

ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
กุมภาพันธ์ 2555

ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

กุมภาพันธ์ 2555

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

กุมภาพันธ์ 2555

ภิรมนวล กักดีศรีศักดิ์. (2555). ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน
กรุงเทพมหานคร. ปริญญาโท บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญาโท: อาจารย์ ดร.วรินทร์ ศิริสุทธิกุล.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่
รถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อ
การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์
E85 ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์
ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ทดสอบความ
แตกต่างรายคู่ และการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลใช้
โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 32-38 ปี สถานภาพโสด/
หย่าร้าง มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 15,001 -
25,000 บาท

ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีพฤติกรรมการใช้น้ำมัน โดยมีค่าน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย
4,437.00 บาท โดยมีค่าน้ำมันต่อเดือนต่ำสุด 500 บาท และค่าน้ำมันต่อเดือนสูงสุด 12,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้น้ำมัน
เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย คือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 โดยปัจจุบันปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊ส
โซฮอล์ E85 มีปัญหาหาเติมยาก ส่วนใหญ่ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตั้งใจขับไปเติมน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์ E85 ที่สถานีบริการน้ำมัน และพบว่าตัวผู้ขับขี่รถยนต์เอง มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊ส
โซฮอล์ E85

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก โดยมีคำถามที่ผู้บริโภคตอบถูกน้อยที่สุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์
E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ

ด้านแรงจูงใจ มีทัศนคติโดยรวมเห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ที่
เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ด้านทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่า มี
ทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด
จำหน่าย และมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน และมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน

ด้านข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค มีปัจจัยทางด้านอายุ ด้านสถานภาพสมรส ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตที่ต่างกัน และมีปัจจัยทางด้านอายุ ด้านอาชีพ ด้านระดับการศึกษาและด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีเพียงปัจจัยด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตที่แตกต่างกัน และมีปัจจัยทางด้านความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต และมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

COGNITIVE, MOTIVATION AND ATTITUDE TOWARD MARKETING MIXES AFFECTING
GASOHOL E85 USAGE BEHAVIOR TREND OF DRIVERS IN BANGKOK METROPOLIS

AN ABSTRACT

BY

PIROMNUAN PAKDEESREESAKDA



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

February 2012

Piromnuan Pakdeesreesakda. (2012). *Cognitive, Motivation and Attitude toward Marketing mixes affecting Gasohol E85 usage behavior trend of drivers in Bangkok metropolis*. Master Thesis, M.Ed. M.B.A (Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University.
Project Advisor: Prof. Dr. Warinthra Sirisuthikul.

This research aims to study the tendency of Bangkok drivers' behavior in filling of Gasohol E85 fuel by Cognitive, Motivation and Attitude toward Marketing mixes affecting Gasohol E85 usage behavior trend of drivers in Bangkok metropolis. The sample used in this research consists of 400 Bangkok drivers who fill their cars with Gasohol E85 fuel. The questionnaire was used as a tool to collect data. The statistics used for the data analysis were percentage, mean, standard deviation while the statistics used for hypothesis testing were t-test Difference Analysis, One-way Analysis of Variance, Paired Difference t-test, Pearson's correlation Statistics Analysis. The statistical computer software packages for social science were used to analyze the data.

The results revealed that:

Most of the drivers who filled their car's tank with Gasohol E85 fuel were males aged 32-38 whose marital status were single/divorced, Bachelor Degree graduated, and working as a private company's employee with the monthly income of 15,001 – 25,000 Baht.

Regarding their consumption behavior, the drivers who fill up their cars with Gasohol E85 fuel spend average of 4,437.00 Baht for car fuel, where the minimum rate and the maximum rate spent were 500 and 12,000 Baht respectively. Most of such drivers used Gasohol E20 together with other kinds of fuel. The problem that occurred during the use of Gasohol E85 fuel was its rare service availability. Most part of the drivers who fill their car with Gasohol E85 fuel intended to go to fuel service station to fill E85 Gasohol fuel. The drivers themselves were having the influence of E85 Gasohol fuel filling.

In terms of the understanding about Gasohol E85 fuel, most of the consumers had knowledge and understanding about Gasohol E85 fuel at High level. The question that the customers can response with the right answer at least was the use of Gasohol E85 fuel has the overall energy waste rate lower than the use of pure Benzine.

Regarding motivation, the sample's overall attitudes agreed with the motivation in terms of reason and emotion related to the behavior of Gasohol E85 filling.

As for the attitudes toward marketing mix of the drivers who fill their cars with Gasohol E85 fuel, the result showed that the overall attitudes agreed with the marketing mix in products, price,

distribution channel aspect, and the overall attitudes agreed strongly with the marketing mix in terms of marketing promotion.

In the aspect of behavioral tendency to decide to use Gasohol E85 fuel, the drivers who use Gasohol E85 tend to certainly fill their cars with E85 Gasohol fuel, and tend to certainly recommend others to use E85 Gasohol.

As for general data of the consumers, the factors of age, marital status, occupation, and average monthly income were different. The likeliness to use Gasohol E85 in the future among each was different, and the factors of age, occupation, education level, and average monthly income were different. The tendency that the consumers will recommend Gasohol E85 fuel to others in the future was different, with the statistical significance of 0.05 levels.

In terms of Gasohol E85 fuel filling behavior, the use of other fuels together with Gasohol E85 was only one factor that was different. The tendency to use Gasohol E85 in the future was different, and there was a factor of the average frequency to fill up car with Gasohol E85 per month.

Regarding the use of other fuels together with Gasohol E85 fuel, the tendency to recommend Gasohol E85 fuel to others in the future was different, with the statistical significance of 0.05 levels.

For the different cognitive of Gasohol E85 fuel, the behavioral tendency to use Gasohol E85 in the future was different with the statistical significance of 0.05 levels.

The motivations to fill car with Gasohol E85 fuel including rational motivation, emotional motivation were related to the behavioral tendency to fill car with Gasohol E85 fuel of the drivers in Bangkok with the statistical significance of 0.05 levels.

For the attitudes in terms of relevant marketing mix, the factor of price and the factor of distribution channel were related to behavioral tendency in future use of Gasohol E85. The factor of price and the factor of marketing promotion were related behavioral tendency to recommend E85 Gasohol fuel to others in the future with the statistical significance of 0.05 levels.

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้ด้วยความกรุณาของ อาจารย์ ดร.วรินทร์า ศิริสุทธิกุล ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง และติดตามความ

คืบหน้าในการทำ สารนิพนธ์ฉบับนี้จนลุล่วง ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รศ.สุพาดา สิริกุดตา และ รศ.ดร.ณัฏฐ์ กุลิสร ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ และเป็นกรรมการในการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในโครงการพิเศษบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณาจารย์ในโครงการฯ ที่ได้อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่ชายและครอบครัว ผู้ดูแลเอาใจใส่ ให้การอบรม เลี้ยงดู และสั่งสอนให้ผู้วิจัยเป็นคนดี มีมานะ ขยัน และอดทน ทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิทยานิพนธ์นี้ สำเร็จลุล่วงได้ดี

ตลอดจนเจ้าหน้าที่โครงการทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำที่ดี และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้กรุณาเสียสละเวลาในการตอบคำถาม เพื่อนๆทุกท่าน ตลอดจนผู้ที่ช่วยเหลือทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือ และเป็นประโยชน์ในการทำปริญญานิพนธ์ครั้งนี้

คุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของ บิดา มารดา ญาติๆ บุรพคณาจารย์ทุกท่าน ที่ได้อบรมสั่งสอน ชี้แนะแนวทางที่ดีและมีคุณค่าตลอดมาจนสำเร็จการศึกษา

ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	9
สมมติฐานในการวิจัย.....	10
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	11
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ	22
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	27
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	36
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด.....	38
ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85	42
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	51
3 วิธีดำเนินการวิจัย	58
การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	58
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	73

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	189
สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย	189
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	197
อภิปรายผล	211
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	219
ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป.....	222
บรรณานุกรม.....	223
ภาคผนวก.....	225
ภาคผนวก ก	226
ภาคผนวก ข	232
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย	233

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวน และคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส.....	82
2 จำนวน และคำร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่จำแนกตามสถานภาพสมรส อาชีพ..	85
3 พฤติกรรมการจ่ายค่าน้ำมันในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	86
4 จำนวน และคำร้อยละการใช้น้ำมันเบนซินชนิดอื่นร่วมกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ปัญหาที่พบใน การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการ ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85.....	87
5 จำนวน และคำร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่จำแนกตามด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ชนิดอื่น ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85	89
6 จำนวน และคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85	90
7 จำนวน และคำร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85	92
8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจด้านเหตุผลเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	93
9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจด้านอารมณ์เกี่ยวกับ พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	95
10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน	96
11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน	97
12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน	98
13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน	99
14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม	100
15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม	101
16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค	102

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 103	103
18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 104	104
19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม ด้วย Brown Forsythe.....105	105
20 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม ความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 106	106
21 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม ความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 .107	107
22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง สถานภาพสมรสกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 108	108
23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง สถานภาพสมรสกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 109	109
24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 110	110
25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม ด้วย F-test 111	111
26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม ด้วย Brown Forsythe 111	111
27 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายกลุ่ม ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 112	112
28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวม 113	113
29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ด้วย Brown Forsythe 114	114

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
30 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3	115
31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ด้วย F-test.....	116
32 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD	117
33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค	118
34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค ด้วย Brown Forsythe	119
35 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3	120
36 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3	122
37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค.....	124
38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค ...	125
39 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค	127
40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค	127
41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค	129
42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค	129
43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค...131	131

บัญชีตาราง (ต่อ)

[illegible]

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม.....	173
54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม.....	178
55 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	183



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	13
2 แสดงขั้นตอนในกระบวนการซื้อ.....	17
3 ลำดับความต้องการของมาสโลว์.....	29
4 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)	37
5 รายละเอียดของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix).....	39
6 ภาพแสดงการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของแต่ละสถานีสervisน้ำมัน	44
7 ภาพแสดงแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของ E10 E20 E85 ของ ม.ค.49 – ธ.ค.51	45
8 ภาพแสดงแนวโน้มความต้องการปริมาณน้ำมันเบนซิน 2543 - 2564	45



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อความมั่นคงทางพลังงานอย่างเลื่องไม่ได้ส่งผลให้รัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาตนเองทางด้านพลังงานอย่างจริงจัง โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความมีเสถียรภาพและสามารถพึ่งพาตนเองให้ได้มากที่สุดตามแนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น กระทรวงพลังงานจึงได้จัดทำแผนพัฒนาพลังงานทดแทน 15 ปี เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนในอนาคต โดยมุ่งส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการพัฒนาและใช้พลังงานทดแทนใน 4 กลุ่มหลัก คือ พลังงานธรรมชาติ พลังงานชีวภาพ แก๊สธรรมชาติ (NGV) และเชื้อเพลิงชีวภาพ ได้แก่ เอทานอลและไบโอดีเซล ซึ่งจะสามารถช่วยลดการนำเข้าพลังงานจากต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่า 400,000 ล้านบาทต่อปี ภายในปี 2565

หนึ่งมาตรการสำคัญในการพัฒนาตนเองด้านพลังงานก็คือ การส่งเสริมการผลิตและการใช้รถยนต์ Flexible Fuel Vehicle: FFV และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เชื้อเพลิงทางเลือกชนิดใหม่ล่าสุดสำหรับประเทศไทย ที่มีราคาถูกเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถสนับสนุนผลผลิตจากเกษตรกรชาวไทย และช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนการใช้รถยนต์ FFV ให้ได้ 1 ล้านคัน ภายในปี พ.ศ. 2559 และมีการใช้เอทานอลเฉลี่ยวันละ 9 ล้านลิตร เพื่อทดแทนการใช้น้ำมันเบนซิน ภายในปี พ.ศ. 2565 (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ อาชีแอม เบอร์สัน-มาร์สเทลเลอร์ 5 มีนาคม 2554)

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งเป็นที่รู้จักกันว่า คือน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีส่วนผสมของเอทานอล 85 เปอร์เซ็นต์กับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว 15 เปอร์เซ็นต์ ทำให้เครื่องยนต์ที่ใช้มีสมรรถนะสูงขึ้น เผาไหม้ได้สะอาดกว่าน้ำมันเบนซิน ลดมลภาวะจากไอเสียรถยนต์ และมีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงทั่วไป ความน่าสนใจของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อยู่ที่สามารถใช้ได้กับรถยนต์ที่เรียกว่า Flexible Fuel Vehicle หรือรถ FFV รถยนต์ที่ออกแบบมาให้สามารถใช้ได้ทั้งน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรือน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีเอทานอล

ในสัดส่วนตั้งแต่ 0 - 85 เปอร์เซ็นต์ และน้ำมันเบนซินทั่วไป ดังนั้นจุดเด่นของ FFV คือสามารถเติมน้ำมันอะไรก็ได้ ผสมในอัตราส่วนเท่าใดก็ได้ ตามความสะดวก ตามราคาที่เหมาะสม หรือแล้วแต่ว่าในบริเวณที่ผู้ขับขี่อยู่จะมีน้ำมันชนิดใดให้เติมได้ นับได้ว่า FFV เป็น “ยานยนต์พลังงานทางเลือกแห่งศตวรรษ” นี้อย่างแท้จริง ปัจจุบันรถยนต์ FFV ที่จำหน่ายในประเทศไทยมีเพียง 2 ค่าย คือ

วอลโว่ในรุ่น Volvo S80 2.5FT และ Volvo C30 1.8FT 2 และมิตซูบิชิรุ่น Lancer Ex เท่านั้น (บริษัทเพโทรกรีน 4 กุมภาพันธ์ 2554)

เนื่องจากเอทานอลมีค่าออกเทนที่สูงมากกว่า 100 ดังนั้น น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จึงมีค่าออกเทนที่สูงกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป รวมถึง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 และ E20 ด้วย และจากการที่เอทานอลมีออกซิเจนเป็นองค์ประกอบจึงทำให้การเผาไหม้มีความสมบูรณ์ ให้ประสิทธิภาพที่ดีเพิ่มแรงบิดและกำลัง จึงอาจสามารถชะลอการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงได้เล็กน้อย

รัฐบาลมีแนวคิดในการกำหนดโครงสร้างราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มีราคาต่ำกว่าน้ำมัน เบนซิน เนื่องจากคุณสมบัติของเอทานอลที่มีค่าความร้อนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน จึงมีผลให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะมีความสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ประมาณ 30 -35%

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดมลพิษไอเสีย ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อน จะลดลงมากเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซิน นอกจากนั้น พบว่าตั้งแต่กระบวนการปลูกอ้อย ผลิตน้ำตาล ผลิตเอทานอล ผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียมเมื่อเทียบที่ปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม การใช้เอทานอลซึ่งผลิตมาจากพืชผลทางการเกษตร ได้แก่ อ้อย และ มันสำปะหลัง มาใช้เป็นเชื้อเพลิงซึ่งมีปริมาณความต้องการที่สูงและแน่นอน เพื่อใช้ทดแทนการนำเข้าน้ำมันดิบจาก ต่างประเทศ การใช้ E85 จำนวน 1 ลิตร จะมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยลดการใช้น้ำมันเบนซินลงได้ประมาณ 0.85 ลิตร จึงสามารถกล่าวได้ว่า การสนับสนุนการใช้เอทานอลให้มากขึ้นในประเทศ นอกจากจะเป็นการ พัฒนาความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว และยังเป็น การพัฒนาการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (ปตท. มิถุนายน 2553)

ทำให้ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษาผู้ขับขีรถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใน กรุงเทพมหานคร เนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และยังไม่มีที่รู้จักอย่างแพร่หลายของคนทั่วไป จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมไปถึงความรู้ความเข้าใจการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลของการวิจัยครั้งนี้จะสามารถช่วยให้นำไปใช้ในการส่งเสริมให้ผู้ขับขีรถยนต์หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มมากขึ้น และได้ทราบถึงความคาดหวังของผู้ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต่อสิ่งที่ได้รับหลังการใช้ว่ามีความรู้สึกอย่างไรต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งเป็นพลังงานที่มีประโยชน์หลายด้าน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

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

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับขีรถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อใช้ในการสร้างข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขีรถยนต์ได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของสภาวะการใช้น้ำมันในปัจจุบันและเกิดพฤติกรรมการใช้น้ำมันที่ถูกต้องตามสภาพของเครื่องยนต์
3. เพื่อให้ทราบความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 และพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวนทั้งสิ้น 5,533 คน เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของทาโร ยามานะ (Taro Yamane, 1979: 1088)

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยต้องการให้เกิดความผิดพลาดจากความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (แทนค่าในสูตร)

$$n = \frac{5,533}{1 + 5,533(0.05)^2}$$

$$= 373 \text{ ตัวอย่าง}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 373 คน และได้มีการเพื่อการสุ่มเลือกของแบบสอบถามสำรองไว้ 27 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยแบบโควตา (Quota Sampling)

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยอาศัยความสะดวก (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 - 24 ปี

1.2.2 25 - 31 ปี

1.2.3 32 - 38 ปี

1.2.4 39 - 45 ปี

1.2.5 46 ปีขึ้นไป

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

1.4 ระดับการศึกษา

1.4.1 ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี

1.4.2 ระดับปริญญาตรี

1.4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.5 อาชีพ

1.5.1 นิสิต/นักศึกษา

1.5.2 ค้าขาย / กิจการส่วนตัว

1.5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

1.5.4 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท

1.6.2 15,001 – 25,000 บาท

1.6.3 25,001 – 50,000 บาท

1.6.4 35,001 – 45,000 บาท

1.6.4 45,001 – 55,000 บาท

1.6.5 55,001 บาทขึ้นไป

2. พฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก

1.1 ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

1.2 ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต่อครั้ง

1.3 การใช้น้ำมันเบนซินชนิดอื่นร่วมกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

1.4 ปัญหาที่พบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

1.5 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

1.6 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

3. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

4. แรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

4.1 แรงจูงใจด้านเหตุผล

4.2 แรงจูงใจด้านอารมณ์

5. ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่

5.1 ผลิตภัณฑ์

5.2 ราคา

5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

5.4 การส่งเสริมการตลาด

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

1. พฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครภายหลังที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85
 - 1.1 การในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ครั้งต่อไป
 - 1.2 การบอกต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับบุคคลอื่น

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85** หมายถึง น้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการนำน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ผสมเอทานอลหรือเอทิลแอลกอฮอล์ ในอัตราส่วนเบนซิน 15% เอทานอล 85% ใช้ได้กับเครื่องยนต์ที่ออกแบบมาสำหรับการใช้ E85

2. **ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85** หมายถึง ระดับความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พลังงานทดแทน ประสิทธิภาพจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งนำไปสู่พฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

3. **ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง การประเมินความรู้สึกและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยทัศนคติเป็นการกำหนดความคิดว่าจะชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใด หรือความคิดที่จะเข้าหาหรือถอยห่างจากสิ่งนั้นทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดนั้น ได้แก่

3.1 **ด้านผลิตภัณฑ์** ประกอบด้วย ทัศนคติด้านคุณสมบัติของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่ประกอบไปด้วยผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์ เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับเครื่องยนต์ ความสิ้นเปลืองในการใช้ ประสิทธิภาพความเร็ว และการออกตัวในการขับขี่

3.2 **ด้านราคา** ประกอบด้วย ทัศนคติองค์ประกอบทางด้านราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน โดยที่มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ และราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพและประโยชน์ที่ได้รับ

3.3 **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย** ประกอบด้วย ทัศนคติด้านจำนวนสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีการนำน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ออกจำหน่ายในสถานีบริการอื่น ๆ นอกเหนือจากปตท.และบางจาก และจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ

3.4 การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ทักษะทางด้านด้านการร่วมมือในการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ระหว่างบริษัทผู้ผลิตรถยนต์กับสถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันมีการติดป้ายประชาสัมพันธ์บ่งบอกชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย และ สถานีบริการน้ำมันมีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น การลด แลก แจก แถม

4. พฤติกรรมการเติมน้ำมัน หมายถึง การกระทำของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่ ประโยชน์ที่ต้องการ ความถี่ในการเติมน้ำมัน ค่าใช้จ่ายในการเติมแต่ละครั้ง สถานที่ประจำในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

5. พฤติกรรมภายหลังการเติมน้ำมัน หมายถึง การกระทำของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องต่อภายหลังการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่ การใช้ต่อ การเลิกใช้และบอกต่อกับบุคคลอื่นๆ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

6. แรงจูงใจของผู้บริโภค หมายถึง สิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติตามหรืออาจเกิดจากการกระทบจากปัจจัยภายนอก หมายถึงการกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

6.1 แรงจูงใจด้านอารมณ์ หมายถึง แรงจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคทำการตัดสินใจซื้อโดยใช้ความรู้สึกด้านอารมณ์ หรือไม่ได้ใช้เหตุผลในการตัดสินใจ ของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่ การเอาอย่างแข่งดีกัน ต้องการจุดเด่นเป็นเอกเทศ ต้องการอนุโลมคล้ายตามผู้อื่น ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการความสำราญ เพลิดเพลินใจ ความทะเยอทะยานมักใหญ่ใฝ่สูง

6.2 แรงจูงใจด้านเหตุผล หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดจากเหตุผลเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการใคร่ครวญพิจารณาของผู้ซื้อ ของการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่ ความประหยัด ประสิทธิภาพและสมรรถภาพในการใช้ ความเชื่อถือได้ ความทนทานถาวร และความสะดวกในการใช้

7. พฤติกรรมการใช้น้ำมัน หมายถึง การกระทำของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงเกี่ยวกับค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน และชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผู้บริโภคใช้เป็นประจำ

8. พฤติกรรมการตัดสินใจเติม หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน การใช้สอยผลิตภัณฑ์และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตัวเอง ต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

9. แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ หมายถึง แนวโน้มพฤติกรรมของเกี่ยวกับการใช้แก๊สโซฮอล์ 91 ในอนาคต และแนวโน้มของการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร (COGNITIVE ,MOTIVATION AND ATTITUDE TOWARD MARKETING MIXES AFFECTING GASOHOL E85 USAGE BEHAVIOR TREND OF DRIVERS IN BANGKOK METROPOLIS)



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ขับขีรยนต์ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
3. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
4. แรงจูงใจในการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ใน กรุงเทพมหานคร
5. ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
4. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด
6. ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2545: 3) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิกริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจ ซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่าง ๆ เหล่านั้น

ดารา ทิปะปาล (2547: 4) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำใดๆของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นตัวนำหรือตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว เพื่อตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจ

เสรี วงษ์มณฑา (2548: 30) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผู้บริโภค (Consumer) คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Needs) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Usage behavior)

คอตเลอร์ และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstomg. 2001: 186) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่มากระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้ายไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ทำการซื้อสินค้า

และบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้รวมกันเป็นตลาดผู้บริโภค (Consumer market) โดยผู้บริโภคจะมีความแตกต่างกันอย่างมากทั้งอายุ ระดับการศึกษา และรสนิยม ผู้บริโภคเหล่านี้จะซื้อบริการที่หลากหลาย 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 และแม็คคินนิส (Hoyer; & 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 คำถามสำคัญของนักการตลาดก็คือ ผู้บริโภคตอบสนองต่อความพยายามทางการตลาดต่าง ๆ ที่กิจการใช้ได้อย่างไร กิจการสามารถเข้าใจถึงวิธีการตอบสนองของผู้บริโภคต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา และโฆษณาที่เหนือกว่าคู่แข่งได้อย่างไร

อดุล จาตุรงกกุล และคลยา จาตุรงกกุล (2545: 3) กล่าวว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่สะท้อนให้เห็นถึงคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้บริโภค เช่น ประชากรศาสตร์ อำนาจซื้อ ทัศนคติและบุคลิกภาพ แรงกดดันทางสังคม ดังนั้นพฤติกรรมผู้บริโภคจึงไม่ได้ศึกษาเพียงแต่วิธีที่ผู้บริโภคก่อพฤติกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทำไมเขาจึงมีพฤติกรรมในทำนองใดทำนองหนึ่ง

ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภคทางด้านต่างๆ และเพื่อที่จะจัดตั้งกระบวนทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือสิ่งกระตุ้นอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกลึกซึ้งของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายและนักการตลาด คือ ค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกลึกซึ้งได้รับอิทธิพลสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับนักการตลาด คือทราบความต้องการและลักษณะของลูกค้า เพื่อที่จะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ กระตุ้นและสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้ถูกต้องลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางด้านจิตวิทยา มีรายละเอียดดังนี้ (Kotler, Philip. 1997)



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค

ที่มา: Kotler. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th ed. New Jersey: A Simon & Schuster company. (1997).

1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Culture Factor) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมหนึ่ง

สแตนตัน และ ฟุเตรล (Stanton & Futrell; 1987: 664) ค่านิยมในวัฒนธรรมจะกำหนดลักษณะของสังคม และกำหนดความแตกต่างของสังคมหนึ่งจากสังคมอื่น วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล

ซึ่งนักการตลาดต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม และนำลักษณะการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้กำหนดโปรแกรมการตลาดวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น วัฒนธรรมพื้นฐาน วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 วัฒนธรรมพื้นฐาน (Cultural) เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการ และพฤติกรรมของบุคคล 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 จึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภค

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

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

1.2.5 กลุ่มอาชีพ (Occupational) เช่น กลุ่มเกษตรกร กลุ่มผู้ใช้แรงงาน กลุ่มพนักงาน 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) เป็นการแบ่งลำดับชั้นทางสังคมออกเป็นระดับฐานะที่ต่างกัน เป็นการแบ่งชั้นในทางสังคมที่มีความเป็นหนึ่งเดียวและความคงทนถาวร 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) เป็นกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อม ต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลโดยกลุ่มสมาชิกภาพบางกลุ่มเป็นปฐมนุ้มนิยม เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนบ้าน และเพื่อนร่วมงาน ซึ่งบุคคลนั้น ๆ มี ปฏิสัมพันธ์ด้วยค่อนข้างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้คนในกลุ่มปฐมนุ้มนิยมอาจเป็นสมาชิกของกลุ่มทุติยภูมิอีกด้วยได้ เช่น กลุ่มศาสนา กลุ่มอาชีพ และ กลุ่มสหภาพแรงงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นทางการมากกว่าและต้องการมีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องน้อยกว่า

2.2 ครอบครัว (Family) บุคคลในครอบครัวถือว่ามีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติความคิดเห็นและค่านิยมของบุคคล สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการซื้อของครอบครัว การขายสินค้าอุปโภคบริโภคจะต้องคำนึงถึงลักษณะการบริโภคของครอบครัวคนไทย 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) บุคลิกภาพเป็นรูปแบบลักษณะของบุคคลที่จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการตอบสนอง แนวคิดของตนเองเป็นความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลอื่นมีความคิดเห็นต่ออย่างไร

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคล ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายในตัวผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าปัจจัยภายในประกอบด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

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

4.2 การรับรู้ (Perception) การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับเอาสารสนเทศหรือสิ่งเร้าเข้ามาจัดระเบียบและทำความเข้าใจโดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องมือ จากนั้นจึงเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง

4.3 การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการไม่มีประสบการณ์ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต เช่น เอสโซ่ สร้างให้เกิดความเชื่อื่อน้ำมันเอสโซ่ มีพลังสูง โดยใช้สโลแกนว่าจับเสือได้ดังพลังสูง เป๊ปซี่ สร้างให้เกิดความเชื่อื่อน้ำเป็นรสชาติของคนรุ่นใหม่ น้ำมันไร้สารตะกั่ว ในช่วงแรกผู้บริโภคเกิดความเชื่อื่อน้ำมันไร้สารตะกั่ว มีปัญหากับเครื่องยนต์ ซึ่งเป็นความเชื่อในด้านลบ ที่นักการตลาดต้องรณรงค์ เพื่อแก้ไขความเชื่อื่อนี้ที่ผิดพลาด

4.5 ทศนคติ (Attitudes) หมายถึง การประเมินความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจของบุคคลความรู้สึกด้านอารมณ์ และแนวโน้มการปฏิบัติที่มีผลต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Kotler, 1997: 188)หรือหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Stanton & Futrell, 1987: 126) ทศนคติเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ จากการศึกษาพบว่าทศนคติของผู้บริโภคกับการตัดสินใจซื้อสินค้าจะมีความสัมพันธ์กัน นักการตลาดจึงต้องศึกษาว่าทศนคตินั้นเกิดขึ้นมาได้อย่างไร และเปลี่ยนแปลงอย่างไร การเกิดทศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ กล่าวคือ เกิดจากประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีตเกี่ยวกับสินค้า หรือความนึกคิดของบุคคล และเกิดจากความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน บุคคลชั้นนำในสังคม เป็นต้น

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Stages of the buying decision process)

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะผ่านขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

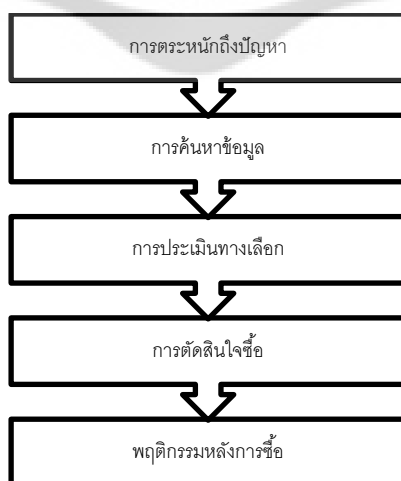
1. การตระหนักถึงปัญหา กระบวนการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเมื่อผู้ซื้อตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ซึ่งความต้องการอาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก

