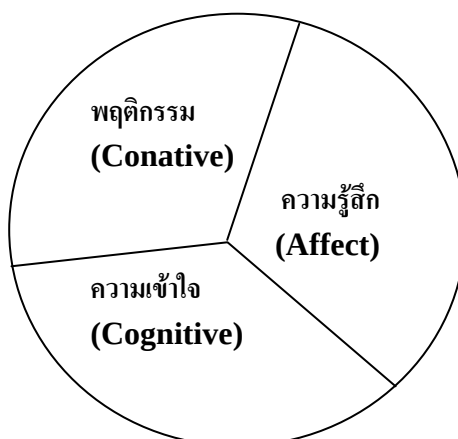
1. K = Knowledge หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ ซึ่งประกอบด้วยวิถีทางที่บุคคลจะให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่รอบตัวของบุคคลในโลก ซึ่งการให้ความหมายนี้ได้มาจากโครงสร้างมาตรฐานและอ้างอิงได้ที่ทัศนคติจะมอบให้กับตัวของบุคคล ในการเกิดหน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้นี้ ทัศนคติผู้บริโภคจะไปสู่การเสาะแสวงหาข้อมูลและยังเป็นแนวทางสำหรับผู้บริโภคในการเพิ่มพูนมาตรฐานการครองชีพด้วย (ศุภร เสรีรัตน์. 2544: 176)

2. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ในเชิงผู้บริโภคจะสามารถให้ความหมายอย่างกว้างได้คือ แนวความคิดที่เกี่ยวกับการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า บริการ การโฆษณา ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ๆ เป็นต้น

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ โดยหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้วก็จะเกิดการกระทำ เช่น ไปซื้อตัวเพื่อดูภาพยนตร์หรือคอนเสิร์ต เป็นต้น

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

ชิฟมานน์; และคานุก (Schiffman; & Kanuk. 2000: 200) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ มาให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้



ภาพประกอบ 5 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

ที่มา: Schiffman; & Kanuk. (1997). p. 285.

จากรูปสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ส่วนของความรู้หรือความเข้าใจ (The Cognitive or knowledge component) องค์ประกอบแรกขององค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติก็คือ ส่วนของความเข้าใจของบุคคล ซึ่งก็คือ ความรู้ (Knowledge) และการรับรู้ (Perception) ที่จำเป็นจะต้องมีการรวมกันของประสบการณ์โดยตรงของทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658) โดยความรู้ี้และผลของการรับรู้ที่เกิดขึ้นปกติจะมาจากความเชื่อ (Beliefs) ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใด ๆ จากคุณลักษณะด้านต่าง ๆ และพฤติกรรมเฉพาะด้านที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะเจาะจงด้วย

2. ส่วนของความรู้สึก (The affective component) คือ ส่วนของอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภค (Consumer's emotion or feeling) ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกเหล่านี้มักจะถูกใช้ในการประเมินผลของการวัดทัศนคติผู้บริโภคบ่อย ๆ ในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ และดีหรือไม่ดี (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658)

3. ส่วนของพฤติกรรมหรือการกระทำ (The conative or behavior component) ส่วนสุดท้ายขององค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บางความหมายสำหรับพฤติกรรมอาจหมายถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ทัศนคติของบุคคลจะมีรูปแบบแน่นอนและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหนึ่งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสิ่งอื่นที่ทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้นกิจการควรพยายามทำ

ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่ดีกว่าที่จะพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญที่จะเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคาการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่าง ๆ มีความสำคัญต่อความสำเร็จทางเป้าหมายการตลาดของหน่วยงานผลิตภัณฑ์แม้จะดีเพียงใดก็ตาม หากการจัดจำหน่ายยังอ่อน โอกาสที่จะล้มเหลวก็มีมาก

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2543: 19) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย P 4 ตัว คือ Product Price Place และ Promotion ในสายตาของผู้ขายคือ ส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ขายใช้ก่ออิทธิพลต่อผู้ซื้อ แต่ถ้ามองในสายตาของผู้ซื้อส่วนประสมทางการตลาดแต่ละชิ้นได้รับการออกแบบให้ส่งมอบคุณประโยชน์แก่ลูกค้า

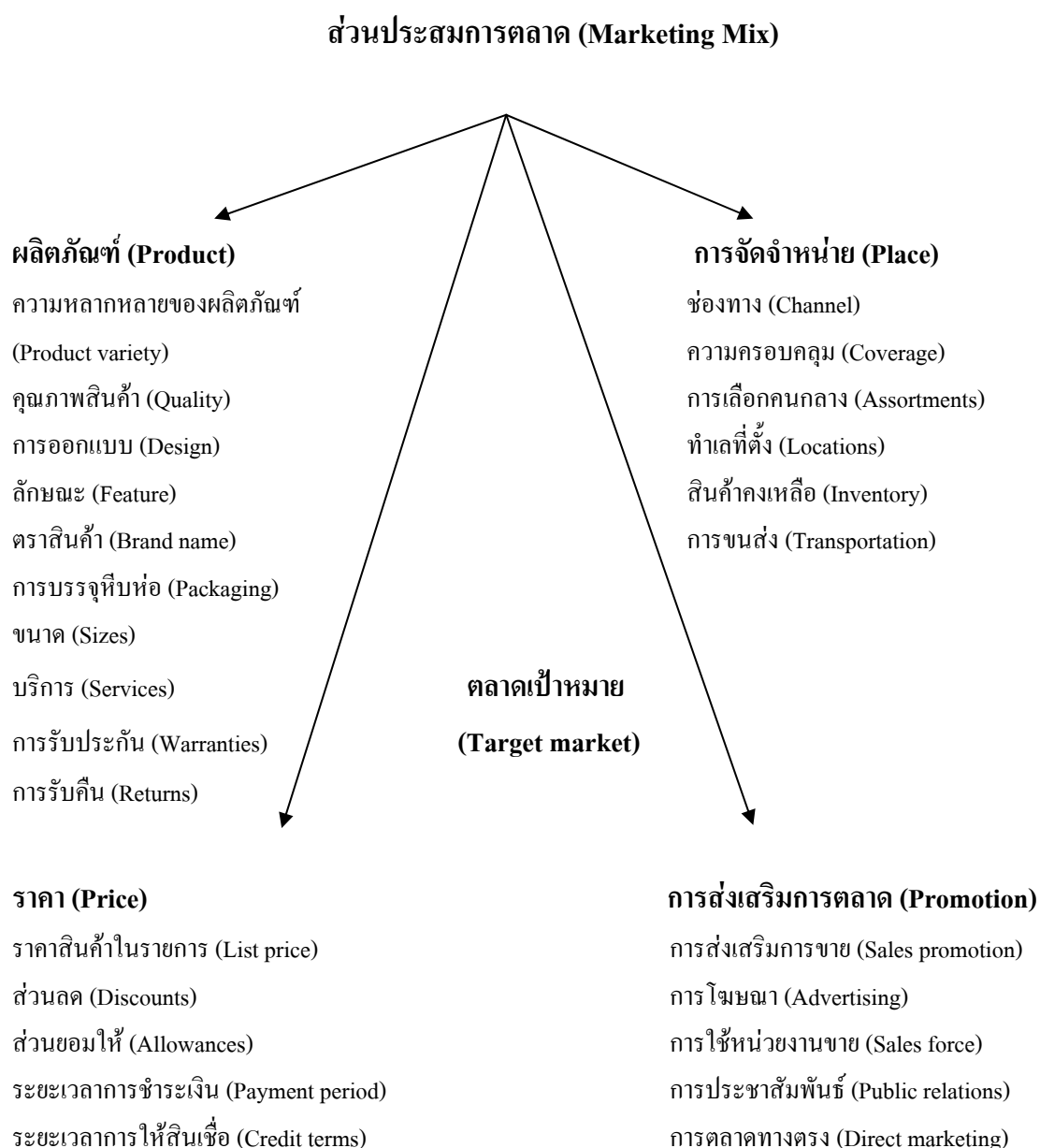
โบวี ฮุสตัน; และทิล (Bovee, Houston; & Thill. 1995: 17) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นกุญแจในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

คอตเลอร์; และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 1996: 6) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือกลุ่มของส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถทำงานร่วมกันให้เกิดผลในตลาดเป้าหมาย

แลมป์, แฮร์; และแม็คดาเนียล (Lamb, Hair; & Mcdaniel. 2000: 44) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมผสานของ การออกแบบกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อเปลี่ยนความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้แก่ตลาดเป้าหมาย

เบอร์โควิตซ์; และคณะ (Berkowitz; & others. 2000: 13) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 4Ps เป็นปัจจัยที่ผู้จัดการตลาดสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วยกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้

จากความหมายของส่วนประสมทางการตลาดสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบด้วย คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลต่อผู้บริโภค สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคเป้าหมายได้



ภาพประกอบ 6 รายละเอียดของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

ที่มา: Philip, Kotler. (2000). *Marketing Management the Millennium Edition*. p. 15.

คอตเลอร์ (Kotler, 1997) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แข่งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึง

ข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันทของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมายการค้าสิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้กับผู้บริโภค โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้

2. ราคา (Price) หมายถึง เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา ผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณภาพและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับ การกำหนดราคาที่เหมาะสมกับสินค้าเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้เกิดการซื้อ บางครั้งการตั้งราคาสูงอาจเป็นเครื่องหมายูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อ หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ราคาแพง ๆ แต่บางครั้งมีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ

3. การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถจะหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า การจัดจำหน่ายยังแบ่งได้อีก 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายสินค้า (Physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายสินค้าจึงประกอบด้วย

3.2.1 การขนส่ง (Transportation)

3.2.2 การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)

3.2.3 การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal selling) และการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ (Nonpersonal selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องมือต่อไปนี้

การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

- กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy)

- กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

- กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling strategy)
- การจัดการหน่วยงานขาย (Salesforce management)

การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยใช้พนักงานขาย และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง การส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ

- การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion)
- การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion)
- การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Salesforce promotion)

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผน โดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ response marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรง หรือ หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที เครื่องมือนี้ประกอบด้วย

- การขายทางโทรศัพท์
- การขายโดยใช้จดหมายโดยตรง
- การขายโดยใช้แคตตาล็อก
- การขายทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมตอบสนอง เช่น ใช้คู่มือแลกซื้อ

ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

“น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20” คือ น้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการนำน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ผสมกับเอทานอลหรือเอทิลแอลกอฮอล์ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5% ในอัตราส่วน เบนซิน 80:เอทานอล 20 ได้เป็นน้ำมัน E 20 ออกเทน 95 ตามมาตรฐานของกระทรวงพลังงาน ใช้ได้กับเครื่องยนต์ที่

ออกแบบมาสำหรับการใช้ E-20 โดยน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีส่วนผสมของเอทานอลที่ผลิตได้เองจากพืชผลเกษตรในประเทศถึง 20% เท่ากับทุกชนิดที่ได้ช่วยลดการ นำเข้าน้ำมันลงถึง 20% ซึ่งคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ตามประกาศของกรมธุรกิจพลังงานเรื่อง กำหนดลักษณะและคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พ.ศ. ๒๕๕๐ เริ่มมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2551 (แบบมาตรฐานแก๊สโซฮอล์) พบว่าคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 นั้นเทียบกันแล้วจะได้ค่าที่แตกต่างจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 เพียง 3 ค่า (ข้อมูล: บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ณ วันที่ 4 มกราคม 2551) คือ 1.อุณหภูมิการกลั่น 2.ความดันไอ 3. ปริมาณผสมเอทานอล

ด้วยเหตุนี้เอง น้ำมันแก๊สโซฮอล์E20 ยังส่งผลดีหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องยนต์ การช่วยประหยัดงบประมาณด้านเชื้อเพลิงของประเทศ ขณะเดียวกันยังช่วยสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของวัตถุดิบ รวมถึงยังช่วยลดมลพิษให้กับโลกใบนี้อีกด้วย

ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 (ข้อมูล: สำนักงาน ปตท. 2551)

1. ด้านเศรษฐกิจ

1.1 ลดการพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ทำให้ประเทศมีความมั่นคงทางด้านพลังงาน ลดการขาดดุลการค้า โดยทุกชนิดของน้ำมัน E20 สามารถลดการนำเข้าน้ำมันลง 20%

1.2 ก่อให้เกิดการลงทุนเพิ่มเติมในภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการปลูกพืชที่ใช้ผลิตเอทานอล

1.3 ประหยัดรายจ่ายภาคครัวเรือน เนื่องจากรถยนต์ E20 และน้ำมัน E20 ได้รับการสนับสนุนจากรัฐฯ จึงทำให้ E20 เป็นน้ำมันเบนซินที่มีราคาถูกที่สุด

2. ด้านสิ่งแวดล้อม

2.1 ลดมลพิษทางอากาศ และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเอทานอลเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ที่สามารถย่อยสลายได้โดยไม่เกิดมลพิษตกค้าง

2.2 ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดภาวะโลกร้อน และวิกฤตการณ์ธรรมชาติแปรปรวน

คุณสมบัติพิเศษเฉพาะของ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 (ข้อมูล: สำนักงาน ปตท. 2551)

1. มีสารพิเศษ Friction Modifier ทำให้การทำงานของกระบอกสูบและเครื่องยนต์แรงเต็มสมรรถนะ ประหยัดการใช้น้ำมันได้ 1-3% เมื่อเทียบกับน้ำมัน E20 ทั่วไป

2. มีสาร Anti corrosion ป้องกันการกัดกร่อนโลหะของเครื่องยนต์ อุปกรณ์ และท่อทางช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์

3. เติมสารชะล้างทำความสะอาดในปริมาณที่มากกว่า กฎหมายกำหนด จนทำให้ได้รับการยอมรับจาก บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ชื่อดัง 6 แห่ง (BMW, GM, Honda, Toyota, Volkswagen, และ Audi) (มาตรฐาน Top Tier Gasoline ของสหรัฐอเมริกา) คุณจึงมั่นใจได้ว่าเครื่องยนต์ของคุณจะสะอาด ไม่มีคราบเขม่า ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ แรงเต็มพลัง

ตารางรายชื่อรถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (E20) ได้

ยี่ห้อ / รุ่น	รหัส เครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต / นำเข้า / รุ่นปี
HONDA			
ACCORD	R20A3	2.0 i-VTEC	2008
	K24Z2	2.4 i-VTEC	2008
	J35Z2	3.5 V6	2008
CR-V	R20A1	2.0 i-VTEC	2008
	K24Z1	2.4 i-VTEC	2008
CIVIC	R18A1	1.8 i-VTEC	2008
	K20Z2	2.0 i-VTEC	2008
CITY	L15A2	1.5 i-DSI	2008
	L15A1	1.5 VTEC	2008
FORD			
FOCUS	QQDD	4-Door 1.8L	2005
	QQDD	5-Door 1.8L	2005
	AODB	4-Door 2.0L	2006
	AODB	5-Door 2.0L	2005
ESCAPE	AJ	3.0L 5-Door Wagon 4 WD	2005
MAZDA			
MAZDA 3	Z6	4-Door Sedan, 1.6L A/T S	2008
	Z6	4-Door Sedan, 1.6L A/T V	2008
	Z6	5-Door HB (Hatchback), 1.6L A/T V	2008
	LF	4-Door Sedan, 2.0L A/T R	2008
	Z6	5-Door HB (Hatchback), 2.0L A/T R(S/R)	2008
MITSUBISHI			
SPACE WAGON	4G69 MIVEC	NA4, EFI	2008
LANCER	4G18	CS3, EFI	2008
NISSAN			
TIIDA	HR16DE	HATCHBACK & SEDAN	2008
	MR18DE	HATCHBACK & SEDAN	2008
TEANA	QR20DE	SEDAN	2008
	VQ23DE	SEDAN	2008
TOYOTA			
COROLLA*	3ZZ-FE	1.6 G A/T	2008
		1.6 J A/T	2008
		1.6 E M/T	2008
		1.6 J M/T	2008
		1.6 Limo	2008
	1ZZ-FE	1.8 G A/T	2008
		1.8 E A/T	2008

ตาราง (ต่อ)

ยี่ห้อ / รุ่น	รหัส เครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต / นำเข้า / รุ่นปี
TOYOTA VIOS*	1NZ-FE	1.5 J M/T	2008
		1.5 E M/T	2008
		1.5 J A/T	2008
		1.5 E A/T	2008
		1.5 G A/T	2008
		1.5 S A/T	2008
YARIS*	1NZ-FE	1.5 J M/T	2008
		1.5 J A/T	2008
		1.5 E M/T	2008
		1.5 E A/T	2008
		1.5 G A/T	2008
		1.5 S A/T	2008
CAMRY*	2AZ-FE	2.4 G A/T	2008
		2.4 V A/T	2008
	1AZ-FE	2.0 G A/T	2008
		2.0 E A/T	2008

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. ข้อมูลเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2551.

*หมายเหตุ : โปรดตรวจสอบชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ได้จากคู่มือการใช้รถที่มาพร้อมกับรถยนต์

ในกรุงเทพมหานครนั้น มีสถานบริการน้ำมันที่ให้บริการน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ E20 รวม 2 ราย ได้แก่ ปตท. และ บางจาก ซึ่ง ปตท. E20 Plus เปิดจำหน่ายตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2551 ณ สถานบริการน้ำมันของ ปตท. 35 แห่ง (ข้อมูล ณ วันที่ 6 ตุลาคม 2551) และสถานบริการน้ำมันบางจาก ได้เปิดให้บริการน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ E20 ทั้งหมด 33 แห่ง (ข้อมูล ณ เดือน สิงหาคม 2551) ทั้งกรุงเทพมหานครด้วยกัน ได้แก่

- | | |
|--|--------------|
| 1. สน.ปตท.นานาชาติ | เขต คลองเตย |
| 2. บริษัท ที.เค.ที คอมเมอร์เชียล จำกัด | เขต คันนายาว |
| 3. บจ.พลังไทยเพื่อไทย | เขต คันนายาว |
| 4. หจก. ศรีเจริญภัณฑ์ | เขต จตุจักร |
| 5. สน.ปตท.กระทรวงยุติธรรม | เขต จตุจักร |
| 6. สน.ปตท.สำนักงานใหญ่ | เขต จตุจักร |
| 7. บจ.อินนิค เซอร์วิส | เขต จตุจักร |

8. สน.ปตท.ลาดพร้าว	เขต จตุจักร
9. สน.ปตท.การทำอากาศยาน2	เขต ดอนเมือง
10. สน.ปตท.สาขางค์การโทรศัพท์หลักสี่	เขต ดอนเมือง
11. สน.ปตท.พหลโยธิน	เขต ดอนเมือง
12. สน.ปตท.สรองประภา	เขต ดอนเมือง
13. สน.ปตท.สาขาสามแยกพิชัย	เขต ดุสิต
14. สน.ปตท.กรมช่างอากาศ	เขต ดุสิต
15. สน.ปตท.สำนักพระราชวัง	เขต ดุสิต
16. บจก.ราชพฤกษ์ปีโตรเลียม	เขต คลิ่งชัน
17. บจก.เพชรราชพฤกษ์ปีโตรเลียม	เขต คลิ่งชัน
18. บจก.อินเตอร์ปีโตรเลียม	เขต ทวีวัฒนา
19. หจก. การบริการ	เขต บางเขน
20. บจ.ปีโตรเลียมน้ำมัน (รามอินทรา)	เขต บางเขน
21. สน.ปตท.ทางด่วนดาวคะนอง	เขต บางขุนเทียน
22. สน.ปตท.สาขาบางขุนเทียน	เขต บางขุนเทียน
23. หจก.สุวัจชัยออยล์ (สน.ปตท.สาขาประชาชื่น)	เขต บางซื่อ
24. สน.ปตท.บางบอน	เขต บางบอน
25. สน.ปตท.สนามเป้า	เขต พญาไท
26. สน.ปตท.สวัสดิการ ร.1 รอ.	เขต พญาไท
27. สน.ปตท.สุขุมวิท 62	เขต พระโขนง
28. สน.ปตท.องค์การเบตเตอร์	เขต พระโขนง
29. สน.ปตท.บางนาขาออก	เขต พระโขนง
30. สน.ปตท.สาขากลาโหม บางนาขาเข้า	เขต พระโขนง
31. บริษัทเกษตรนวมินทร์ปีโตรเลียม	เขต ลาดพร้าว
32. บจก.เลิศกัลปพฤกษ์	เขต วังทองหลาง
33. สน.ปตท.พัฒนาการ	เขต สวนหลวง
34. สน.ปตท.สุขาภิบาล 3	เขต สะพานสูง
35. สน.ปตท.สุทธิสาร	เขต ห้วยขวาง

และสถานีบริการน้ำมันบางจาก ได้เปิดให้บริการน้ำมันแก๊ซโซฮอลล์ทั่วกรุงเทพมหานคร
ด้วยกันทั้งหมด 33 แห่ง ได้แก่

- | | |
|---|-----------------|
| 1. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-เทียมร่วมมิตร | เขต ห้วยขวาง |
| 2. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- พระราม 3 (1) | เขต ยานนาวา |
| 3. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- พระราม 4 | เขต คลองเตย |
| 4. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- รามอินทรา กม.6.5 | เขต คันนายาว |
| 5. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- ลาซาล (ถ.สุขุมวิท 105) | เขต บางนา |
| 6. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- สวัสดิการกรมอู่ศูนย์นิคมวิทยา | เขต พระโขนง |
| 7. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- สุวินทวงศ์ 2 | เขต หนองจอก |
| 8. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- เกษตร | เขต จตุจักร |
| 9. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- จรัญสนิทวงศ์ | เขต บางพลัด |
| 10. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- ประชาอุทิศ | เขต ทุ่งครุ |
| 11. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี 1 | เขต ดลิ่งชัน |
| 12. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- ปิ่นเกล้า-นครชัยศรี 2 | เขต ทวีวัฒนา |
| 13. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- พระราม 3 (3) | เขต บางคอแหลม |
| 14. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- สุขุมวิท 1(2) | เขต บึงกุ่ม |
| 15. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- เอกมัย | เขต วัฒนา |
| 16. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- ราษฎร์บูรณะ 2 | เขต ราษฎร์บูรณะ |
| 17. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-สุขุมวิท 101/1 | เขต บางนา |
| 18. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-นิมิตรใหม่ | เขต มีนบุรี |
| 19. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-เพชรเกษม 57 | เขต บางแค |
| 20. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-เพิ่มสิน | เขต ดินแดง |
| 21. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-โยธินพัฒนา | เขต บางกะปิ |
| 22. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-ลาดพร้าว 111 | เขต บางกะปิ |
| 23. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- คู่ขนานเอกมัย-รามอินทรา (1) | เขต บางกะปิ |
| 24. สถานีบริการน้ำมันบางจาก- คู่ขนานเอกมัย-รามอินทรา (2) | เขต บางกะปิ |
| 25. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-วังหิน | เขต ลาดพร้าว |
| 26. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-วัชรพล | เขต บางเขน |
| 27. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-สาขาเพชรเกษม 56 | เขต ภาษีเจริญ |
| 28. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-สุขสวัสดิ์ | เขต ราษฎร์บูรณะ |
| 29. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-สุขุมวิท 99 | เขต พระโขนง |

- | | |
|---|-------------|
| 30. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-อ่อนนุช-ลาดกระบัง | เขต ประเวศ |
| 31. สถานีบริการน้ำมันบางจาก-อุดมสุข | เขต ประเวศ |
| 32. หจก.สินปิ่นเกล้า | เขต คลองตัน |
| 33. หจก.กาญจนศักดิ์ (สุขุมวิท 26) | เขต คลองตัน |

ในอนาคตสถานีบริการน้ำมันบางจาก จะขยายการจำหน่ายให้มากขึ้นเพื่อให้ผู้ใช้รถมีทางเลือกในการใช้เชื้อเพลิงมากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยนำมาใช้อ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งจะขอนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ถวัลย์ แสงนา (2544: บทคัดย่อ). ได้ทำการศึกษาแอลกอฮอล์น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกสำหรับรถยนต์ จากการศึกษาการใช้เอทานอลผสมกับเบนซินออกเทน 87, 91 และ 95 ในอัตราส่วนร้อยละ 10, 20 และ 30 โดยปริมาตร นำไปทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพและทดสอบกับเครื่องยนต์ที่ติดตั้งบนไดนาโมมิเตอร์เพื่อทดสอบหาสมรรถนะของเครื่องยนต์ รวมถึงวิเคราะห์ปริมาณมลพิษในไอเสียสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

การเติมเอทานอลลงในน้ำมันเบนซินจะทำให้ค่าออกเทนนัมเบอร์ของน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้นตามปริมาณของแอลกอฮอล์ที่ผสมลงไป ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากเอทานอลมีค่าออกเทนนัมเบอร์สูงกว่าน้ำมันเบนซิน ขณะเดียวกันค่าความร้อนของเชื้อเพลิงจะต่ำลงเป็นสัดส่วนกับปริมาณเอทานอลที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากเอทานอลมีความร้อนของเชื้อเพลิงต่ำกว่าเบนซิน

เปรียบเทียบระหว่างน้ำมันเชื้อเพลิงผสมที่ใช้เอทานอลเติมลงในเบนซินออกเทน 87 ในสัดส่วนร้อยละ 10 โดยปริมาตรกับเบนซินออกเทน 91 ซึ่งน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งสองมีค่าออกเทนนัมเบอร์ใกล้เคียงกัน คือ เบนซินผสมมีค่าออกเทนนัมเบอร์ 93.5 ส่วนเบนซินไม่ผสมมีค่าออกเทนนัมเบอร์ 91.1 และค่าความร้อนของเชื้อเพลิงผสมจะต่ำกว่าเมื่อนำไปทดสอบกับเครื่องยนต์ พบว่า แรงบิดของเครื่องยนต์ลดลงเพียงเล็กน้อย คือ ลดลงร้อยละ 1.7 ส่วนกำลังของเครื่องยนต์ที่ได้ไม่แตกต่าง ขณะที่ความสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงจำเพาะเบรกลดลง (ประหยัดน้ำมัน) ร้อยละ 2.65 มลพิษในไอเสียลดลงร้อยละ 40.6 ส่วนคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.23

เปรียบเทียบระหว่างเบนซินออกเทน 91 ผสมเอทานอลในสัดส่วนร้อยละ 10 โดยปริมาตรกับเบนซินออกเทน 95 ซึ่งน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งสองมีค่าออกเทนนัมเบอร์เท่ากัน แต่ความร้อนของเชื้อเพลิงของเบนซินผสมมีค่าน้อยกว่า จากการทดสอบกับเครื่องยนต์ พบว่า น้ำมันเชื้อเพลิงผสมทำให้แรงบิด

ลดลงเล็กน้อย คือ ลดลงร้อยละ 0.45 กำลังของเครื่องยนต์ลดลงร้อยละ 2 ส่วนค่าความสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงจำเพาะเบรคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 สำหรับมลพิษในไอเสีย คาร์บอนมอนนอกไซด์ลดลงร้อยละ 11.34 ส่วนไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.4 และ 0.24 ตามลำดับ

โดยสรุปจะเห็นว่า มีความเป็นไปได้ที่จะนำแอลกอฮอล์มาผสมกับน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนต่ำ เพื่อนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ เนื่องจากว่าสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่ได้ไม่แตกต่างกันมาก ที่สัดส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 10-20 โดยปริมาตร อีกทั้งยังทำให้มลพิษในไอเสียลดลง การนำเอแอลกอฮอล์มาใช้เป็นเชื้อเพลิง ยังเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้น ส่งผลให้ผลผลิตทางการเกษตรมีค่าสูงขึ้น เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรของประเทศในการนำผลผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น การนำแอลกอฮอล์มาใช้เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยประหยัดพลังงาน ช่วยลดมลพิษ อีกทั้งยังเป็นพลังงานทดแทนการใช้ น้ำมันได้

ศักดิ์ เสถียรไชยกิจ (2547: บทคัดย่อ). ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยชำระค่าน้ำมันด้วยเงินสดมากกว่า 500 บาทต่อครั้ง ในการเติมน้ำมันจะเลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จากสถานีบริการน้ำมันที่เป็นทางผ่าน และมีหัวจ่ายน้ำมันเป็นจำนวนมาก โดยไม่พบปัญหาใด ๆ เกี่ยวกับเครื่องยนต์ การเลือกเติมน้ำมันจะตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งเหตุผลที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์คือราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และมีอัตราสิ้นเปลืองใกล้เคียงกัน ผู้บริโภคได้รับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์แต่ยังไม่เพียงพอ ความต้องการของผู้บริโภคต้องการให้ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 76 สตางค์ถึง 1 บาทและมีของแถมเป็นน้ำดื่ม ผู้บริโภคไม่สนใจใช้อุปกรณ์ประหยัดน้ำมัน “อีพาลัส”