2. การค้นหาข้อมูลข่าวสาร เมื่อผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้านั้น ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 2 ระดับด้วยกัน คือ ภาวะการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่า การเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น และในระดับถัดมา บุคคลอาจเข้าสู่การค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้นการรวบรวมข้อมูลทำให้ผู้บริโภคทราบเกี่ยวกับตราสินค้าที่แข่งขันกันในตลาด ตลอดจนรูปแบบของผลิตภัณฑ์

3. การประเมินทางเลือก ผู้บริโภคจะประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าในเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้นๆ ในขั้นตอนสุดท้ายอย่างไร ความจริงก็คือกระบวนการประเมินผลข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ โดยมีพื้นฐานอยู่บนทฤษฎีการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยจิตใต้สำนึกและมีเหตุผลสนับสนุน

4. การตัดสินใจซื้อ ในการประเมินผลทางเลือกนี้ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความชอบในระหว่างตราสินค้าต่างๆ ที่มีอยู่ในทางเลือกเดียวกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคอาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมี 2 ปัจจัยที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจและการตัดสินใจในการซื้อ คือ ทศนคติของผู้อื่น และ ปัจจัยด้านเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์แล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับความพอใจ งานของนักการตลาดจึงต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลังการซื้อของผู้บริโภคด้วย ได้แก่กิจกรรมหลังการซื้อ การใช้และการจัดการหลังการซื้อ



ภาพประกอบ 2 แสดงขั้นตอนในกระบวนการซื้อ

พฤติกรรมกาซื้อ (Buying behavior)

คอตเลอร์ (Kotler. 2004: 197) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคจะแตกต่างกันไปตามประเภทของการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละประเภท สินค้าที่มีความแตกต่างกัน หรือมีราคาแพงและมีความซับซ้อนผู้ซื้อที่มีความผูกพัน จึงไตร่ตรองและพิจารณาในการตัดสินใจซื้อมากขึ้นตารางจำแนกพฤติกรรมกาตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 4 ประเภทตามระดับความผูกพันและระดับของความแตกต่างระหว่างตราสินค้าต่าง ๆ

พฤติกรรมกาซื้อที่ซับซ้อน (Complex buying behavior) พฤติกรรมกาซื้อที่ซับซ้อน

เกี่ยวข้องกับกระบวนการ 3 ขั้นตอน

1. ผู้ซื้อพัฒนาความเชื่อของเขากับผลิตภัณฑ์
2. ผู้ซื้อพัฒนาทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. ผู้ซื้อเลือกโดยคิดอย่างรอบคอบ

ผู้บริโภคจะทุ่มเทความพยายามสูงในการเลือกซื้อสินค้าและรับรู้ว่แต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันมาก มักเกิดเมื่อผลิตภัณฑ์มีราคาแพง ซื้อไม่บ่อยนัก มีความเสี่ยงในการซื้อสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไม่บ่อยนักและเป็นสิ่งที่แสดงถึงตัวผู้ใช้ เช่น การซื้อรถยนต์ หรือคอมพิวเตอร์เป็นต้น

พฤติกรรมผู้ซื้อที่ลดการไม่ลงรอยกัน (Dissonance – reducing buyer behavior) บางครั้ง

ผู้บริโภคมีความชอบพอกันอย่างมากในสินค้าที่จะซื้อ จึงทำให้เขาเห็นถึงความแตกต่างเล็กน้อยๆ ในตราสินค้า ความชอบพอกันอย่างมากนี้ขึ้นอยู่กับความจริงที่ว่าสินค้านั้นมีราคาแพง มีการซื้อไม่บ่อยนัก และมีความเสี่ยงในการซื้อ ในกรณีนี้ผู้ซื้อจะเดินดูสินค้าดังกล่าวหลาย ๆ แห่ง แล้วพบว่าสินค้าแต่ละตรามีความแตกต่างกันน้อยเต็มที เขาก็จะตัดสินใจซื้อโดยอาศัยความสะดวกหรือตราที่ราคาต่ำกว่าแต่หากผู้บริโภคพบว่าสินค้ามีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน เขาอาจตัดสินใจซื้อสินค้าที่มีราคาสูงกว่าก็ได้

ภายหลังการซื้อผู้บริโภคอาจมีประสบการณ์ความไม่ลงรอยกันหรือผิดหวังในการซื้อ อันมีต้นเหตุมานาจากคุณสมบัติที่ไม่พอใจหรือได้ยีนสิ่งที่พอใจของยี่ห้ออื่น ผู้บริโภคจะค้นคว้าข้อมูลที่มาสนับสนุนการตัดสินใจของเขา เช่น เมื่อผู้บริโภคซื้อแล้วยอมเกิดความเชื่อสิ่งใหม่และจบลงด้วยการเกิดทัศนคติใหม่ การสื่อสารทางการตลาดควรสนับสนุนทำให้เกิดความเชื่อ และการประเมินค่าที่ช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้าที่เขาเลือก โดยการตอกย้ำว่าเขาเลือกถูกต้องแล้วนั่นเอง

พฤติกรรมการซื้อที่เป็นนิสัย (Habitual buying behavior) เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์ที่ผู้ซื้อ มีความทุ่มเทพยายามต่ำในการซื้อสินค้าและเห็นว่าแต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันไม่มากนัก เช่น การซื้อเกลือ ผู้บริโภคมีความพยายามน้อยในการเลือกซื้อ ผู้บริโภคเพียงไปที่ร้านและมองหาตราสินค้าที่ต้องการหากเขาได้เห็นตรายี่ห้อที่ต้องการ ถือเป็นการซื้อโดยนิสัย ไม่ได้มีความภักดีต่อตราสินค้า สิ่งบ่งชี้ว่าผู้บริโภคมีความผูกพันต่ำ คือราคาต่ำ ซื้อบ่อยมาก

พฤติกรรมการซื้อที่ติดเป็นนิสัยนั้นจะไม่ใช่ไปตามลำดับการสร้างความสำเร็จ การสร้างทัศนคติ ไปสู่การเกิดพฤติกรรม ผู้บริโภคไม่มีการค้นหาข้อมูล ประเมินลักษณะของตราผลิตภัณฑ์มากนัก รวมทั้งไม่ให้ความสำคัญต่อการตัดสินใจต่อตราที่จะซื้อ ผู้บริโภคมักได้รับข้อมูลจากการดูโทรทัศน์ หรืออ่านนิตยสาร การที่มีโฆษณาซ้ำเป็นการสร้างความคุ้นเคยในตราผลิตภัณฑ์ (Brand familiarity) มากกว่าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในตราผลิตภัณฑ์ (Brand conviction) ผู้บริโภคไม่มีทัศนคติที่มั่นคงต่อตราผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคเลือกตราผลิตภัณฑ์จากความคุ้นเคย เพราะผู้บริโภคมีความพยายามในการซื้อไม่สูงนัก ผู้บริโภคอาจจะไม่ประเมินทางเลือกหลังการซื้อ ดังนั้นกระบวนการซื้อเกี่ยวข้องกับความสำเร็จในตราผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการเรียนรู้โดยการรับข่าวสาร ตามด้วยพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งอาจจะมีการประเมินตามมาหรือไม่ก็ได้

พฤติกรรมการซื้อที่แสวงหาความหลากหลาย (Variety-Seeking buying behavior) จะเป็น ผู้บริโภคที่ทุ่มเทความพยายามต่ำในการซื้อสินค้า แต่รับรู้ว่าจะแต่ละตราผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกันมาก ในกรณีนี้ผู้บริโภคมักจะเปลี่ยนแปลงการเลือกตราผลิตภัณฑ์บ่อย โดยที่ผู้บริโภคอาจจะมีความเชื่อ บางอย่างเลือกตราผลิตภัณฑ์โดยไม่มีการประเมิน ทำการประเมินตราระหว่างที่กำลังบริโภคอยู่ แต่ผู้บริโภคอาจจะซื้อตราอื่นเมื่อรู้สึกเบื่อหรือพยายามทดลองตราอื่นที่แตกต่าง การเปลี่ยนตราผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นเป็นเพราะต้องการหาความหลากหลายมากกว่าความไม่พอใจ

พฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ผู้บริโภคจะมีปฏิกิริยาในระหว่างที่มีการประเมินหลังการซื้อมากกว่าในระหว่างการประเมิน ก่อนการซื้อ ไม่ว่าผู้บริโภคจะใช้วิธีใดเพื่อประเมินความสมดุลก็ตาม ผลที่ออกมาจะเป็น พอใจ ไม่พอใจ เลิกใช้สินค้า ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2549: 66)

1. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเกิดความพอใจ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นผลที่คาดว่าจะได้รับจากการซื้อ ถ้ามีการซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการชนิด “ครั้งเดียวจบ” ก็จะไม่มีการใช้สินค้าอีก เช่นเดียวกันไม่มีปฏิกิริยาใด ๆ เกิดขึ้นในอนาคตในกรณีนี้ สถานการณ์ที่สินค้าจะใช้ซ้ำอีกมีอยู่ 2 สถานการณ์ แต่ก็จะมีการประเมินซ้ำอีกเมื่อมีการซื้อแต่ละครั้ง สถานการณ์แรกนั้นเกิดขึ้นเมื่อมีการเปลี่ยนสไตลอย่างใหญ่หลวงหรือเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ในกรณีนี้ผู้บริโภคต้องการความแน่ใจว่าสินค้า ยังคงดีกว่าแต่ละครั้งที่เคยซื้อมา สถานการณ์ต่อมา สินค้าไม่เปลี่ยนแปลงมาก แต่มีการซื้อจนเป็นนิสัย

กรณีนี้ไม่ต้องการประเมินซ้ำอีก เพราะมีความพอใจติดต่อกันจนผู้บริโภคแน่ใจว่าสินค้าที่เคยซื้อยังคงทำความพอใจให้ตนได้ดีเหมือนเดิม อย่างไรก็ตามแม้ว่าสินค้านี้จะทำความพอใจให้กับผู้บริโภค แต่เขาก็จะทำการประเมินการตัดสินใจอีกเมื่อเวลาผ่านไปเป็นระยะเวลานาน

2. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อเลิกใช้สินค้า พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปเมื่อผู้บริโภคเลิกใช้สินค้า ผู้บริโภคไม่ได้มีความพอใจหรือไม่พอใจ ปฏิกริยาจากพวกเขามี 3 ประการ ผู้บริโภคจะหยุดการใช้สินค้า เนื่องจากมีความต้องการชนิด “ครั้งเดียวจบ” ผู้บริโภคอาจใช้สินค้าเป็นประจำอยู่ถ้าสินค้านั้นดีที่สุดเท่าที่หาได้และผู้บริโภคขาดแรงจูงใจที่จะแสวงหาตัวแก้ปัญหาหรือสินค้าที่ดีกว่า บางทีอาจเป็นไปได้ว่าบุคคลไม่ “มีปัญหา” ซื้อหาสินค้าที่ดีกว่า หรือสินค้าที่ใช้อยู่ไม่มีลักษณะที่ต้องการ หรือผู้บริโภคต้องการตรงที่ตนชอบแต่ไม่มีขาย ผู้บริโภคทำสถานการณ์ให้ดีที่สุดเนื่องจากสินค้าที่ดีที่สุดก็มีแค่เน้นการขาดแรงจูงใจหมายความว่าผู้บริโภคมีความพอใจไม่มากพอที่จะทำอะไรได้ ผู้บริโภคอาจจะใช้สินค้าต่อไปแต่ต้องพิจารณาใหม่ในตอนซื้อครั้งต่อไป การเลิกใช้สินค้าครั้งนี้ได้มีผลไปถึงการซื้อในอนาคต

3. พฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อไม่พอใจ เมื่อบุคคลไม่พอใจกับการซื้ออาจก่อพฤติกรรมได้หลายอย่าง ประการแรก ผู้บริโภคอาจหยุดการใช้สินค้าหลังจากการใช้ครั้งนี้แล้วถ้าความต้องการไม่เกิดขึ้นอีกหรืออาจจะเก็บความไม่พอใจนั้นไว้ เรื่องนี้อาจเป็นเพราะสินค้าแพงเกินไปหรือไม่มีขายในขณะนี้หรือการซื้ออาจกินเวลามากถ้าความพอใจไม่รุนแรง เช่น ในกรณีสินค้านี้ราคาถูก ผู้บริโภคอาจเก็บความไม่พอใจไว้ในใจจนกระทั่งการซื้อครั้งต่อไป

เมื่อมีการหยุดใช้สินค้าที่ไม่พอใจ ผู้บริโภคอาจก่อปฏิกริยาได้ 3 อย่าง (ก) ผู้บริโภคอาจปรับเปลี่ยนใหม่และแสวงหาสินค้าที่ดีกว่าเดิม (ข) ผู้บริโภคสามารถแสวงหาการแก้ไขจากคนขายและ (ค) อาจปรับตัวแก้ปัญหาและหาสินค้าที่ดีขึ้น

คอตเลอร์ (Kotler, 1994: 198) กล่าวว่า หลังจากซื้อผลิตภัณฑ์มาแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ตามระดับของความพอใจหรือไม่พอใจในระดับหนึ่งระดับใด งานของนักการตลาดไม่ใช่จะจบลงหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ได้ถูกขายออกไปแล้ว แต่นักการตลาดต้องคอยตรวจสอบความพอใจหลังการซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย ได้แก่ กิจกรรมหลังการซื้อ การใช้ และการจัดการหลังการซื้อ

ความพอใจหลังการซื้อ สิ่งใดเป็นตัวที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ซื้อที่มีความพอใจอย่างมาก ก่อนข้างพอใจหรือไม่พอใจกับการซื้อในครั้งหนึ่ง ๆ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นการทำงานของความใกล้ชิดระหว่างการคาดหวังในตัวผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคและการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังไว้ ถ้าผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค พวกเขาจะเกิดความรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าตรงกับความต้องการพวกเขาก็จะเกิดความรู้สึกเฉยๆและถ้าเกินความคาดหวัง ผู้บริโภคจะเกิดความพอใจยิ่งขึ้น ความรู้สึกเหล่านี้สร้างความแตกต่างในแง่ที่ว่าผู้บริโภคจะกลับมาซื้อสินค้าใหม่ และจะพูดถึงผลิตภัณฑ์ในแง่ดีหรือไม่ดีกับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ผู้บริโภคจะสร้างรูปแบบความคาดหวังของตนตามข่าวสารที่ได้รับจากพนักงานขาย เพื่อน และแหล่งข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ หากช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการทำงานของ

ผลิตภัณฑ์ยังห่างกันมากเท่าไรผู้บริโภคบางคนจะขายช่องว่างออกไปหากผลิตภัณฑ์นั้นไม่สมบูรณ์ ซึ่งจะทำให้พวกเขารู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง ในขณะที่ผู้บริโภคบางรายอาจลดช่องว่างดังกล่าวลงและรู้สึกไม่พอใจน้อยลง ความสำคัญหลังการซื้อชี้ให้เห็นว่าการกล่าวอ้างถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง และได้พิสูจน์โดยผู้บริโภคแล้วว่าเป็นไปได้ตามที่กล่าวอ้างจริงๆ พนักงานขายบางคนอาจจะกล่าวถึงระดับการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่าความเป็นจริง เพื่อให้ผู้บริโภคได้เรียนรู้ถึงความพอใจที่เกินความคาดหวังก็เป็นได้เพื่อให้ผู้บริโภคพอใจมากขึ้นหลังจากซื้อไปแล้ว

กิจกรรมหลังการซื้อ ความพอใจหรือไม่พอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จะมีผลต่อพฤติกรรมในลำดับต่อมา กล่าวคือ หากพวกเขาพอใจ มีโอกาสที่พวกเขาจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอีกครั้ง ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการเลือกซื้อรถยนต์ จากการศึกษาพบว่า ความรู้สึกพอใจอย่างสูงในราคาสินค้าที่ซื้อมาครั้งล่าสุดมีความสัมพันธ์กันอย่างสูงกับความตั้งใจที่จะซื้อสินค้าตราอื่นอีกในการซื้อครั้งต่อไป มีการสำรวจครั้งหนึ่งเกี่ยวกับการซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคพบว่า ผู้ซื้อรถยนต์โตโยต้ามีความพอใจต่อสินค้าถึง 75% และทั้ง 75% ตั้งใจที่จะกลับมาซื้อรถยนต์ของโตโยต้าอีก เช่นเดียวกันกับผู้ซื้อรถยนต์เชฟโรเลตมีความพอใจต่อราคาสินค้าประมาณ 35% และทั้ง 35% แสดงความตั้งใจที่จะซื้อรถยนต์เชฟโรเลตซ้ำอีกเช่นกัน นอกจากนี้ผู้บริโภคที่พอใจมีแนวโน้มที่จะพูดถึงสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าดังกล่าวกับบุคคลอื่น ๆ จนนักการตลาดกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า “การโฆษณาที่ดีที่สุดคือการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุดนั่นเอง” อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคที่ไม่พอใจจะมีปฏิกิริยาแตกต่างออกไป พวกเขาอาจจะละทิ้งหรือส่งคืนผลิตภัณฑ์ได้ โดยที่พวกเขาอาจจะมองหาข้อมูลข่าวสารที่ยืนยันมูลค่าระดับสูงของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว พวกเขาอาจแสดง ออกต่อสาธารณชน เช่น การตำหนิบริษัท ปกษานายความ หรือตำหนิให้กลุ่มอื่นฟัง (เช่น กลุ่มธุรกิจส่วนบุคคล หรือองค์กรของรัฐ) การแสดงออกส่วนบุคคลได้แก่การตัดสินใจหยุดการซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าว (ทางเลือกที่จะละทิ้ง) หรือการเตือนเพื่อน ๆ (การบอกกล่าวโดยใช้เสียง) ซึ่งหากกรณีต่างๆ เหล่านี้เกิดขึ้นถือว่านักการตลาดไม่ประสบความสำเร็จในการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของความรู้ แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

กู๊ด (Good. 1973: 325) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์รายละเอียดต่างที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมสะสมไว้

เซ็งกี้ (Senge. 1990: 3) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถที่นำไปสู่การกระทำที่มีประสิทธิภาพ

ดาเวนพอร์ท (Davenport. 1998: 53) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง กรอบผสมผสานกันของประสบการณ์ ค่านิยม บริบท สารสนเทศ และการรู้แจ้งที่ซ้ำซ้อนทำให้เกิดกรอบงานสำหรับการประเมินค่า และการประสานประสบการณ์กับสารสนเทศใหม่ๆ สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นและถูกนำไปใช้ในจิตใจของผู้ที่รู้

บรูกกิง (Brooking. 1999: 123) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง สารสนเทศที่ได้ผ่านการประมวลผลแล้ว อย่างมีความเข้าใจ เพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

สุนัน ศลโกสุม (2542: 196) กล่าวว่า ความหมายของความรู้เข้าใจเป็นความสามารถในการเก็บรวบรวมความรู้และขยายความรู้ความจำนั้นให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล ดังนั้นผู้ที่มีความสามารถในด้านนี้ได้ ต้องรู้ความหมายและรายละเอียดของเรื่องนั้นมาก่อน พร้อมกับต้องรู้ความเกี่ยวข้องความสัมพันธ์ระหว่างชิ้นส่วน ที่เคยเรียนรู้มาแล้วโดยใช้ภาษาของตนเองได้

พัสนันท์ พันธุ์แน่น (2543: 13) ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความจริง (Truth) ข้อเท็จจริง (Facts) กฎเกณฑ์ และโครงสร้างที่เกิดขึ้นของการศึกษา หรือค้นคว้า หรือเป็นการสะสมประสบการณ์ ซึ่งความรู้จะเป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจำได้ หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน และต้องอาศัยเวลา

รัตนกรณ จงวิศาล (2535: 49) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง กฎเกณฑ์ข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับและสะสมไว้ในรูปของการจำ

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2549: 185-189) กล่าวว่า ความรู้ หมายถึง ข่าวสารที่เก็บไว้ในความทรงจำ ส่วนหนึ่งของข่าวสารทั้งหมดเกี่ยวข้องกับหน้าที่ของผู้บริโภคในตลาดเรียกว่า ความรู้เกี่ยวกับผู้บริโภค (Consumer Knowledge) ซึ่งอาจจะศึกษาได้โดยการตอบคำถามดังนี้ คือ ผู้บริโภครู้อะไร ความรู้จัดระเบียบอยู่ในความทรงจำรูปแบบใด และจะวัดความรู้ได้อย่างไร

สรุปได้ว่า ความหมายของความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริงและรายละเอียดต่างๆที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมสะสมไว้ในสมอง และสามารถระลึกเกี่ยวกับเรื่องราวเหล่านั้นได้ เมื่อได้รับการกระตุ้นที่เหมาะสม

เนื้อหาของความรู้

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2549: 185-189) ได้ให้ความหมายขอบเนื้อหาของความรู้ไว้ คือ คำตอบของคำถามข้างบนนี้ เกี่ยวกับผู้บริโภครู้จะไร่นั้น ขึ้นอยู่กับความเข้าใจในสิ่งที่บรรจุอยู่ในความทรงจำนักจิตวิทยาได้จำแนกไว้ว่า มีความรู้อยู่ 2 ประเภท ดังนี้

Declarative Knowledge เป็นข้อเท็จจริง (subjective Fact อันเกิดมาจากการนึกเอาเอง) ที่เรารู้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Episodic Knowledge ซึ่งเกี่ยวข้องกับข่าวสารที่ผูกพันกับระยะเวลา
2. Semantic Knowledge บรรจุความรู้ที่สรุปรวมย่อเอาไว้ (Generalized Knowledge)

Procedural Knowledge หมายถึง ความเข้าใจถึงการนำเอาข้อเท็จจริงเหล่านี้ไปใช้ ข้อเท็จจริงเหล่านี้เกิดจากการที่ผู้บริโภคนึกเอาเอง เพราะมันไม่จำเป็นต้องผูกพันกับสิ่งที่ป็นจริงที่เราเห็นได้ (Objective Reality) เช่น ผู้บริโภคอาจจะเชื่อว่า ราคาเป็นเครื่องชี้คุณภาพ ซึ่งจริงๆ แล้วมันไม่เกี่ยวข้องกันเลย

ประเภทของความรู้

ปัญญา เปรมปรีดี (2540: 81-82) ได้อ้างจากบทความวารสารของบริษัท Ecoz-Alen of Hamilton (ฉบับ Second Quarter 1996) ชื่อ The Right Path to Knowledge Management กล่าวว่า ความรู้ (Knowledge) แบ่งได้ 3 ประการ คือ

1. Craft ความรู้ชนิดนี้จะเกิดขึ้นในตัวคนที่ทำงานมานาน และเป็นงานที่บุคคลนั้นสร้างสรรค์ขึ้นมาเองเป็นความรู้ที่มีการปรับเปลี่ยนไปได้ตลอดเวลา จึงเหมาะกับสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอๆ เป็นความรู้ที่ถ่ายทอดกันได้ยาก มักจะใช้เวลายาวนานในการเรียนรู้ นอกจากนั้นยังยากต่อการที่จะถ่ายทอดได้อย่างตรงกับที่ครูต้องการ เช่น ความรู้ในงานการผลิตศิลปหัตถกรรม

2. Practical ความรู้ชนิดนี้จะเกิดขึ้นจากการทำงานตามสั่งแบบซ้ำๆ แต่ละคนจะคิดและปรับตัวให้เข้ากับระบบที่เขาออกแบบไว้ให้ เช่น ในการทำงานผลิตทางอุตสาหกรรม ผู้ปฏิบัติจะค่อยๆ พัฒนาตัวเองให้เข้ากับสายพานการผลิต เมื่อพวกเขาค้นเคยกับงานแล้วจะสามารถหยิบจับเครื่องมือต่างๆ ได้โดยไม่ต้องใช้ตามอง ความรู้เหล่านี้เกิดขึ้นกับคนรุ่นหนึ่งแล้วสามารถถ่ายทอดไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งได้ง่าย ประโยชน์ของความรู้เหล่านี้เห็นได้เด่นชัด และสามารถสอนกันได้โดยไม่ต้องใช้แรงงาน

3. Architectural ความรู้ชนิดนี้จะเกิดจากการได้คิดและปรับปรุงขบวนการผลิตต่างๆ วิธีการที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพของระบบงานจะค่อยๆ เปิดเผยตัวเองขึ้นมา และกลายเป็นความรู้ที่อยู่ในตัวคนเหล่านั้น คนพวกนี้สามารถกลับมานั่งโต๊ะแล้วออกแบบกระบวนการผลิตใหม่ๆ ได้มากมาย และสามารถประมาณความสามารถของขบวนการผลิตเหล่านั้นได้อย่างแม่นยำ ความรู้ประเภทนี้เป็นส่วนผสมระหว่างความรู้ 2 แบบแรกและเป็นสุดยอดของความรู้ ทั้งนี้เพราะสามารถช่วยพัฒนาวิธีการผลิตได้ในระดับสูง ลดค่าใช้จ่าย เพิ่มความเร็วในการทำงาน คนที่มีความรู้ประเภทนี้หายาก คนที่มีความรู้ประเภทนี้

จะต้องมีความสามารถสูง เป็นคนฉลาดและช่างสังเกต การสร้างคนประเภทนี้จึงค่อนข้างยาก แต่เมื่อเกิดความรู้ความเข้าใจประเภทนี้แล้วจะสามารถถ่ายทอดให้แก่คนอื่น (ที่มีความฉลาดในระดับเดียวกัน) ได้ง่าย ความรู้ประเภทนี้จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่สุดที่สามารถพัฒนาสังคมได้ การก่อตัวของความรู้ทางด้านนี้จะสามารถทำได้แทบจะนับไม่ถ้วนแต่ต้องใช้เวลาและโอกาส

บลูมและคณะอื่นๆ (Bloom; and et.al. 1956: 359) ได้แบ่งพฤติกรรมด้านความรู้หรือความสามารถทางด้านสติปัญญาออกเป็น 6 ระดับ โดยเรียงลำดับจากความสามารถขั้นต่ำไปสูง ดังนี้

1. ความรู้-ความจำ (Knowledge or Recall) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงถึงการจำได้หรือระลึกได้ เป็นความรู้ในเรื่องเฉพาะๆ เช่น ความรู้คำศัพท์เฉพาะ ความรู้ในข้อเท็จจริงบางอย่างเป็นความรู้ในเรื่องวิธีการจัดการกระทำเฉพาะเรื่อง และเป็นความรู้ในเรื่องที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาต่างๆ เช่น ความรู้ในเรื่องกฎ ทฤษฎี โครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehension or Understanding) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงว่าสามารถอธิบายได้ ขยายความด้วยคำพูดของตนเองได้ มุ่งให้ผู้เรียนเกิดพฤติกรรมหรือการตอบสนอง 3 แบบ คือ

- 2.1 การแปล (Translation)
- 2.2 การตีความหมาย (Interpretation)
- 2.3 การขยายความสรุปความ (Extrapolation)

3. การนำไปใช้ (Application) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงว่าสามารถนำความรู้ที่มีอยู่ไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ๆ และแตกต่างจากสถานการณ์เดิมได้

4. การวิเคราะห์ (Analysis) ได้แก่ พฤติกรรมความรู้ที่สามารถแยกสิ่งต่างๆ ออกเป็นส่วนย่อยๆ ได้อย่างมีความหมายและเห็นความสัมพันธ์ของส่วนย่อยๆ เหล่านั้นด้วยหรืออาจกล่าวได้ว่าวิเคราะห์มี 3 ความหมาย คือ

- 4.1 การวิเคราะห์ให้ได้หน่วยย่อย
- 4.2 การวิเคราะห์เนื้อหาความสัมพันธ์
- 4.3 การวิเคราะห์เนื้อหาหลัก

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) คือ พฤติกรรมความรู้ที่แสดงถึงความสามารถในการรวบรวมความรู้และข้อมูลต่างๆ เข้าด้วยกันอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้แนวทางที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาได้ การสังเคราะห์มี 3 ประเภท คือ

- 5.1 สังเคราะห์ให้ได้ผลเฉพาะเรื่อง
- 5.2 สังเคราะห์ให้ได้แผนงานหรือแผนปฏิบัติการ
- 5.3 สังเคราะห์ให้ได้ระดับนามธรรมที่สูงขึ้น

6. การประเมินค่า (Evaluation) ได้แก่ พฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการตัดสินใจคุณค่าของสิ่งของหรือทางเลือกได้อย่างถูกต้อง จำแนกได้ 2 ประเภท คือ

6.1 การประเมินที่อิงเกณฑ์ภายใน

6.2 การประเมินที่อิงเกณฑ์ภายนอก

ความหมายของความเข้าใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของความเข้าใจ แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

บลูมและคณะ (Bloom et.al. 1971: 271) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการที่คนขยายความรู้ความจำให้ไกลออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล แยกเป็น 3 ชั้นที่สำคัญ คือ การแปลความหมายของคำ ข้อความสัญลักษณ์ในแง่มุมใหม่ตามเนื้อเรื่องและหลักวิชาการนั้นๆ การตีความโดยเอาความจากการแปลทั้งหมดมารวมกันและสรุปหรือขยายความนั้นตามแนวใหม่ ทักษะใหม่ มุมมองใหม่ เพื่อกว้างไกลออกไปจากข้อเท็จจริง โดยจะต้องให้ข้อมูลหรือแนวโน้มอย่างเพียงพอ

มอริส (Morris. 1973: 875) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง การรับรู้อย่างแจ่มชัดหรือการมีความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความหมาย ลักษณะสำคัญ หรือหน้าที่ของสิ่งต่างๆ

จักรกริช ใจดี (2542: 8-9) กล่าวว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ได้ทั้งภาษา รหัส สัญลักษณ์ ทั้งรูปธรรมและนามธรรม แบ่งเป็นการแปลความ การตีความ การขยายความ

จากความหมายต่างๆ ของความเข้าใจ สรุปได้ว่า ความเข้าใจ หมายถึง ความเข้าใจในเนื้อหาความสามารถในการนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์เหมาะสมกับสถานการณ์ของตนเอง