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยภาพรวม 5 อันดับแรก ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้เครื่องยนต์มีความร้อนปกติ มีอัตราสิ้นเปลืองลดลง (ประหยัดน้ำมัน) สถานีบริการน้ำมันมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้รถสตาร์ทติดง่าย และทำให้เครื่องยนต์เดินไม่สะดุด

สายฝน ปราบคช (2548: บทคัดย่อ). ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์แตกต่างกันทุกด้าน สำหรับพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์ต่อการเลือกใช้รถยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริการสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ของ ปตท.และบางจาก โดยการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์นั้นขึ้นกับการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์เป็นหลักซึ่งคำแนะนำหรือการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้

แก๊สโซฮอล์นั้นมีผลบ้างต่อการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ทั้งนี้พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Questionnaire) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Honda (City –ZX, Civic, Accord, CR-V) Mitsubishi (Space Wagon 4G69 MIVEC NA4, EFI) Mazda (Mazda 3) Nissan (Teana, Tiida) Ford Focus และ Ford Escape 3.0 L ตั้งแต่ปี 2005 ซึ่งสามารถใช้ได้ทุกรุ่น รวมถึงรุ่นที่จะออกตามมาในปี 2008 จากประชากรผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องในกรุงเทพมหานคร

2. ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยคำนวณจากสูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

- เมื่อ n แทน จำนวนสมาชิกผู้ตอบแบบสอบถาม
 P แทน สัดส่วนประชากรที่จะสุ่ม
 Z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่า เท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (0.05)
 e แทน สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.05 ซึ่งมีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.05$ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2544: 74) ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมคลาดเคลื่อนได้ 5%

$$\begin{aligned}\text{โดย } P &= 0.05 \\ Z &= \text{ณ ระดับความมั่นใจ 95\% ดังนั้น } Z = 1.96 \\ e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนที่พอจะยอมรับได้ 5\%}\end{aligned}$$

$$\text{ดังนั้น } e = 0.05$$

$$\begin{aligned}\text{แทนค่า } n &= \frac{(0.5) \times (1-0.5) \times (1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 385 \text{ ตัวอย่าง}\end{aligned}$$

ฉะนั้นจากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 ตัวอย่าง แต่เพื่อความเหมาะสมผู้วิจัยจะบวกเพิ่มประมาณ 4% เพื่อป้องกันความผิดพลาด ดังนั้นในงานวิจัยครั้งนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งจะกำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง และได้ทำการจัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปแบบของ HTML file ซึ่งจะนำแบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่

<http://www.altisclub.com>

<http://www.fordclub.net>

<http://www.civicef.com>

<http://www.hondajazzlover.com>

<http://www.hondacrclub.com>

<http://www.tiida-club.net>

<http://www.vios-club.com>

<http://www.newaltisclub.com>

<http://www.accordclubthailand.com>

<http://www.hondaloverclub.com>

<http://www.fordfocusclub.com>

<http://www.yaris-club.net>

<http://www.welovecivic.com>

<http://www.newviosclub.com>

<http://www.hondajazz-club.com>

<http://www.thaimazda3.com>

<http://www.panthip.com>

เพื่อให้ผู้ขับขี่ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถกรอกแบบสอบถามได้โดยสะดวก

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1_ แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple Choice) แต่ละข้อคำถามมีระดับการวัดข้อมูลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้เป็น

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้
 - 2.1 18 - 25 ปี
 - 2.2 26 - 33 ปี
 - 2.3 34 - 41 ปี
 - 2.4 42 - 49 ปี
 - 2.5 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้
 - 3.1 ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น
 - 3.2 มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
 - 3.3 อนุปริญญา / ปวส.
 - 3.4 ปริญญาตรี
 - 3.5 สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้
 - 4.1 นักศึกษา
 - 4.2 ค้าขาย / กิจการส่วนตัว
 - 4.3 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 4.4 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 4.5 พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)
 - 4.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ)
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้
 - 5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
 - 5.2 10,001 – 20,000 บาท
 - 5.3 20,001 – 30,000 บาท
 - 5.4 30,001 – 40,000 บาท
 - 5.5 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

จำนวน 9 ข้อ โดยแบ่งตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

- | | |
|--------------------|---------------------------|
| 1. ด้านกิจกรรม | มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ |
| 2. ด้านความสนใจ | มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ |
| 3. ด้านความคิดเห็น | มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ |

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังต่อไปนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนน	5	มีความสนใจมากที่สุด
คะแนน	4	มีความสนใจมาก
คะแนน	3	มีความสนใจปานกลาง
คะแนน	2	มีความสนใจน้อย
คะแนน	1	มีความสนใจน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ดังนี้ (กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา, 2545: 27)

$$\begin{aligned}\text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range(R)} - 1}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญสามารถกำหนดได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 14 ข้อ โดยแบ่งตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
2. ด้านราคา มีจำนวนคำถามทั้งหมด 2 ข้อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวนคำถามทั้งหมด 4 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังต่อไปนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

คะแนน	5	มีความสนใจมากที่สุด
คะแนน	4	มีความสนใจมาก
คะแนน	3	มีความสนใจปานกลาง
คะแนน	2	มีความสนใจน้อย
คะแนน	1	มีความสนใจน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ดังนี้ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2545: 27)

$$\begin{aligned}
 \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range(R)} - 1}{\text{Class (C)}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญสามารถกำหนดได้ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง มีระดับความสำคัญมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะของแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่

1. แบบสอบถามพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วยคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choices Question) จำนวน 3 ข้อ และ คำถามปลายเปิด (Open-ended Response Question) จำนวน 2 ข้อ

2. แบบสอบถามพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นแบบสอบถามที่มีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ (Simple Dichotomous Question) จำนวน 3 ข้อ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา ภาษา และข้อบกพร่องของข้อคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และผู้ตอบแบบสอบถาม ประมวลผลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่ได้รับการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อแล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 30 ตัวอย่าง เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125-126)

4. นำแบบสอบถามไปใช้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ และงานวิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องจากสิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผ่านเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2552 จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบมาตรฐานและความเรียบร้อยของแบบสอบถาม

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ทำการลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows
3. การคำนวณสถิติแยกเป็น 2 ส่วนดังนี้

3.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนที่ 1-3 เพื่อแสดงถึงความแตกต่าง ความสัมพันธ์และการพยากรณ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้ Independent Sample t-test , การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) , การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (กัลยา วินิชย์บัญชา, 2540: 117-119)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541: 36)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
	$\sum x$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	แทน ขนาดของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3 การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2541: 65)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	n	แทน จำนวนคนในผู้ตอบแบบสอบถาม
	$(\sum x)^2$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	$\sum x^2$	แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) สูตร (ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ, 2538: 200)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α	แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
N	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
S_t^2	แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระกันโดยใช้สูตร Independent Sample t-Test ณ ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 175) ดังนี้

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณา
$\bar{X}_1$	แทน ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 1
$\bar{X}_2$	แทน ค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 2
S_1^2	แทน ค่าความแปรปรวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 1
S_2^2	แทน ค่าความแปรปรวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 2
n_1	แทน ขนาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 1
n_2	แทน ขนาดของผู้ตอบแบบสอบถามที่ 2
df	แทน ชั้นของความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

3.2 ค่า F-Test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way Analysis of Variance) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542: 393)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

$MS_{(B)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)

$MS_{(W)}$ แทน ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

โดยมีองศาอิสระ (Degree of Freedom หรือ d.f.) ดังนี้

$$df = n - 1$$

$$df(B) = p - 1$$

$$df(W) = n - p$$

เมื่อ n = จำนวนประชากร

P = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

และถ้าผลทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's least significant difference (LSD) (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2544: 332 – 333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2; n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ $t_{1-\alpha/2; n-k}$ แทน ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t -test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม

MSE แทน ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MS_W)

n_i แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i

n_j แทน จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

3.3 การทดสอบสถิติ *Pearson Chi – Square* ค่าสถิติ *Chi – square* (χ^2) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา.2550: 92)

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

เมื่อ χ^2 แทน *Pearson Chi – Square*

O_{ij} แทน ความถี่ที่ได้จากข้อมูลแถวที่ i และคอลัมน์ที่ j

E_{ij} แทน ความถี่ที่คาดหวังจากแถวที่ j และคอลัมน์ที่ j

ซึ่ง $E_{ij} = \frac{(\text{ผลรวมของความถี่แถวที่ i}) \times (\text{ผลรวมของความถี่คอลัมน์ที่ j})}{\text{ผลรวมของความถี่ทั้งหมด}}$

r แทน จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว

c แทน จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

เมื่อพบว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ จะทำการทดสอบขนาดความสัมพันธ์ต่อไปโดยสถิติที่ใช้วัดระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ที่เป็นข้อมูลชนิดสเกลนามกำหนด (บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์. 2543: 332) ใช้สูตร

$$\text{Cramer's } V = \sqrt{\frac{\chi^2}{n(i-1)}}$$

เมื่อ Cramer's V แทน สัมประสิทธิ์ Cramer's V

χ^2 แทน ค่าของ χ^2 จากการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน

n แทน ขนาดของตัวอย่าง

t แทน จำนวนแถวหรือจำนวนสมรรถที่มีค่าน้อย

3.4 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2542: 13)

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนน x

$\sum y$ แทน ผลรวมของคะแนน y

$\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด x แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum y^2$ แทน ผลรวมของคะแนนชุด y แต่ละตัวยกกำลังสอง

$\sum xy$ แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง x และ y ทุกคู่

n แทน จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าระหว่าง $-1 < r < 1$ (กัลยา วาณิชยบัญชา. 2544: 280) ซึ่งมีความหมายของค่า r มีดังนี้

- 1) ค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม
- 2) ค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางทางเดียว
- 3) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 4) ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
- 5) ถ้า $r = 0$ แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 6) ถ้า r เข้าใกล้ 0 แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์กันน้อย

3.5 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการแบบขั้นบันได (Stepwise) หากมีตัวแปรอิสระ n ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม Y โดยที่ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้นตรง จะได้สมการถดถอยพหุคูณ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร Y และ X ดังนี้

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 \dots + b_n X_n + e$$

เมื่อ	Y	แทน	ค่าตัวแปรตาม
	$X_1 - X_n$	แทน	ค่าตัวแปรอิสระ
	b_0	แทน	ค่าคงที่
	$b_1 - b_n$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา เรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะจิตด้านส่วนประสมทางกาดตลาด และพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E 20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร” การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

n	แทน ขนาดผู้ตอบแบบสอบถาม
$\bar{X}$	แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
df	แทน ชั้นของความเป็นอิสระ (degree of freedom)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – distribution
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F – distribution
χ^2	แทน ค่าสถิติของการทดสอบไค-สแควร์
Cramer's V	แทน ระดับความสัมพันธ์ ในการวัดตัวแปรมาตรนามบัญญัติ
Sig. (2 tailed)	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
LSD	แทน วิธีผลต่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด (Least Significant Different)
H ₀	แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H ₁	แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 5 การทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำเสนอข้อมูลของงานวิจัย ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยมีลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด โดยนำเสนอในรูปแบบของความถี่ และร้อยละ ดังปรากฏในตาราง

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลประชากรศาสตร์

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	347	86.75
หญิง	53	13.25
รวม	400	100.00
อายุ		
18 – 25 ปี	85	21.25
26 – 33 ปี	190	47.50
34 – 41 ปี	80	20.00
42 – 49 ปี	30	7.50
50 ปีขึ้นไป	15	3.75
รวม	400	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น	1	0.25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	7	1.75
อนุปริญญา/ปวส.	27	6.75
ปริญญาตรี	266	66.50
สูงกว่าปริญญาตรี	99	24.75
รวม	400	100.00
อาชีพ		
นักศึกษา	38	9.50
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	77	19.25
พนักงานบริษัทเอกชน	210	52.50
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60	15.00
พ่อบ้าน/แม่บ้าน(ไม่ได้ประกอบอาชีพ)	7	1.75
อื่น ๆ**	8	2.00
รวม	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท	28	7.00
10,001 – 20,000 บาท	86	21.50
20,001 – 30,000 บาท	99	24.75
30,001 – 40,000 บาท	69	17.25
40,001 บาทขึ้นไป	118	29.50
รวม	400	100.00

** อาชีพอื่นๆ หมายถึง งานอิสระ นักดนตรี เกษียณ ช่างภาพอิสระ ทนายความ ทันตแพทย์ และที่ปรึกษา

จากตาราง 1 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 86.75 และ เพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26 – 33 ปี จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.25 มีอายุระหว่าง 34 – 41 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีอายุระหว่าง 42 – 49 ปี จำนวน 30 คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ น้อยที่สุดมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.50 รองลงมามีระดับศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 มีระดับ การศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และน้อยที่สุดมีระดับ ศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 210 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.50 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.25 มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 มีอาชีพนักศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 มีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 และน้อยที่สุดมีอาชีพ พ่อบ้าน/แม่บ้าน(ไม่ได้ประกอบอาชีพ) จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนจำนวน 40,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.74 มีรายได้ต่อเดือนจำนวน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อย ละ 21.50 มีรายได้ต่อเดือนจำนวน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และน้อย ที่สุดมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านกิจกรรม			
- ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงาน ทางเลือกหรือทดแทน	2.39	1.151	สำคัญน้อย
- ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับ สถานีบริการน้ำมัน เช่น การเข้าร่วมสมัคร “บัตรแก๊สโซฮอล์คลับ” ของสถานีบริการน้ำมันบางจาก	2.13	1.300	สำคัญน้อย
- ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ของท่านเอง	4.29	0.933	สำคัญมากที่สุด
ด้านกิจกรรม โดยรวม	2.94	0.818	สำคัญปานกลาง
ด้านความสนใจ			
- ท่านให้ความสนใจในเรื่องของพลังงานทางเลือกหรือทดแทนมาก ขึ้นในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ	4.17	0.870	สำคัญมาก
- ท่านมักติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกหรือทดแทนจาก สื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	3.96	0.886	สำคัญมาก
- ท่านให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับทางครอบครัว	4.35	0.774	สำคัญมากที่สุด
ด้านความสนใจ โดยรวม	4.16	0.692	สำคัญมาก
ด้านความคิดเห็น			
- ท่านคิดว่ากระทรวงพลังงานควรร่วมมือกับค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ในการ ส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ ใช้รถยนต์	4.22	1.047	สำคัญมากที่สุด
- ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบัน	4.55	0.651	สำคัญมากที่สุด
- ท่านคิดว่าบุคคลทั่วไปควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการช่วย ประหยัดพลังงาน	4.47	0.697	สำคัญมากที่สุด
ด้านความคิดเห็น โดยรวม	4.41	0.616	สำคัญมากที่สุด
รูปแบบการดำเนินชีวิตโดยรวม	3.84	0.529	สำคัญมาก

จากตาราง 2 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือด้านความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และด้านที่มีความสำคัญปานกลาง คือด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือข้อ ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ของท่านเอง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือข้อ ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานทางเลือกหรือทดแทน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.39 และข้อ ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับสถานีบริการน้ำมัน เช่น การเข้าร่วมสมัคร “บัตรแก๊สโซฮอล์คลับ” ของสถานีบริการน้ำมันบางจาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.13 ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือข้อ ท่านให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับทางครอบครัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือข้อ ท่านให้ความสนใจในเรื่องของพลังงานทางเลือกหรือทดแทนมากขึ้นในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และข้อ ท่านมักติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกหรือทดแทนจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือข้อ ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 รองลงมาคือข้อ ท่านคิดว่าบุคคลทั่วไปควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการช่วยประหยัดพลังงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และข้อ ท่านคิดว่ากระทรวงพลังงานควรร่วมมือกับค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้รถยนต์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์			
- ผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ	2.98	0.902	สำคัญปานกลาง
- เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม	3.76	0.832	สำคัญมาก
แก๊สโซฮอล์ E20 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่	3.63	0.892	สำคัญมาก
- ความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ	3.00	0.963	สำคัญปานกลาง
ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม	3.34	0.575	สำคัญปานกลาง
ด้านราคา			
- มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ	3.54	1.114	สำคัญมาก
- เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	2.99	1.050	สำคัญปานกลาง
ด้านราคาแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม	3.26	0.989	สำคัญปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			
- จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในเขตกทม.มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ	2.53	0.983	สำคัญน้อย
- ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท.และบางจาก	4.13	1.002	สำคัญมาก
- จุดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.51	1.024	สำคัญมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวม	3.39	0.693	สำคัญปานกลาง

ตาราง 3 (ต่อ)

ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านการส่งเสริมการตลาด			
- บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการ น้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	4.01	.951	สำคัญมาก
- ณ สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่ง บอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่าย	4.18	.873	สำคัญมาก
- สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีบริการจัด โปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 800 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น	3.78	1.128	สำคัญมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวม	3.99	0.838	สำคัญมาก
ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด โดยรวม	3.50	0.575	สำคัญมาก

จากตาราง 3 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลด้านทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีความสำคัญมากคือด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 และด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือข้อ เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนผสมช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และข้อ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 รองลงมาคือสำคัญปานกลาง ได้แก่ข้อ ความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และข้อ ผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.98 ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือข้อ มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 รองลงมาคือข้อ เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือข้อ ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในสถานบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท. และบางจาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ข้อ จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.51 รองลงมาคือสำคัญน้อย ข้อ จำนวนสถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในเขตกทม.มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.53 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมในระดับความสำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือข้อ ณ สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมาคือข้อ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และข้อ สถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีบริการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 800 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ท่านต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ที่ท่านต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20		
- รักษาเครื่องยนต์	25	6.25
- ประหยัดน้ำมัน	25	6.25
- ลดค่าใช้จ่าย	231	57.75
- ประหยัดพลังงานและแรงจูงใจให้ใช้พลังงานทดแทน	111	27.75
- อื่น ๆ **	8	2.00
รวม	400	100.00

**ประโยชน์อื่นๆ หมายถึง 4 ข้อรวมกัน สิ่งแวดล้อม ช่วยประเทศและเกษตรกร เพึ่งทดลองใช้ และไม่ได้ประโยชน์

จากตาราง 4 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ประโยชน์ที่ท่านต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการประโยชน์จากน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ การลดค่าใช้จ่าย จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 57.75 รองลงมาคือ การประหยัดพลังงานและแรงจูงใจให้ใช้พลังงานทดแทน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 มีการรักษาเครื่องยนต์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีการประหยัดน้ำมัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และประโยชน์อื่น ๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 (ครั้ง/สัปดาห์)		
1 ครั้ง/สัปดาห์	236	59.00
2 ครั้ง/สัปดาห์	125	31.25
3 ครั้ง/สัปดาห์	31	7.75
4 ครั้ง/สัปดาห์	4	1.00
5 ครั้ง/สัปดาห์	4	1.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 (ครั้ง/สัปดาห์) พบว่า

ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 (ครั้ง/สัปดาห์) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 1 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมา มีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 2 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 มีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 3 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 มีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 4 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 และความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 5 ครั้ง/สัปดาห์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 500 บาท	160	40.00
501 – 1,000 บาท	232	58.00
1,001 – 1,500 บาท	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง พบว่า

ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง จำนวน 501 – 1,000 บาท จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง จำนวน 1,001 – 1,500 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ		
ใกล้บ้าน	151	37.75
ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	54	13.50
ทางผ่าน	192	48.00
อื่น ๆ **	3	0.75
รวม	400	100.00

** สถานที่อื่นๆ หมายถึง ใกล้สถานที่ออกกำลังกาย ไม่ค่อยได้เติม และระยะทางไปกลับ 9 กม.

จากตาราง 7 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่า

สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ คือทางผ่าน จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 รองลงมาคือ ใกล้บ้าน จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 มีสถานที่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และน้อยที่สุด คือ สถานที่อื่น ๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		
ตนเอง	377	94.25
ครอบครัว	9	2.25
เพื่อน	7	1.75
ตัวแทนขายรถยนต์	5	1.25
อื่น ๆ **	2	0.50
รวม	400	100.00

** บุคคลอื่นๆ หมายถึง โฆษณาและสื่อโฆษณา

จากตาราง 8 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่า

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตนเอง จำนวน 377 คน คิดเป็นร้อยละ 94.25 รองลงมาได้แก่ ครอบครัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 มีเพื่อนเป็นบุคคลที่มีอิทธิพล จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 มีตัวแทนขายรถยนต์เป็นบุคคลที่มีอิทธิพล จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และบุคคลอื่น ๆ ที่มีอิทธิพล จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

พฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าท่านจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		
ใช่	336	84.00
ไม่ใช่	64	16.00
รวม	400	100.00
ท่านคิดว่าท่านจะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตหรือไม่		
เลิกใช้	87	21.75
ใช้ต่อไป	313	78.25
รวม	400	100.00
ท่านคิดว่าท่านจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		
บอก	299	74.75
ไม่บอก	101	25.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 สามารถอธิบายข้อมูลได้ว่า จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลด้านพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

ท่านคิดว่าท่านจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 และคิดว่าไม่ใช่ต่อไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00

ท่านคิดว่าท่านจะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตหรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อไป จำนวน 313 คน คิดเป็นร้อยละ 78.25 และคิดว่าจะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จำนวน 87 คน

ท่านคิดว่าท่านจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 299 คน คิดเป็นร้อยละ 74.75 และไม่มีการบอกต่อ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ ใน กรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า t - test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์	เพศชาย (n = 347)		เพศหญิง (n = 53)		t	df	Sig (2-tailed)
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ความถี่ในการมาเติมแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ย (ครั้ง/สัปดาห์)	1.53	0.757	1.57	0.821	-0.291	398	0.771
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อการเติม แก๊สโซฮอล์ E20 ในแต่ละครั้ง	629.08	219.349	608.49	178.330	0.651	398	0.515

จากตาราง 10 เมื่อเปรียบเทียบความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์) ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ย 1.53 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งน้อยกว่าเพศหญิงที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ย 1.57 ครั้งต่อสัปดาห์และเมื่อพิจารณาค่า Prob. (p) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.771 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง โดยเฉลี่ย 629.08 บาท ซึ่งมากกว่าเพศหญิงที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง 608.49 บาท และเมื่อพิจารณาค่า Prob. (p) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.515 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1.2 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

เพศ	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอลล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลดค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
ชาย	42	196	109	347
หญิง	8	35	10	53
รวม	50	231	119	400

$$\chi^2 = 3.488$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.175$$

จากตาราง 11 เมื่อเปรียบเทียบประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.175 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1.3 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เพศ	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
ชาย	170	177	347
หญิง	35	18	53
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 5.347$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.021$$

จากตาราง 12 เมื่อเปรียบเทียบสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1.4 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เพศ	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ตนเอง	ครอบครัว / เพื่อน / ตัวแทน ขายรถยนต์ / อื่น ๆ	
ชาย	330	17	347
หญิง	47	6	53
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 3.499$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.061$$

จากตาราง 13 เมื่อเปรียบเทียบบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1.5 เพศมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

เพศ	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
ชาย	288	59	347
หญิง	48	5	53
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 1.960$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.162$$

จากตาราง 14 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไประหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.162 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1.6 เพศมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20			
เพศ	ในอนาคต		รวม
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
ชาย	83	264	347
หญิง	4	49	53
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 7.241$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.007$$

จากตาราง 15 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.1.7 เพศมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

เพศ	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	หรือไม่		
	ลอก	ไม่บอก	
ชาย	252	95	347
หญิง	47	6	53
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 6.280$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.012$$

จากตาราง 16 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิง พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า F – test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.2.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	3.293*	4	395	0.011

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย Brown - Forsythe

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	2.988*	4	148.949	0.021

มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 เมื่อเปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ โดยการทดสอบด้วย Brown - Forsythe พบว่า มีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มอายุใดมีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบ Dunnett's T3 ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ย (ครั้ง/สัปดาห์)

อายุ						
		18-25 ปี	26-30 ปี	34-41 ปี	42-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
	$\bar{X}$	1.74	1.53	1.36	1.43	1.60
18-25 ปี	1.74	-	2.21	0.38*	0.31	0.14
26-33 ปี	1.53		-	0.17	0.10	-0.07
34-41 ปี	1.36			-	-0.07	-0.24
42-49 ปี	1.43				-	-0.17
50 ปีขึ้นไป	1.60					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงว่า ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์) ของผู้ที่มีอายุ 18-25 ปี แตกต่างจากความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์) ของผู้ที่มีอายุ 34-41 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์) ของผู้ที่มีอายุ 18-25 ปี ($\bar{X} = 1.74$) มากกว่าความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ (ครั้ง/สัปดาห์) ของผู้ที่มีอายุ 34-41 ปี ($\bar{X} = 1.36$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.2.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติม E20 โดยเฉลี่ย ต่อครั้ง	3.750**	4	395	0.005

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 20 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย Brown – Forsythe

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่าง

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติม E20 โดยเฉลี่ย ต่อครั้ง	2.120	4	162.440	0.081

จากตาราง 21 เมื่อเปรียบเทียบอายุของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง โดยการทดสอบด้วย Brown - Forsythe พบว่า มีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.081 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2.3 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน / ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	ลดค่าใช้จ่าย	
18-25 ปี	38	47	85
26-33 ปี	75	115	190
34-41 ปี	32	48	80
42 ปีขึ้นไป	24	21	45
รวม	169	231	400

$$\chi^2 = 6.930$$

Asymp. Sig = 0.140

จากตาราง 22 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.140 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอายุมี

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2.4 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
18-25 ปี	45	40	85
26-33 ปี	108	82	190
34-41 ปี	35	45	80
42 ปีขึ้นไป	17	28	45
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 8.657$$

Asymp. Sig = 0.070

จากตาราง 23 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2.5 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ตนเอง	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน ขายรถยนต์ /other	
18-25 ปี	74	11	85
26-33 ปี	182	8	190
34-41 ปี	78	2	80
42 ปีขึ้นไป	43	2	45
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 11.463$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.022$$

จากตาราง 24 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2.6 อายุมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปแตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
18-25 ปี	67	18	85
26-33 ปี	162	28	190
34-41 ปี	70	10	80
42ปีขึ้นไป	37	8	30
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 2.838$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.585$$

จากตาราง 25 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.585 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2.6 อายุมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ในอนาคต		
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
18-25 ปี	25	60	85
26-33 ปี	37	153	190
34-41 ปี	16	64	80
42 ปีขึ้นไป	9	36	45
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 3.735$$

Asymp. Sig = 0.443

จากตาราง 26 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.443 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2.6 อายุมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอล์ E20		
	บอก	ไม่บอก	
18-25 ปี	63	22	85
26-33 ปี	141	49	190
34-41 ปี	61	19	80
42 ปีขึ้นไป	34	11	45
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 0.217$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.995$$

จากตาราง 27 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอายุแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.995 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ใน กรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า F – test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.3.1 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	0.806	3	395	0.491

จากตาราง 28 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.491 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย ANOVA

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 395	0.593 232.845	0.148 0.589	0.251	0.909

จากตาราง 29 เมื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า ได้ค่า F เท่ากับ 0.251 และมีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.909 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3.2 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	0.731	3	395	0.534

จากตาราง 30 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.534 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย ANOVA

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม	4	434176.530	108544.133	2.397	0.050
	ภายในกลุ่ม	395	17886494.470	45282.264		

จากตาราง 31 เมื่อเปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ต่อครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า ได้ค่า F เท่ากับ 2.397 และมีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.050 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3.3 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน / ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	ลดค่าใช้จ่าย	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	11	24	35
ปริญญาตรี	115	151	266
สูงกว่าปริญญาตรี	43	56	99
รวม	169	231	400

$$\chi^2 = 4.479$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.345$$

จากตาราง 32 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.345 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3.4 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	17	18	35
ปริญญาตรี	141	125	266
สูงกว่าปริญญาตรี	47	52	99
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 6.466$$

Asymp. Sig = 0.167

จากตาราง 33 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3.5 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ครอบครัว /เพื่อน/		
	ตนเอง	ตัวแทนขายรถยนต์ /other	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	32	3	35
ปริญญาตรี	251	15	266
สูงกว่าปริญญาตรี	94	5	99
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 1.234$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.872$$

จากตาราง 34 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.872 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3.6 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปแตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	ใช้ แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	28	7	35
ปริญญาตรี	222	44	266
สูงกว่าปริญญาตรี	86	13	99
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 8.025$$

Asymp. Sig = 0.091

จากตาราง 35 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3.7 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

การศึกษา	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต		รวม
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	8	27	35
ปริญญาตรี	60	206	266
สูงกว่าปริญญาตรี	19	80	99
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 6.302$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.178$$

จากตาราง 36 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.178 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3.8 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