การวัดความรู้ความเข้าใจ

ได้มีผู้ให้ความหมายของการวัดความรู้ความเข้าใจ แตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

ชวาล แพรัตกุล (2516: 201) กล่าวว่า ผู้หนึ่งผู้ใดเป็นผู้ที่จะนับว่าเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องใดๆ นั้นจะต้องมีพฤติกรรมทางจิตวิทยา 2 ประการ คือ จำเรื่องราวนั้นได้กับ ระลึกเรื่องราวนั้นออกมา ความจำ (Memory) เป็นฝ่ายรับเก็บไว้ในตัว ความระลึก (Recall) เป็นฝ่ายจำออกจากตัว การที่ใครกล่าวว่า “รู้แต่พูดไม่ถูก” หรือ “รู้แต่นึกไม่ออก” นั้น แท้จริงก็คือ ผู้ที่ยังไม่มีความรู้ในเรื่องนั้น เพราะเรายังไม่มีวิธีการตรวจสอบว่าสมองของผู้นั้นได้บันทึกเรื่องนี้ไว้จริงๆ หรือเปล่า ต้องอาศัยพฤติกรรมที่ผู้นั้นแสดงออกมาเป็นเครื่องชี้ว่า ผู้นั้นเป็นผู้มีความรู้ในเรื่องนั้นจริงหรือไม่ ฉะนั้นการวัดความรู้ลึก ก็คือ การวัดสมรรถภาพสมองด้านการระลึกออกของความจำนั่นเอง

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2535: 51) กล่าวว่า การวัดความรู้ความสามารถในการระลึก (Recall) เรื่องราวข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่างๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับจาก คำสอนการบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งตำราจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วยคำถามวัดความรู้ แบ่ง ออกเป็น 3 ชนิด คือ

1. ถามความรู้ในเนื้อเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหา ข้อเท็จจริงต่างๆ ของเรื่องราวทั้งหลายประกอบด้วยคำถามประเภทต่างๆ เช่น ศัพท์และนิยาม กฎและความจริง หรือ รายละเอียดเนื้อหาต่างๆ

2. ความรู้ในวิธีการ เป็นการถามวิธีปฏิบัติต่างๆ แบบแผน ประเพณี ขั้นตอนการปฏิบัติทั้งหลาย เช่น ถามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้น และแนวโน้ม การจัดประเภทและหลักเกณฑ์ต่างๆ

3. ถามความรู้รวมยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหลักขณะ เพื่อรวบรวมและย้อนย่อลงมาเป็นหลักหรือหัวใจของเนื้อหานั้นๆ

รวีวรรณ ชินะตระกูล (2533: 38-41) กล่าวว่า ในการสร้างแบบทดสอบเพื่อเป็นเครื่องมือวัดพฤติกรรมด้านความรู้ ความจำ ที่เป็นที่ยึด แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. แบบอัตนัย เป็นแบบทดสอบที่ผู้สอบต้องเขียนตอบ เป็นการยากที่จะควบคุมการตอบของผู้สอบได้ แบบทดสอบชนิดนี้ยังแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.1 แบบทดสอบที่ไม่จำกัดคำตอบ (Essay-Extended Response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้ตอบมีสิทธิในการตอบอย่างเสรี

1.2 แบบทดสอบที่จำกัดคำตอบ (Essay-Restricted Response) หมายถึง แบบทดสอบที่ผู้ตอบมีสิทธิในการตอบจำกัด

1.3 แบบทดสอบแบบตอบสั้นๆ (Short-Answer) หมายถึง แบบทดสอบที่ต้องการคำตอบที่เป็นวลีเท่านั้น

1.4 แบบทดสอบแบบให้เติมคำให้สมบูรณ์ หมายถึง แบบทดสอบที่ต้องการให้เติมคำตอบ

2. แบบปรนัย เป็นแบบทดสอบที่มีรูปแบบ (Structure) มากที่สุด สามารถใช้วัดผลได้แบบทดสอบแบ่งออกเป็น 3 ประการ คือ

2.1 แบบถูกผิด (True-False) คำถามชนิดนี้ถามถึงความจริง หลักการ กฎต่างๆ และการตีความ

2.2 แบบจับคู่ (Matching) ลักษณะของข้อสอบจะมี 2 คอลัมน์ คอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำถาม อีกคอลัมน์หนึ่งเป็นชุดของคำตอบ ซึ่งผู้ตอบจะเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพื่อให้สอดคล้องกับคำถาม

2.3 แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Multiple Choice) ข้อสอบนี้จะประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นส่วนของโจทย์ (Stem) อีกส่วนหนึ่งเป็นตัวเลือก (Alternative) มีตั้งแต่ 3-5 ตัวเลือก แบบทดสอบประเภทนี้จะวัดความสามารถของสมองได้ตั้งแต่ขั้นต่ำจนถึงขั้นสูงๆ ได้ โดยคำตอบในตัวเลือกนั้นจะมีข้อถูกอยู่เพียงข้อเดียว ส่วนข้ออื่นๆเป็นตัวลวง (Distracters) เป็นแบบทดสอบที่นิยมใช้กันมาก เพราะมีข้อดีที่ว่าการให้คะแนนไม่ว่าใครตรวจ การให้คะแนนจะเท่ากันเสมอ

จำนง พรายเชื้อ (2531: 229) กล่าวว่า แบบสอบถามที่ดี จะต้องมีความเที่ยงตรง และความเชื่อมั่นสูง สามารถที่จะจำแนกบุคคลที่มีความรู้กับบุคคลที่ไม่มีความรู้ (คนเก่ง-คนไม่เก่ง) ออกจากกันได้จริง ไม่ว่าแบบทดสอบนั้นจะเป็นแบบอัตนัยหรือปรนัย

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การวัดความรู้และความเข้าใจเป็นการวัดระดับความสามารถในการจดจำ พิจารณาข้อเท็จจริงของข้อมูลที่ได้ และผสมผสานกับประสบการณ์เดิมของตนเองและสามารถวัดได้จากแบบทดสอบ ดังนั้นการวิจัยนี้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยจะทำการวัดโดยใช้แบบสอบถามแบบปรนัย ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่มีรูปแบบถูกผิด

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ในการที่จะศึกษาเรื่องของแรงจูงใจ มีผู้อธิบายทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจไว้หลายทฤษฎีในงานวิจัยฉบับนี้จะศึกษาทฤษฎีที่สำคัญเกี่ยวกับงานวิจัย ดังนี้

ทฤษฎีแรงจูงใจของเบย์ตอน

กิติ ตยัคคานนท์ (2544: 128) ได้สรุปความต้องการ การทางจิตใจของมนุษย์ว่ามี 3 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการมีความรักและมีพวก เป็นความต้องการทางจิตขั้นต้น เนื่องจากเราอยู่ในสังคมมนุษย์ ถ้าเขาไม่ยอมรับเราเข้าเป็นพรรคพวก เราก็อยู่กับเขาไม่ได้ การที่จะให้กลุ่มยอมรับเข้าเป็นพวกนั้นขึ้นอยู่กับตัวเรา โดยต้องยึดหลักที่ว่า “ถ้าต้องการจากเขา เราต้องให้เขาก่อน” หรือ “ถ้าต้องการให้เขารักเรา เราต้องรักเขาก่อน”

2. ความต้องการมีชื่อเสียงเกียรติยศและความเด่น เมื่อเรามีพรรคมีพวก และทำให้ใครๆ รักใคร่เราแล้ว เราก็มีความต้องการหรืออยากได้สิ่งอื่นต่อไปอีก เนื่องจากความต้องการหรือคณหาของมนุษย์นั้นไม่มีที่สิ้นสุด สิ่งที่เราต้องการต่อไปอีกก็คือเกียรติยศชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้คนอื่นยอมรับนับถือและยกย่องเราและก็จะมียศมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นได้

3. ความต้องการที่รักษาเกียรติยศชื่อเสียงและความเด่นนั้นให้คงตลอดไป เมื่อสามารถกระทำตัวให้มีเกียรติยศชื่อเสียงและความเด่นแล้ว ทุกคนก็ต้องการจะรักษาสภาพนั้นไว้ให้อยู่กับคนตลอดกาล นับว่าเป็นความสำเร็จสมหวังในหวังในชีวิต

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

อับราฮัมมาสโลว์ ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่า ทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลานั้น ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ แสดงดังภาพประกอบ

มาสโลว์ ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ในลักษณะของลำดับขั้นความต้องการ (Hierarchy of Needs) โดยแยกออก เป็นลำดับขั้นที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

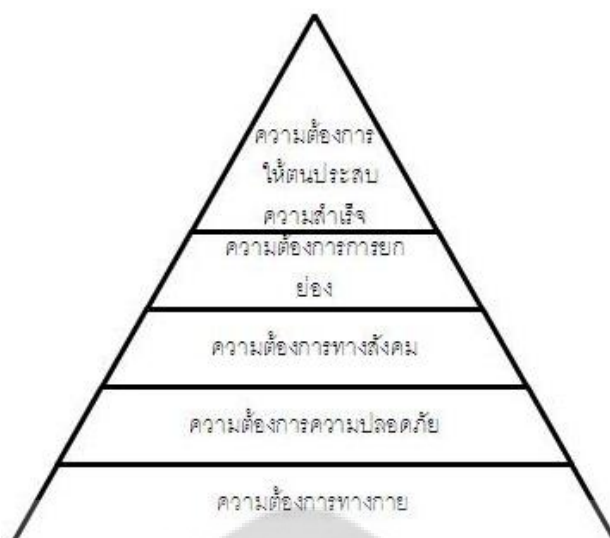
ขั้นตอนที่ 1 ความต้องการด้านร่างกายหรือทางสรีรวิทยา (Bodily Needs or Physiological) เป็นความต้องการที่มาสโลว์ และนักจิตวิทยาเห็นว่าเป็นความต้องการระดับแรกสุด ได้แก่ อาหาร น้ำ เพื่อบรรเทาความหิว ความต้องการทางเพศ การพักผ่อนนอนหลับ การได้หย่อนใจ

ขั้นตอนที่ 2 ความต้องการได้รับความปลอดภัย (Safety Needs) จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่ 1 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะแสวงหาความมั่นคง การป้องกันภัยอันตรายต่างๆ ถ้าหากไม่ได้รับการตอบสนอง คนเราอาจหาทางหลบหนีจากสภาพนั้นๆ ก็ได้

ขั้นตอนที่ 3 ความต้องการความรักและการเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่ม (Love and Belonging Needs) เพราะว่า ต้องการได้รับความอบอุ่น การยอมรับจากสมาชิก หรือเพื่อนๆ ในกลุ่ม ต้องการทราบว่าตนเองมีฐานะอย่างไรในกลุ่มนั้น

ขั้นตอนที่ 4 ความต้องการได้รับการยกย่องในด้านความมีชื่อเสียงและเกียรติยศ (Self-Esteem Needs) ซึ่งหมายถึง ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการได้รับความเคารพ ความเชื่อมั่นอื่นๆ ในกลุ่ม ทำให้เกิดอิสรภาพ เสรีภาพ และความมีชื่อเสียงในด้านต่างๆ

ขั้นตอนที่ 5 ความต้องการได้กระทำตามความสามารถที่เป็นจริง (Self-Actualization) เป็นขั้นสุดท้ายของความต้องการและเป็นความต้องการสูงสุดของบุคคล เพื่อแสดงถึงสิ่งที่เขามีความสามารถและศักยภาพที่จะกระทำได้



ภาพประกอบ 3 ลำดับความต้องการของมาสโลว์

ที่มา: Kotler; Armstrong. 2002: 100-101

มาสโลว์ เชื่อว่า โดยธรรมชาติแล้วมนุษย์จะมีแต่สิ่งที่ค้างอยู่ในตนเอง แต่ที่บุคคลต้องปราศจากความสุขหรือเป็นโรคประสาทนั้น ก็เนื่องมาจากสิ่งแวดล้อมเป็นผู้บงการหรือเพราะบุคคลนั้นมีความคิดบิดเบือนไปจากสภาพที่เป็นจริงตามธรรมชาติ กล่าวคือ บุคคลจะมีความต้องการ 2 ประเภท คือ ความต้องการพื้นฐาน (Basic Need) ซึ่งจะต้องมาก่อนความต้องการประเภทที่สองคือความต้องการขั้นสูง (High Need) ซึ่งได้แก่ ความยุติธรรม ความดีงาม ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การมีลำดับขั้นตอนเหล่านี้ เป็นต้น เมื่อบุคคลบรรลุสภาพความต้องการที่สอดคล้องกับความเป็นจริงแล้ว มาสโลว์เชื่อว่าบุคคลนั้นจะมีความสุขและมีความเป็นอยู่อย่างดี โดยถือว่าเขาเหล่านั้นตระหนักในความสามารถของตนเองหรือมี Self-Actualization แล้วนั่นเอง เขาพบว่าบุคคลที่ตระหนักในความสามารถแห่งตนมีแนวโน้มที่จะได้รับประสบการณ์ช่วงเวลาที่เราเรียกว่า Peak Experience ก่อนข้างบ่อยครั้งมากและประสบการณ์ช่วงเวลาของความสุขและความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ในชีวิต การตระหนักในความสามารถแห่งตน (Self-Actualization) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ ยึดหลักการว่าเกิดจากความต้องการที่เป็นไปตาม ลำดับขั้นจากขั้นต่ำไปสู่ขั้นสูง จากความต้องการเบื้องต้นทางร่างกาย ซึ่งจะต้องได้รับการตอบสนองอย่างดีจะนำไปสู่การต้องการความปลอดภัย การเป็นเจ้าของ จนถึงขั้นตระหนักในความสามารถแห่งตน ซึ่งจะถึงขั้นสูงสุดนี้ได้ก็ต่อเมื่อความต้องการในขั้นต่ำรองๆ ลงมาได้รับการตอบสนองอย่างเป็นที่พอใจแล้ว (บังอร ภูวภิรมย์ขวัญ. 2546: 41-43)

ทฤษฎีแรงจูงใจต่างๆ

ชู (ถวิล ชาราโกชน์; และศรีชัย คำริสุข. 2543: 155; อ้างอิงจาก Hull; n.d.:) ได้เสนอแนวทฤษฎีการจูงใจที่เกิดจากการลดแรงขับเป็นครั้งแรก โดยเขาได้อธิบายว่า เมื่อคนเราอยู่ในภาวะขาดแคลนความต้องการพื้นฐานทางด้านชีววิทยา เช่น น้ำ ก็จะเกิดแรงขับเพื่อจะได้รับความต้องการน้ำ (ในกรณีนี้ก็จะเกิดแรงขับที่เรียกว่า ความกระหาย) เกิดขึ้น ซึ่งการที่คนเรามีความต้องการน้ำเกิดแรงขับที่เรียกว่า ความกระหาย แล้วมีพฤติกรรมมุ่งไปสู่การแสวงหาน้ำมาดื่ม เพื่อให้แรงขับลดลง สภาวะดังกล่าวเรียกว่า เกิดการจูงใจแรงขับ (Drive) หมายถึง ความเครียด หรือการกระตุ้นการเร่งเร้าที่เพิ่มพลังผลักดันพฤติกรรมที่จะแสวงหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อสนองตอบความต้องการ (Need) แรงขับที่เป็นพื้นฐาน เช่น ความหิว ความกระหาย แรงขับทางเพศ สัมพันธ์กับความต้องการทางชีววิทยาที่เกี่ยวข้องกับร่างกายโดยส่วน รวมเราจึงเรียกแรงขับชนิดนี้ว่า เป็นแรงขับปฐมภูมิ (Primary drive) แรงขับทุติยภูมิมีความแตกต่างจากแรงขับปฐมภูมิ (Secondary drive) ตรงที่แรงขับทุติยภูมิไม่ได้เกิดจากความต้องการที่จำเป็นทางชีววิทยา แต่เกิดจากความต้องการที่จำเป็น โดยอาศัยประสบการณ์ที่มาก่อนและการเรียนรู้ เช่น บางคนอาจจะมีความต้องการอย่างจำเป็นทางด้านความสำเร็จทางวิชาการ บางคนมีความต้องการความสำเร็จในทางอาชีพ เราสามารถกล่าวได้ว่า ความต้องการสำเร็จก็คือ แรงขับทุติยภูมิที่จูงใจพฤติกรรม

ทฤษฎีการรู้คิด (Cognitive theory) (ถวิล ชาราโกชน์; และศรีชัย คำริสุข. 2543: 161) เป็นผลให้เกิดแรงจูงใจมุ่งประเด็นไปสู่บทบาทของการคิด ความคาดหวัง และความเข้าใจต่อโลก ตามทฤษฎีความคาดหวัง-คุณค่า (Expectancy – Value theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีย่อยทฤษฎีหนึ่งของทฤษฎีการจูงใจการรู้คิด ทฤษฎีความคาดหวัง-คุณค่า กล่าวว่า ปัจจัยในการกำหนดพฤติกรรม (พฤติกรรมที่ถูกจูงใจ) มีอยู่ 2 ปัจจัย ปัจจัยแรก ได้แก่ ความคาดหวัง (Expectation) ความคาดหวังว่าพฤติกรรมนั้นจะเป็นสาเหตุให้ไปถึงเป้าหมายที่ตั้งใจไว้ และปัจจัยที่ 2 ก็คือ ความเข้าใจของบุคคลที่ว่าเป้าหมายที่เราต้องการให้ไปถึงนั้นมีคุณค่า (Value) เพียงใด ตัวอย่างเช่น นักเรียนจะมีแรงจูงใจที่มุ่งมั่นศึกษาเพื่อการสอบขึ้นอยู่กับการพิจารณา 2 ประการ คือ เขามีความคาดหวังว่า เมื่อเขาตั้งใจศึกษาเล่าเรียนแล้ว เขาจะได้คะแนนสูงอย่างไรและเขาคิดคะแนนที่เขาจะได้รับมีคุณค่าต่อเขาเพียงใด ถ้าทั้งความคาดหวังและคุณค่าอยู่ในระดับสูงนักเรียนก็จะมีแรงจูงใจที่จะศึกษาอย่างขยันขันแข็ง ถ้าปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งต่ำการจูงใจของเขาที่จะมุ่งมั่นขยันหมั่นเพียรในการเล่าเรียนจะต่ำกว่า ทฤษฎีการรู้คิดก่อให้เกิดความชัดเจนที่สำคัญระหว่างการจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) และการจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) การจูงใจภายในเป็นสาเหตุให้บุคคลมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เพื่อความสุขและความพอใจด้วยตัวเอง ไม่ใช่ตัวรางวัลภายนอกจะดึงดูดบุคคลไปสู่กิจกรรมนั้น ในทางตรงกันข้าม การจูงใจภายนอกจะเป็นสาเหตุให้บุคคลทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อรางวัล

จากการวิจัย การจูงใจของทั้ง 2 ชนิด พบว่าบุคคลจะใช้เวลาพยายามมากกว่า และผลิตผลงานที่มีคุณภาพสูงกว่า เมื่อจูงใจบุคคลด้วยแรงจูงใจภายในดีกว่าจูงใจบุคคลด้วยแรงจูงใจภายนอก ยิ่งกว่านั้น

นักจิตวิทยายังให้ข้อเสนอแนะว่า การให้รางวัลสำหรับพฤติกรรมที่พึงปรารถนานั้นอาจจะเป็นสาเหตุให้แรงจูงใจภายในต่ำลงและแรงจูงใจภายนอกจะเพิ่มสูงขึ้น

ประเภทของแรงจูงใจ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านแบ่งประเภทของแรงจูงใจออกเป็นลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

อาร์ พันธัมณี (2542: 181-182) แบ่งประเภทของแรงจูงใจ ตามลักษณะของการแสดงออกทางพฤติกรรม ได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) เป็นสภาวะที่บุคคลต้องการที่กระทำหรือเรียนรู้บางสิ่งบางอย่างด้วยตนเอง ไม่ต้องอาศัยการชักจูงจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น ความต้องการเรียนเพื่อต้องการความรู้ ทำงานเพราะต้องการความสนุกและความชำนาญ ซึ่งความต้องการหรือความสนใจพิเศษตลอดจนความรู้สึกรักใคร่หรือทัศนคติของแต่ละบุคคล จะผลักดันให้บุคคลสร้างพฤติกรรมขึ้น ซึ่งได้แก่ความอยากรู้ อยากเห็น ความสนใจ ความรัก ความศรัทธา เป็นต้น

2. การจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก เช่น สิ่งของหรือเกียรติยศ เงินเดือน ปรียญาบัตร ความก้าวหน้า รางวัล คำชมเชย การแข่งขัน การดิ้นรน ทำให้บุคคลมองเห็นเป้าหมาย จึงทำให้บุคคลเกิดความต้องการและแสดงพฤติกรรมสู่เป้าหมายนั้น

ขนิษฐา วิเศษสาร และ มุกดา ศรีรงค์ (2537: 182) กล่าวว่า แรงจูงใจแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่

1. แรงจูงใจทางสรีระวิทยา (Physiological Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของร่างกายทั้งหมด ทั้งนี้ เพื่อให้บุคคลมีชีวิตรอด เป็นความจำเป็นตามธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ ความหิว ความกระหาย การนอนหลับ การหลีกเลี่ยงความเจ็บปวด ความเหนื่อยล้า เป็นต้น

2. แรงจูงใจทางจิตวิทยา (Psychological Motives) เป็นแรงจูงใจที่ช่วยทำให้คนมีสุขภาพ จิตดี ได้แก่ ความอยากรู้ อยากเห็น ความต้องการความรัก ความเอาใจใส่ใกล้ชิดจากผู้อื่น

3. แรงจูงใจทางสังคม (Social Motives) เป็นแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ แรงจูงใจชนิดนี้มักเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ของบุคคล และเป้าหมายของแรงจูงใจชนิดนี้ มีความสัมพันธ์กับการแสดงปฏิกิริยาของบุคคลอื่น ที่มีต่อบุคคลนั้น แรงจูงใจทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนเรา ได้แก่

3.1 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motives) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ให้ดีและประสบความสำเร็จ

3.2 แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliative Motives) เป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลปฏิบัติตนให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น ต้องการความเอาใจใส่ ความรักจากบุคคลอื่นและต้องการมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับคนอื่น ๆ

3.3 แรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self-Esteem) เป็นแรงจูงใจที่บุคคลปรารถนาเป็นที่ยอมรับ ยกย่อง มีชื่อเสียงเกียรติยศในสังคม ซึ่งจะนำมาซึ่งความนับถือสอดคล้องกับ จันทร ชุ่มเมืองปัก (2546: 85-92) ที่ได้แบ่งประเภทของแรงจูงใจไว้ 2 ประเภทใหญ่ คือ ประเภทที่ดูจากการแสดงออกทางพฤติกรรมและประเภทที่ดูตามลักษณะที่มาของแรงจูงใจ

1. แรงจูงใจประเภทดูตามลักษณะการแสดงออกทางพฤติกรรม คือเป็นแรงจูงใจที่จะสังเกตได้จากพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นทางสายตาได้ชัดเจน เช่น พฤติกรรมที่แสดงออกให้เห็นว่าสงสาร พฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่ามีความรัก ซึ่งแรงจูงใจประเภทนี้ ยังแบ่งออกไปอีกเป็น 2 ประเภทย่อย คือ ประเภทการแสดงออกภายในกับประเภทการแสดงออกภายนอก

1.1 แรงจูงใจประเภทที่เป็นการแสดงออกทางการจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) ได้แก่ จำพวกประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจ อันเกิดจากความรู้สึกของบุคคลนั้น เช่น ความรัก ความเมตตา ความเชื่อถือหรือความยอมรับ หรือในทางตรงกันข้าม เกิดความรู้สึกเกลียดหรือโกรธก็จะแสดงให้เห็นสีหน้าท่าทาง แรงจูงใจภายในนี้ไม่ต้องอาศัยความต้องการหรือสิ่งเร้าจากภายนอกเลย

1.2 แรงจูงใจที่เป็นการแสดงออกทางการจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) ได้แก่ จำพวกประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจ อันเกิดจากความต้องการของนอกกาย เช่น อยากได้บ้านใหม่ สู้หาคูใหม่ อยากได้ปริญญาโท-เอก นี่คือการจูงใจที่เกิดจากความต้องการผลตอบแทนเป็นวัตถุ หรือเป็นข่าวของ เงินทอง แรงจูงใจที่เป็นการจูงใจภายนอก จึงเป็นสถานะที่บุคคลหรือใครก็ตามได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายนอก จึงเกิดพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายที่ตนต้องการ เช่น อยากได้ปริญญาที่สูงขึ้น ก็ตั้งใจศึกษาเพิ่มเติม เป็นต้น

2. แรงจูงใจประเภทดูตามลักษณะที่มาของแรงจูงใจ คือเป็นแรงจูงใจที่มาจากทั้งภายในและภายนอก คือทั้ง Intrinsic และ Extrinsic แต่พฤติกรรมที่แสดงออกจะเกิดจากสิ่งแวดล้อมและสังคมรอบกาย เช่น ความอ่อน ความหนาว ความเย็น ความอึด ความดี ความเก่ง เป็นต้น ซึ่งแรงจูงใจประเภทนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อย ได้แก่

2.1 แรงจูงใจที่มาจากการจูงใจทางสรีรวิทยา (Physical Motivation) ได้แก่ จำพวกประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมสนองความต้องการทางกายทั้งหลายทั้งปวง เช่น ความหิว ทำให้เกิดพฤติกรรมการรับประทานอาหาร ปวดท้องทำให้เป็นแรงจูงใจในการพบแพทย์ อากาศร้อนก็เป็นแรงจูงใจที่จะแสวงหาเครื่องปรับอากาศ หรือเดินทางมาเหนือก็จะเป็นแรงจูงใจให้เราต้องการพักผ่อน เป็นต้น แรงจูงใจประเภทนี้โดยทั่วไป ก็คือ ประสบการณ์ประจำวันของทุกคนที่ยังมีชีวิตและจะมีพฤติกรรม เพื่อสนองตอบความต้องการที่มาจากแรงจูงใจนั้นๆ อย่างหลากหลายนั่นเอง เรียกว่า สิ่ง

แวดล้อมและสิ่งเร้าทำให้เกิดความร้อน ความหนาว ความกระหายและความรู้สึกต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นไปตามธรรมชาติและพฤติกรรมในแต่ละครั้งที่เกิดขึ้น เช่น คนที่หิวมากก็รับประทานมาก คนที่กระหายมากก็ดื่มน้ำมาก คนที่ปวดมากก็ร้องครวญครางเสียงดังกว่า หรือโกรธมากก็ตอบโต้รุนแรง เป็นต้น

2.2 แรงจูงใจที่มาจากแรงจูงใจทางจิตวิทยา (Psychological Motivation)

แรงจูงใจประเภทนี้ไม่มีความจำเป็นโดยตรงต่อการดำเนินชีวิต เหมือนแรงจูงใจทางสรีรวิทยา แต่มีความสำคัญต่อสุขภาพจิตโดยเฉพาะ คือ ก่อให้มีสุขภาพจิตดีสม่ำเสมอ มีความสดชื่นไม่เศร้าสร้อย มีความกระฉับกระเฉง เบิกบานอยู่เป็นนิจ ยิ้มแย้มแจ่มใสจนเกิดเป็นนิสัย เป็นแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมทางความรู้สึก ประเภทการจูงใจภายใน ตัวอย่างเช่น การแอบมองที่เรียกว่า “ถ้ามอง” เพื่อสนองตอบความต้องการอยากรู้อยากเห็นที่เป็นการจูงใจภายในของเขา

2.3 แรงจูงใจที่มาจากแรงจูงใจทางสังคม (Social Motivation) ประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจประเภทนี้ คือ ตัวอย่างที่เคยมีผู้ประสบความสำเร็จจากการยกย่องจากสังคมแล้ว เช่น การสรรหาครูผู้มีผลงานดีเด่นของคุรุสภาที่ดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ.2525 จนถึงปัจจุบัน (2545) ที่คณะกรรมการสามารถสรรหาครูผู้มีผลงานดีเด่น ได้ติดต่อกันทุกๆ ปี เพราะมีตัวอย่างจากครูที่ได้รับรางวัลครูดีเด่นรุ่นก่อนๆ กระตุ้นให้ครูรุ่นหลังๆ ประพฤติปฏิบัติในทางที่ดี ตามกฎกติกาที่คณะกรรมการคุรุสภาได้ตั้งไว้ เพื่อหวังว่าจะได้รับการสรรหาให้เป็นครูดีเด่น แรงจูงใจประเภทนี้มีคุณค่ามีจะส่งเสริมให้สังคมประพฤติปฏิบัติแต่ในสิ่งที่ดีงาม

คำว่า ทางสังคมออกจะเป็นคำที่มีความหมายและตีความได้กว้างขวางมาก ดังนั้นจึงมีผู้แบ่งแรงจูงใจที่มาจากแรงจูงใจทางสังคมนี้ออกไปอีกเป็น 3 ประเภทย่อย ดังต่อไปนี้

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ได้แก่ แรงจูงใจที่นำประสบการณ์แห่งความสำเร็จทางสังคมมากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม เพื่อความสำเร็จอีกครั้งหนึ่ง นักจิตวิทยาบางท่านจึงเรียกแรงจูงใจประเภทนี้ว่า ความต้องการผลสัมฤทธิ์ (Need For Achievement) ซึ่งใช้ตัวย่อเป็นที่เข้าใจในหมู่นักจิตวิทยาว่า n_{Ach} ลักษณะของพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจประเภทนี้ จะมีลักษณะตามที่เมอร์เรย์ ได้สรุปไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. ปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว โดยความตั้งใจจะทำให้ได้ผลดีที่สุด
2. มีการจัดการและควบคุมคน ความคิดและวัสดุสิ่งของได้รวดเร็ว และด้วยความอิสระ
3. สามารถเอาชนะสิ่งต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคได้ด้วยมาตรฐานที่ดีเลิศ (Excellent)
4. ตั้งใจทำงานเพื่อจะแข่งขันเอาชนะผู้อื่นให้จงได้
5. มักจะเพิ่มความนับถือตนเองด้วยประสบการณ์แห่งความสำเร็จของตน

แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Affiliative Motives) ได้แก่ แรงจูงใจที่เป็นประสบการณ์ที่เคยประสบความสำเร็จทางสังคมมาแล้ว โดยเฉพาะในด้านความสัมพันธ์ ซึ่งคนที่มีความแรงจูงใจประเภทนี้ มักจะเป็นผู้ที่เข้าสังคมได้ดีหรือจะทำงานเป็นคณะหรือเป็นทีมได้ดีมาก

แรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง (Self-Esteem Motive) ได้แก่ พวกที่เป็นประสบการณ์ที่เป็นแรงจูงใจให้บุคคลที่เคยประพฤติปฏิบัติอย่างนั้นๆ จนมีผู้คนให้ความเคารพนับถือมาแล้ว เขาจึง ประพฤติเช่นนั้นอยู่เป็นนิจ และการกระทำเช่นนั้นก็ถูกนำไปเป็นตัวอย่างของคนรุ่นหลังด้วยความยอม รับและศรัทธา นับเป็นแรงจูงใจที่เป็นประโยชน์มากต่อสังคม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ และแรงจูงใจต่อความนับถือตนเอง เป็นประเภทย่อยของประเภทแรงจูงใจแต่ยังมีนักจิตวิทยาบางคน เช่น B.Halmer Glimer แห่งมหาวิทยาลัย Carnegie Melon ได้พูดถึงแรงจูงใจตามลักษณะของแรงจูงใจด้านสังคมโดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทย่อยเหมือนกัน คือแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว แรงจูงใจใฝ่อำนาจ และแรงจูงใจใฝ่อิสระและพึ่งพา ดังนี้

1. แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggressive Motive) ได้แก่ แรงจูงใจที่เป็นประสบการณ์กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมทางลบ ที่เรียกว่า ความก้าวร้าว เช่น เมื่อตอนเด็กๆ เวลาร้องไห้ พ่อแม่หรือพี่เลี้ยงจะหยิบไม้เรียวมาเขียนตึงจนเราหยุดร้องไห้ พอเรามีลูกก็ปฏิบัติเช่นนั้นกับลูกบ้าง หรือนักการเมืองบางคนเวลาอภิปรายในสภาใช้คำก้าวร้าวแสดงให้เห็นว่าตนมีความกล้า ซึ่งบางทีก็หยุดทำที่ของฝ่ายตรงข้ามได้เลยกระทำเช่นนั้นในเวลาต่อมา แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าวนี้เป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยงเป็นดีที่สุด

2. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive) นักเลงที่เคยแสดงตนว่ามีอำนาจเหนือผู้อื่นมักจะแสดงพฤติกรรมออกมาให้เห็น เพื่อให้คนอื่นเกรงอิทธิพลของตน เช่น นักเลง คุมหัวคิวต่างๆ แรงจูงใจของเขาก็คือเห็นท่าทีของผู้อื่นยอมอยู่ในอำนาจ ก็คิดว่าที่ตนทำไปนั้นถูกต้องแล้ว ความจริงเรื่องอำนาจนี้ถ้าผู้ครองอำนาจเป็นผู้มีความยุติธรรมจริง ก็จะมีแต่ความปรารถนาดีต่อสังคม การแสดงอำนาจแต่ละครั้งถ้าเพื่อความสงบสุขของสังคม เพื่อความเรียบร้อยยุติธรรมในสังคมก็ย่อมจะได้รับการยอมรับตัวอย่างจริง คือสมัยรัฐบาลหนึ่งได้ใช้ความเด็ดขาดในการปกครองบ้านเมือง ซึ่งก็เหมาะสมกับเหตุการณ์ในยุคสมัยๆ แต่ถ้าเป็นการใฝ่อำนาจเพื่อผลประโยชน์ของตนหรือของพรรคพวกของตน การแสดงอำนาจประเภทนี้ก็ย่อมไม่ถูกต้องและคงไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมทั่วไป ในทางธรรมะ หากถือธรรมะเป็นอำนาจและถืออำนาจเป็นธรรม ธรรมะก็จะเป็นแรงบันดาลใจให้แสดงพฤติกรรมต่างๆ เช่น การลุยโคลนบุกน้ำเพื่อช่วยคนกำลังจะจมน้ำ โดยมีแรงจูงใจอยู่ที่ธรรมะหรือความดีงาม เพื่อต้องการช่วยเหลือผู้อื่นและเมื่อช่วยเขาแล้วก็มีความสุขแรงจูงใจใฝ่อำนาจเช่นนี้เป็นสิ่งที่ดีงามและมีคุณค่า

3. แรงจูงใจใฝ่อิสระและพึ่งพา (Independence-Dependence Motive) ได้แก่ แรงจูงใจที่เป็นประสบการณ์ของบุคคล 2 พวก ที่เห็นตรงข้าม พวกหนึ่งเห็นว่า ถ้าอยู่อย่างอิสระไม่สนใจใคร จะทำให้ชีวิตเป็นสุข บุคคลจำพวกนี้ จึงใฝ่ในทางเป็นตัวของตัวเอง จะมีนิสัยเงียบๆ ไม่ชอบสูงส่งใคร บางทีก็จะแยกตัวเองออกจากสังคม เช่น ไปเป็นนักบวช โดยที่มองเห็นตัวอย่างพระหรือนักบวชที่ออกไปหา

วิเวกแล้วเป็นสุข ตรงข้ามอีกพวกหนึ่ง ที่ใฝ่พึ่งพา พวกนี้เป็นประเภท Dependence Motive เป็นแรงจูงใจที่มีประสบการณ์จากการเคยพึ่งพาอาศัยผู้ใหญ่แล้วมีความสุข เช่น ลูกบางคนเลี้ยงไม่โต บางคนแต่งงานแล้วยังอาศัยพ่อแม่ ไม่กล้าแยกห่างเพราะกลัวจะลำบาก บางคนไม่กล้าแม้จะแต่งงานมีคู่เพราะกลัวจะต้องแยกไปอยู่ที่อื่นจะขาดที่พึ่งที่คอยอบอุ่น แรงจูงใจประเภทนี้ในส่วนดีก็มีอยู่มาก เช่นนิสัยพึ่งพาและช่วยเหลือกันในสังคม เอื้อเฟื้อกัน เห็นใจกัน เข้าใจกัน รักกันสามัคคีกัน มีการให้กันและกัน แม้ไม่มีอะไรจะให้ก็ให้เป็นความรัก ให้ด้วยการอภัย เรื่องนี้ Gilmer ได้กล่าวถึง ลักษณะของคนที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพาว่า คนที่หวังพึ่งพาผู้อื่นมักจะพอใจต่อการไม่มีปากไม่มีเสียงกับใครและไม่ชอบต่อล้อต่อเถียงและจะมีแรงขับในเรื่องสอครู้สอดเห็นตำ (A Low Curiously Drive) ซึ่งนับเป็นแนวทางที่จะทำให้สังคมอยู่กันอย่างสันติสุข

ความสำคัญของแรงจูงใจ

จันทร ชุ่มเมืองปัก (2546: 35) ได้กล่าวถึงความสำคัญของแรงจูงใจว่าทำให้เกิดพฤติกรรมตอบสนองขึ้นมาตามที่เรต้องการ พฤติกรรมที่เกิดขึ้นจะเข้มข้นมีประสิทธิภาพหรือมีศักยภาพเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับความเข้มหรือความน่าสนใจของแรงจูงใจหรือการสร้างแรงจูงใจนั่นเอง และพฤติกรรมบางอย่างถ้าไม่มีแรงจูงใจเลยพฤติกรรมอาจจะไม่เกิดขึ้นเลยก็ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ สุชา จันทรธรม (2536: 71-72) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งที่สำคัญที่ทำให้บุคคลเกิดพลังที่จะแสดงพฤติกรรมต่างๆ อันจะทำให้เกิดการที่จะกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และทำให้เกิดความพร้อมในการเรียนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้แรงจูงใจยังทำให้บุคคลหรือผู้เรียนสามารถไปสู่จุดหมายปลายทางที่เขาคาดหวังไว้กล่าวได้ว่าแรงจูงใจเป็นสิ่งที่มียุทธวิธีการเรียนและการทำงานของบุคคลอย่างมาก หากผู้เรียนหรือผู้ทำงานได้รับแรงจูงใจในระดับสูงย่อมทำให้พวกเขาตั้งใจเรียนหรือตั้งใจทำงานอย่างเต็มความสามารถ โดยไม่ย่อท้อและทำให้ประสบความสำเร็จทั้งในการเรียนและการงาน

จากแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาประยุกต์กับงานวิจัยฉบับนี้ในด้าน การจูงใจจิตวิทยา ด้านสังคม และด้านเหตุผล วิเคราะห์พฤติกรรมและการบอกต่อในอนาคตของผู้บริโภคที่พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตลอดจนนำมาใช้ในการออกแบบสอบถามและอภิปรายผล อีกทั้งยังนำมากำหนดข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ (Rediness to act) ถ้าเรามีท่าทีหรือทัศนคติในเชิงบวก เราพร้อมปฏิบัติออกมาในทางบวก 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 ในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคแสวงหาทางแก้ไขปัญหาหรือการตอบสนองความต้องการให้พอใจ ผู้บริโภคมักจะเกิดทัศนคติไม่ว่าจะแง่บวกหรือแง่ลบเกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ บนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับและความเข้าใจคือ ความรู้และความเชื่อของผู้บริโภคจะมีทัศนคติเป็นเช่นไรขึ้นอยู่กับความรู้และปริมาณข้อมูล que ผู้บริโภคได้เรียนรู้ (สุกร เสรีรัตน์. 2544: 183)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ 3 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

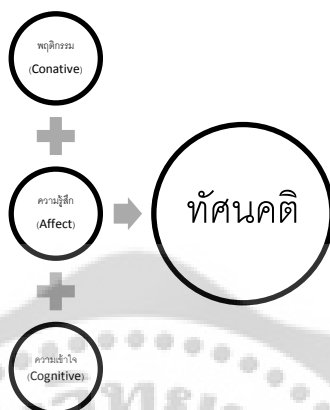
1. K = Knowledge หน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้ ซึ่งประกอบด้วยวิถีทางที่บุคคลจะให้ความหมายต่อสิ่งต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่รอบตัวของบุคคลในโลก ซึ่งการให้ความหมายนี้ได้มาจากโครงสร้างมาตรฐานและอ้างอิงได้ที่ทัศนคติจะมอบให้กับตัวของบุคคล ในการเกิดหน้าที่ในการแสดงออกซึ่งความรู้นี้ ทัศนคติผู้บริโภคจะไปสู่การเสาะแสวงหาข้อมูลและยังเป็นแนวทางสำหรับผู้บริโภคในการเพิ่มพูนม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

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

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำ โดยหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้วก็จะเกิดการกระทำ เช่น ไปซื้อตัวเพื่อสุขภาพยนตร์หรือคอนเสิร์ต เป็นต้น

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

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



ภาพประกอบ 4 โมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

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

จากรูปสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ส่วนของความรู้หรือความเข้าใจ (The Cognitive or knowledge component) องค์ประกอบแรกขององค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติก็คือ ส่วนของความเข้าใจของบุคคล ซึ่งก็คือ ความรู้ (Knowledge) และการรับรู้ (Perception) ที่จำเป็นจะต้องมีการรวมกันของประสบการณ์โดยตรงของทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658) โดยความรู้และผลของการรับรู้ที่เกิดขึ้นปกติจะมาจากความเชื่อ (Beliefs) ที่ผู้บริโภคมีต่อสิ่งใดๆ จากคุณลักษณะด้านต่างๆ และพฤติกรรมเฉพาะด้านที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะเจาะจงด้วย
2. ส่วนของความรู้สึก (The affective component) คือ ส่วนของอารมณ์หรือความรู้สึกของผู้บริโภค (Consumer's emotion or feeling) ที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้า ซึ่งอารมณ์ความรู้สึกเหล่านี้มักจะถูกใช้ในการประเมินผลของการวัดทัศนคติผู้บริโภคบ่อยๆ ในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ และดีหรือไม่ดี (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658)
3. ส่วนของพฤติกรรมหรือการกระทำ (The conative or behavior component) ส่วนสุดท้ายขององค์ประกอบ 3 ประการของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มที่บุคคลจะมีการกระทำหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บางความหมายสำหรับพฤติกรรมอาจหมายถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจริง (Schiffman; & Kanuk. 1997: 658)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ทัศนคติของบุคคลจะมีรูปแบบแน่นอนและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหนึ่งจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนสิ่งอื่นที่ทำได้ค่อนข้างยาก ดังนั้นกิจการควรพยายามทำผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่ดีกว่าที่จะพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมาก

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องมือทางการตลาด

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญที่จะเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง จะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกัน ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคาการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่าย ซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยต่าง ๆ มีความสำคัญต่อความสำเร็จทางเป้าหมายการตลาดของหน่วยงานผลิตภัณฑ์แม้จะดีเพียงใดก็ตาม หากการจัดจำหน่ายยังอ่อน โอกาสที่จะล้มเหลวก็มีมาก

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

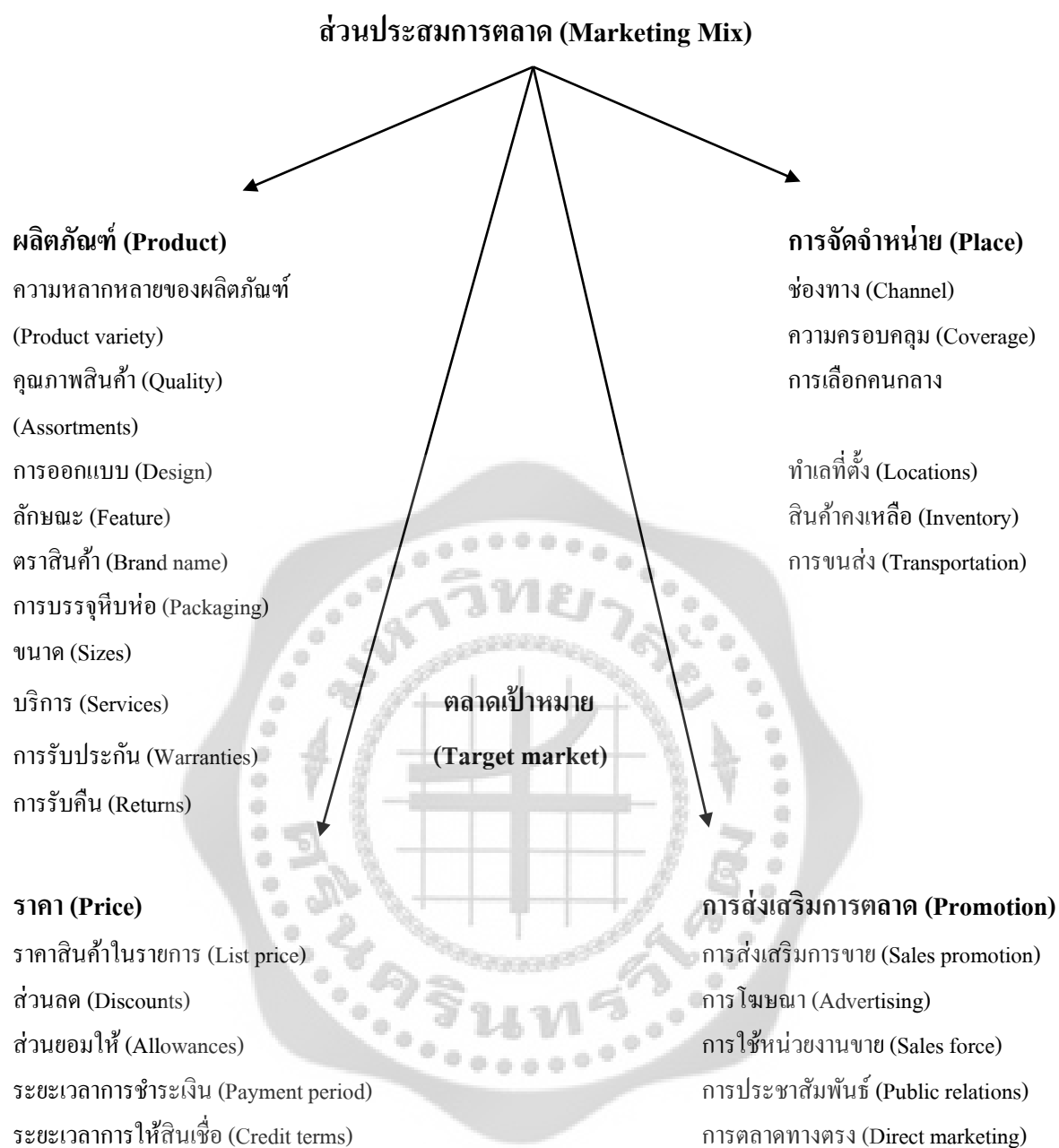
โบวี สุตตัน และทริล (Bovee, Houston & Thill, 1995: 17) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นกุญแจในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

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

แลมบี้ แฮร์และ แม็คดาเนียล (Lamb; Hair & Mcdaniel, 2000: 44) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง การผสมผสานของ การออกแบบกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด เพื่อเปลี่ยนความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้แก่ตลาดเป้าหมาย

เบอโควิทซ์ และคณะ (Berkowitz; et.al. 2000: 13) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 4Ps เป็นปัจจัยที่ผู้จัดการตลาดสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วยกิจกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถใช้ในการแก้ไขปัญหาทางการตลาดได้

จากความหมายของส่วนประสมทางการตลาดสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง ส่วนประสมทางการตลาด อันประกอบด้วย คุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีผลต่อผู้บริโภค สามารถตอบสนองความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคเป้าหมายได้



ภาพประกอบ 5 รายละเอียดของส่วนประสมการตลาด (Marketing mix)

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

Kotler (1997) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P's ไว้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล ซึ่งจะต้องสามารถทำหน้าที่แจ้งให้กับผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า รูปแบบและสีสันทนของหีบห่อ ตัวสินค้า ขนาด รูปร่างของสินค้า เครื่องหมาย การค้าสิ่งเหล่านี้จะสื่อความหมายและความเข้าใจให้กับผู้รับข่าวสาร โดยผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องเป็นไปตามความต้องการของตลาดเป้าหมาย หากผลิตภัณฑ์มีคุณภาพไม่ดี เมื่อใช้แล้วไม่ตรงตามความต้องการ การทุ่มงบประมาณไปเท่าใดก็ไม่สามารถกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคได้

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

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

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ(หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต 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) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร

มีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือจากเครื่องมือต่อไปนี้

การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์

บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ

- กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Creative strategy)
- กลยุทธ์สื่อ (Media strategy)

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจุดตลาดโดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ

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

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

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

(Salesforce promotion)

การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์ หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

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

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

เช่น ใช้รูปโปสเตอร์

ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

เอทานอล

เอทานอลเป็นแอลกอฮอล์ชนิดหนึ่งซึ่งเกิดจากการหมักพืชเพื่อเปลี่ยนแป้งจากพืชเป็นน้ำตาล แล้วเปลี่ยนจากน้ำตาลเป็นแอลกอฮอล์ เมื่อทำให้เป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 95% โดยการกลั่นจะเรียกว่า เอทานอล (Ethanol) เอทานอลที่นำไป ผสมในน้ำมันเพื่อใช้เติมเครื่องยนต์เป็นแอลกอฮอล์ที่มีความบริสุทธิ์ตั้งแต่ 99.5% โดยปริมาตร ซึ่งสามารถใช้เป็นเชื้อเพลิงได้

กระบวนการผลิตเอทานอล ประกอบด้วย กระบวนการเตรียมวัตถุดิบสำหรับผลิตเอทานอล กระบวนการหมัก และการแยกผลิตภัณฑ์เอทานอลและการทำให้บริสุทธิ์ ซึ่งในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบนั้น ถ้าเป็นประเภทแป้งหรือเซลลูโลส เช่น มันสำปะหลังและธัญพืช จะต้องนำไปผ่านกระบวนการย่อยแป้งหรือเซลลูโลสให้เป็นน้ำตาลก่อน ด้วยการใช้กรดหรือเอนไซม์ ส่วนวัตถุดิบประเภทน้ำตาลเช่นกากน้ำตาลหรือน้ำอ้อย เมื่อปรับความเข้มข้นให้เหมาะสมแล้วสามารถนำไปหมักได้

ในกระบวนการหมัก จะเปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นแอลกอฮอล์โดยใช้เชื้อจุลินทรีย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ยีสต์ การเลือกใช้ชนิดของเชื้อจุลินทรีย์ที่เหมาะสมกับวัตถุดิบที่นำมาหมัก จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการหมัก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการหมักคือ เอธิลแอลกอฮอล์หรือเอทานอลที่มีความเข้มข้นประมาณร้อยละ 8-12 โดยปริมาตร

น้ำหมักที่ได้จากกระบวนการหมัก จะนำมาแยกเอทานอลออกโดยใช้กระบวนการกลั่นลำดับส่วน ซึ่งสามารถแยกเอทานอลให้ได้ความบริสุทธิ์ประมาณร้อยละ 95 โดยปริมาตร จากนั้นจึงเข้าสู่กรรมวิธีในการแยกน้ำโดยใช้โมเลกุลาร์ซีฟ (molecular sieve separation) เอทานอลที่มีความบริสุทธิ์ร้อยละ 95 จะผ่านเข้าไปในหอดูดซับที่บรรจุตัวดูดซับประเภทซีโอไลต์ โมเลกุลของเอทานอลจะไหลผ่านช่องว่างของซีโอไลต์ออกไปได้ แต่โมเลกุลของน้ำจะถูกดูดซับไว้ ทำให้เอทานอลที่ไหลออกไปมี

ความบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 ส่วนซีโอไลต์ที่ดูดซับน้ำไว้จะถูกรีเจนเนอเรตโดยการไล่น้ำออก เอทานอล ความบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 สามารถนำไปผสมกับน้ำมันเบนซินเพื่อใช้ในรถยนต์เครื่องยนต์เบนซินได้

ความเป็นมาของการใช้แก๊สโซฮอล์ในประเทศไทย

แก๊สโซฮอล์คือส่วนผสมของน้ำมันเบนซินกับเอทานอล ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ ซึ่งเอทานอลสามารถผลิตได้จากพืชที่ปลูกในประเทศ เช่น อ้อย มันสำปะหลัง รวมทั้งธัญพืช เช่น ข้าวฟ่าง ข้าว และข้าวโพดเป็นต้น

ปัจจุบันรัฐบาล โดยกระทรวงพลังงานได้ส่งเสริมให้มีการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่มมากขึ้น โดยให้มีราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 95 ลิตรละ 3.30 บาท และราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 91 ลิตรละ 2.80 บาท

ดังนั้นการที่เราเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จึงเป็นการช่วยชาติในการลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง และยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร นอกจากนี้แก๊สโซฮอล์ยังเป็นพลังงานสะอาด จึงปล่อยมลพิษทางท่อไอเสียต่ำกว่าเบนซินทั่วไป ดังนั้นการใช้แก๊สโซฮอล์จึงเป็นผลดีต่อสุขภาพเราเอง และช่วยลดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นกับประเทศ ที่สำคัญที่สุด "เราสามารถผลิตเองได้โดยใช้วัตถุดิบของเราภายในประเทศ"

ปัจจุบันประเทศไทย โดยกระทรวงพลังงาน อนุญาตให้มีการผลิตแก๊สโซฮอล์ 3 ชนิด คือ

1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 แบ่งเป็น

1.1 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91

1.2 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95

โดยมีส่วนผสมของเอทานอลไม่เกินร้อยละ 10 และไม่ต่ำกว่าร้อยละ 9 กับ น้ำมันเบนซินพื้นฐานร้อยละ 90 โดยปริมาตร สามารถใช้แทนหรือสลับกับน้ำมันเบนซิน 95 และ 91 ได้ตามปกติโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์

2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีส่วนผสมของเอทานอลไม่เกินร้อยละ 20 และไม่ต่ำกว่าร้อยละ 19 กับ น้ำมันเบนซินพื้นฐานร้อยละ 80 โดยปริมาตร

3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 85 กับ น้ำมันเบนซินพื้นฐานร้อยละ 15 โดยปริมาตรหรือมีเอทานอลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 75 โดยเอทานอลที่ใช้ผสมจะอยู่ในรูปของเอทานอลแปลงสภาพ

ตลาดและการกระจายพลังงานไปสู่ผู้ใช้

เนื่องจากอุปทานของเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงในประเทศไทยในบางช่วงสูงกว่าปริมาณความต้องการ ดังนั้น ตลาดของเอทานอลในปัจจุบันจึงมีทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

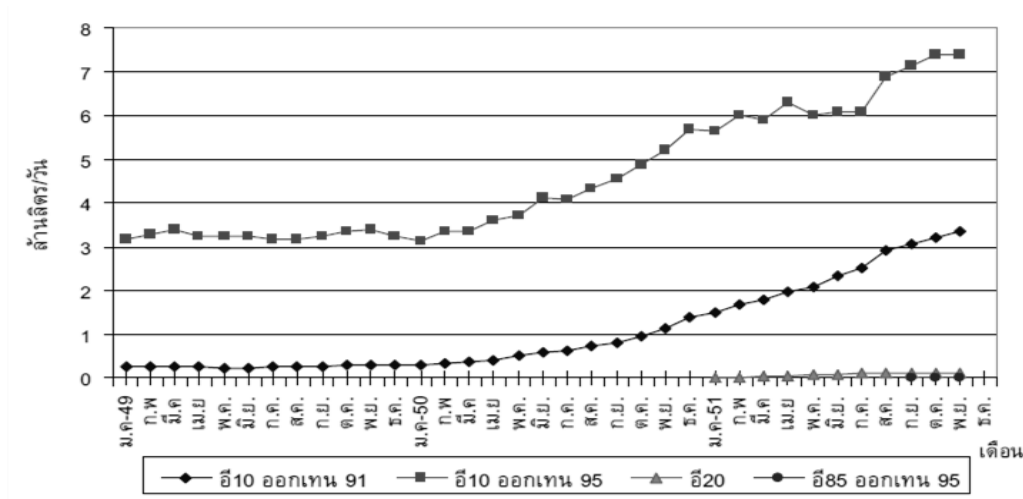
1. ตลาดเอทานอลในประเทศ สำหรับตลาดในประเทศ เอทานอลจะถูกกระจายไปสู่ผู้บริโภคผ่านทางบริษัทน้ำมัน โดยเอทานอลจะถูกขนส่งทางรถบรรทุกจากหน้าโรงงานเอทานอล ไปยังคลังน้ำมันที่ใกล้ที่สุดเพื่อผสมกับน้ำมันเบนซินพื้นฐานในสัดส่วนต่างๆ จนถึงปัจจุบันมีทั้งสิ้น 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 E20 และ E85 ซึ่งจะจำหน่ายให้ประชาชนทั่วไปผ่านทางสถานีบริการน้ำมัน ซึ่ง ณ เดือน พฤศจิกายน 2551 มีสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเอทานอลทั้งสิ้น 4,178 สถานีของบริษัทน้ำมัน 12 บริษัท

ลำดับ	บริษัท	แก๊ส โซฮอล์ 91	แก๊ส โซฮอล์ 95	แก๊ส โซฮอล์ 91 และ 95	แก๊ส โซฮอล์ 95 และ E20	แก๊ส โซฮอล์ 91, 95 และ E20	แก๊ส โซฮอล์ 91, 95, E20, E85	รวมแต่ละ บริษัท
1	ปตท.	-	375	669	2	95	2	1,143
2	บางจาก	126	84	544	-	88	1	843
3	เชลล์	2	295	306	-	-	-	603
4	ปตท. บริหาร	-	48	98	-	-	-	146
5	เอสโซ่	-	223	327	-	-	-	550
6	เชvron	5	183	235	-	-	-	423
7	ไทยออยล์	-	2	-	-	-	-	2
8	สยามสหบริการ	-	141	-	-	-	-	141
9	ภาคใต้	-	142	-	-	-	-	142
10	ไออาร์พีซี	-	1	-	-	-	-	1
11	ปิโตรนาส	-	43	74	-	-	-	117
12	ระยองเพียวรีฟายเออร์	-	67	-	-	-	-	67
	รวม (สถานี)	133	1,604	2,253	2	183	3	4,178

ที่มา/ กรมธุรกิจพลังงาน, พ.ย. 51

ภาพประกอบที่ 6 ภาพแสดงการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของแต่ละสถานีบริการน้ำมัน

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน (2551)

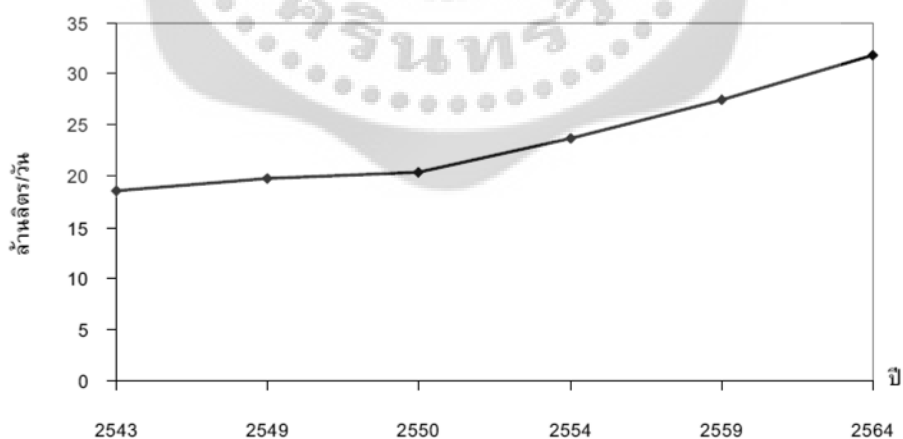


ภาพประกอบ 7 ภาพแสดงแนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ของ E10 E20 E85 ของ ม.ค.49 – ธ.ค.51