การศึกษา	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม แก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	บอก	ไม่บอก	
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าอนุปริญญา / ปวส.	24	11	35
ปริญญาตรี	197	69	266
สูงกว่าปริญญาตรี	78	21	99
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 4.198$$

Asymp. Sig = 0.380

จากตาราง 37 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.380 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า F – test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.4.1 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	1.543	5	394	0.175

จากตาราง 38 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.175 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย ANOVA

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	5	3.860	0.772	1.325	0.253
	ภายในกลุ่ม	394	229.577	0.583		

จากตาราง 39 เมื่อเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า ได้ค่า F เท่ากับ 1.325 และมีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.253 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มระดับการศึกษามีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 40 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	2.281*	5	394	0.046

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.046 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย Brown – Forsythe

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	2.055	5	66.797	0.082

จากตาราง 41 เมื่อเปรียบเทียบอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง โดยการทดสอบด้วย Brown - Forsythe พบว่า มีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.4.3 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 แตกต่างกัน

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัด พลังงาน / อื่นๆ	
นักศึกษา	6	23	9	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	7	46	24	77
พนักงานบริษัทเอกชน	26	128	56	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบ อาชีพ)/อื่นๆ	11	34	30	75
รวม	50	231	119	400

$$\chi^2 = 7.649$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.265$$

จากตาราง 42 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.265 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 43 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์		รวม
	E20		
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
นักศึกษา	21	17	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	33	44	77
พนักงานบริษัทเอกชน	115	95	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)/อื่นๆ	36	39	75
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 3.770$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.287$$

จากตาราง 43 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.287 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4.5 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 44 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์			
อาชีพ	E20		รวม
	ครอบครัว / เพื่อน/ ตัวแทน		
	ตนเอง	ขายรถยนต์ /other	
นักศึกษา	31	7	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	72	5	77
พนักงานบริษัทเอกชน	202	8	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)/อื่นๆ	72	3	75
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 13.219$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.004$$

จากตาราง 44 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4.6 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปแตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
นักศึกษา	32	6	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	60	17	77
พนักงานบริษัทเอกชน	181	29	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)/อื่นๆ	63	12	75
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 2.867$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.413$$

จากตาราง 45 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.413 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4.7 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 46 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ใน		รวม
	อนาคตหรือไม่		
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
นักศึกษา	11	27	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	22	55	77
พนักงานบริษัทเอกชน	40	170	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)/อื่นๆ	14	61	75
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 4.582$$

Asymp. Sig = 0.205

จากตาราง 46 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.205 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4.8 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 47 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

อาชีพ	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอลล์ E20		
	บอก	ไม่บอก	
นักศึกษา	31	7	38
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	53	24	77
พนักงานบริษัทเอกชน	158	52	210
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ / พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)/อื่นๆ	57	18	75
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 2.457$$

Asymp. Sig = 0.483

จากตาราง 47 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.483 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทุกกลุ่มอาชีพมีพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ใน กรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ ค่า F – test ซึ่งใช้ในการทดสอบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานข้อที่ 1.5.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	1.382	4	395	0.239

จากตาราง 48 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.239 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย ANOVA

ตาราง 49 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig (2-tailed)
ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	ระหว่างกลุ่ม	4	4.569	1.142	1.971	0.098
	ภายในกลุ่ม	395	228.869	0.579		

จากตาราง 49 เมื่อเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า ได้ค่า F เท่ากับ 1.971 และมีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.098 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า ทุกกลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.5.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มเท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย ANOVA และถ้าค่าความแปรปรวนของทุกกลุ่มไม่เท่ากัน จะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe

การทดสอบความเท่ากันของค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่มต่างๆ ด้วย Levene's test มีสมมติฐานทางสถิติ ดังนี้

H_0 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกัน

H_1 : ค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มโดยใช้ Levene's test

พฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	Levene Statistic	df1	df2	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	0.820	4	395	0.513

จากตาราง 50 ผลการทดสอบค่าความแปรปรวน พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. เท่ากับ 0.513 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่มีความแตกต่างกัน จึงทดสอบด้วย ANOVA

ตาราง 51 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

พฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig (2-tailed)
ค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊ส โซฮอล์ E20 โดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ระหว่างกลุ่ม ภายในกลุ่ม	4 395	670109.897 17650561.103	167527.474 44684.965	3.749**	0.005

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 เมื่อเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตอบแบบสอบถามกับพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า ได้ค่า F

เท่ากับ 3.749 และมีค่า Prob. (p) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่ว่า อย่างน้อย 2 กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มรายได้เฉลี่ยต่อเดือนใดมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง แตกต่างกัน ในรายคู่ใดบ้าง ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ปรากฏผลดังตาราง

ตาราง 52 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง

รายได้		ต่ำกว่า/ เท่ากับ				
		10,000 บาท	10,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	40,000 บาท ขึ้นไป
	$\bar{X}$	607.14	579.07	598.48	635.36	683.47
ต่ำกว่า/เท่ากับ						
10,000 บาท	607.14	-	28.07	8.66	-28.22	-76.33
10,000-20,000 บาท	579.07		-	-19.42	-56.29	-104.40*
20,001-30,000 บาท	598.48			-	-36.88	-84.99*
30,001-40,000 บาท	635.36				-	-48.11
40,000 บาทขึ้นไป	683.47					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 52 สามารถอธิบายได้ว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท แตกต่างจากค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ($\bar{X} = 579.07$) น้อยกว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 683.47$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 104.40

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท แตกต่างจากค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 598.48$) น้อยกว่าค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้งของผู้ที่มีรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X} = 683.47$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 84.99 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานข้อที่ 1.5.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 แตกต่างกัน

ตาราง 53 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน		
	/ ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	ลดค่าใช้จ่าย	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12	16	28
10,001-20,000 บาท	38	48	86
20,001-30,000 บาท	40	59	99
30,001-40,000 บาท	31	38	69
40,001 บาทขึ้นไป	48	70	118
รวม	169	231	400

$$\chi^2 = 0.597$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.963$$

จากตาราง 53 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.963 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 54 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	12	16	28
10,001-20,000 บาท	43	43	86
20,001-30,000 บาท	62	37	99
30,001-40,000 บาท	37	32	69
40,001 บาทขึ้นไป	51	67	118
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 9.172$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.057$$

จากตาราง 54 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.057 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 55 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน		
	ตนเอง	ขายรถยนต์ /other	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	23	5	28
10,001-20,000 บาท	81	5	86
20,001-30,000 บาท	95	4	99
30,001-40,000 บาท	65	4	69
40,001 บาทขึ้นไป	113	5	118
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 8.607$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.072$$

จากตาราง 55 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.072 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปแตกต่างกัน

ตาราง 56 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	22	6	28
10,001-20,000 บาท	74	12	86
20,001-30,000 บาท	86	13	99
30,001-40,000 บาท	60	9	69
40,001 บาทขึ้นไป	94	24	118
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 3.590$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.464$$

จากตาราง 56 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.464 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไปไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตแตกต่างกัน

ตาราง 57 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต		รวม
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	7	21	28
10,001-20,000 บาท	18	68	86
20,001-30,000 บาท	20	79	99
30,001-40,000 บาท	14	55	69
40,001 บาทขึ้นไป	28	90	118
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 0.705$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.951$$

จากตาราง 57 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.951 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านจะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

ตาราง 58 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	บอก	ไม่บอก	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	22	6	28
10,001-20,000 บาท	62	24	86
20,001-30,000 บาท	75	24	99
30,001-40,000 บาท	55	14	69
40,001 บาทขึ้นไป	85	33	118
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 1.952$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.745$$

จากตาราง 58 เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน พบว่า มีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.745 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ด้านบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2.1 การทดสอบสมมติฐาน:กิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

2.1.1 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 59 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

กิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอลล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลดค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	37	150	74	261
มาก - มากที่สุด	7	35	21	63
รวม	44	185	95	324

$$\chi^2 = 0.813$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.666$$

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.666 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.2 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 60 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน , สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	131	130	261
มาก - มากที่สุด	30	33	63
รวม	161	163	324

$$\chi^2 = 0.134$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.714$$

จากตาราง 60 สามารถอธิบายได้ว่าความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.714 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.3 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 61 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จัดใหม่		รวม ตนเอง
	ตนเอง	ครอบครัว / เพื่อน / ตัวแทนขาย รถยนต์ / อื่น ๆ	
น้อย - ปานกลาง	248	13	261
มาก - มากที่สุด	58	5	63
รวม	306	18	324

$$\chi^2 = 0.845$$

Asymp. Sig = 0.358

จากตาราง 61 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.358 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.4 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 62 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
น้อย - ปานกลาง	218	43	261
มาก - มากที่สุด	58	5	63
รวม	276	48	324

$$\chi^2 = 2.932$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.087$$

จากตาราง 62 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.087 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.1.5 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 63 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ใน อนาคตหรือไม่		
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	รวม
น้อย - ปานกลาง	59	202	261
มาก - มากที่สุด	7	56	63
รวม	66	258	324

$$\chi^2 = 4.134 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.042 \quad \text{Cramer's V} = 0.113 \quad \text{Approx. Sig} = 0.042$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.042 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.113

2.1.6 กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : กิจกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 64 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของกิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมแก๊สโซฮอล์		รวม
	E20 หรือไม่		
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	191	70	261
มาก - มากที่สุด	56	7	63
รวม	247	77	324

$$\chi^2 = 6.912 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.009 \quad \text{Cramer's V} = 0.146 \quad \text{Approx. Sig} = 0.009$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 64 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรมกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน

แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า กิจกรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.146

สมมติฐานที่ 2.2 การทดสอบสมมติฐาน: ความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

2.2.1 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 65 แสดงผล การทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	16	65	37	118
มาก - มากที่สุด	34	164	82	280
รวม	50	229	119	398

$$\chi^2 = 0.427 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.808$$

จากตาราง 65 สามารถอธิบายได้ว่าความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจี้รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า

Asymp. Sig. เท่ากับ 0.808 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2.2 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 66 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	56	62	118
มาก - มากที่สุด	148	132	280
รวม	204	194	398

$$\chi^2 = 0.969 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.325$$

จากตาราง 66 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.325 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน

แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2.3 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E

ตาราง 67 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม		รวม
	แก๊สโซฮอลล์ E20จัดใหม่		
	ตนเอง	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทนขายรถยนต์ /other	
น้อย - ปานกลาง	113	5	118
มาก - มากที่สุด	262	18	280
รวม	375	23	398

$$\chi^2 = 0.732$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.392$$

จากตาราง 67 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.392 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.2.4 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 68 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
น้อย - ปานกลาง	87	31	118
มาก - มากที่สุด	248	32	280
รวม	335	63	398

$$\chi^2 = 13.726 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's V} = 0.186 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 68 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน

กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.186

2.2.5 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 69 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ใน		รวม
	อนาคตหรือไม่		
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
น้อย - ปานกลาง	40	78	118
มาก - มากที่สุด	46	234	280
รวม	86	312	398

$\chi^2 = 14.957$ Asymp. Sig = 0.000 Cramer's V = 0.194 Approx. Sig = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 69 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส

โซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.194

2.2.6 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความสนใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 70 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	73	45	118
มาก - มากที่สุด	226	54	280
รวม	299	99	398

$$\chi^2 = 15.785 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's } V = 0.199 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 70 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความสนใจกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความสนใจ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.199

สมมติฐานที่ 2.3 การทดสอบสมมติฐาน: ความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

2.3.1 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 71 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	11	35	16	62
มาก - มากที่สุด	39	196	103	338
รวม	50	231	119	400

$$\chi^2 = 2.018 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.365$$

จากตาราง 71 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.365 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3.2 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็น ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 72 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	สถานที่ในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	จัดใหม่		
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	30	32	62
มาก - มากที่สุด	175	163	338
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 0.241$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.624$$

จากตาราง 72 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.624 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3.3 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 73 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ตนเอง	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน ขายรถยนต์ /other	
น้อย - ปานกลาง	56	6	62
มาก - มากที่สุด	321	17	338
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 2.088$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.148$$

จากตาราง 73 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.148 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.3.4 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 74 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
น้อย - ปานกลาง	41	21	62
มาก - มากที่สุด	295	43	338
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 17.435 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's V} = 0.209 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 74 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.209

2.3.5 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 75 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเลิกใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ใน		รวม
	อนาคตหรือไม่		
	เลิกใช้	ใช้ต่อไป	
น้อย - ปานกลาง	31	31	62
มาก - มากที่สุด	56	282	338
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 34.406$$

Asymp. Sig = 0.000

Cramer's V = 0.293

Approx. Sig = 0.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 75 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับปานกลางโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.293

2.3.6 ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 76 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม แก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		รวม
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	35	27	62
มาก - มากที่สุด	264	74	338
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 13.016 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.001 \quad \text{Cramer's V} = 0.180 \quad \text{Approx.Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 76 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความคิดเห็น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน

กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำโดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.180

สมมติฐานที่ 2.4 การทดสอบสมมติฐาน: รูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

2.4.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถพยากรณ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตไม่สามารถพยากรณ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้

H_1 : รูปแบบการดำเนินชีวิตสามารถพยากรณ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยด้วยเทคนิค Stepwise ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ซึ่งผลการทดสอบแสดงดังตาราง 77

ตาราง 77 แสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยใช้การวิเคราะห์ Multiple Regression

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	4.578	1	4.578	7.961**	0.005
Residual	228.860	398	0.575		
Total	233.438	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับกลุ่มตัวแปรอิสระ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถสร้างสมการพยากรณ์เชิงเส้นตรงได้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ สามารถคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณได้ ดังนี้

ตาราง 78 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	SE	Beta	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	1.153	0.141		0.000
รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม	0.131	0.046	0.140**	0.005
$r = 0.140$		Adjusted $r^2 = 0.017$		
$r^2 = 0.020$		SE = 0.758		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ค่า Adjusted R^2 พบว่า ตัวแปรที่สามารถพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 คือ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ซึ่งสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้ร้อยละ 0.017 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ค่า Standardized (Beta) แสดงว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม เป็นตัวแปรที่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.131

และจากค่า Unstandardized (B) พบว่า หากไม่พิจารณา รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 3 ด้าน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จะพบว่าพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่าอยู่ที่ระดับ 1.153 ครั้ง /สัปดาห์

และหากผู้บริโภคที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีระดับความสนใจต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้ผู้บริโภคที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีพฤติกรรมด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพิ่มขึ้น 0.131 ครั้ง ทั้งนี้เมื่อกำหนดให้รูปแบบการดำเนินชีวิตอีก 3 ด้าน มีค่าคงที่

ส่วนตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มี 2 ตัวแปร ได้แก่ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ และรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่ได้เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

2.4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

H_1 : รูปแบบการดำเนินชีวิตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือข้อมูล 2 ชุดที่เป็นอิสระจากกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05

ตาราง 79 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิต	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านกิจกรรม	0.082	0.102	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความสนใจ	0.005	0.926	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านความคิดเห็น	0.044	0.385	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง พบว่าความสัมพันธ์ระหว่าง รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.102 , 0.926 และ 0.385 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลกระทบต่อ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3.1 การทดสอบสมมติฐาน: ผลกระทบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.1.1 ผลกระทบที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลกระทบที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : ผลกระทบที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 80 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลกระทบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ผลกระทบน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	33	170	87	290
มาก - มากที่สุด	17	61	32	110
รวม	50	231	119	400

$$\chi^2 = 1.220$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.543$$

จากตาราง 80 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลกระทบกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.543 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลกระทบที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.1.2 ผลិតภณัฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลิตภณัฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ

H_1 : ผลิตภณัฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ

ตาราง 81 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลิตภณัฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ

ผลิตภณัฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	140	150	290
มาก - มากที่สุด	65	45	110
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 3.734 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.053$$

จากตาราง 81 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลิตภณัฑ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.053 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภณัฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล E20 เป็นประจำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.1.3 ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 82 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	จัดใหม่		
	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน		
	ตนเอง	ขายรถยนต์ /other	
น้อย - ปานกลาง	270	20	290
มาก - มากที่สุด	107	3	110
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 2.558$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.110$$

จากตาราง 82 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.110 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.1.4 ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 83 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ผลลัพธ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
น้อย - ปานกลาง	235	55	290
มาก - มากที่สุด	101	9	110
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 6.900 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.009 \quad \text{Cramer's V} = 0.131 \quad \text{Approx. Sig} = 0.009$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 83 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.131

3.1.5 ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 84 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ในอนาคตหรือไม่		
	เติมน้ำมัน	ไม่เติมน้ำมัน	
น้อย - ปานกลาง	79	211	290
มาก - มากที่สุด	8	102	110
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 18.685 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's V} = 0.216 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 84 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้าน แนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคตในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.216

3.1.6 ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐาน ทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 85 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ผลลัพธ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	202	88	290
มาก - มากที่สุด	97	13	110
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 14.503 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's V} = 0.190 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 85 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของผลลัพธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.190

สมมติฐานที่ 3.2 การทดสอบสมมติฐาน: รากากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.2.1 รากามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : รากามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 86 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของรากากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลดค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	38	147	84	269
มาก - มากที่สุด	12	84	35	131
รวม	50	231	119	400

$$\chi^2 = 3.710 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.156$$

จากตาราง 86 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรากากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.156 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.2 ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 87 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ประจำ		รวม
	จัดใหม่		
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน /อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	140	129	269
มาก - มากที่สุด	65	66	131
รวม	205	195	400

$$\chi^2 = 0.208$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.649$$

จากตาราง 87 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.649 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.3 ราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 88 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จัดใหม่		
	ตนเอง	ครอบครัว / เพื่อน/ ตัวแทนขายรถยนต์ / other	รวม
น้อย - ปานกลาง	252	17	269
มาก - มากที่สุด	125	6	131
รวม	377	23	400

$$\chi^2 = 0.492$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.483$$

จากตาราง 88 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.483 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.2.4 ราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 89 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
น้อย - ปานกลาง	216	53	269
มาก - มากที่สุด	120	11	131
รวม	336	64	400

$$\chi^2 = 8.378 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.004 \quad \text{Cramer's V} = 0.145 \quad \text{Approx. Sig} = 0.004$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 89 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.145

3.2.5 ราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 90 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	ในอนาคตหรือไม่		
	เติมน้ำมัน	ไม่เติมน้ำมัน	
น้อย - ปานกลาง	69	200	269
มาก - มากที่สุด	18	113	131
รวม	87	313	400

$$\chi^2 = 7.343$$

Asymp. Sig = 0.007

Cramer's V = 0.135

Approx. Sig = 0.007

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 90 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.135

3.2.6 ราคามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 91 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	183	86	269
มาก - มากที่สุด	116	15	131
รวม	299	101	400

$$\chi^2 = 19.654 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's } V = 0.222 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 91 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของราคากับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.222

สมมติฐานที่ 3.3 การทดสอบสมมติฐาน: ช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 92 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัดพลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	33	153	86	272
มาก - มากที่สุด	15	66	25	106
รวม	48	219	111	378

$$\chi^2 = 2.397$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.202$$

จากตาราง 92 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.202 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 93 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ประจำ จัดใหม่		รวม
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน /อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	134	138	272
มาก - มากที่สุด	62	44	106
รวม	196	182	378

$$\chi^2 = 2.600$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.107$$

จากตาราง 93 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.107 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 94 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	จัดใหม่		
	ตนเอง	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน	
		ขายรถยนต์ /other	
น้อย - ปานกลาง	254	18	272
มาก - มากที่สุด	102	4	106
รวม	356	22	378

$$\chi^2 = 1.126$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.289$$

จากตาราง 94 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.289 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.3.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 95 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช้	ไม่ใช้	
น้อย - ปานกลาง	224	48	272
มาก - มากที่สุด	98	8	106
รวม	322	56	378

$\chi^2 = 6.165$ Asymp. Sig = 0.013 Cramer's V = 0.128 Approx. Sig = 0.013

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 95 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.013 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.128

3.3.5 ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 96 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ใน		รวม
	อนาคตหรือไม่		
	เติมน้ำมัน	ไม่เติมน้ำมัน	
น้อย - ปานกลาง	64	208	272
มาก - มากที่สุด	13	93	106
รวม	77	301	378

$$\chi^2 = 5.967 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.015 \quad \text{Cramer's V} = 0.126 \quad \text{Approx. Sig} = 0.015$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 96 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.126

3.3.6 ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 97 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติม		รวม
	แก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	197	75	272
มาก - มากที่สุด	91	15	106
รวม	288	90	378

$$\chi^2 = 7.575$$

Asymp. Sig = 0.006

Cramer's V = 0.142

Approx. Sig = 0.006

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 97 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของช่องทางการจัดจำหน่ายกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.142

สมมติฐานที่ 3.4 การทดสอบสมมติฐาน: การส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.4.1 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

ตาราง 98 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20

การส่งเสริมการตลาดน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20	ประโยชน์ที่ต้องการจากแก๊สโซฮอล์ E20			รวม
	รักษาเครื่องยนต์ / ประหยัดน้ำมัน	ลด ค่าใช้จ่าย	ประหยัด พลังงาน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	19	80	46	145
มาก - มากที่สุด	31	149	69	249
รวม	50	229	115	394

$$\chi^2 = 0.880$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.644$$

จากตาราง 98 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.644 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านประโยชน์ที่ต้องการจาก E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4.2 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

ตาราง 99 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์		รวม
	E20 เป็นประจำ		
	ใกล้บ้าน/ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	ทางผ่าน / อื่นๆ	
น้อย - ปานกลาง	66	79	145
มาก - มากที่สุด	136	113	249
รวม	202	192	394

$$\chi^2 = 3.038$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.081$$

จากตาราง 99 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.081 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4.3 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 100 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E20

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E20	บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมแก๊สโซฮอล์ E20		รวม
	จัดใหม่		
	ครอบครัว /เพื่อน/ ตัวแทน		
	ตนเอง	ขายรถยนต์ /other	
น้อย - ปานกลาง	137	8	145
มาก - มากที่สุด	234	15	249
รวม	371	23	394

$$\chi^2 = 0.043$$

$$\text{Asymp. Sig} = 0.836$$

จากตาราง 100 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.836 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3.4.4 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

ตาราง 101 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ใช้แก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป		รวม
	ใช่	ไม่ใช่	
น้อย - ปานกลาง	106	39	145
มาก - มากที่สุด	226	23	249
รวม	332	62	394

$$\chi^2 = 21.552 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's V} = 0.234 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 101 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.234

3.4.5 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

ตาราง 102 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ใน		รวม
	อนาคตหรือไม่		
	เติมน้ำมัน	ไม่เติมน้ำมัน	
น้อย - ปานกลาง	52	93	145
มาก - มากที่สุด	31	218	249
รวม	83	311	394

$$\chi^2 = 30.207 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's } V = 0.277 \quad \text{Approx Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 102 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.277

3.4.6 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ตาราง 103 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 หรือไม่		รวม
	บอก	ไม่บอก	
น้อย - ปานกลาง	92	53	145
มาก - มากที่สุด	204	45	249
รวม	296	98	394

$$\chi^2 = 16.746 \quad \text{Asymp. Sig} = 0.000 \quad \text{Cramer's } V = 0.206 \quad \text{Approx. Sig} = 0.000$$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 103 สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมัน

แก๊สโซฮอล์ E20 พบว่ามีค่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

และเมื่อพิจารณาหาระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยใช้สถิติ Cramer's V พบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.206

สมมติฐานที่ 3.5 การทดสอบสมมติฐาน: ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.5.1 ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

H_1 : ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือข้อมูล 2 ชุดที่เป็นอิสระจากกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05

ตาราง 104 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านผลิตภัณฑ์	0.059	0.239	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านราคา	0.016	0.750	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-0.012	0.814	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.016	0.755	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 104 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.239, 0.750, 0.814 และ 0.755 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

3.5.2 ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง

H_1 : ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือข้อมูล 2 ชุดที่เป็นอิสระจากกัน โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05

ตาราง 105 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง

ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการเติม E20 ต่อครั้ง		
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์
ด้านผลิตภัณฑ์	0.018	0.718	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านราคา	-0.036	0.467	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.072	0.149	ไม่มีความสัมพันธ์กัน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.028	0.578	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

จากตาราง 105 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.718, 0.467, 0.149 และ 0.578 ตามลำดับ ซึ่งมากกว่า 0.01 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ทศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร ด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง

ตาราง 106 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรตาม		พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20							
		ประโยชน์	ความถี่	ค่าใช้จ่าย	สถานที่	บุคคล	ใช้ต่อ	เลิกใช้	บอกต่อ
ตัวแปรต้น									
ลักษณะทาง	เพศ	X	X	X	√	X	X	√	√
ประชากร	อายุ	X	√	X	X	√	X	X	X
ศาสตร์	ระดับ	X	X	X	X	X	X	X	X
	การศึกษา	X	X	X	X	X	X	X	X
	อาชีพ	X	X	X	X	√	X	X	X
	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	X	X	√	X	X	X	X	X
รูปแบบการ	กิจกรรม	X	√	X	X	X	X	√	√
ดำเนินชีวิต	ความสนใจ	X	X	X	X	X	√	√	√
	ความคิดเห็น	X	X	X	X	X	√	√	√
ส่วนประสม	ผลิตภัณฑ์	X	X	X	X	X	√	√	√
ทาง	ราคา	X	X	X	X	X	√	√	√
การตลาด	ช่องทางการจัดจำหน่าย	X	X	X	X	X	√	√	√
	การส่งเสริมการตลาด	X	X	X	X	X	√	√	√

หมายเหตุ √ สอดคล้องกับสมมติฐาน
 X ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผลอภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานครเพื่อที่จะนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญเพื่อกำหนดกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และปรับปรุงวิธีการดำเนินงานให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม(Activities) ด้านความสนใจ(Interests)และด้านความคิดเห็น(Opinions) มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. รูปแบบการดำเนินชีวิต อันได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
3. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครได้

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดประชากรและเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. เก็บรวบรวมข้อมูล
4. จัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Honda (City –ZX, Civic, Accord, CR-V) Mitsubishi (Space Wagon 4G69 MIVEC NA4, EFI) Mazda (Mazda 3) Nissan (Teana, Tiida) Ford Focus และ Ford Escape 3.0 L ตั้งแต่ปี 2005 ซึ่งสามารถใช้ได้ทุกรุ่น รวมถึงรุ่นที่จะออกตามมาในปี 2008 จากประชากรผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องในกรุงเทพมหานคร

2. ขนาดผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จากสถานบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง

การเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ตอบแบบสอบถามแบบสะดวก (Convenience sampling) โดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งจะกำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และได้ทำการจัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปของ HTML file ซึ่งจะนำแบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่

<http://www.altisclub.com>

<http://www.fordclub.net>

<http://www.civicef.com>

<http://www.hondajazzlover.com>

<http://www.hondacrvclub.com>

<http://www.tiida-club.net>

<http://www.vios-club.com>

<http://www.newaltisclub.com>

<http://www.accordclubthailand.com>

<http://www.hondaloverclub.com>

<http://www.fordfocusclub.com>

<http://www.yaris-club.net>

<http://www.welovecivic.com>

<http://www.newviosclub.com>

<http://www.hondajazz-club.com>

<http://www.thaimazda3.com>

<http://www.panthip.com>

เพื่อให้ผู้ขับขี่ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถกรอกแบบสอบถามได้โดยสะดวก

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ ด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ ผลกระทบ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้แก่ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และพฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

2. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา ภาษา และข้อบกพร่องของข้อคำถาม เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และผู้ตอบแบบสอบถาม ประมวลผลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดที่ได้รับการพิจารณาแบบสอบถามเป็นรายข้อแล้วนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้เป็นไปตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 30 ตัวอย่าง เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538: 125-126) ได้ดังนี้

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 3 ด้าน ดังนี้

ด้านกิจกรรม	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8039
ด้านความสนใจ	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8292
ด้านความคิดเห็น	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7747

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8345
ด้านราคา	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8342
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7878
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.7962

ซึ่งเมื่อเก็บแบบสอบถามรวบรวมได้ครบจำนวน 400 คน นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วจึงลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

4. นำแบบสอบถามไปใช้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ และงานวิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องจากสิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยการใช้วิธีแจกแบบสอบถามแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 ตัวอย่าง ผ่านเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2552 จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบมาตรฐานและความเรียบร้อยของแบบสอบถาม

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. ทำการลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS for Windows
3. การคำนวณสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน วิเคราะห์โดยใช้การแสดงถึงความแตกต่างความสัมพันธ์และการพยากรณ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้ Independent Sample t-test , การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Anova) การวิเคราะห์ตัวแปรชนิดกลุ่ม 2 ตัวแปร (Pearson Chi-Square) การวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ รูปแบบการดำเนินชีวิตทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมกรเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้ตอบแบบสอบถามผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 86.75 มีอายุระหว่าง 26 – 33 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 52.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจำนวน 40,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 29.50

2. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม อยู่ในระดับความสำคัญมาก เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 รองลงมาคือด้านความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และด้านสุดท้ายมีความสำคัญปานกลาง คือด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรม ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ของท่านเอง รองลงมาคือ ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานทางเลือกหรือทดแทน และท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับสถานบริการน้ำมัน เช่น การเข้าร่วมสมัคร “บัตรแก๊สโซฮอล์คลับ” ของสถานบริการน้ำมันบางจาก ตามลำดับ

ด้านความสนใจ ด้านความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ท่านให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับทางครอบครัว รองลงมาคือ ท่านให้ความสนใจในเรื่องของพลังงานทางเลือกหรือทดแทนมากขึ้นในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ และ ท่านมักติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกหรือทดแทนจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็น ด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือ ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบัน รองลงมาคือ ท่านคิดว่าบุคคลทั่วไปควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการช่วยประหยัดพลังงาน และท่านคิดว่ากระทรวงพลังงานควรร่วมมือกับค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้รถยนต์ ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์

E20

ทัศนคติส่วนประสมทางการตลาด น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม มีความสำคัญมาก เมื่อมีการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีความสำคัญมากคือด้านการส่งเสริมการตลาดแก๊สโซฮอล์ E20 รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ E20, ด้านผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอล์ E20 และ ด้านราคาแก๊สโซฮอล์ E20 ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือ เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม รองลงมาได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E20 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ ความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่ มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ และ ผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ ตามลำดับ

ด้านราคา ด้านราคาแก๊สโซฮอล์ E20 โดยรวม พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือ มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ รองลงมาคือ เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากคือ ต้องการให้มีแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในสถานบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท.และบางจาก รองลงมาคือ จุดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ และจำนวนสถานบริการแก๊สโซฮอล์ E20 ในเขตกทม.มีมากเพียงพอต่อการให้บริการตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดแก๊สโซฮอล์ E20 ข้อที่มีความสำคัญมากคือ ณ สถานบริการน้ำมันควรคิดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีแก๊สโซฮอล์ E20 รองลงมาคือ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของแก๊สโซฮอล์ E20 และสถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีบริการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 800 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือลดค่าใช้จ่าย รองลงมาคือการประหยัดพลังงานและแรงจูงใจให้ใช้พลังงานทดแทน ส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งมีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 1 ครั้ง/สัปดาห์ รองลงมามีความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 2 ครั้ง/สัปดาห์ มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อครั้ง จำนวน 501 – 1,000 บาท สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นประจำ คือทางผ่าน รองลงมาคือ ใกล้เคียงบ้าน บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ตนเอง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่า จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป และจะมีการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

5. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านสถานที่ในการเติม , การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพศมีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ , ความถี่ , ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย , บุคคลที่มีอิทธิพล , การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านความถี่ และบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุมีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ , ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย , สถานที่ในการเติม , การใช้ต่อ , การเลิกใช้ในอนาคต , และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ระดับการศึกษามีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในทุก ๆ ด้าน ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพมีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ , ความถี่ , ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย , สถานที่ในการเติม , การใช้ต่อ , การเลิกใช้ในอนาคต , และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แตกต่างกัน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ , ความถี่ , ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย , สถานที่ในการเติม , บุคคลที่มีอิทธิพล , การใช้ต่อ , การเลิกใช้ในอนาคต , และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 กิจกรรมมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

สมมติฐานที่ 2.1.1 กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า กิจกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.1.2 กิจกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

สมมติฐานที่ 2.2.6 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

เมื่อพิจารณาพบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2.7 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคต

เมื่อพิจารณาพบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้าน
แนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง
สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2.8 ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ความสนใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้าน
แนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

สมมติฐานที่ 2.3.1 ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.2 ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3.3 ความคิดเห็นไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลตอบแทน ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยแยกออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ผลตอบแทนมีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

สมมติฐานที่ 3.1.1 ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.2 ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.3 ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.4 ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.5 ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลตอบแทนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.6 ผลลัพธ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลกระทบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.7 ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคต

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้าน
แนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่ง
สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.1.8 ผลิตภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20
ในด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ผลลัพธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้าน
แนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้อง
กับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

สมมติฐานที่ 3.2.1 ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านประโยชน์ที่ต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2.2 ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20
ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2.3 ราคาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20
ในด้านค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

สมมติฐานที่ 3.4.4 การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านสถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4.5 การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า การส่งเสริมการตลาดไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4.6 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป

เมื่อพิจารณาพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4.7 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต

เมื่อพิจารณาพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มที่จะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4.8 การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

เมื่อพิจารณาพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านแนวโน้มบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายผลพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ขับขีรถยนต์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติในเชิงบวกต่อส่วนประสมทางการตลาดของพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร คือ มีความสำคัญมาก ซึ่งส่วนใหญ่มีแนวโน้มในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ต่อไป รวมถึงในอนาคต และมีการบอกต่อให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมภินิ เกตุเชื้อสัตว์ (2549) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 24-29 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท/เดือน โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ในระดับสูง มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ทดแทนน้ำมันเบนซิน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนารี (2537) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซิน สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ผู้ใช้น้ำมันมีแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วในอนาคตอย่างแน่นอนเพราะต้องการลดมลพิษในอากาศ สอดคล้องกับประโยชน์ที่ได้รับจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านของสิ่งแวดล้อม นั่นก็คือ ประหยัดพลังงานและรณรงค์ให้ใช้พลังงานทดแทน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ ด้านกิจกรรม(Activities) ด้านความสนใจ(Interests) และด้านความคิดเห็น(Opinions) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

2.1 ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือข้อท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ของท่านเอง รองลงมาคือข้อท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประหยัดพลังงานทางเลือกหรือทดแทน และข้อท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับสถานบริการน้ำมัน เช่น การเข้าร่วมสมัคร “บัตรแก๊สโซฮอล์คลับ” ของสถานบริการน้ำมันบางจาก ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 260) เรื่องบทบาทของแบบของการใช้ชีวิต แบบของการใช้ชีวิตสำหรับผู้บริโภคมี 2 บทบาท คือ

2.1.1 เป็นตัวจูงใจหลักให้มีการซื้อใช้ (A Basic Motivator) เช่น ความปรารถนาที่จะรักษาและเพิ่มพูนแบบของการใช้ชีวิตในปัจจุบัน ทำให้เกิดกิจกรรมการตัดสินใจและใช้สินค้า ความต้องการที่จะตัดสินใจซื้อนี้เกิดมาจากเราคือใคร เราเป็นอะไรและปัญหาและโอกาสที่เราประสบในชีวิต

2.1.2 การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากผลของการตัดสินใจ ผลของการที่ผู้บริโภคทำการตัดสินใจเกี่ยวกับสินค้า จะก่อให้เกิดข่าวสารจูงใจและทัศนคติ ข่าวสารนี้จะเปลี่ยนหรือเสริมแรง

(reinforce) แบบของการใช้ชีวิต เช่น การใช้หรือการประเมินผลวันหยุดสุดสัปดาห์ อาจนำไปสู่แบบของการใช้ชีวิตในการท่องเที่ยว (Travel – oriented Lifestyle) ในระดับสูงกว่าเดิม แบบของการใช้ชีวิตอาจเปลี่ยนแปลงถ้าเกิดมีการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล กลุ่มอ้างอิงครอบครัว เป็นต้น

2.2 ด้านความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือข้อท่านให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับทางครอบครัว รองลงมาคือข้อท่านให้ความสนใจในเรื่องของพลังงานทางเลือกหรือทดแทนมากขึ้นในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ และข้อท่านมักติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกหรือทดแทนจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535: 111 – 113) เรื่องแรงจูงใจทางจิตใจและสังคม ซึ่งเกิดขึ้นจากสภาพสังคม วัฒนธรรม การเรียนรู้และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับอยู่ จึงจะเข้าใจและเลือกปฏิบัติได้ ดังเช่น เมื่อบุคคลเกิดความสนใจในด้านใดด้านหนึ่งจะทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติกันมากขึ้น ดังเช่น จากสภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ทำให้นักกลเลือกที่จะเปลี่ยนการเติมน้ำมันจากเดิมคือ น้ำมันเบนซินมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ทดแทน ดังนั้น การกระทำที่เกิดขึ้นตัวนี้เกิดจากการได้รับรู้และได้รับประสบการณ์ในด้านราคาน้ำมันทำให้เกิดการเลือกปฏิบัติขึ้นนั่นเอง

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2551 (หนังสือพิมพ์แนวหน้า, 15 เมษายน 2551) ที่พบว่าเศรษฐกิจไทยยังคงเผชิญปัจจัยภายนอกที่ไม่เอื้ออำนวยจากการสูงขึ้นของราคาน้ำมัน ทำให้ประชาชนต้องประหยัดและควบคุมค่าใช้จ่ายในการบริโภคกันมากขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันประเทศต่างๆ เริ่มให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาโลกร้อนจะเห็นได้จาก การร่วมมือลงนามในพิธีสารโตเกียวที่เกี่ยวข้องกับการพยายามลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ นอกจากนี้ประเทศไทย ยังมีแนวทางส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก

2.3 ด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 พบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุดคือท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบัน รองลงมาคือข้อท่านคิดว่าบุคคลทั่วไปควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาลในการช่วยประหยัดพลังงาน และข้อท่านคิดว่ากระทรวงพลังงานควรร่วมมือกับค่ายรถยนต์ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้รถยนต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมภินิ เกตุเชื้อสัตย์ (2549) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาล บริษัทผู้ค้าน้ำมัน ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์และผู้เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือในการผลักดันให้การใช้แก๊สโซฮอลล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลกลายเป็นนโยบายระดับประเทศ และส่งเสริมให้เกิดการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ในลักษณะที่เข้าใจง่ายผ่านสื่อมวลชนอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรมีการสอดแทรกแนวคิดในเรื่องของจิตสำนึกในการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการคำนึงถึงประโยชน์ที่ประเทศชาติจะได้รับ จากการส่งเสริมให้เกิดการใช้พลังงานแก๊สโซฮอลล์ควบคู่ไปด้วย

ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดของ อุดลย์ จาตุรงคกุล. 2543: 261 เรื่องความตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active Versus Passive) เช่น ความตื่นตัวในด้านการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งในปัจจุบันต้องมีการร่วมมือกันรณรงค์ และประชาสัมพันธ์ช่วยกันประหยัดพลังงานให้มากขึ้น ดังจากที่เห็นจากผลการวิเคราะห์ในด้านปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่องสำคัญในปัจจุบันนั้นเป็นข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด นั่นเป็นการบอกแล้วว่า ปัจจุบันคนไทยได้ให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้นพร้อมกับตื่นตัวกันช่วยประหยัดพลังงาน เช่น การลดใช้พลังงานทดแทนอย่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 แทนการใช้น้ำมันเบนซิน เป็นต้น

ทั้งนี้ยังมีความสอดคล้องกันของสำนักงาน ปตท.: 2551 ในประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

ด้านสิ่งแวดล้อม

1) ลดมลพิษทางอากาศ และแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เนื่องจากเอทานอลเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ที่สามารถย่อยสลายได้โดยไม่เกิดมลพิษตกค้าง

2) ลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนมอนนอกไซด์ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดภาวะโลกร้อน และวิกฤตการณ์ธรรมชาติแปรปรวน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3.50 ซึ่งหมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติในทุก ๆ ด้านในระดับ ให้ความสำคัญมาก ซึ่ง คอตเลอร์ (Kotler, 2003: 199) ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง การประเมินความพึงพอใจหรือไม่พอใจของบุคคลต่อความรู้สึกด้านอารมณ์และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านจะพบว่า

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม , แก๊สโซฮอล์ E20 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ , ความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ และผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 , 3.63 , 3.00 และ 2.98 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณารี (2537) เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติที่มีต่อน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้เลือกใช้น้ำมันเบนซิน สำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า เหตุผลสำคัญของการใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว คือ ต้องการช่วยลดมลภาวะในอากาศ ส่วนเหตุผลของการใช้น้ำมันเบนซินซูเปอร์ คือ ความเคยชินและมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันว่าไม่ทำให้เครื่องยนต์มีปัญหา

3.2 ด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ และเป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และ 2.99 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดที่ว่า สินค้าและบริการที่มีราคาถูกล่าช้าจะได้รับความนิยมในผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย แต่บางครั้งอาจมีการตั้งราคาสูงเพื่อเป็นเครื่องหมายูงใจให้ผู้บริโภคบางกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้า เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้สินค้าราคาแพง ซึ่งบางครั้งได้มีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างกันไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับอีกด้วย

แสดงราคาน้ำมัน ณ วันที่ 27 มีนาคม 2552 ดังนี้ ณ สถานีบริการ ในเขต กทม.