ที่มา: กรมธุรกิจพลังงาน (2551)

รัฐบาลไทยได้ส่งเสริมการใช้เอทานอลเพื่อทดแทนน้ำมันเบนซิน โดยนำไปแทนที่เนื้อน้ำมันเบนซินในสัดส่วนต่างๆ ตั้งแต่ 10% ไปจนถึง 85% ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดขนาดของตลาดเอทานอลในประเทศ ได้แก่

ปริมาณความต้องการน้ำมันเบนซิน เมื่อสิงหาคม 2550 สนพ. ได้ประมาณการความต้องการน้ำมันเบนซินในปี 2564 เท่ากับ 32.18 ล้านลิตร/วัน โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.2 จากปี 2550



ภาพประกอบ 8 ภาพแสดงแนวโน้มความต้องการปริมาณน้ำมันเบนซิน 2543 - 2564

ที่มา: กรมธุรกิจพลังงาน (2551)

เทคโนโลยียานยนต์ ในส่วนนี้จะอธิบายถึงเทคโนโลยียานยนต์ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตที่จะรองรับน้ำมันเบนซินที่มีส่วนผสมของเอทานอลในสัดส่วนต่างๆ กรมธุรกิจพลังงาน (2551) ดังนี้

ประเภทของน้ำมัน	เทคโนโลยียานยนต์
E10	รถยนต์ส่วนใหญ่ที่เป็นระบบหัวฉีด ที่ผลิตตั้งแต่ปี 2538 สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 ได้
E20	การพัฒนารถยนต์ให้สามารถใช้น้ำมัน E20 จำเป็นต้องมีการปรับปรุงระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งระบบที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง การจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิง และการปรับปรุงวัสดุในระบบเชื้อเพลิงและเครื่องยนต์ให้สามารถใช้กับเอทานอลในอัตราส่วนที่สูงขึ้นได้ จากที่ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริม โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับรถยนต์ E20 ตั้งแต่ มกราคม 2551 (โดยมีการประกาศล่วงหน้า) ผู้ผลิตรถยนต์จึงได้พัฒนารถยนต์รุ่นต่างๆ ให้สามารถใช้น้ำมัน E20 ได้ โดยในปัจจุบัน กว่า 80% ของจำนวนรถยนต์รุ่นใหม่ที่กำหนดจะสามารถใช้น้ำมัน E20 ได้
E85 FFV	การพัฒนารถยนต์ให้สามารถใช้เอทานอลได้ตั้งแต่ 0 – 85% จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและเครื่องยนต์ และระบบที่เกี่ยวข้องทุกระบบ รวมทั้งต้องมีการทดสอบการทำงานต่างๆ ใหม่ทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาเทคโนโลยีของรถยนต์ขึ้นอีกระดับหนึ่ง และจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาเตรียมการในการพัฒนารถยนต์แต่ละรุ่นพอสมควร ในปัจจุบัน มีการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ในประเทศไทยให้สามารถใช้น้ำมัน E85 ได้ เช่น VOLVO C30 และ VOLVOS80

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของประเทศไทย คือ น้ำมันเบนซินที่มีส่วนผสมของเอทานอลชนิดความบริสุทธิ์ 99.5% อยู่ระหว่างร้อยละ 75 - 85 กับน้ำมันเบนซินพื้นฐาน สามารถใช้ได้ในรถยนต์ที่ผลิตให้สามารถรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีส่วนผสมของเอทานอลในสัดส่วนที่สูงได้ หรือเรียกว่ารถยนต์ E85 หรือ Flex Fuel Vehicle

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Friendly Fuel) ลดมลพิษที่ปล่อยจากไอเสีย ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกตัวหนึ่งที่เป็นสาเหตุหลักของการเกิดภาวะโลกร้อน

โดยจะลดลงมากเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซิน นอกจากนั้น น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ยังช่วยลดการพึ่งพาน้ำมันจากต่างประเทศ เนื่องจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค 1 ลิตร จะมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยลดการใช้น้ำมันเบนซินลงได้ถึง 0.85 ลิตร

ในปัจจุบันน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีใช้อย่างแพร่หลายในประเทศสวีเดน และในบางรัฐของสหรัฐอเมริกา แอบริกานิซต้า มีการกำหนดอัตราการผสมของเอทานอลแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศในแต่ละฤดูกาลของประเทศนั้นๆ เหตุผลหลักที่สำคัญและเหมือนกันทุกประเทศของการส่งเสริมการใช้เอทานอลผสมในน้ำมันเบนซิน คือ เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน ลดการพึ่งพาน้ำมันปิโตรเลียม ลดภาวะโลกร้อนจากการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์สู่บรรยากาศ และเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ (ปศท. มิถุนายน 2553)

ประเภทของรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้

รถยนต์ที่จะใช้กับน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีเอทานอลเป็นส่วนผสมหลัก ต้องออกแบบพิเศษ ได้แก่

1. วัสดุ ชิ้นส่วนต่างๆ ในระบบเชื้อเพลิงทั้งที่เป็น โลหะ ยาง พลาสติก ต้องทนต่อการกัดกร่อนได้ดี เช่น ถังน้ำมัน ปั๊ม & ท่อจ่ายน้ำมัน หัวฉีดน้ำมันเชื้อเพลิง ฯลฯ
2. มีการปรับปรุงระบบต่างๆ ของเครื่องยนต์และอุปกรณ์ควบคุมการฉีดเชื้อเพลิง ตามคุณสมบัติของเชื้อเพลิงเมื่อมีเอทานอลเป็นส่วนผสมในอัตราส่วนที่แตกต่างกัน ตั้งแต่เชื้อเพลิงที่ไม่มีเอทานอลเป็นส่วนผสม จนถึงมีเอทานอลสูงสุดถึง 85% ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องยนต์ทำงานอย่างสมบูรณ์เต็มประสิทธิภาพใกล้เคียงกับการใช้น้ำมันเบนซินทั่วไป
3. Flexible Fuel Vehicle (FFV) คือ รถยนต์ที่ถูกออกแบบมาให้สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรือเชื้อเพลิงที่มีเอทานอลในสัดส่วนได้ตั้งแต่ 0 ถึงร้อยละ 85 (รถยนต์บางค่ายอาจได้ถึงร้อยละ 100) โดย FFV นั้นจะมีกล่องสมองกล (Electronic Control Unit: ECU) ที่แตกต่างจากรถยนต์ทั่วไป ซึ่งสามารถที่จะทำงานร่วมกับอุปกรณ์ตรวจวัดออกซิเจน (Oxygen sensor) ในการคำนวณปริมาณเอทานอลในเชื้อเพลิงได้สูงถึงร้อยละ 85 และสั่งการหัวฉีด (Injector) ให้ปรับการจ่ายเชื้อเพลิงและค่าการจุดระเบิด

ที่เหมาะสมต่อสัดส่วนของเอทานอลในขณะนั้นๆ ในขณะที่กำลังผสมองกล (ECU) ในรถยนต์ทั่วไปสามารถคำนวณปริมาณเอทานอลได้เพียงร้อยละ 10 – 20 เท่านั้น นอกจากนี้ ชิ้นส่วนอื่นๆในระบบเชื้อเพลิง เช่น ถังน้ำมัน หัวฉีด ท่อน้ำมัน ท่อยางและแหวนยางต่างๆ ก็จะถูกออกแบบและใช้วัสดุที่สามารถทนทานและใช้งานได้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเช่นกัน สำหรับรถยนต์ FFV ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 นั้น มีบริษัทรถยนต์ชั้นนำต่างๆมากมายได้ผลิออกมาจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็น Ford Volvo SAAB Volkswagen Honda เป็นต้น ที่สำคัญรถยนต์เหล่านี้มีราคาที่ไม่แตกต่างจากรถยนต์รุ่นเดียวกันที่ใช้เครื่องยนต์ปกติทั่วไป

ข้อดีของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

1. เนื่องจากเอทานอลมีค่าออกเทนที่สูงมากกว่า 100 ดังนั้น น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จึงมีค่าออกเทนที่สูงกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป รวมถึง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 และ E20 ด้วย และจากการที่เอทานอลมีออกซิเจนเป็นองค์ประกอบจึงทำให้การเผาไหม้มีความสมบูรณ์ ให้ประสิทธิภาพที่ดีเพิ่มแรงบิดและกำลัง จึงอาจสามารถลดเชื้อเพลิงได้เล็กน้อย
2. รัฐบาลมีแนวคิดในการกำหนดโครงสร้างราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน เนื่องจากคุณสมบัติของเอทานอลที่มีค่าความร้อนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน จึงมีผลให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะมีความสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ประมาณ 30 -35%
3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดมลพิษไอเสีย ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ และก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นสาเหตุหลักของภาวะโลกร้อนจะลดลงมากเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซิน นอกจากนั้น วัตถุดิบที่นำมาผลิตเอทานอลในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วมาจากอ้อย หากพิจารณาถึงวัฏจักรของการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์แล้ว จะพบว่าตั้งแต่กระบวนการปลูกอ้อย ผลิตน้ำตาล ผลิตเอทานอล ผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการจะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียมเมื่อเทียบที่ปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน
4. ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม การใช้เอทานอลซึ่งผลิตมาจากพืชผลทางการเกษตร ได้แก่ อ้อย และ มันสำปะหลัง มาใช้เป็นเชื้อเพลิงซึ่งมีความต้องการที่สูงและแน่นอน ก็จะช่วยส่งเสริมและประกันรายได้ให้กับเกษตรกร ในการลงทุนปลูกพืชพลังงาน เพื่อใช้ทดแทนการนำเข้าน้ำมันดิบจาก ต่างประเทศ การใช้ E 85 จำนวน 1 ลิตร จะมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยลดการใช้น้ำมันเบนซินลงได้ประมาณ 0.85 ลิตร จึงสามารถกล่าวได้ว่า การสนับสนุนการใช้เอทานอลให้มากขึ้นในประเทศ นอกจากจะเป็นการ พัฒนาความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่เป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแล้ว และยังเป็น การพัฒนาการใช้พลังงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

รายชื่อและจำนวนรถยนต์ที่มีเครื่องยนต์ FFV ในปัจจุบัน

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

ที่มา: บริษัทเพโตรกรีน 4 กุมภาพันธ์ 2554

ในกรุงเทพมหานครนั้น มีสถานบริการน้ำมันที่ให้บริการน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ E85 รวมทั้งหมด 8 สถานี และในต่างจังหวัด 12 สถานี ได้แก่ ปตท. ซึ่งมีสถานบริการน้ำมันปตท 6 สถานีบริการ และ บางจาก ซึ่งมีสถานบริการน้ำมันบางจาก 14 สถานี (บริษัทเพโตรกรีน 2 มิถุนายน 2554)

สถานบริการน้ำมันปตท. ได้เปิดให้บริการน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ E85 ทั้งหมด 6 แห่ง

1. ปตท. ทางด่วนบางนาขาเข้า (สวัสดิการกระทรวงกลาโหม)
2. ปตท. ทางด่วนบางนาขาออก
3. ปตท. สนามเป้า (ข้างๆ ททบ 5)
4. ปตท. โคราซ ใกล้เคียง กองบิน และ วิทยาลัยสุรนารี
5. ปตท. เกษตรนวมินทร์ ตรงแยกลาดปลาเค้า
6. ปตท. ชลบุรี ถ.บายพาส ชลบุรี-พัทยา

สถานีบริการน้ำมันบางจาก ได้เปิดให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ทั้งหมด 14 แห่ง

1. บางจาก เลียบทางด่วนเอกมัย - รามอินทรา (ระหว่าง crystal park กับ โลตัส)
2. บางจาก ถนนบรมราชชนนี ขาออก
3. บางจาก ถนนสุขาภิบาล 1 (ระหว่างซอย นวมินทร์ 71-73)
4. บางจาก อยู่ตรง บางนา ขาออก กม.13
5. บางจาก นาโคง ขาออก ถ.พระราม 2
6. บางจาก ถ.เพชรเกษม ขาออก อ.อ้อมน้อย
7. บางจาก ม.กรุงเทพ รังสิต ขาออก
8. บางจาก ประชาชื่น ม.ธุรกิจบัณฑิต
9. บางจาก บางพูน ปทุมธานี
10. บางจาก รามอินทรา กม.14
11. บางจาก ถนน.มหิดล ใกล้ๆกับสนามบินเชียงใหม่
12. บางจาก จ.ขอนแก่น ถ.มิตรภาพ
13. บางจาก จ.ชลบุรี ถ.สุขุมวิท แยกอ่างศิลา
14. บางจาก จ.อยุธยา ถ.สายเอเชีย กม.62

จากปัจจุบันการใช้เฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1.2 ล้านลิตรต่อวัน ในส่วนของสถานีบริการน้ำมัน E85 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จะเพิ่มสถานีบริการน้ำมัน E85 ให้มากขึ้น โดยที่ภายในสิ้นปี 2554 จะมีสถานีบริการน้ำมันที่มีจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวนทั้งสิ้น 26 แห่ง(พลังงานสะอาดเพื่อประเทศไทย; 2 มิถุนายน 2554) เพื่อรองรับกับการใช้ E85 ที่เพิ่มขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษากระบวนการตัดสินใจของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้การศึกษาผลงานวิจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยนำมาใช้อ้างอิงเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งจะขอนำเสนอ ดังต่อไปนี้

ถวัลย์ แสงนา (2544) ได้ทำการศึกษาแอลกอฮอล์น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกสำหรับรถยนต์ จากการศึกษาการใช้เอทานอลผสมกับเบนซินออกเทน 87, 91 และ 95 ในอัตราส่วนร้อยละ 10, 20 และ 30 โดยปริมาตร นำไปทดสอบคุณสมบัติทางกายภาพและทดสอบกับเครื่องยนต์ที่ติดตั้งบนไคนาโมมิเตอร์เพื่อทดสอบหาสมรรถนะของเครื่องยนต์ 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 น้ำมันเชื้อเพลิงผสมทำให้แรงบิดลดลงเล็กน้อย คือ ลดลงร้อยละ 0.45 กำลังของเครื่องยนต์ลดลงร้อยละ 2 ส่วนค่าความสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงจำเพาะเบรคเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 สำหรับมลพิษในไอเสีย คาร์บอนมอนอกไซด์ลดลงร้อยละ 11.34 ส่วนไฮโดรคาร์บอนและคาร์บอนไดออกไซด์เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.4 และ 0.24 ตามลำดับ

โดยสรุปจะเห็นว่า มีความเป็นไปได้ที่จะนำแอลกอฮอล์มาผสมกับน้ำมันเบนซินที่มีค่าออกเทนต่ำ เพื่อนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์ เนื่องจากว่าสมรรถนะของเครื่องยนต์ที่ได้ไม่แตกต่างกันมาก ที่สัดส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 10-20 โดยปริมาตร อีกทั้งยังทำให้มลพิษในไอเสียลดลง การนำเอแอลกอฮอล์มาใช้เป็นเชื้อเพลิง ยังเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของแอลกอฮอล์ให้สูงขึ้น ส่งผลให้

ผลผลิตทางการเกษตรมีค่าสูงขึ้น เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรของประเทศในการนำผลผลิตมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ดังนั้น การนำแอลกอฮอล์มาใช้เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยประหยัดพลังงาน ช่วยลดมลพิษ อีกทั้งยังเป็นพลังงานทดแทนการใช้น้ำมันได้

รามนรี จิมวารุณ (2545) ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ใน 4 ด้าน คือ ผลกระทบต่อราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดและเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภค โดยจำแนกตามปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และจำนวนครั้งที่ใช้แก๊สโซฮอล์ตลอดจนรวบรวมข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการใช้แก๊สโซฮอล์โดยรวม มีความคิดเห็นว่ามีเหมาะสมปานกลาง เมื่อพิจารณาด้านต่างๆ พบว่า ด้านผลกระทบที่มีความเหมาะสมปานกลาง ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมมาก ส่วนด้านการจัดจำหน่ายมีความเหมาะสมน้อย
2. ผู้บริโภคที่เพศ อายุระดับการศึกษา อาชีพ และจำนวนครั้งที่ใช้แก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ไม่แตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการใช้แก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน

วิมลทิพย์ เจริญสุวรรณชื่น (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ต่อการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดเครื่อง 1,600 – 2,000 ซีซี: ศึกษาเฉพาะรถยนต์โตโยต้าและฮอนด้า โดยตัวแปรอิสระที่ศึกษา คือ ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่อาชีพ, รายได้และการศึกษา และคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้แก่ด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า, ด้านรูปลักษณ์ภายนอกและภายใน, ด้านสมรรถนะเครื่องยนต์และรถยนต์,ด้านเทคโนโลยีความปลอดภัย, ด้านความทนทานและการรับประกัน และด้านการบำรุงรักษาและศูนย์บริการ พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคล ระดับการศึกษาเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดเครื่อง 1,600 – 2,000 ซีซีในการซื้อยี่ห้อใหม่และการซื้อซ้ำในครั้งต่อไปของรถยนต์ยี่ห้อโตโยต้าและฮอนด้า โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีและกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับนี้มีแนวโน้มง่ายในด้านความคิดที่จะเบี่ยงเบนพฤติกรรมการเลือกซื้อในครั้งต่อไป เพราะเป็นกลุ่มที่มีความคิดเป็นของตัวเอง ยากที่จะคล้อยตามตามการชักจูงหรือโน้มน้าว มีความฉลาดรอบคอบในการเลือกซื้อให้คุ้มค่ากับการใช้งาน ดังนั้นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจะมาจากคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ของตัวรถยนต์ที่จะต้องทำให้มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาให้ทันยุคสมัย พร้อมกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับการใช้งานจริง การวิจัยพบว่า ผู้ใช้รถยนต์โตโยต้าและฮอนด้า มีความเห็นที่เหมือนกันในทุกด้านเกี่ยวกับรถยนต์โตโยต้า และตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่ม

พฤติกรรมการซื้อขายใหม่และซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์โตโยต้า คือ คุณลักษณะด้านการบำรุงรักษาและศูนย์บริการ ประกอบด้วย อะไหล่ในการซ่อมแซมและการบำรุงรักษามีคุณภาพดี ทนทานต่อการใช้งาน สามารถหาได้ง่ายในท้องตลาด ราคาไม่แพง และศูนย์บริการที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ และมีศูนย์บริการอยู่ทั่วไปเพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภค และผู้ใช้รถยนต์โตโยต้าและฮอนด้า มีความเห็นที่เหมือนกันเกี่ยวกับรถยนต์ฮอนด้าเฉพาะในด้านเทคโนโลยีความปลอดภัยสำหรับผู้ขับขี่ และมีความเห็นแตกต่างกันต่อรถยนต์ฮอนด้าในด้านชื่อเสียงและภาพลักษณ์ตราสินค้า ด้านรูปลักษณ์ภายนอกและภายใน ด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์และรถยนต์ด้านเทคโนโลยีความปลอดภัยของรถยนต์ ด้านความทนทานและการรับประกัน และด้านการบำรุงรักษาและศูนย์บริการ ตัวแปรที่สามารถจำแนกกลุ่มพฤติกรรมซื้อขายใหม่และซื้อซ้ำของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ฮอนด้า คือ คุณลักษณะด้านความปลอดภัยสำหรับผู้ขับขี่ ประกอบด้วย มีระบบเบรกป้องกันล้อล็อก เพื่อความปลอดภัยในการขับขี่ในขณะที่ยื่นถนนลื่น (ระบบ ABS) และมีระบบถุงลมและเข็มขัดนิรภัย เพิ่มความปลอดภัยให้ผู้ขับขี่เมื่อเกิดอุบัติเหตุ

ศักดิ์ เสถียรไชยกิจ (2547) 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

จักริน จันตระกูล (2547) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และเป็นนิสิต/นักเรียน ร้อยละ 45.67 มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 61.30 มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 49.33 จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า ร้อยละ 37.70 ใช้รถจักรยานยนต์ และรถเก๋งส่วนบุคคล ร้อยละ 71.67 เติมน้ำมันชนิด ALPHA-X 95 โดยเติมน้ำมัน 5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ

30.70 ซึ่งในการเติมแต่ละครั้งใช้เงิน 101-300 ร้อยละ 37.00 ส่วนใหญ่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 69.67 และส่วนใหญ่จ่ายเป็นเงินสด ร้อยละ 75.67

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของสถานบริการน้ำมัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ธีรพรค์ คงจันทร์ (2548) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับปานกลาง ด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับน้อย และผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สายฝน ปรามคช (2548) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้าน อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์แตกต่างกันทุกด้าน สำหรับพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์ต่อการเลือกใช้รถยนต์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริการสถานบริการน้ำมันที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ของ ปตท.และบางจาก โดยการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์นั้นขึ้นกับการตัดสินใจของผู้ใช้รถยนต์เป็นหลักซึ่งคำแนะนำหรือการศึกษาข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์นั้นมีผลบ้างต่อการเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ทั้งนี้พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมาก ส่วนด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ทัศนีย์พร วิศาลสุวรรณกร (2549) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของวิกฤติการณ์น้ำมันที่มีต่อสังคมไทย ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองระหว่าง พ.ศ. 2516-2543 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดวิกฤติการณ์น้ำมันครั้งที่ 4 คือ ครั้งที่ 1 ในช่วง พ.ศ. 2516-2517 ครั้งที่ 2 คือ ช่วง พ.ศ. 2522-2523 ครั้งที่ 3 ในช่วง พ.ศ. 2533-2534 และครั้งที่ 4 ในช่วง พ.ศ. 2542-2543 จากการศึกษาพบว่า การนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศในปริมาณสูง เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ภายในประเทศที่กำลังพัฒนาในทุกด้าน ทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤติการณ์น้ำมันแต่ละครั้งอย่างกว้างขวาง วิกฤติการณ์น้ำมันส่งผล

กระทบต่อสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งทางด้านอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และพาณิชย์กรรม ซึ่งต้องอาศัยน้ำมันเป็นปัจจัยสำคัญในการผลิต นอกจากนี้ ยังส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมด้วย เนื่องจากการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้ น้ำมันฟุ่มเฟือยของประชาชนต้องเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ทำให้มีการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อประหยัดน้ำมันมากขึ้น อีกทั้งยังเกิดการชุมนุมเรียกร้องในสังคมเพื่อให้รัฐบาลแก้ไขปัญหาที่เกิดจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น และเป็นผลกระทบต่อเนื่องถึงการบริหารประเทศของรัฐบาลที่ต้องประสบปัญหาน้ำมันหลายด้านจนขาดเสถียรภาพทางการเมือง

แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่รัฐบาลนำมาใช้เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนจากปัญหาน้ำมันในขณะนั้น คือ การแก้ไขปัญหาเฉพาะด้าน ทั้งการปรับราคาจำหน่ายปลีกน้ำมันในประเทศ การควบคุมราคาสินค้า และการกำหนดมาตรการประหยัดการใช้ น้ำมันและไฟฟ้า นอกจากนี้รัฐบาลยังวางแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาน้ำมันในอนาคต ด้วยการสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานทดแทนให้มากขึ้น เพื่อลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าด้วยการควบคุมราคาจำหน่ายปลีกน้ำมันในประเทศให้ต่ำกว่าราคาน้ำมันที่แท้จริงในตลาดโลก โดยจัดตั้งกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อใช้รักษาระดับราคาน้ำมัน ก่อให้เกิดผลเสียต่อลักษณะการบริโภคน้ำมันภายในประเทศ เนื่องจากราคาน้ำมันที่ต่ำกว่าความเป็นจริง ทำให้คนไทยยังคงใช้น้ำมันอย่างฟุ่มเฟือย และไม่ได้ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมการประหยัดน้ำมันในสังคมไทยอย่างจริงจัง ดังนั้นปัญหาวิกฤตการณ์น้ำมันของโลกจึงส่งผลกระทบต่อสังคมไทยสืบมา

ฉิขารีย์ ปรียพันธ์เกษม (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ที่ใช้รถยนต์เครื่องยนต์ดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซลในระดับมาก มีทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซลภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย แต่ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติการรับรู้เกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซล อยู่ในระดับไม่ดี ส่วนแนวโน้มพฤติกรรมเดิมต่อในระดับที่ต่ำ

บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-31 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 15,000 บาท ใช้รถยนต์เก๋งสองตอน ขนาดเครื่องยนต์ ไม่เกิน 1,500 ซีซี อายุการใช้งานของรถยนต์มากกว่า 3 ปี – ไม่เกิน 6 ปี เติมน้ำมันวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ช่วงเวลาเติมไม่แน่นอนเติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ 2-5 ครั้งต่อเดือน เติมครั้งละ 501 - 1,000 บาท ชำระค่าน้ำมันเป็นเงินสด เติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. บ่อยที่สุด และทัศนคติด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติม

เฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอล์และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมันเบนซิน มีแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อไป ส่วนประเด็นการแนะนำผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์และที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมันเบนซิน เสนอให้มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ด้านราคาเสนอให้ลดราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ลง ด้านช่องทางจัดจำหน่ายควรมีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกสถานีบริการ และควรเพิ่มหัวจ่ายน้ำมัน และด้านส่งเสริมการตลาดเสนอให้มีการอบรมพนักงานและจัดทำคู่มือแนะนำการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้หรือไม่ และควรจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น มีการแถมน้ำ ทิชชู หรือการชิงโชค

สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจ ทักษะและแนวโน้มพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ 91 ในระดับมาก โดยมีคำถามที่ผู้บริโภคตอบถูกน้อยที่สุดคือ หัวข้อการใช้แก๊สโซฮอล์ 91 อาจจะส่งผลให้สมรรถนะของเครื่องยนต์ลดลง ด้านทักษะโดยรวมที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ 91 ผู้บริโภคมีทักษะโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านประโยชน์ของแก๊สโซฮอล์ 91 มีทักษะโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ 91 ด้านราคาของแก๊สโซฮอล์ 91 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของแก๊สโซฮอล์ 91 และด้านการส่งเสริมการตลาดของแก๊สโซฮอล์ 91 และมีทักษะโดยรวมที่ไม่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านความคาดหวังต่อแก๊สโซฮอล์ 91 ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่ไม่แน่ใจว่าจะใช้แก๊สโซฮอล์ 91 และจะบอกต่อให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์ 91 หรือไม่

สุพิชชา ถนอมศรี (2552) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานทดแทน E20 ในระดับปานกลาง มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการใช้พลังงานอื่นทดแทนน้ำมันด้านข่าวสารที่เกี่ยวกับการรณรงค์การประหยัดพลังงานมากที่สุด ด้านข่าวสารที่เกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ และด้านมาตรการจากรัฐในระดับปานกลาง มีความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ส่วนบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อได้ด้วยตัวเอง และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สนใจซื้อรถยนต์ยี่ห้อ E20 คือ รถยนต์มีราคาสูง ยี่ห้อรถยนต์ที่สนใจ คือ โตโยต้า ตั้งงบประมาณต่ำกว่าหรือเท่ากับ 900,000 บาท

สร้อยพร สุวรรณประสพ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ของผู้ขับจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ขับจักรยานยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 แตกต่างกัน โดยที่ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ไม่แตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แก่ กิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านความถี่ในการเติม และสัมพันธ์กับการใช้ท่อ การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ทักษะด้านเครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 ในด้านการใช้ท่อ การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20

อนุพงศ์ ติรศุภนนท์ (2552) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียนนักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท รยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 มีขนาดของเครื่องยนต์ ไม่เกิน 1,500 ซีซี อายุการใช้งานของรถยนต์ 6 ปี ด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า มีความคิดเห็นในความรู้ ในเรื่องการใช้พลังงานทดแทนในระดับดี และด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้พลังงานทดแทนในปัจจุบัน เลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 91 มากที่สุด โดยเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้พลังงานดังกล่าว เพราะ ประหยัดค่าใช้จ่าย ประหยัดพลังงาน และปราศจากมลพิษ

ศราวุธ ชัยเรืองวิทย์ (2552) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20 – 30 ปี การศึกษาสูงสุด หรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพค้าขาย หรือทำกิจการส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 15,000 บาท ทักษะด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันไบโอดีเซล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆมากที่สุด และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันไบโอดีเซล อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านราคา รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Questionnaire) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Volvo s80 2.5FT และ Mitsubishi Lancer Ex 1.8 รถยนต์ดัดแปลง Conversion Kit ของกลุ่มผู้จำหน่าย 5 บริษัท และ รถยนต์ดัดแปลง Conversion Kit ของ Petro Green เพื่อการทดสอบ รวมถึงรถยนต์ต่างๆที่จะออกตามมาในปี 2554 ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ขับขี่รถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1979: 1088)

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยต้องการให้เกิดความผิดพลาดจากความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

$$n = \frac{5,533}{1 + 5,533(0.05)^2}$$

$$= 373 \text{ ตัวอย่าง}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 373 คน และได้มีการเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถามสำรองไว้ 27 ตัวอย่าง รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีลักษณะตามความต้องการตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยอาจจะกำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป

1. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมันปตท.และบางจากทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร
2. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยแบบโควต้า (Quota Sampling) โดยมีการแบ่งสัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคจากสถานีบริการน้ำมันปตท.และบางจากทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 สาขา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง

สถานที่	จำนวน(ตัวอย่าง)
ปตท. ทางด่วนบางนาขาเข้า	25
ปตท. ทางด่วนบางนาขาออก	25
ปตท. สนามเป้า	25
ปตท. เกษตรนวมินทร์	25
บางจาก เลียบทางด่วนเอกมัย – รามอินทรา	25
บางจาก ถนนบรมราชชนนี	25
บางจาก ถนนสุขาภิบาล 1	25
บางจาก บางนา ขาออก กม.13	25

จำนวน 200 ตัวอย่าง

2. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด 200 ตัวอย่างได้ทำการจัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปของHTML file เพื่อให้ผู้ขับขี่ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถกรอกแบบสอบถามได้โดยสะดวกซึ่งจะนำแบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่

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

<http://www.lancer-exclub.com>

<http://www.lancerexclubthailand.com>

<http://www.volvoclubthailand.com>

<http://www.volvomania.com>

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

<http://www.ffvthailand.com>

<http://www.go2e85.com>

<http://www.altisclub.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.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.panthip.com>

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีเจาะจง อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล ทั้งที่สถานีบริการน้ำมันปตท.และบางจาก ทั้ง 8 สถานีในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องที่ใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น E85

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา จำนวน 6 ข้อ

ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Response Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple Choice) แต่ละข้อคำถามมีระดับการ

วัดข้อมูลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้เป็น

1.1 ชาย

1.2 หญิง

2. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

2.1 18 - 24 ปี

2.2 25 - 31 ปี

2.3 32 - 38 ปี

2.4 39 - 45 ปี

2.5 46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

3.1 โสด

3.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

3.3 หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

4.1 ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าระดับปริญญาตรี

4.2 ระดับปริญญาตรี

4.3 สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

5.1 นิสิต/นักศึกษา

5.2 ค้าขาย / กิจการส่วนตัว

5.3 พนักงานบริษัทเอกชน

5.4 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

5.5 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- 6.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
- 6.2 15,001 – 25,000 บาท
- 6.3 25,001 – 35,000 บาท
- 6.4 35,001 – 45,000 บาท
- 6.5 45,001 – 55,000 บาท
- 6.6 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครวมตัวแปรรีاضะที่ศึกษา จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมัน ความถี่ในการเติมน้ำมันต่อครั้ง การใช้ น้ำมันเบนซินชนิดอื่นร่วมกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ปัญหาที่พบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. คำถามข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)
2. คำถามข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale)
3. คำถามข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

3.1 ใช่

3.2 ไม่ใช่

3.2.1 น้ำมันเบนซิน 91

3.2.2 น้ำมันเบนซิน 95

3.2.3 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91

3.2.4 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95

3.2.4 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

4. คำถามข้อที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- 4.1 เครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น
- 4.2 ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องยนต์
- 4.3 ทำให้เกิดควันพิษจากท่อไอเสีย
- 4.4 หาเติมยาก
- 4.5 ไม่มั่นใจในคุณภาพ
- 4.6 อื่นๆ (โปรดระบุ_____)

5. คำถามข้อที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับสถานที่การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกได้ดังนี้

- 5.1 ใกล้เคียงบ้าน
- 5.2 ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา
- 5.3 ทางผ่าน
- 5.4 ตั้งใจขับไปเติม
- 5.5 อื่นๆ (โปรดระบุ_____)

6. คำถามข้อที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- 6.1 ตนเอง
- 6.2 ครอบครัว
- 6.3 เพื่อน
- 6.4 ตัวแทนขายรถยนต์
- 6.5 อื่นๆ (โปรดระบุ_____)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องข้อมูลพลังงานทดแทน แก๊สโซฮอล์ E85 ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 15 ข้อ โดยการกำหนดระดับสเกลแบบมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ใช่ กับ ไม่ใช่ มีข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ใช่” จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1 ข้อ 4 ข้อ 6 ข้อ 8 ข้อ 10 ข้อ 11 ข้อ 12 ข้อ 14 ข้อ 15 และข้อที่ต้องการคำตอบว่า “ไม่ใช่” จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อ 2 ข้อ 3 ข้อ 5 ข้อ 7 ข้อ 9 ข้อ 13

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังต่อไปนี้

ผู้ตอบมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 1 คะแนน

หากผู้ตอบไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่สามารถตอบคำถามอย่างถูกต้องให้ 0 คะแนน

เมื่อรวมคะแนนและหาค่าเฉลี่ยแล้ว จะให้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณดังนี้ (ลัดดาวัลย์ หวังพาณิชย์.2529:27)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}}$$

$$= \frac{15 - 0}{3} = 5$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของระดับคะแนนได้ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับความรู้ความเข้าใจ
0-5	ความรู้ความเข้าใจระดับน้อย
6-10	ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง
11-15	ความรู้ความเข้าใจระดับมาก

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 14 ข้อ โดยแบ่งตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. แรงจูงใจด้านเหตุผล มีจำนวนคำถามทั้งหมด 9 ข้อ
2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังต่อไปนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

ระดับ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ระดับ 4 เห็นด้วยกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ระดับ 3 ไม่แน่ใจกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ระดับ 2 ไม่เห็นด้วยกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์

E85

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550:

27)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริโภคมัทัศน์คติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริโภคมัทัศน์คติที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริโภคมัทัศน์คติที่ไม่แน่ใจกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริโภคมัทัศน์คติที่ไม่เห็นด้วยกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริโภคมัทัศน์คติที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 20 ข้อ โดยแบ่งตามด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ มีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ
2. ด้านราคา มีจำนวนคำถามทั้งหมด 3 ข้อ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีจำนวนคำถามทั้งหมด 5 ข้อ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด มีจำนวนคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกได้เพียงคำตอบเดียวเท่านั้น ซึ่งผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังต่อไปนี้

โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังต่อไปนี้

- ระดับ 5 เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ E85
- ระดับ 4 เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ E85
- ระดับ 3 ไม่แน่ใจกับส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ E85
- ระดับ 2 ไม่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ E85
- ระดับ 1 ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดของแก๊สโซฮอล์ E85

การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยคำนวณได้ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2550: 27)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้นเกณฑ์เฉลี่ยระดับความสำคัญสามารถกำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 – 5.00 หมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแก๊สโซฮอล์ E85 ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 – 4.20 หมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับแก๊สโซฮอล์ E85 ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 – 3.40 หมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจกับแก๊สโซฮอล์ E85 ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 – 2.60 หมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยกับแก๊สโซฮอล์ E85 ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.80 หมายถึง ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแก๊สโซฮอล์ E85 ทางด้านส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ แบ่งเป็น

1. คำถามข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบความหมายที่ตรงข้ามกัน (Semantic differential scale) จำนวน 1 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยแบ่งแนวโน้ม พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ ใช้แน่นอน

ระดับ 4 คือ น่าจะใช้

ระดับ 3 คือ ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 คือ ไม่น่าจะใช้

ระดับ 1 คือ ไม่ใช่นั่นเอง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 29)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

จากนั้น นำผลรวมของคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีแนวโน้มที่จะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85
แน่นอน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีแนวโน้มที่น่าจะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีแนวโน้มที่ไม่แน่ใจว่าจะการเติมน้ำมันแก๊ส
โซฮอล์ E85 หรือไม่

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีแนวโน้มที่ไม่น่าจะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์
E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีแนวโน้มที่จะไม่ใช้การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์
E85 แน่นอน

2. คำถามข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบความหมายที่ตรงข้ามกัน (Semantic differential scale) จำนวน 1 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยแบ่งแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ บอกต่อแน่นอน

ระดับ 4 คือ น่าจะบอกต่อ

ระดับ 3 คือ ไม่แน่ใจ

ระดับ 2 คือ ไม่น่าจะบอกต่อ

ระดับ 1 คือ ไม่บอกต่อแน่นอน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 29)

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8\end{aligned}$$

จากนั้น นำผลรวมของคะแนนทั้งหมดมาหาค่าเฉลี่ย ซึ่งจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 หมายถึง มีแนวโน้มที่จะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 หมายถึง มีแนวโน้มที่น่าจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 หมายถึง มีแนวโน้มที่ไม่แน่ใจว่าจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรือไม่

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 หมายถึง มีแนวโน้มที่ไม่น่าจะบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 หมายถึง มีแนวโน้มที่จะไม่บอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์และงานวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย

2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อให้การกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น

3. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 6 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านแรงจูงใจเกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามด้านแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ประธาน และ กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณา ตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้ว มีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ แล้วมาดำเนินการทดสอบ (Pre-test) กับ กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficiency) ของครอนบัค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 449) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่า สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficiency) ของแรงจูงใจด้านเหตุผล ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.841 แรงจูงใจด้านอารมณ์ ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.877 ทศนคติในด้านผลิตภัณฑ์ของ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.777 ทศนคติในด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.809 ทศนคติในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.711 ทศนคติในการ ส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.713 และแนวโน้มพฤติกรรมการณ์ซื้อน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.759 ซึ่งในภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficiency) เข้าใกล้ 1 หมายความว่า เครื่องมือที่ใช้วัดแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้มาก

6. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้ เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ และ งานวิจัย ในอดีตที่เกี่ยวข้องจากสิ่งพิมพ์ วารสาร หนังสือ เอกสารทางวิชาการ และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่าน สื่ออินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวม โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถาม แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง ผ่านเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์ E85 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 สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

2. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

3. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ทดสอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

4. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ทดสอบเกี่ยวกับแรงจูงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

5. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ทดสอบเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครโดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (กัลยา วินิชย์บัญชา, 2550: 117-119)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

$$P = \frac{f}{n} (100)$$

เมื่อ	P	แทน	ร้อยละหรือ % (Percentage)
	f	แทน	ความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ
	n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 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 วงศ์
รัตน์, 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 ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาใช้
สำหรับการศึกษาวิจัยไปทำการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาความเชื่อมั่น (Reliability)
โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ราย (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550:
29) จากนั้นนำแบบสอบถามมาคำนวณหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha -
Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ใช้สูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k \frac{\overline{covariance}}{\overline{variance}}}{1 + (k - 1) \frac{\overline{covariance}}{\overline{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน ค่าความเชื่อมั่น หรือ Alpha coefficient
	k	แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	$\overline{covariance}$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถาม
ต่างๆ	$\overline{variance}$	แทน ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำตอบ

3. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบค่าที (t-Test)

โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวน (S) ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2549 :125) โดยใช้สถิติ

$$F = \frac{s_i^2}{s_j^2} \quad \text{ถ้า } s_i^2 > s_j^2 ; i, j = 1, 2$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่างเพื่อทดสอบว่าความแปรปรวน (S) ของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เท่ากันหรือไม่

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มเท่ากัน

ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)s_1^2 + (n_2-1)s_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	$\bar{x}_1$	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 1
	$\bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 2
	s_1^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1

s_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างที่ 2
n_1	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 1
n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 2
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ($n_1 + n_2 - 2$)

โดยที่ v คือ ค่าองศาอิสระ

$$v = \frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{\frac{\left[\frac{s_1^2}{n_1} \right]^2}{n_1 - 1} + \frac{\left[\frac{s_2^2}{n_2} \right]^2}{n_2 - 1}}$$

3.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe จะปฏิเสธสมมติฐาน (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05

ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test สามารถเขียนได้ดังนี้

$$F = \frac{MS_{(B)}}{MS_{(W)}}$$

เมื่อ F แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤติจากการแจกแจงแบบ F เพื่อทราบนัยสำคัญ

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

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

df แทน ชั้นแห่งความเป็นอิสระ ได้แก่ ระหว่างกลุ่ม ($k - 1$) ภายในกลุ่ม ($n - k$)

ถ้าพบความแปรปรวนไม่เท่ากันจะทำ การทดสอบด้วย (Brown forsythe) (B) (Hartung, 2001: 300) สามารถเขียนได้ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW}$$

โดยค่า

$$MSB = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_1}{N}\right) s_2^2$$

เมื่อ	B	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
	MSB	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Groups)
	MSW	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown – forsythe
	k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	ขนาดประชากร
	s_2^2	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

ถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้วต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 332-333)

การวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ LSD (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 332-333) โดยใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	$t_{1-\alpha/2, n-k}$	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในการแจกแจงแบบ t- test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และชั้นห่างความเป็นอิสระภายในกลุ่ม
	MSE	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม (MSw)
	n_i	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม i
	n_j	แทน	จำนวนข้อมูลของกลุ่ม j

หรือวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่(Dunnett T3)(Keppel, 1982: 153-155)

$$\bar{d}_D = q_D \frac{\sqrt{2 \left(MS_{\frac{S}{A}} \right)}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ $\bar{d}_D$ แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test

q_D แทน ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test

$MS_{\frac{S}{A}}$ แทน ค่าค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม

S แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom) ระหว่างกลุ่มคือ K-1 ภายในกลุ่ม n-k และ
รวมทั้งกลุ่ม คือ n-1

3.3 สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 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 วานิชย์บัญชา, 2544: 280) ซึ่งมีความหมายของค่าว่า r มีดังนี้

- 1) ถ้า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้าม
- 2) ถ้า 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

ค่าสัมประสิทธิ์ (r)

0.00	หมายถึง	ไม่มีความสัมพันธ์เลย (No Correlation)
.01 - .20	หมายถึง	แทบไม่มีความสัมพันธ์เลย (Virtually No Correlation)
.21 - .45	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ต่ำ (Weak Correlation)
.46 - .75	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ปานกลาง (Moderate Correlation)
.76 - .90	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มาก (Strong Correlation)
.91 - .99	หมายถึง	มีความสัมพันธ์มากที่สุด (Very Strong Correlation)
1.00	หมายถึง	มีความสัมพันธ์สมบูรณ์ (Perfect Correlation)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครนั้น ผู้วิจัยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารความหมายที่ตรงกัน ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
Sig	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution
F-Ratio	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-Distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนนเฉลี่ย (Mean of Squares)
df	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
Ho	แทน	สมมติฐานหลัก
H1	แทน	สมมติฐานรอง
*	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 5 ข้อดังนี้

1. ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

3. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

4. แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ แรงจูงใจด้านการรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

5. ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น แต่ละตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปความถี่ ร้อยละ ตามตาราง

ตาราง 1 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	346	86.5
หญิง	54	13.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
18 - 24 ปี	58	14.5
25 - 31 ปี	107	26.8
32 - 38 ปี	133	33.3
39 - 45 ปี	69	17.2
46 ปีขึ้นไป	33	8.2
รวม	400	100.0
3. สถานภาพสมรส		
โสด	261	65.2
สมรส/อยู่ด้วยกัน	130	32.5
หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	9	2.3
รวม	400	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	24	6.0
ระดับปริญญาตรี	287	71.8
สูงกว่าปริญญาตรี	89	22.2
รวม	400	100.0
5. อาชีพ		
นิสิต/นักศึกษา	33	8.3
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	65	16.3
พนักงานบริษัทเอกชน	235	58.7
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	13.7
อื่น ๆ	12	3.0
รวม	400	100.0
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	36	9.0
15,001 – 25,000 บาท	108	27.0
25,001 – 35,000 บาท	93	23.2
35,001 – 45,000 บาท	36	9.0
45,001 – 55,000 บาท	34	8.5
55,001 บาทขึ้นไป	93	23.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 และเป็นผู้หญิง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 32-38 ปีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาคืออายุ 25-31 ปีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 อายุ 39-45 ปีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 อายุ 18-24 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาคือสถานภาพสมรส/แยกกันอยู่ จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และสถานภาพหย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมาคืออาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 และอื่นๆ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 กับ รายได้ต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รายได้ต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ รายได้ต่อเดือน 45,001 - 55,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

เนื่องจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านสถานภาพสมรส อาชีพ มีความถี่ของข้อมูลในบางกลุ่มมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป (น้อยกว่า 30) ดังนั้น เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่ ดังนี้

ตาราง 2 จำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่จำแนกตามสถานภาพสมรส อาชีพ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. สถานภาพสมรส		
โสด/หย่าร้าง	270	67.50
สมรส	130	32.50
รวม	400	100.00
2. อาชีพ		
ค้าขาย / กิจการส่วนตัว	65	15.30
พนักงานบริษัทเอกชน	235	58.70
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	55	13.70
นิสิต/นักศึกษา และอื่นๆ (รับจ้าง อาชีพอิสระ)	45	12.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด/หย่าร้าง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ประกอบอาชีพนิสิต/นักศึกษา และ อาชีพอื่นๆ (รับจ้าง อาชีพอิสระ) จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอพฤติกรรมการจ่ายค่าน้ำมันในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในรูปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้น้ำมันเบนซินชนิดอื่นร่วมกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ปัญหาที่พบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยนำเสนอในรูปความถี่ ร้อยละ ตามตาราง

ตาราง 3 พฤติกรรมการจ่ายค่าน้ำมันในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

พฤติกรรมการใช้น้ำมัน	Minimum	Maximum	$\bar{X}$	S.D.
ค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน (บาทต่อเดือน)	500	12,000	4,437.00	1,982.058
ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน (ครั้งต่อเดือน)	1	15	4.98	2.304

จากตาราง 3 พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

ค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน (บาทต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4,437.00 บาท โดยมีค่าน้ำมันต่อเดือนต่ำสุด 500 บาท และค่าน้ำมันต่อเดือนสูงสุด 12,000 บาท

ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน(ครั้งต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4.98 ครั้ง โดยมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนต่ำสุด 1 ครั้ง และมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนสูงสุด 15 ครั้ง

ตาราง 4 จำนวน และค่าร้อยละการใช้น้ำมันเบนซินชนิดอื่นร่วมกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ปัญหาที่พบในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างเดียว	166	41.50
ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย	234	58.50
รวม	400	100.00
2. การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่น		
น้ำมันเบนซิน 91	9	3.00
น้ำมันเบนซิน 95	3	1.00
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91	106	34.80
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	76	24.90
น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20	111	36.30
รวม	305	100.00
3. ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
เครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น	271	36.50
ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องยนต์	48	6.50
ทำให้เกิดควันพิษจากท่อไอเสีย	6	0.80
หาเติมยาก	328	44.20
ไม่มั่นใจในคุณภาพ	28	3.80
อื่นๆ (ลูกกลอยเสีย)	61	8.20
รวม	742	100.00
4. สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
ใกล้บ้าน	105	26.20
ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา	39	9.80
ทางผ่าน	107	26.80
ตั้งใจขับไปเติม	149	37.20
รวม	400	100.00

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
5. บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์		
E85		
ตนเอง	349	87.30
ครอบครัว	21	5.20
เพื่อน	15	3.70
ตัวแทนขายรถยนต์	0	0.00
อื่นๆ (โครงการส่งเสริมต่างๆ)	15	3.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คน โดยจำแนกตามตัวแปร ดังนี้

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วยจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 อย่างเดียว จำนวน 166 คนคิดเป็นร้อยละ 41.50

การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วยจำนวน 234 คน ส่วนใหญ่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 36.30 รองลงมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 91 จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 ใช้น้ำมันเบนซิน 91 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และใช้เบนซิน 95 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาหาเติมยาก จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมาพบปัญหาเครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 พบปัญหาอื่นๆ (ลูกลอยเสีย) จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 พบปัญหาส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องยนต์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 พบปัญหาไม่มั่นใจในคุณภาพ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และพบปัญหาทำให้เกิดควันพิษจากท่อไอเสีย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งใจขับไปเติมจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาเติมน้ำมันจากสถานีบริการทางผ่าน จำนวน 107 คน คิด

เป็นร้อยละ 26.80 จากสถานบริการใกล้บ้าน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และจากสถานบริการใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าตนเอง มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 รองลงมาครอบครัว มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.30 เพื่อน มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และจากเหตุผลอื่นๆ มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80

เนื่องจากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่น ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และบุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความถี่ของข้อมูลในบางกลุ่มมีจำนวนความถี่น้อยเกินไป (น้อยกว่า 30) ดังนั้น เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ผู้วิจัยจึงทำการรวบรวมกลุ่มข้อมูลใหม่ ดังนี้

ตาราง 5 จำนวน และค่าร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามที่จัดกลุ่มใหม่จำแนกตามด้านการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่น ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

พฤติกรรมการเติมน้ำมัน	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
1. บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
ตนเอง	349	87.30
ครอบครัว และอื่นๆ (เพื่อน โครงการส่งเสริมต่างๆ)	15	12.70
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่นำมาจัดกลุ่มใหม่ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าตนเอง มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 และจากเหตุผลอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน โครงการส่งเสริมต่างๆ มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปความถี่ ร้อยละ ตามตาราง

ตาราง 6 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถามที่ ตอบถูก (คน)	ร้อยละ
1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เกิดจากการผสมระหว่างน้ำมันเบนซิน 15% กับเอทานอลแอลกอฮอล์ 85%	391	97.80
2. รถทุกคันสามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้	394	98.50
3. ปัจจุบันไม่มีรถรุ่นไหนชนิดใดที่ใช้อยู่ในประเทศไทยสามารถใช้กับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	388	97.00
4. รถยนต์ FFV คือ รถที่สามารถใช้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	376	94.00
5. หากต้องการดัดแปลงเครื่องยนต์ธรรมดาให้เป็นเครื่องยนต์ FFV ต้องมีการลงทุนเพิ่มสูงมาก	265	66.30
6. ระบบการทำงานของรถยนต์ FFV คือ รถยนต์จะมีระบบเชื้อเพลิงระบบเดียว	144	36.00
7. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่ามลพิษที่เกิดขึ้นสูงมาก	382	95.50
8. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ	134	33.50
9. รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะไม่สามารถใช้น้ำมันเบนซินอื่นๆได้	381	95.30
10. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความยืดหยุ่นในการใช้เชื้อเพลิงสูง	284	71.00
11. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินหลายบาท	391	97.80
12. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถนำพืชผลทางการเกษตรมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้ (อ้อย/มันสำปะหลัง)	391	97.80
13. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำหน่ายทุกสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ	397	99.30

ตาราง 6 (ต่อ)

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	จำนวนผู้ตอบ แบบสอบถามที่ ตอบถูก (คน)	ร้อยละ
14. รถที่สามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต้องมีการผลิตชิ้นส่วนของ รถยนต์ด้วยวัสดุพิเศษที่สามารถทนทานต่อการกัดกร่อนของ เชื้อเพลิงชนิดนี้ได้	373	93.30
15. ในกระบวนการผลิตจนผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และ นำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อย ออกมาตลอดทั้งกระบวนการ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจาก ปิโตรเลียมเมื่อเทียบกับปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน	391	97.80

จากตาราง 6 แสดงผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบ
แบบสอบถาม โดยจำแนกตามหัวข้อแบบสอบถามได้ดังนี้

ข้อ 1 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เกิดจากการผสมระหว่างน้ำมันเบนซิน 15% กับเอทานอลแอลกอฮอล์
85% มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 2 รถทุกคันสามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 394 คน คิดเป็นร้อยละ
98.50

ข้อ 3 ปัจจุบันไม่มีรถรุ่นไหนชนิดใดที่ใช้อยู่ในประเทศไทยสามารถใช้กับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มี
จำนวนคนที่ตอบถูก 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00

ข้อ 4 รถยนต์ FFV คือ รถที่สามารถใช้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำนวนคนที่ตอบถูก 376 คน คิด
เป็นร้อยละ 94.00

ข้อ 5 หากต้องการดัดแปลงเครื่องยนต์ธรรมดาให้เป็นเครื่องยนต์ FFV ต้องมีการลงทุนเพิ่มสูงมาก มี
จำนวนคนที่ตอบถูก 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30

ข้อ 6 ระบบการทำงานของรถยนต์ FFV คือ รถยนต์จะมีระบบเชื้อเพลิงระบบเดียว มีจำนวนคนที่
ตอบถูก 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ข้อ 7 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่ามลพิษที่เกิดขึ้นสูงมาก มีจำนวนคนที่ตอบถูก 382 คน คิดเป็นร้อย
ละ 95.50

ข้อ 8 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50

ข้อ 9 รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะไม่สามารถใช้น้ำมันเบนซินอื่นๆได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.30

ข้อ 10 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความยืดหยุ่นในการใช้เชื้อเพลิงสูง มีจำนวนคนที่ตอบถูก 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00

ข้อ 11 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินหลายบาท มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 12 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถนำพืชผลทางการเกษตรมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้ (อ้อย/มันสำปะหลัง) มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 13 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำหน่ายทุกสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.30

ข้อ 14 รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต้องมีการผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ด้วยวัสดุพิเศษที่สามารถทนทานต่อการกัดกร่อนของเชื้อเพลิงชนิดนี้ได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30

ข้อ 15 ในกระบวนการผลิตจนผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียมเมื่อเทียบที่ปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

จากคะแนนที่ได้จะสามารถแปลความหมายและจัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นระดับความรู้ความเข้าใจ ตามจำนวนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูก ได้ดังนี้

ตาราง 7 จำนวน และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม (คน)	ร้อยละ
ความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง	12	3.00
ความรู้ความเข้าใจระดับมาก	388	97.00

จากตาราง 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามตาราง

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจด้านเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

แรงจูงใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์	4.590	0.615	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ	4.280	0.760	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด	4.613	0.623	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ	4.698	0.563	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ท่านสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย	4.483	0.855	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. มีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี	3.935	0.924	เห็นด้วย
7. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ	4.713	0.557	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
8. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ	4.245	0.732	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
9. รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.000	1.036	เห็นด้วย
ผลรวมแรงจูงใจด้านเหตุผลของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.395	0.574	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 8 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.395 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนอกไซด์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.590 หัวข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.280 หัวข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.613 หัวข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.698 หัวข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.483 หัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.713 และหัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.245 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อมีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.935 และหัวข้อรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.000

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแรงจูงใจด้านอารมณ์
เกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

แรงจูงใจของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา	3.511	1.218	เห็นด้วย
2. ท่านต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.325	0.810	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ท่านมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.213	0.969	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น	2.940	1.206	ไม่แน่ใจ
5. บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	2.760	0.913	ไม่แน่ใจ
6. ได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	3.768	0.960	เห็นด้วย
ผลรวมแรงจูงใจด้านอารมณ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	3.586	1.048	เห็นด้วย

จากตาราง 9 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.586 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.325 และหัวข้อมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.213

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.511 และหัวข้อได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.768

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.940 และหวัข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.760

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตาราง

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน

ทัศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85			
1. ก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ	3.235	1.130	ไม่แน่ใจ
2. ความเร็ว / การออกตัว ในการขับที่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ	3.315	1.122	ไม่แน่ใจ
3. เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม	4.430	0.686	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ	2.920	1.324	ไม่แน่ใจ
5. สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถัง	3.780	1.168	เห็นด้วย
6. ทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวนาน	3.552	1.123	เห็นด้วย
ผลรวมทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	3.539	1.231	เห็นด้วย

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.539 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในหัวข้อเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.430

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.780 และหัวข้อทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.552

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจ กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.235 หัวข้อความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.315 และหัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.920

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน

ทัศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
1. ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ	4.560	0.817	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	3.863	1.001	เห็นด้วย
3. แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก	3.773	1.029	เห็นด้วย
ผลรวมทัศนคติด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.065	0.909	เห็นด้วย

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.065 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.560

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อเป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.863 และหัวข้อแก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.773

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน

ทัศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
1. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ	1.438	0.856	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย	4.648	0.707	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก	4.610	0.821	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ	3.540	1.276	เห็นด้วย
5. มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	3.825	1.050	เห็นด้วย
ผลรวมทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	3.612	0.927	เห็นด้วย

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.612 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.648 และหัวข้อต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.610

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวน

ช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.540 และหัวข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.825

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.438

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วน

ทัศนคติทางด้านส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
1. บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.440	0.845	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม	4.020	1.165	เห็นด้วย
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น	4.013	1.112	เห็นด้วย
4. สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย	4.725	0.510	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. การรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.265	0.981	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น	4.620	0.657	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ผลรวมทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.347	0.827	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.347 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ความร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.440 ในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.725 ในหัวข้อการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.265 และในหัวข้อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้เชื่อมั่นและหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.620ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.020 และในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.013

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามตาราง

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ระดับแนวโน้มพฤติกรรม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	4.598	0.766	แน่นอน

จากตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นอนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.598

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ระดับแนวโน้มพฤติกรรม		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใน อนาคต	4.248	0.937	แน่นอน

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นอนโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.248

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ประกอบด้วย

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้จับจรัญยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบ Independent t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 โดยจะใช้ในการทดสอบความแตกต่างของเพศ และสถานภาพสมรส

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances

- ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และถ้าข้อใดมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD)

- ถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe และถ้าข้อใดมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 โดยจะใช้ในการทดสอบความแตกต่างของ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

เพศ

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกัน

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกัน

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	4.413*	0.036
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.635	0.426

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงยุติการพิจารณา Equal Variances not assumed

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.426 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน จึงยุติการพิจารณา Equal Variances assumed

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	เพศ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ชาย	4.613	0.742	0.870	64.580	0.388
	หญิง	4.500	0.906			
Equal Variances not assumed						
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ชาย	4.243	0.947	-	398	0.799
	หญิง	4.278	0.878			
Equal Variances assumed						

จากตาราง 17 t-test for Equality of Means สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคในอนาคต โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.388 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติม ของผู้บริโภคในอนาคต โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.799 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	7.426**	4	395	0.000
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	4.532**	4	395	0.001

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 Homogeneity of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ดังนั้นเมื่อค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน ดังนั้นเมื่อค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมด้วย Brown Forsythe

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Brown Forsythe			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	2.757*	4	311.196	0.028
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	6.491**	4	299.113	0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 Brown Forsythe สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.028 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ

เพื่อให้ทราบว่า อายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

อายุ	$\bar{X}$	18 - 24 ปี	25 - 31 ปี	32 - 38 ปี	39 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
		4.431	4.654	4.541	4.609	4.909
18 - 24 ปี	4.431	-	- 0.223 (0.515)	- 0.110 (0.987)	- 0.178 (0.913)	- 0.478** (0.000)
25 - 31 ปี	4.654		-	0.113 (0.948)	0.046 (1.000)	- 0.255* (0.047)
32 - 38 ปี	4.541			-	- 0.067 (1.000)	- 0.368** (0.000)
39 - 45 ปี	4.609				-	- 0.300 (0.112)
46 ปีขึ้นไป	4.909					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 20 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอายุกับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