หน่วย: บาท/ลิตร

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (Gasohol 95 - E10)	25.04
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (Gasohol 95 - E20)	22.74
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (Gasohol 95 - E85)	16.69
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (Gasohol 91 - E10)	24.24
น้ำมันเบนซิน ออกเทน 95 (ULG 95 RON)	33.84
น้ำมันเบนซิน ออกเทน 91 (UGR 91 RON)	28.84
น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว (HSD, 0.05%S)	22.69
น้ำมันดีเซลหมุนเร็ว บี5 (HSD - B5)	19.69

3.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ความต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท.และบางจาก , จุดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ และจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานครมีมากเพียงพอต่อการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 , 3.51 และ 2.53 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับคอตเลอร์ (Kotler. 1997) ที่อธิบายว่า การจัดจำหน่าย (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า ในปัจจุบันมีสถานีที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 68 สถานี โดยแยกเป็นสถานีบริการน้ำมันปตท. 35 สถานี และ บางจาก 33

สถานี ซึ่งหากมีสถานีที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มากขึ้น ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเติมน้ำมันมากขึ้นด้วย

3.4 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ณ สถานีบริการน้ำมันควรคิดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีแก๊สโซฮอล์ E20 , บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของแก๊สโซฮอล์ E20 และสถานีบริหารน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีบริการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 800 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 , 4.01 และ 3.78 ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศักดา เติญชัยกิจ (2548) ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคต้องการให้มีของแถมเป็นน้ำดื่ม ซึ่งแตกต่างจากผลที่ได้รับ ในด้านโปรโมชั่นนั้น จัดอยู่ในลำดับสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร นั้นจะช่วยให้เป็นแนวทางให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร ในฐานะที่เป็นสินค้าใหม่ และใช้ในการสร้างข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของสภาวะการใช้น้ำมันในปัจจุบันทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้น้ำมันที่ถูกต้องตามสภาพของเครื่องยนต์ รวมไปถึงทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

1. ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป โดยผลของพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เน้นประโยชน์ในด้านการลดค่าใช้จ่าย และการประหยัดพลังงานและแรงค์ให้ใช้พลังงานทดแทน นอกนั้น การรักษาเครื่องยนต์ และการประหยัดน้ำมัน อยู่เป็นอันดับรองลงมา จากนั้นจะทราบได้ว่า ผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่แล้วนั้น มีความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 สามารถรักษาเครื่องยนต์ และช่วยประหยัดน้ำมันได้ ดังนั้น ทางบริษัทผู้ผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ควรมีการทำการทดสอบและพัฒนาในด้านคุณภาพให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และจัดการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ แสดงประโยชน์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ให้

ผู้บริโภคได้รับทราบ เพื่อเป็นการดึงดูดและชักชวนให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กันมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยลดการใช้พลังงานที่มากเกินไปได้

2. ผลจากการวิจัยพบว่า ด้านกิจกรรม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ของตนเอง และให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานทางเลือกหรือทดแทนน้อย ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่ทั้งบริษัทเอกชน และหน่วยงานภาครัฐฯ ที่เกี่ยวข้องมีการรณรงค์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการช่วยกันประหยัดพลังงานน้อย ดังนั้นทั้งบริษัทเอกชน และหน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกันจัดโครงการหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในการเข้าร่วมกิจกรรมการช่วยประหยัดพลังงานให้มากขึ้น และอาจมีจุดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการน้ำมันตามจุดเดินทางต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกการใช้พลังงานอย่างถูกต้องและไม่สิ้นเปลือง

3. ผลจากการวิจัยพบว่า ทักษะด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในกรุงเทพมหานคร จะให้ความสำคัญกับความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมในการช่วยลดค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวเนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ ถ้าหากผู้บริโภคพบว่าความสิ้นเปลืองในการขับขี่ สามารถเทียบเท่าหรือน้อยกว่านั้น จะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กันมากขึ้น ดังนั้น บริษัทเอกชนและหน่วยงานภาครัฐฯ ควรร่วมมือกันให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อให้ผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีทัศนคติด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงบวกของตัวผลิตภัณฑ์ว่าจะสามารถปกป้องเครื่องยนต์ และช่วยในเรื่องของการลดค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และพัฒนาเป็นการใช้ต่อไปเรื่อย ๆ ในอนาคต โดยเป็นพลังงานทางเลือก / ทดแทนให้แก่ประชาชน ทั้งยังเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายของครอบครัว และช่วยส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศในการประหยัดน้ำมันลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงให้น้อยลงได้อีกด้วย

4. ผลจากการวิจัยพบว่า ทักษะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่าต้องการให้มีแก๊สโซฮอล์ E20 จำหน่ายในสถานบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท.และบางจาก รวมไปถึงจุดหัวจ่ายแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ ดังนั้น จึงควรขยายการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการน้ำมันต่าง ๆ ให้แพร่หลายรวมไปถึงการเพิ่มจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการมากขึ้น

5. ผลจากการวิจัยพบว่า ควรให้ความสนใจในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา โดยเน้นเรื่องคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 และราคาที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินชนิดอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ผู้ใช้รถยนต์ให้ความสำคัญกันอย่างมาก

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามที่นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เช่นตามเมืองใหญ่ ๆ หรือตามต่างจังหวัด เพื่อจะได้เห็นลักษณะข้อมูลที่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในเขตพื้นที่อื่น ๆ ว่ามีทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม แตกต่างจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร เพื่อช่วยในการขยายการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในสถานบริการน้ำมันได้อย่างครอบคลุมและแพร่หลายทั่วประเทศ

2. ศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับน้ำมันชนิดอื่น ๆ ในด้านอรรถประโยชน์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแต่ละชนิด เพื่อวัดข้อดี-ข้อเสีย และสามารถนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจน้ำมันได้

3. ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ เรียนรู้ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อันเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์เพื่อให้เกิดการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการให้ความสนใจและหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กันมากขึ้น

4. ศึกษานโยบายการสนับสนุนให้มีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ทดแทนการนำเข้าน้ำมันเบนซิน เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ซึ่งเป็นการเปิดทางให้กับภาครัฐบาลและเอกชนได้เข้าใจและร่วมมือกันดำเนินการอย่างราบรื่น เช่น การออกกฎระเบียบการลดและยกเว้นภาษี ซึ่งจะทำให้สามารถจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้ในราคาที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินชนิดอื่น ๆ ทั้งยังช่วยให้ลดการนำเข้าน้ำมันเบนซินได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

หนังสือและงานวิจัยภาษาไทย

- กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา. (2544). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- _____. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2544). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- _____. (2540). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2540). *หลักสถิติ*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- คุณทลี เวชสาร. (2540). *การวิจัยการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กฤษณี ภูติชนารักษ์. (2549). *ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อทองรูปพรรณ 96.5% ที่ร้านจำหน่ายทองรูปพรรณ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ถวัลย์ แสงนา. (2544). *แอลกอฮอล์: น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกสำหรับเครื่องยนต์*. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (วิศวกรรมเครื่องกล). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนีย์พร วิศาลสุวรรณกร. (2549). *ผลกระทบของวิกฤติการณ์น้ำมันต่อสังคมไทย (พ.ศ. 2516-2543)*. ปริญญาานิพนธ์ ศศ.ม. (ประวัติศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ; และคณะ. (2546). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- โยธิน วิมุกตายน. (2550). *นโยบายการสนับสนุนให้มีการผลิตและจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ทดแทนการนำเข้าน้ำมันเบนซิน*. วิทยานิพนธ์ ร.ม. (นโยบายสาธารณะ). ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา. ถ่ายเอกสาร.
- วิจิตรา ประเสริฐธรรม. (2548). *การวิจัยตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

- วรรณภา ปรีธทอง. (2549). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรม และทัศนคติในการบริโภคอาหารชีวจริรร้านเอเดนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วารุณี ต้นดวงศำณิช; และคณะ. (2545). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชัน อินโดไชน่า.
- ศิริประภา รัตจันทร์. (2548). ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือก ศึกษาต่อในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงของนักศึกษา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัด นครราชสีมา. ปรินญาณพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคณะ. (2547). ศัพท์การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศักดา เสถียรไชยกิจ. (2548). การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล. วิทยานิพนธ์ คอ.ม. (ธุรกิจอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ถ่ายเอกสาร.
- สายฝน ปราบคช. (2549). การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์ใน เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการทั่วไป). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. ถ่ายเอกสาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์
- อัจฉราพรรณ ตั้งจตุรโสภณ. (2551). กระบวนการของผู้ใช้บริการในการซื้อบริการจากสถานบริการ น้ำมันในเขตจังหวัดนครราชสีมา. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉริ ต้นศิริ. (2550). บุคลิกภาพ รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภค Cereal ในเขต กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อัมภินี เกตุชื้อสัดย์. (2549). การเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- _____. (2549). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุทิศ ศิริวรรณ. (2549). การจัดการการตลาด ฉบับเอเชีย. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชัน อินโดไชน่า.

- อโนทัย ตรุณรัตน์. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมันกาลเท็กซ์ ในทัศนะของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อรัญญา แสงวิไล. (2546). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

บทความในวารสาร

- ร่างแผนปฏิบัติการว่าด้วยการลดปัญหาภาวะโลกร้อนของกรุงเทพมหานคร ปีพ.ศ.2550-2555.
- กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน. (ม.ป.ป.). รายงานน้ำมันเชื้อเพลิงของประเทศไทย 2542. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาฯ.
- กรมพัฒนาและส่งเสริมพลังงาน. (ม.ป.ป.). รายงานน้ำมันเชื้อเพลิงของประเทศไทย 2543. กรุงเทพฯ: กรมพัฒนาฯ.
- วารสารนโยบายพลังงาน. สำนักงานนโยบายและพลังงาน กระทรวงพลังงาน. ฉบับที่ 76 เม.ย-มิ.ย 2550 กรุงเทพฯ: ไคเร็กซ์แพลน.

หนังสือภาษาต่างประเทศ

- Assael, Henry. (1995). *Consumer Behavior and Marketing Action*. P.267. 5th ed. United of America: International Thomson Publishing.
- _____. (1995). *H. Consumer Behavior and marketing Action*. 5th ed. Ohio: South – Western College Publishing.
- _____. (1998). *Consumer Behavior and Marketing Action*. 6th ed. Cincinnati, Ohio: South – Western College Publishing.
- Bo Reimer. (1990). *Youth and Modern Lifestyles in Youth Culture in Late Modernity*. Johan Fomas and Goran Bolin. London: Sage Publications.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey: A Simon and Schuster Company.
- _____. (2001). *Principles of Marketing*. 9th ed.: Prentice – Hall, Inc.
- Stanton, William J.; & Futrell, Charles. (1987). *Fundamentals of marketing*. 8th ed. New York: McGraw – Hill, Inc

Website

http://www.mtec.or.th/th/news/cool_stuff/cool30.html

<http://www.bangchak.co.th/th/productStationList.asp?param=&id=1&subID=7®ionID=&page=all>

http://www.ptplc.com/TH/nc_gl.aspx

<http://www.altisclub.com>

<http://www.fordclub.net>

<http://www.civicef.com>

<http://www.hondajazzlover.com>

<http://www.hondacrvclub.com>

<http://www.tiida-club.net>

<http://www.vios-club.com>

<http://www.newaltisclub.com>

<http://www.accordclubthailand.com>

<http://www.hondaloverclub.com>

<http://www.fordfocusclub.com>

<http://www.yaris-club.net>

<http://www.welovecivic.com>

<http://www.newviosclub.com>

<http://www.hondajazz-club.com>

<http://www.thaimazda3.com>

<http://www.panthip.com>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง

รูปแบบการดำเนินชีวิต ทักษะชีวิตด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบบสอบถามนี้จะไม่ระบุชื่อ - ที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามได้ตามความเป็นจริง และทางผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของมากที่สุด

1. เพศ

- ☐ ชาย
☐ หญิง

2. อายุ

- ☐ 18 - 25 ปี
☐ 26 - 33 ปี
☐ 34 - 41 ปี
☐ 42 - 49 ปี
☐ 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- ☐ ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ามัธยมศึกษาตอนต้น
☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.
☐ อนุปริญญา / ปวส.
☐ ปริญญาตรี
☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ นักศึกษา
- ☐ ค้าขาย / กิจการส่วนตัว
- ☐ พนักงานบริษัทเอกชน
- ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ☐ พ่อบ้าน / แม่บ้าน (ไม่ได้ประกอบอาชีพ)
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท
- ☐ 10,001 – 20,000 บาท
- ☐ 20,001 – 30,000 บาท
- ☐ 30,001 – 40,000 บาท
- ☐ 40,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20</u>					
6. ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ทางเลือกหรือทดแทน					
7. ท่านมักเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับสถานีบริการน้ำมัน เช่น การเข้าร่วมสมัคร “บัตรแก๊สโซฮอล์คลับ” ของสถานีบริการน้ำมันบาง จาก					
8. ท่านมักเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดโดยรถยนต์ ของตนเอง					
<u>ด้านความสนใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20</u>					
9. ท่านให้ความสนใจในเรื่องของพลังงานทางเลือกหรือ ทดแทนมากขึ้นในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ					
10. ท่านมักติดตามข่าวสารเกี่ยวกับพลังงานทางเลือกหรือ ทดแทนจากสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง					
11. ท่านให้ความสำคัญกับการประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับทาง ครอบครัว					
<u>ด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20</u>					
12. ท่านคิดว่ากระทรวงพลังงานควรร่วมมือกับค่ายรถยนต์ ต่าง ๆ ในการส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้รถยนต์					
13. ท่านคิดว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมและพลังงานเป็นเรื่อง สำคัญในปัจจุบัน					
14. ท่านคิดว่าบุคคลทั่วไปควรให้ความร่วมมือกับรัฐบาล ในการช่วยประหยัดพลังงาน					

ส่วนที่ 3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20
คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ท่านมีทัศนคติอย่างไรต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<u>ด้านผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอลล์ E20</u>					
15. ผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ					
16. เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม					
17. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่					
18. ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ					
<u>ด้านราคาแก๊สโซฮอลล์ E20</u>					
19. มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ					
20. เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
<u>ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ E20</u>					
21. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ					
22. ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท. และ บางจาก					
23. จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ					
<u>ด้านการส่งเสริมการตลาดแก๊สโซฮอลล์ E20</u>					
24. บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20					
25. ณ สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 จำหน่าย					
26. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 800 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น					

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

27. ประโยชน์ที่ท่านต้องการจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

- ☐ รักษาเครื่องยนต์
- ☐ ประหยัดน้ำมัน
- ☐ ลดค่าใช้จ่าย
- ☐ ประหยัดพลังงานและรณรงค์ให้ใช้พลังงานทดแทน
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

28. ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ครั้ง / สัปดาห์

29. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อครั้ง บาท

30. สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 เป็นประจำ

- ☐ ใกล้บ้าน
- ☐ ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา
- ☐ ทางผ่าน
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

31. บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

- ☐ ตนเอง
- ☐ ครอบครัว
- ☐ เพื่อน
- ☐ ตัวแทนขายรถยนต์
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

พฤติกรรมหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

32. ท่านคิดว่าท่านจะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ต่อไป

- ☐ ใช่
- ☐ ไม่ใช่

33. ท่านคิดว่าท่านจะเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในอนาคตหรือไม่

- ☐ เลิกใช้
- ☐ ใช้ต่อไป

34. ท่านคิดว่าท่านจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 หรือไม่

- ☐ บอก
- ☐ ไม่บอก

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตาม

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ สันติ เต็มประเสริฐสกุล	อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นางสาวสรัญพร สุวรรณประสพ
วันเดือนปีเกิด	7 กันยายน 2525
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	206/147 ลิฟวิ่งเพลสคอนโด ซ.ศูนย์วิจัย 14 ถ.เพชรบุรี แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10310

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2548	ธุรกิจระหว่างประเทศ (บธ.ม.) จาก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2552	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