ช่วงอายุ 18-24 ปี กับ ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 18-24 ปี มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.478

ช่วงอายุ 25 - 31 ปี กับ ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 25 - 31 ปี มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.255

ช่วงอายุ 32 - 38 ปี กับ ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 32 - 38 ปี มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.368

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอายุกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอก
 ต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

อายุ	$\bar{x}$	18 - 24 ปี	25 - 31 ปี	32 - 38 ปี	39 - 45 ปี	46 ปีขึ้นไป
		3.862	4.514	4.143	4.217	4.546
18 - 24 ปี	3.862	-	-0.652** (0.000)	-0.281 (0.539)	-0.355 (0.401)	-0.683** (0.002)
25 - 31 ปี	4.514		-	0.371* (0.010)	0.297 (0.327)	-0.031 (1.000)
32 - 38 ปี	4.143			-	-0.074 (1.000)	-0.403 (0.065)
39 - 45 ปี	4.217				-	-0.328 (0.429)
46 ปีขึ้นไป	4.546					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอายุกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน
 แก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

ช่วงอายุ 18-24 ปี กับ ช่วงอายุ 25 - 31 ปี และช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ
 0.002 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีช่วงอายุ 18-24 ปี มีแนวโน้มการบอกต่อให้
 ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า ช่วงอายุ 25 - 31 ปี และช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป ที่ระดับ
 นัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.652 และ 0.683 ตามลำดับ

ช่วงอายุ 25 - 31 ปี กับ 32 - 38 ปี ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มี
 ช่วงอายุ 25 - 31 ปี มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต มากกว่า ช่วงอายุ
 32 - 38 ปี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.371

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถานภาพสมรส

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง สถานภาพสมรสกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	10.044**	0.002
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.331	0.565

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงตัดสินใจจาก Equal Variances not assumed

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.565 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน จึงตัดสินใจจาก Equal Variances assumed

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง สถานภาพสมรสกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สถานภาพสมรส	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
แนวโน้มการใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	โสด/หย่าร้าง	4.533	0.772	-2.364*	291.431	0.019
	สมรส	4.719	0.742			
Equal Variances not assumed						
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	โสด/หย่าร้าง	4.203	0.937	-1.300	398	0.194
	สมรส	4.331	0.936			
Equal Variances assumed						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 t-test for Equality of Means สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับแนวโน้มการใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภครที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภครที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรสมีแนวโน้มการใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าสถานภาพโสด/หย่าร้าง

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภครที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภครที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	1.404	2	397	0.247
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	6.119**	2	397	0.002

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 Homogeneity of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.247 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ดังตาราง 25

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตาราง 26

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วม ด้วย F-test

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	แหล่งความแปรปรวน	F-test				
		SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
แนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	0.384	2	0.192	0.326	0.722
	ภายในกลุ่ม	233.813	397	0.589		
	รวม	234.198	399			

จากตาราง 25 F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับแนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.722 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) แสดงว่าผู้บริโภคร่วมที่มีชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วมที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วม ด้วย Brown Forsythe

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Brown Forsythe			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	3.500*	2	84.453	0.035

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 Brown Forsythe สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษา กับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.035 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁)

แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ

เพื่อให้ทราบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มพฤติกรรมบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	ระดับปริญญาตรี	สูงกว่าระดับปริญญาตรี
		4.250	4.185	4.449
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	4.250	-	0.653 (0.978)	-0.199 (0.649)
ระดับปริญญาตรี	4.185		-	-0.265* (0.020)
สูงกว่าระดับปริญญาตรี	4.449			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างระดับการศึกษากับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี กับ ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ค่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.265

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาชีพ

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้นแตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนั้น

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	6.154**	3	396	0.000
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.505	3	396	0.679

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 28 Homogeneity of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตาราง 29

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.679 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย F-test ดังตาราง 31

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ด้วย Brown Forsythe

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Brown Forsythe			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	3.780**	3	170.020	0.012

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 29 Brown Forsythe สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกันมีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าอาชีพอื่นๆ

เพื่อให้ทราบว่า อาชีพที่ต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่ต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 ดังตาราง 30

ตาราง 30 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

อาชีพ	$\bar{X}$	ค้าขาย/กิจการส่วนตัว 4.769	พนักงานบริษัทเอกชน 4.626	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ 4.546	นิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ (รับจ้าง อิสระ) 4.267
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	4.769	-	0.144 (0.176)	0.224 (0.108)	0.503** (0.001)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.626		-	0.080 (0.481)	0.359** (0.004)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.546			-	- 0.279 (0.505)
นิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ (รับจ้าง อิสระ)	4.267				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 30 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว กับ อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.503

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.359

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน
แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ด้วย F-test

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	แหล่งความ แปรปรวน	F-test				
		SS	df	MS	F-Ratio	Sig.
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	22.833	3	7.611	9.198**	0.000
	ภายในกลุ่ม	327.665	396	0.827		
	รวม	350.498	399			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 31 F-test สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอาชีพ กับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าอาชีพอื่นๆ

เพื่อให้ทราบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังตาราง 32

ตาราง 32 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างอาชีพกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ LSD

อาชีพ	$\bar{X}$	ค้าขาย/กิจการส่วนตัว 4.769	พนักงานบริษัทเอกชน 4.626	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4.546	นิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ (รับจ้างอิสระ) 4.267
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	4.769	-	0.122 (0.336)	0.228 (0.172)	0.846** (0.000)
พนักงานบริษัทเอกชน	4.626		-	0.105 (0.440)	0.723** (0.000)
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4.546			-	- 0.618** (0.001)
นิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ (รับจ้าง อิสระ)	4.267				-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 32 LSD สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอาชีพกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ LSD พบว่า

อาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว กับ อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต มากกว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.846

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต มากกว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.723

อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ กับ อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า อาชีพนิสิต/นักศึกษาและอื่นๆ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.618

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	14.339**	5	394	0.000
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	7.526**	5	394	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 33 Homogeneity of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตาราง 34

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe ดังตาราง 34

ตาราง 34 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค ด้วย Brown Forsythe

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Brown Forsythe			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	9.897**	5	211.196	0.004
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	9.546**	5	234.961	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 34 Brown Forsythe สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,000 – 55,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่ารายได้เฉลี่ยอื่นๆ

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ One – Way Analysis of Variance พบว่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,000 – 55,000 บาท มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่ารายได้เฉลี่ยอื่นๆ

เพื่อให้ทราบว่า รายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

ตาราง 35 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ย	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	15,001-25,000 บาท	25,001-35,000 บาท	35,001-45,000 บาท	45,001-55,000 บาท	55,001 บาทขึ้นไป
		4.333	4.574	4.483	4.667	5.000	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	4.333	-	- 0.241 (0.797)	- 0.151 (0.997)	- 0.333 (0.343)	- 0.667** (0.000)	- 0.333 (0.327)
15,001-25,000 บาท	4.574		-	0.090 (1.000)	- 0.093 (0.999)	- 0.426** (0.000)	- 0.093 (0.999)
25,001-35,000 บาท	4.483			-	- 0.090 (1.000)	- 0.183 (0.892)	- 0.516** (0.000)
35,001-45,000 บาท	4.667				-	- 0.333** (0.003)	- 0.000 (1.000)
45,001-55,000 บาท	5.000					-	- 0.333** (0.001)
55,001 บาทขึ้นไป	4.667						-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 35 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.667

รายได้เฉลี่ย 15,001-25,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001-25,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.426

รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.516

รายได้เฉลี่ย 35,001-45,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ค่า Sig. เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 35,001-45,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.333

รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.333

ส่วนคู่อื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 36 แสดงผลการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ ความแตกต่างระหว่างรายได้เฉลี่ยกับแนวโน้มพฤติกรรม
การบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3

รายได้เฉลี่ย	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 15,000 บาท 3.917	15,001- 25,000 บาท 4.435	25,001- 35,000 บาท 3.839	35,001- 45,000 บาท 4.583	45,001-55,000 บาท 4.735	55,001 บาทขึ้นไป 4.258
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	3.917	-	- 0.519 (0.184)	0.078 (1.000)	- 0.667* (0.032)	- 0.819** (0.006)	- 0.341 (0.844)
15,001-25,000 บาท	4.435		-	0.596** (0.000)	- 0.148 (0.955)	- 0.300 (0.305)	0.177 (0.958)
25,001-35,000 บาท	3.839			-	- 0.745** (0.000)	- 0.897** (0.000)	- 0.419 (0.063)
35,001-45,000 บาท	4.583				-	- 0.152 (0.986)	- 0.325 (0.274)
45,001-55,000 บาท	4.735					-	- 0.477* (0.038)
55,001 บาทขึ้นไป	4.258						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 36 Dunnett's T3 สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ ระหว่างอายุกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน
แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยทดสอบแบบ Dunnett's T3 พบว่า

รายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 35,001-45,000 บาท และรายได้
เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท ค่า Sig. เท่ากับ 0.032 และ 0.006 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 และ 0.01
ตามลำดับ นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊ส
โซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 35,001-45,000 บาท และรายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท
ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และ 0.01 ตามลำดับ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.667 กับ 0.819 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ย 15,001-25,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 15,001-25,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 25,001-35,000 บาท ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.596

รายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท กับ รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,001-55,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต น้อยกว่า รายได้เฉลี่ย 55,001 บาทขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.477

ส่วนอื่นๆ ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน โดยจะใช้ในการทดสอบ ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน และ ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบ Independent t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 โดยจะใช้ในการทดสอบการใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H_1 : ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.016	0.743	ไม่มีความสัมพันธ์
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.096	0.056	ไม่มีความสัมพันธ์

จากตาราง 37 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.743 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H_1 : ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.670**	0.000	ความสัมพันธ์ปานกลาง
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	0.062	0.215	ไม่มีความสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 38 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.670 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.215 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภคที่ต่างต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ ของผู้บริโภคที่ต่างกัน

ตาราง 39 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย กับ
แนวโน้มนวัตกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร

แนวโน้มนวัตกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
แนวโน้มนการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	14.056**	0.000
แนวโน้มนการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	30.437**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 39 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้
แนวโน้มนการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05
แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงปฏิเสธจาก Equal Variances not assumed
แนวโน้มนการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่ง
น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงปฏิเสธจาก Equal Variances
not assumed

ตาราง 40 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่าง การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย กับ
แนวโน้มนนวัตกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร

แนวโน้มนนวัตกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ประเภทน้ำมันเชื้อเพลิง	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
แนวโน้มนการใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ในอนาคต	ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.662	0.694	2.019*	398	0.044
	ใช้น้ำมันอื่นร่วมด้วย	4.506	0.851			
Equal Variances not assumed						
แนวโน้มนการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	4.329	0.780	2.075*	398	0.039
	ใช้น้ำมันชนิดอื่นร่วมด้วย	4.133	1.115			
Equal Variances not assumed						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 40 t-test for Equality of Means สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคนอนาคด โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.044 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคด ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีแนวโน้มการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพียงอย่างเดียว

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคด ของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคด ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคด มีค่าเฉลี่ยน้อยกว่า ผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพียงอย่างเดียว

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะใช้การทดสอบ Independent t-test เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่ามากกว่า 0.05 โดยจะใช้ในการทดสอบความแตกต่างของความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน

ตาราง 41 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	Levene's test for Equality of Variances	
	F	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	10.044**	0.002
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	5.331*	0.045

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 41 Levene's test for Equality of Variances สามารถอธิบายได้ดังนี้

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน Equal Variances not assumed

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนประชากรทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน Equal Variances not assumed

ตาราง 42 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค

แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเดิม น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ความรู้ความ เข้าใจ	t-test for Equality of Means				
		$\bar{X}$	S.D.	t	df	Sig.
แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ปานกลาง	3.533	0.772	-2.336*	398	0.020
	มาก	3.719	0.742			
แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต	ปานกลาง	3.203	0.937	-1.300	398	0.194
	มาก	3.331	0.936			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 42 t-test for Equality of Means สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจมาก มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มีค่าเฉลี่ยมากกว่า ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสถานภาพสมรสกับแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค โดยใช้สถิติ Independent t-test พบว่า Sig. เท่ากับ 0.194 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 4 แรงงูใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงงูใจด้านเหตุผล แรงงูใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed) น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

แรงงูใจด้านเหตุผล

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 แรงงูใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : แรงงูใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H_1 : แรงงูใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์	0.096	0.056	ไม่มีความสัมพันธ์
2. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ	0.237**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด	0.239**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
4. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ	0.327**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
5. ท่านสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย	0.175**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
6. มีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่า สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี	0.278**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
7. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ	0.169**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

ตาราง 43 (ต่อ)

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน		ระดับความสัมพันธ์
	แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		
	r	Sig. (2-tailed)	
8. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ	0.140**	0.005	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
9. รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริมโดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.130**	0.010	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
รวม	0.222**	0.004	มีความสัมพันธ์ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 43 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.222 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์ กับแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.056 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ กับแนวโน้มการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.237 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.239 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.327 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.175 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ว่า สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.278 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้าน เหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรม การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมัน จากต่างประเทศ กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) แสดง ว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจาก ต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.169 แสดง ว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับ สมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่ น่าเชื่อถือ กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H₀) และยอมรับสมมติฐานรอง (H₁) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ มี ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.140 แสดงว่า ตัวแปรทั้ง สองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็น เทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของ ผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.140 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

H_1 : แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ตาราง 44 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
แรงจูงใจด้านเหตุผล			
1. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สามารถ ช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณ ไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอก ไซด์	0.037	0.456	ไม่มีความสัมพันธ์
2. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ช่วยให้ การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ ไม่เกิดควันดำ	0.114*	0.023	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
3. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการ ช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด	0.233**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
4. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการ ช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้า น้ำมันดิบจากต่างประเทศ	0.280**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
5. ท่านสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย	0.104*	0.038	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
6. มีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์ E85 ว่า สามารถใช้แทนน้ำมัน เบนซินได้เป็นอย่างดี	0.279**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
7. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ช่วยลดการนำเข้า น้ำมันจากต่างประเทศ	0.175**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
8. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นเทคโนโลยี ใหม่ที่น่าเชื่อถือ	0.079	0.113	ไม่มีความสัมพันธ์

ตาราง 44 (ต่อ)

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใน อนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	R	Sig. (2- tailed)	
9. รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.083	0.099	ไม่มีความสัมพันธ์
รวม	0.115**	0.045	แทบไม่มี ความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 44 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคด้วย สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผล เพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.456 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และขอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.114 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.233 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.280 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.104 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.279 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.175 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผลเพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.113 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.099 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล ในข้อรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

แรงจูงใจด้านอารมณ์

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H_1 : แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมกาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมกาใช้น้ำมัน		ระดับความสัมพันธ์
	แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		
	R	Sig. (2-tailed)	
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิด			
ว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคน	0.192**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
ทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา			มาก
2. ท่านต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วย	0.240**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
3. ท่านมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง	0.119*	0.017	มีความสัมพันธ์ต่ำ
เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			มาก
4. หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่าน	0.267**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
รู้สึกว่ เครื่องยนต์ของท่านแรงขึ้น			
5. บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊ส	0.105*	0.036	มีความสัมพันธ์ต่ำ
โซฮอล์ E85			มาก
6. ได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการ	0.176**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
น้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			มาก
รวม	0.166**	0.007	มีความสัมพันธ์ต่ำ
			มาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 45 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมกาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดง

ว่า แรงงูใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงงูใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ ๆ ตลอดเวลา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ ๆ ตลอดเวลา กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงงูใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.192 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงงูใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ ๆ ตลอดเวลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงงูใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.240 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงงูใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์

E85 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.017 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.119 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ เพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น กับแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.267 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.036 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรม การใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัม

ประสิทธิสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.105 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.176 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

H_1 : แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ตาราง 46 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค

แรงจูงใจของผู้บริโภค	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
แรงจูงใจด้านอารมณ์			
1. การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆ ตลอดเวลา	0.150**	0.003	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
2. ท่านต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.201**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
3. ท่านมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.132**	0.008	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
4. หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น	0.273**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
5. บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.146**	0.004	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
6. ได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.106*	0.034	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
รวม	0.137**	0.009	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 46 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.137 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.150 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำมาก

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการใช้น้ำมันแก๊ส

โซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.201 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.132 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เป็นการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.273 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านรู้สึกว่าการยนต์ของท่านแรงขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.146 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ ในข้อการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.106 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์เพิ่มขึ้น ในข้อการได้รับการบริการที่ดีจากสถานบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานข้อ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองตัว ถ้ามีค่า Sig. (2-tailed)

น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) นั่นคือ ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยสามารถเขียนเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

สมมติฐานย่อยที่ 5.1 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคมี่ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคมี่ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H1: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคมี่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2- tailed)	
<u>ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์</u>			
<u>E85</u>	0.347**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
1. ก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มี ต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมัน ชนิดอื่นๆ			
2. ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มี ประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ	0.375**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะ ทางสิ่งแวดล้อม	0.201**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

ตาราง 48 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊ส		ระดับความสัมพันธ์
	โซฮอล์ E85 ในอนาคต		
	r	Sig. (2-tailed)	
4. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความ สิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อ เปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ	-0.175**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ มาก
5. สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้อง รอให้น้ำมันเก่าหมดถัง	0.427**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
6. ทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษา เครื่องยนต์ยาวขึ้น	0.157**	0.002	มีความสัมพันธ์ต่ำ มาก
รวม	0.254**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 47 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.347 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.375 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.201 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

มากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.175 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากคุณสมบัติของเอทานอลที่มีค่าความร้อนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน จึงมีผลให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะมีความสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ประมาณ 30 -35% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค ลดลงในระดับต่ำมาก

สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.427 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมิทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อสามารถเติม

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถัง จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.157 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 5.2 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

H_1 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ตาราง 49 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใน อนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
1. ก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ	0.416**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
2. ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ	0.419**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม	0.325**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
4. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ	-0.172**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
5. สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง	0.379**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
6. ทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวนานขึ้น	0.194**	0.002	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
รวม	0.288**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 48 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product

Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

การก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.416 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อการก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อความเร็ว/การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.419 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.325 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อด้านเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.172 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากคุณสมบัติของเอทานอลที่มีค่าความร้อนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน จึงมีผลให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะมีความสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ประมาณ 30 - 35% ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค ลดลงในระดับต่ำมาก

สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.379 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถึง จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.194 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ในข้อระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ด้านราคา

สมมติฐานย่อยที่ 5.3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

H1: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 50 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้น้ำมัน		ระดับความสัมพันธ์
	แก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต		
	r	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85			
1. ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ	0.153**	0.002	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
2. เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	0.438**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. แก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก	0.446**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
รวม	0.375**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 49 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.375 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.153 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น ในข้อราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.438 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติ

ด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น ในข้อราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อแก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.446 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น ในข้อแก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.4 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่ยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

H_1 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ตาราง 51 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน		ระดับความสัมพันธ์
	แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		
	r	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85			
1. ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ	0.080	0.109	ไม่มีความสัมพันธ์
2. เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ	0.483**	0.000	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
3. แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก	0.415**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
รวม	0.390*	0.018	มีความสัมพันธ์ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 50 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.390 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.109 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.483 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น ในข้อราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับปานกลาง

แก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่ามีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่าทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในข้อแก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.415 แสดงว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาเพิ่มขึ้น ในข้อแก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

สมมติฐานย่อยที่ 5.5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

Ho: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต

H1: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต



ตาราง 52 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใน อนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85			
1. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ	0.144**	0.004	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
2. การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย	0.223**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก	0.025	0.622	ไม่มีความสัมพันธ์
4. จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ	-0.023	0.643	ไม่มีความสัมพันธ์
5. มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.161**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
รวม	0.110*	0.045	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 51 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.110 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในเขต กทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.144 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประ

ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.223 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.622 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.643 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง

(H₁) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.161 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 5.6 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H₀: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

H₁: ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ตาราง 53 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	r	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85			
1. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ	0.173**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
2. การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย	0.200**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
3. ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก	0.028	0.576	ไม่มีความสัมพันธ์
4. จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ	0.033	0.516	ไม่มีความสัมพันธ์
5. มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	0.166**	0.001	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก
รวม	0.088	0.065	ไม่มีความสัมพันธ์

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 52 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.065 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขต กทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.173 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย มี

ความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.200 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ต้องการให้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.576 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

จุดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.516 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อจุดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม

พฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ในข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด

สมมติฐานย่อยที่ 5.7 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต

H_1 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต

ตาราง 54 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมกรใช้น้ำมัน		ระดับ ความสัมพันธ์
	แก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต		
	R	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊ส			
โซฮอลล์ E85			
1. บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการ			
น้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้	0.030	0.545	ไม่มี
ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85			ความสัมพันธ์

ตาราง 53 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับ ความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
2. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม	-0.008	0.876	ไม่มี ความสัมพันธ์
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัด โปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด	0.106*	0.034	มี ความสัมพันธ์ ต่ำมาก
4. สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่ บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย	0.017	0.727	ไม่มี ความสัมพันธ์
5. การรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงาน ในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงาน เป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85	0.302**	0.000	มี ความสัมพันธ์ ต่ำ
6. การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมา รับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้นั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 มากขึ้น	0.094	0.061	ไม่มี ความสัมพันธ์
รวม	0.067	0.280	ไม่มี ความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 53 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.280 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.545 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.876 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.106 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมากและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.727 ซึ่งมากกว่า 0.05 ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อมีสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

การณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.302 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทาง

เดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่างๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.061 ซึ่งมากกว่า 0.05 ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.8 ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

H_1 : ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ตาราง 55 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคร่วมกับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมกรการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต		ระดับ ความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊ส โซฮอลล์ E85			
1. บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานี บริการน้ำมันในการให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ E85	0.115*	0.021	มีความสัมพันธ์ต่ำ
2. มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม	0.103*	0.039	มีความสัมพันธ์ต่ำ
3. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีการ จัดโปรโมชันที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด	0.254**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
4. สถานีบริการน้ำมันควรติดป้าย ประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามี น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จำหน่าย	0.279**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
5. การรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัด พลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทย ลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่าน หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	0.283**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ

ตาราง 54 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	แนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต		ระดับความสัมพันธ์
	R	Sig. (2-tailed)	
6. การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมา รับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันใจและหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น	0.247**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ
รวม	0.232**	0.000	มีความสัมพันธ์ต่ำ

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 54 Correlation สามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค ด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.103 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อมีสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.279 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

การรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อการรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.283 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคร่วมมีทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อการรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่างๆ จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรายต่อออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรายต่อออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม พบว่า มีค่า Sig. (2-tailed) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) แสดงว่า ทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในข้อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรายต่อออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.283 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ถ้าผู้บริโภคร่วมมีทักษะคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น ในข้อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรายต่อออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มากขึ้น จะทำให้มีแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคร่วม เพิ่มมากขึ้นในระดับต่ำ

ตาราง 56 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe
สมมติฐานย่อยที่ 1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	t-test

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	F-test
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe
สมมติฐานย่อยที่ 1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	F-test
สมมติฐานย่อยที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Brown Forsythe

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน		
สมมติฐานย่อยที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานย่อยที่ 2.3 การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	t-test
สมมติฐานข้อ 4 แรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
สมมติฐานย่อยที่ 4.1 แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานย่อยที่ 4.2 แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานข้อ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
สมมติฐานย่อยที่ 5.1 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation

ตาราง 55 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
สมมติฐานย่อยที่ 5.2 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 5.3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
สมมติฐานย่อยที่ 5.4 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมทางการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภคม มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร		
- แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	ไม่สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation
- แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85	สอดคล้องสมมติฐาน	Pearson Correlation

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการค้นคว้า

ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาถึง แนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อให้องค์การที่ทำธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำมัน ได้นำไปใช้เป็นเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้อย่างเหมาะสม และตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคมีการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น ส่งผลดีต่อทั้งผู้บริโภคและระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งเป็นการสนับสนุนนโยบายการนำเอาเอทานอลมาใช้เป็นเชื้อเพลิง ของ คณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
5. เพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการณ์เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. เพื่อใช้เป็นแนวทางให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับขีรถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อใช้ในการสร้างข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขีรถยนต์ได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของสภาวะการใช้น้ำมันในปัจจุบันและเกิดพฤติกรรมการใช้น้ำมันที่ถูกต้องตามสภาพของเครื่องยนต์
3. เพื่อให้ทราบความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้ทราบถึงแรงจูงในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานในการวิจัย

1. ผู้ขับขีรถยนต์ที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ใน กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
3. ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน
4. แรงจูงใจในการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร
5. ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์รุ่น Volvo s80 2.5FT และ Mitsubishi Lancer Ex 1.8 รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย 5 บริษัท และ รถยนต์ดัดอุปกรณ์ Conversion Kit ของ Petro Green เพื่อการทดสอบ รวมถึงรถยนต์ต่างๆที่จะออกตามมาในปี 2554 ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ขับขีรถยนต์ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ บางจาก ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1979: 1088)

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

เมื่อ	n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างโดยการให้เกิดความผิดพลาดจากความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 หรือ 0.05 กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

$$n = \frac{5,533}{1 + 5,533(0.05)^2}$$

$$= 373 \text{ ตัวอย่าง}$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 373 คน และได้มีการเผื่อการสูญเสียของแบบสอบถามสำรองไว้ 17 ตัวอย่าง (5%) รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และมีลักษณะตามความต้องการตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยอาจจะกำหนดเป็นคุณลักษณะเฉพาะเจาะจงลงไป

1. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมัน ปตท.และบางจากทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร
2. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด

ขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยแบบโควตา (Quota Sampling) โดยมีการแบ่งสัดส่วนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคจากสถานีบริการน้ำมันปตท.และบางจากทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 สาขา จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง

สถานที่	จำนวน(ตัวอย่าง)
ปตท. ทางด่วนบางนาขาเข้า	25
ปตท. ทางด่วนบางนาขาออก	25
ปตท. สนามเป้า	25
ปตท. เกษตรนวมินทร์	25
บางจาก เลียบทางด่วนเอกมัย – รามอินทรา	25
บางจาก ถนนบรมราชชนนี	25
บางจาก ถนนสุขาภิบาล 1	25
บางจาก บางนา ขาออก กม.13	25
จำนวน	200 ตัวอย่าง

2. สุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมด 190 ตัวอย่างได้ทำการจัดทำแบบสอบถามให้อยู่ในรูปของHTML file เพื่อให้ผู้จับจี้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถกรอกแบบสอบถามได้โดยสะดวกซึ่งจะนำแบบสอบถามไปฝากไว้ในเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ขั้นที่ 3 การสุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีเจตนา อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก กลุ่มตัวอย่างจะเป็นผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูล ทั้งที่สถานีบริการน้ำมันปตท.และบางจาก ทั้ง 8 สถานีในเขตพื้นที่เกี่ยวข้องที่ใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น E85 จนครบ 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งส่วนหนึ่งได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม รวมถึงได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้วิจัยทางผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 6 ส่วนเพื่อให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการในการประมวลผลการวิจัย คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ของผู้บริโภคตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close ended Response Question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended Question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) จำนวน 2 ข้อ และลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิด (Close – ended Question) แบบคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple choices question) ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องข้อมูลพลังงานทดแทนแก๊สโซฮอล์ E85 ประกอบด้วยคำถามแบบมีคำตอบให้เลือกตอบ 2 ข้อ (Dichotomous Questions) จำนวน 15 ข้อ โดยการกำหนดระดับสเกลแบบมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) โดยมีคำตอบให้เลือก 2 คำตอบ คือ ใช่ กับ ไม่ใช่ จากนั้นนำคะแนนที่ได้จะสามารถแปลความหมายและจัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 3 ระดับความรู้ความเข้าใจ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยแบ่งเป็น มีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง และมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 14 ข้อ โดยแบ่งตามด้านเหตุผล 9 ข้อ ด้านอารมณ์ 6 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่าง

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 20 ข้อ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale) ลักษณะของแบบสอบถามแต่ละประเภทประกอบด้วยคำถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ต (Likert Scale) แบ่งระดับความเห็นด้วยออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 6 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ แนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ลักษณะของคำถามเป็นคำถามแบบความหมายที่ตรงข้ามกัน (Semantic differential scale) จำนวน 1 ข้อ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยแบ่งแนวโน้ม พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ออกเป็น 5 ระดับ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากเอกสารข้อมูลและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์และงานวิจัยที่ทำการศึกษเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร เพื่อให้การกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 6 ส่วน
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ไปขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ประธาน และกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณา ตรวจสอบ และขอคำแนะนำในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย

5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ แล้วมาดำเนินการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ราย เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 449) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของแรงจูงใจด้านเหตุผล ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.841 แรงจูงใจด้านอารมณ์ ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.877 ทศนคติในด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.777 ทศนคติในด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.809 ทศนคติในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.711 ทศนคติในการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.713 และแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เท่ากับ 0.759 ซึ่งในภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) เข้าใกล้ 1 หมายความว่า เครื่องมือที่ใช้วัดแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้มาก

6. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

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 ผ่านเว็บไซต์ที่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบมาตรฐานและความเรียบร้อยของแบบสอบถาม

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

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 สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) คิดเป็นร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) การใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 วิเคราะห์โดยใช้โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3.2 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

1. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ทดสอบเกี่ยวกับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

2. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ทดสอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

3. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ทดสอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test และ One-way Anova of Variance

4. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 ทดสอบเกี่ยวกับแรงจูงใจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ด้านเหตุผล ด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

5. การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5 ทดสอบเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติ Pearson Product Moment Correlation Coefficient

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการวิจัย เรื่องความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 และเป็นเพศหญิง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอายุ 32-38 ปีจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมามีอายุ 25-31 ปีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 อายุ 39-45 ปีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.30 อายุ 18-24 ปีจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ตามลำดับ

สถานภาพสมรส ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด/หย่าร้าง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และมีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมามีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และระดับการศึกษาดำรงปริญญาตรีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 รองลงมามีอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 ประกอบอาชีพอื่นๆ เช่น นิสิต/นักศึกษา รับจ้าง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 กับ รายได้ต่อเดือน 55,001 บาทขึ้นไป จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 รายได้ต่อเดือน 35,001 - 45,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และ รายได้ต่อเดือน 45,001 - 55,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน (บาทต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4,437.00 บาท โดยมีค่าน้ำมันต่อเดือนต่ำสุด 500 บาท และค่าน้ำมันต่อเดือนสูงสุด 12,000 บาท

ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน(ครั้งต่อเดือน) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4.98 ครั้ง โดยมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนต่ำสุด 1 ครั้ง และมีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนสูงสุด 15 ครั้ง

การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วยจำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 และใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างเดียว จำนวน 166 คนคิดเป็นร้อยละ 41.50

การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่น ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วยจำนวน 234 คน ส่วนใหญ่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 รองลงมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80 ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.90 ใช้น้ำมันเบนซิน 91 จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และใช้เบนซิน 95 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาหาเติมน้ำมันยาก จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 44.20 รองลงมาพบปัญหาเครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 พบปัญหาอื่นๆ (ลูกลอยเสีย) จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 8.20 พบปัญหาส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องยนต์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 พบปัญหาไม่มั่นใจในคุณภาพ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และพบปัญหาทำให้เกิดควันพิษจากท่อไอเสีย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 ตามลำดับ

สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งใจขับไปเติมน้ำมันจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมาเติมน้ำมันจากสถานีบริการทางผ่าน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80จากสถานีบริการใกล้บ้าน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.30 และจากสถานีบริการใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่าตนเอง มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 349 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 และจากเหตุผลอื่นๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน โครงการส่งเสริมต่างๆ มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

แสดงผลการวิเคราะห์ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถามโดยจำแนกตามหัวข้อแบบสอบถามได้ดังนี้

ข้อ 1 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เกิดจากการผสมระหว่างน้ำมันเบนซิน 15% กับเอทานอลแอลกอฮอล์ 85% มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 2 รถทุกคันสามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 394 คน คิดเป็นร้อยละ 98.50

ข้อ 3 ปัจจุบันไม่มีรถยนต์ไหนชนิดใดที่ใช้อยู่ในประเทศไทยสามารถใช้กับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำนวนคนที่ตอบถูก 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00

ข้อ 4 รถยนต์ FFV คือ รถที่สามารถใช้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำนวนคนที่ตอบถูก 376 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00

ข้อ 5 หากต้องการดัดแปลงเครื่องยนต์ธรรมดาให้เป็นเครื่องยนต์ FFV ต้องมีการลงทุนเพิ่มสูงมาก มีจำนวนคนที่ตอบถูก 265 คน คิดเป็นร้อยละ 66.30

ข้อ 6 ระบบการทำงานของรถยนต์ FFV คือ รถยนต์จะมีระบบเชื้อเพลิงระบบเดียว มีจำนวนคนที่ตอบถูก 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00

ข้อ 7 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่ามลพิษที่เกิดขึ้นสูงมาก มีจำนวนคนที่ตอบถูก 382 คน คิดเป็นร้อยละ 95.50

ข้อ 8 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50

ข้อ 9 รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะไม่สามารถใช้น้ำมันเบนซินอื่นๆได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.30

ข้อ 10 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความยืดหยุ่นในการใช้เชื้อเพลิงสูง มีจำนวนคนที่ตอบถูก 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00

ข้อ 11 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินหลายบาท มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 12 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถนำพืชผลทางการเกษตรมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้ (อ้อย/มันสำปะหลัง) มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

ข้อ 13 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำหน่ายทุกสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 397 คน คิดเป็นร้อยละ 99.30

ข้อ 14 รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต้องมีการผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ด้วยวัสดุพิเศษที่สามารถทนทานต่อการกัดกร่อนของเชื้อเพลิงชนิดนี้ได้ มีจำนวนคนที่ตอบถูก 373 คน คิดเป็นร้อยละ 93.30

ข้อ 15 ในกระบวนการผลิตจนผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียมเมื่อเทียบกับปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน มีจำนวนคนที่ตอบถูก 391 คน คิดเป็นร้อยละ 97.80

จากคะแนนที่ได้จะสามารถแปลความหมายและจัดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็นระดับความรู้ความเข้าใจ ตามจำนวนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูก ได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.00 และมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับปานกลาง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านเหตุผล ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.395 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนอกไซด์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.590 หัวข้อการใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.280 หัวข้อการใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.613 หัวข้อการใช้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.698 หัวข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.483 หัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.713 และหัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.245 ตามลำดับ และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อมีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.935 และหัวข้อรถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการ

ส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.000

ด้านอารมณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.586 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.325 และหัวข้อมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.213 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.511 และหัวข้อได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.768 และผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อหลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ท่านรู้สึกว่าคุณสมบัติของตัวเครื่องยนต์ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.940 และหัวข้อบุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.760

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.539 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.430 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถัง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.780 และหัวข้อทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.552 และผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่แน่ใจ กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.235 หัวข้อความเร็ว / การออกตัว ในการขับที่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.315 และหัวข้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความเปลี่ยนแปลงต่อการขับที่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.920

ด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.065 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.560 และผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อเป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.863 และหัวข้อแก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.773

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.612 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.648 และหัวข้อต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.610 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.540 และหัวข้อมีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.825 และผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง กับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.438

ด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.347 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.440 ในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.725 ในหัวข้อการณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.265 และในหัวข้อการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.620 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วย กับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในหัวข้อมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผ่านสื่อต่างๆ อย่างเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.020 และในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.013

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรม การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.598

ด้านแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.248

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานจำนวน 5 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีข้อมูลส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 เพศ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผู้บริโภคที่มีเพศที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 อายุ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ และผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 สถานภาพสมรส ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยผู้ที่มีสถานภาพสมรส/หย่าร้าง มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าสถานภาพโสด และผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน

แก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภครที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 อาชีพ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าอาชีพอื่นๆ และผู้บริโภคที่มีชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในปัจจุบันที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยอาชีพค้าขาย/กิจการส่วนตัว มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าอาชีพอื่นๆ

สมมติฐานย่อยที่ 1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้โดย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,000 – 55,000 บาท มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่ารายได้เฉลี่ยอื่นๆ และผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดย ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ย 45,000 – 55,000 บาท มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่ารายได้เฉลี่ยอื่นๆ

สมมติฐานที่2 ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร อันได้แก่ สถานที่ในการเติม บุคคลที่มีอิทธิพลในการเติม ความถี่ในการเติม ค่าใช้จ่ายในการเติม ที่แตกต่างกัน มีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และ ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อ

เดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.2 ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.670 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้น มีแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง และความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต แสดงว่า ผู้บริโภคมีความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 2.3 การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ของผู้บริโภคที่ต่างกั น จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ต่างกั น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต มากกว่าผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพียงอย่างเดียว และผู้บริโภคที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ที่แตกต่างกันมีการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่ต่างกั น ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต มากกว่าผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 เพียงอย่างเดียว

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจ ที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจมาก มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต มากกว่าผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง และ ผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกันมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภคที่ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งขัดแย้งกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อ 4 แรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันได้แก่ แรงจูงใจด้านเหตุผล แรงจูงใจด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.222 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 แรงจูงใจด้านเหตุผล ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า แรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.115 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านเหตุผล มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.3 แรงจูงใจด้านอารมณ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัม

ประสิทธิสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.166 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก

สมมติฐานย่อยที่ 4.4 แรงจูงใจด้านอารมณ์ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.137 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีแรงจูงใจทางด้านอารมณ์ มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

สมมติฐานข้อ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานย่อยที่ 5.1 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.2 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้าน

ผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.3 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.375 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.4 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.390 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.110 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

สมมติฐานย่อยที่ 5.6 ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.7 ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานย่อยที่ 5.8 ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร จากการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปได้ว่า ทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทักษะด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร สรุปมีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 32-38 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 15,001-25,000 บาท ซึ่งเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชีรพรรค คงจันทร์ (2548) ที่ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทราพร วิเชียรศิลป์ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันบางจาก ในเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ต่อการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า รายได้ระหว่าง 11,801-17,100

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้น้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน เฉลี่ย 4,437.00 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่เฉลี่ยต่อเดือนเฉลี่ย 4.98 ครั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ร่วมด้วย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบปัญหาระหว่างการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สาเหตุหลักคือ หาเติมได้ยาก และพบปัญหาเครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตั้งใจจะไปเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการน้ำมัน และตนเอง มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา จันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยมีสาเหตุที่ไม่ใช่มาจากความไม่มั่นใจในคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ 91 กังวลว่าจะเกิดผลกระทบต่อเครื่องยนต์ และหาสถานีน้ำมันที่มีแก๊สโซฮอล์ 91 ได้ยาก และงานวิจัยของ ชีรพรรค คงจันทร์ (2548) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย ประกอบกับเหตุผลหลักที่ผู้บริโภคไม่ใช้หรือเลิกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 คือ หาเติมได้ยาก เนื่องจากจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้อง

ตั้งใจขับไปเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และพบปัญหาเครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ทำให้ผู้บริโภคน่าไม่มีความมั่นใจในการใช้ หรือทดลองใช้

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ 91 ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีเชื้อเพลิงทางเลือกชนิดใหม่ๆ เข้ามาในแต่ละครั้ง ผู้บริโภคมีการศึกษาความรู้ทั่วไป ข้อดี ข้อเสีย ก่อนมีที่จะมีการทดลองหรือการใช้อย่างจริงจัง

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านเหตุผล ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับแรงจูงใจด้านเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

ด้านอารมณ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับแรงจูงใจด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

แสดงให้เห็นว่า ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและมีความเห็นด้วยอย่างยิ่งกับเหตุผลที่ดีในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากกว่าใช้อารมณ์ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

5. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทักษะและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติที่เห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านประโยชน์ของแก๊สโซฮอล์ 91 และมีทัศนคติเห็นด้วยในด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ 91 และด้านความคาดหวังต่อ

แก๊สโซฮอล์91 ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีทัศนคติของผู้บริโภคของ สิริวรรณ เสรวิรัตน์ (2550: 166) ที่กล่าวว่า ทัศนคติที่มีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ (Attitudes are a learned predisposition) ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับจากสื่อมวลชน แสดงให้เห็นว่าทัศนคติของผู้บริโภคจะมีการโน้มเอียงเมื่อผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ และเป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.560 และ 3.583 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาของแก๊สโซฮอล์ 91 ด้านราคาว่ามีความเหมาะสมมาก และงานวิจัยของ สรัญพร สุวรรณประสพ (2552) ได้ทำการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง แสดงให้เห็นว่า ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของผู้บริโภค สินค้าและบริการที่มีราคาถูกอาจจะได้รับความนิยมในผู้บริโภคที่มีรายได้น้อย แต่บางครั้งอาจมีการตั้งราคาสูงเพื่อเป็นเครื่องหมายูงใจให้ผู้บริโภค บางกลุ่มที่ชอบซื้อสินค้า เพราะต้องการได้รับความภูมิใจจากการซื้อหรือการใช้สินค้าราคาแพง ซึ่งบางครั้งได้มีการโฆษณาคุณสมบัติกันมากจนหาความแตกต่างกันไม่ค่อยได้ ราคาจึงเป็นปัจจัยหลัก ๆ ที่ผู้บริโภคใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ รวมไปถึงการเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ผู้บริโภคจะได้รับอีกด้วย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ต้องการการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.648 และ 4.610 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สรัญพร สุวรรณประสพ(2552) ได้ทำการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง และทฤษฎีของ Kotler (2002) กล่าวว่า การจัดจำหน่าย

(Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงโครงสร้างหรือช่องทางหลังจากผู้บริโภคทราบข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากโฆษณาแล้วจนเกิดความสนใจและอยากทดลองใช้ แต่ถ้าไม่สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกแล้ว ส่วนใหญ่จะล้มเลิกความตั้งใจแล้วเปลี่ยนไปซื้อยี่ห้ออื่นที่หาได้สะดวกกว่า แสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันมีสถานที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อยู่ในกรุงเทพมหานครทั้งหมด 10 สถานี ซึ่งหากมีสถานที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น ก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเติมน้ำมันมากขึ้นด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ณ สถานีบริการน้ำมันควรคิดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีแก๊สโซฮอล์ E85 การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้มั่นใจและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.725 และ 4.620 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ สรรณพร สุวรรณประสพ (2552) ได้ทำการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิตทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 อยู่ในระดับสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญ การส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

6. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า

แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้านแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน

แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้านแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แน่นนอน

แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นอย่างดี เห็นว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ และเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม จึงมีแนวโน้มที่จะการเติม และบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งสอดคล้อง

กับ อนุพงศ์ ศิริสุนทร (2552) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้นำมันทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมในการเติมน้ำมันนำมันทดแทนต่อ ในระดับที่แน่นอน

7. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้าน อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้ นำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับ ขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีเพียงปัจจัย เพศ เท่านั้นที่ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้และการ บอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ทำการศึกษาความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและแนวโน้ม พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของ ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า มีเพียงปัจจัยด้าน เพศ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้ม พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภค แต่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุพงศ์ ศิริสุนทร (2552) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัด เชียงใหม่ต่อการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า มีปัจจัย อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีอิทธิพลการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง

พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้าน การใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงในปัจจุบัน ประสิทธิภาพ การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บุคคลที่มีอิทธิพล โดยรวมมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้าน การใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ชนิดของ น้ำมันเชื้อเพลิงในปัจจุบัน ประสิทธิภาพการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการบอกต่อ ให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยมีเพียงปัจจัย สถานที่ในการ เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เท่านั้นที่ไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ พบว่า ปัจจัยด้าน การใช้เชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย ประสิทธิภาพการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และบุคคลที่มีอิทธิพล มีแนวโน้มที่จะเติม และแนะนำผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อไป

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สรุปได้ดังนี้

ความรู้ความเข้าใจน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แต่กลับไม่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ในระดับมาก และมีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต แต่ผู้ตอบแบบสอบถามกลับมีแนวโน้มที่ไม่มั่นใจว่าการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้หรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราวุธ ชัยเรืองวิทย์ (2552) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคหลังวิกฤตราคาน้ำมันต่อน้ำมันไบโอดีเซลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในด้านต่างๆ อยู่ในระดับมากที่สุด

แรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สรุปได้ดังนี้

แรงจูงใจด้านเหตุผล และด้านอารมณ์ อิทธิพลต่อแนวโน้มการใช้ และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะมีแรงจูงใจที่ดีทั้งในด้านอารมณ์และเหตุผล ทำให้มีแนวโน้มการใช้และการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิษารีย์ ปรีชญพันธุ์เกษม (2550) ที่ทำการศึกษาทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าแรงจูงใจด้านอารมณ์และเหตุผลมีอิทธิพลต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.254 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า เสนอให้มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

ด้านราคา ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.375 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และ ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.390 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีแนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุณิสา ฉันทวิริยวัฒน์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร พบว่า มีทัศนคติโดยรวมที่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาดด้านคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ 91 ด้านราคาของแก๊สโซฮอล์ 91 ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.110 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีแนวโน้มการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชยา ถนอมศรี (2552) ได้ศึกษาเรื่องแนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า และมีทัศนคติโดยรวมที่ไม่เห็นด้วยกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ต่อแนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเติมแก๊สโซฮอล์ E20

ด้านส่งเสริมการตลาด ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมกาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.232 แสดงว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยถ้าผู้บริโภคมีทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคตของผู้บริโภค เพิ่มขึ้นในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรัญพร สุวรรณประสพ (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมกาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทศนคติด้านเครื่องมือทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ในด้านกาใช้ต่อ การเลิกใช้ในอนาคต และการบอกต่อผู้อื่นให้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20



ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมแนวโน้มการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร นั้นจะช่วยให้เป็นแนวทางให้ทราบถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร ฐานที่เป็นสินค้าใหม่ และใช้ในการสร้างข้อมูลและประชาสัมพันธ์ให้ผู้ขับขี่รถยนต์ได้รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของสถานะการใช้น้ำมันในปัจจุบันทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้้ำมันที่ถูกต้องตามสภาพของเครื่องยนต์ รวมไปถึงทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร

1. ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มประชากรศาสตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 32-38 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 15,001 - 25,000 บาท

ผู้วิจัยเห็นว่า ทางผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมัน รวมทั้งภาครัฐบาล ควรเร่งพัฒนาศักยภาพ คุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 รวมทั้งการเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้และแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในระดับดีและมีการศึกษา เป็นผู้บริโภคที่การหาข้อมูลข่าวสารก่อนมีการตัดสินใจซื้อ

2. ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มพฤติกรรมการใช้ น้ำมัน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4,437.00 บาท มีความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือนเฉลี่ย 4.98 ครั้ง ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย พบปัญหาหาเติมยาก ส่วนใหญ่ตั้งใจขับไปเติม

ผู้วิจัยเห็นว่า การที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้นน่าจะทำได้เพราะผู้บริโภคยอมรับในคุณภาพของ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 อยู่แล้ว เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กับน้ำมันทุกชนิดดังกล่าวควบคู่กันไป ดังนั้นทั้งบริษัทเอกชน และหน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกันจัดโครงการหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในการเข้าร่วมกิจกรรมการช่วยประหยัดพลังงานให้มากขึ้น และอาจมีจุดที่ให้ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการน้ำมันตามจุดเดินทางต่าง ๆ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นและส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีจิตสำนึกการใช้พลังงานอย่างถูกต้องและไม่สิ้นเปลือง ควรเร่งทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านคุณภาพสมบัติ และคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้กับผู้บริโภค เป็นการสร้างความมั่นใจและกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 รวมทั้งภาครัฐบาลมีการสนับสนุนผู้ผลิตรถยนต์ เช่น มีการลดภาษีรถยนต์ เพื่อให้รถใหม่ที่ออกสู่ตลาดสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ โดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ มีเพิ่มมากขึ้น

3. ผลจากการวิจัยพบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่า เมื่อมีนวัตกรรมใหม่ๆขึ้น ผู้บริโภคมักจะหาความรู้ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ

ผู้วิจัยเห็นว่า ทางผู้ผลิตรถยนต์ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจ ก่อนที่จะมีการปรับปรุงหรือเพิ่มคุณสมบัติต่างๆในระยะยาวต่อไป เพื่อให้สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคต่อการบริโภคเพิ่มมากขึ้น และยังมีการให้ข้อมูลมากขึ้นเท่าไร ก็จะเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างมั่นใจและยาวนาน

4. ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจ ด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ แต่จะให้ความสำคัญต่อแรงจูงใจทางด้านเหตุผลมากกว่า

ผู้วิจัยเห็นว่า ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและมีความเห็นด้วยอย่างยิ่งกับเหตุผลที่ดีในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากกว่าใช้อารมณ์ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพราะฉะนั้น การที่บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ ออกมารับรองคุณภาพของเครื่องยนต์ว่า จะไม่มีการเสื่อมสภาพลงจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยอาจจะมีการรับประกันเพิ่มให้รถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มีการตรวจเช็คอยู่เสมอ โดยเน้นไปในอุปกรณ์จ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ถูกลอยที่ควบคุมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรืออุปกรณ์ที่มีความเสี่ยงในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรือการที่รัฐบาล ให้ภาครัฐ กระทรวงพลังงาน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีนโยบายในการวิจัยพัฒนา หรือตรวจสอบคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อยู่เสมอ

5. ผลจากการวิจัยพบว่า ทศนคติด้านผลิตภัณฑ์และราคาของผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะให้ความสำคัญกับก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมในการช่วยลดค่าใช้จ่ายภายในครอบครัวเนื่องจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ

ผู้วิจัยเห็นว่า ถ้าหากผู้บริโภคพบว่าความสิ้นเปลืองในการขับขี่ สามารถเทียบเท่าหรือน้อยกว่านั้น จะเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กันมากขึ้น ดังนั้น บริษัทเอกชนและหน่วยงานภาครัฐฯ ควรร่วมมือกันให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อให้ผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีทัศนคติด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในเชิงบวกของตัวผลิตภัณฑ์ว่าจะสามารถปกป้องเครื่องยนต์ และช่วยในเรื่องของการลดค่าใช้จ่ายได้อย่างชัดเจน กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และพัฒนาเป็นการใช้ต่อไปเรื่อย ๆ ในอนาคต โดยเป็นพลังงานทางเลือก / ทดแทนให้แก่ประชาชน ทั้งยังเป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายของครอบครัว และช่วยส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศในการประหยัดน้ำมันลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงให้น้อยลงได้อีกด้วย

6. ผลจากการวิจัยพบว่า ทักษะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติว่าต้องการให้มีแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานบริการน้ำมันอื่น ๆ นอกเหนือจาก ปตท.และบางจาก รวมไปถึงจุดหัวจ่ายแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ

ผู้วิจัยเห็นว่า จึงควรขยายการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานบริการน้ำมันต่าง ๆ ให้แพร่หลายรวมถึงการเพิ่มจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ความสะดวกต่อการเข้าใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากจำนวนสถานบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ยังไม่เพียงพอและไม่ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะหาสถานบริการน้ำมันที่จำหน่ายได้ยาก

7. ผลจากการวิจัยพบว่า ทักษะด้านส่งเสริมการตลาดของผู้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผู้วิจัยเห็นว่า ทางบริษัทผู้ผลิตรถยนต์และภาครัฐบาลควรร่วมมือกันในการทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในเรื่องดังกล่าว อย่างจริงจัง เช่นเดียวกับที่เคยปฏิบัติมากับแก๊สโซฮอล์ E20 รวมทั้งภาครัฐบาลควรเร่งรณรงค์เรื่องการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการนำเอาเอทานอลมาใช้เป็นเชื้อเพลิงของคณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติอีกด้วย เนื่องจากการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 นั้นจะสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและเพิ่มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มากขึ้นได้ และทางผู้วิจัยเห็นว่า การที่จะทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันควรมุ่งเน้น ทำการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ในด้านคุณสมบัติและประสิทธิภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และมุ่งเน้นเรื่องการสร้างความเชื่อมั่นในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และรวมถึงการนำบุคคลที่มีชื่อเสียง และนำเชื่อกลือมาเป็น Presenter เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามที่นอกเหนือจากเขตกรุงเทพมหานคร เช่นตามเมืองใหญ่ ๆ หรือตามต่างจังหวัด เพื่อจะได้เห็นลักษณะข้อมูลที่ครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตพื้นที่อื่น ๆ ว่ามีทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม แตกต่างจากผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร หรือไม่ อย่างไร เพื่อช่วยในการขยายการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการน้ำมันได้อย่างครอบคลุมและแพร่หลายทั่วประเทศ
2. ศึกษาการเปรียบเทียบระหว่างน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 กับน้ำมันชนิดอื่น ๆ ในด้านอัตราประโยชน์ที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแต่ละชนิด เพื่อวัดข้อดี-ข้อเสีย และสามารถนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจน้ำมันได้
3. ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจอื่นๆ ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เช่น รูปแบบในการดำเนินชีวิต ความจงรักภักดี เป็นต้น
4. ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับการรับรู้ เรียนรู้ และพฤติกรรมในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อันเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงด้านการประชาสัมพันธ์ การรณรงค์เพื่อให้เกิดการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการให้ความสนใจและหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กันมากขึ้น
5. ศึกษานโยบายการสนับสนุนให้มีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ทดแทนการนำเข้าน้ำมันเบนซิน เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งเป็นการเปิดทางให้กับภาครัฐบาลและเอกชนได้เข้าใจและร่วมมือกันดำเนินการอย่างราบรื่น เช่น การออกกฎระเบียบการลดและยกเว้นภาษี ซึ่งจะทำให้สามารถจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ในราคาที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินชนิดอื่น ๆ ทั้งยังช่วยให้ลดการนำเข้าน้ำมันเบนซินได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย



บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2544). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ซีเค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- , (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- , (2549). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูลเวอร์ชัน 7-11*. กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้ สตูดิโอ.
- จ้านง สรพิพัฒน์. (2554). *ทำอย่างไรจึงจะใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ได้?*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/37588>
- ณิชชาธิ์ ปริยพันธ์เกษม. (2550). *ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อการเติมน้ำมันไบโอดีเซลในเขตกรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ถวัลย์ แสงนา. (2544). *แอลกอฮอล์น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกสำหรับรถยนต์*. ปรินญาณิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ทัศนพร วิศาลสุวรรณกร. (2549). *ผลกระทบของวิกฤติการณ์น้ำมันต่อสังคมไทย(พ.ศ. 2515 - 2543)*. ปรินญาณิพนธ์ ศศ.ม. (ประวัติศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธีรพรรค คงจันทร์. (2548). *ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร* สารนิพนธ์ บข.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บรรจง บุหิรัญ. (2554) *มารู้จัก E85 แก๊สโซฮอล์พลังงานทางเลือกใหม่*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก http://www.tlcthai.com/webboard/view_topic.php?table_id=1&cate_id=121&post_id=29214
- บริษัท ปตท. จำกัด. (2554). *ข้อมูลน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://www.pttplc.com/Files/Product/E85/detail.pdf>
- มอเตอร์ทริเวีย. (2554). *สมองกลอจลริยะ E85 Conversion Kit FFI ทางเลือกใหม่ของพลังงานยานยนต์*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://www.motortrivia.com/section-bizzes-news-03/458-e85-ffi/e85-conversion-kit-FFI.html>

- รามนรี ฉิมวารุณ. (2545). *ความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ลม เปลี่ยนทิศ. (2551). *รู้จักน้ำมัน E85*. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2554, จาก <http://highlight.kapook.com/view/24555>
- วิมลทิพย์ เจริญสุวรรณชื่น. (2547). *การศึกษาการวิเคราะห์ตัวแปรจำแนกกลุ่มพฤติกรรมผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ต่อการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ขนาดเครื่อง 1,600 – 2,000 ซีซี: ศึกษาเฉพาะรถยนต์โตโยต้าและฮอนด้า*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศักดา เสถียรไชยกิจ. (2547). *พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล*. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สายฝน ปราบคช. (2548). *พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศุภิสรา จันทวิริยวัฒน์. (2551). *ความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ 91 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุพิชชา ถนอมศรี. (2552). *แนวโน้มการซื้อรถยนต์ฮอนด้า ระบบเดิมแก๊ส โซฮอล์ E20 ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สรัญพร สุวรรณประสพ. (2552). *พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อนุพงศ์ ติรศุภนนท์. (2552). *ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันเชื้อเพลิง*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามงานวิจัย

“ความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด
ที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร”

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการศึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยแบบสอบถามนี้จะไม่ระบุชื่อ - ที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบคำถามได้ตามความเป็นจริง และทางผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงของมากที่สุด

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ 18 – 24 ปี

☐ 25 - 31 ปี

☐ 32 - 38 ปี

☐ 39 - 45 ปี

☐ 46 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส/อยู่ด้วยกัน

☐ หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี

☐ ระดับปริญญาตรี

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

☐ นิสิต/นักศึกษา

☐ ค้าขาย / กิจการส่วนตัว

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ _____)

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

☐ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ☐ 15,001 – 25,000 บาท ☐ 25,001 – 35,000 บาท

☐ 35,001 – 45,000 บาท

☐ 45,001 – 55,000 บาท

☐ 55,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. ปัจจุบันท่านจ่ายค่าน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ _____ บาท

2. ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ _____ ครั้ง

3. ปัจจุบันท่านใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างเดียวหรือไม่

- ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ ปัจจุบันท่านใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดใดร่วมด้วย

(ระบุได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ น้ำมันเบนซิน 91
☐ น้ำมันเบนซิน 95
☐ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91
☐ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95
☐ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20

4. ระหว่างท่านใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบปัญหาอะไรหรือไม่ (ระบุถึงสาเหตุที่ท่านพบตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เครื่องยนต์กินน้ำมันเพิ่มขึ้น ☐ ส่งผลกระทบต่อการทำงานของเครื่องยนต์
☐ ทำให้เกิดควันพิษจากท่อไอเสีย ☐ หาเติมยาก
☐ ไม่มั่นใจในคุณภาพ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

5. สถานที่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

- ☐ ใกล้บ้าน ☐ ใกล้ที่ทำงาน / สถานศึกษา ☐ ทางผ่าน
☐ ตั้งใจขับไปเติม ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

6. บุคคลใดที่มีอิทธิพลในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของท่าน

- ☐ ตนเอง ☐ ครอบครัว ☐ เพื่อน
☐ ตัวแทนขายรถยนต์ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

ส่วนที่ 3 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ความรู้ความเข้าใจในเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	ใช่	ไม่ใช่
1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เกิดจากการผสมระหว่างน้ำมันเบนซิน 15% กับเอทานอล แอลกอฮอล์ 85%		
2. รถทุกคันสามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้		
3. ปัจจุบันไม่มีรถยนต์ไหนชนิดใดที่ใช้อยู่ในประเทศไทยสามารถใช้กับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
4. รถยนต์ FFV คือ รถที่สามารถใช้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85		
5. หากต้องการดัดแปลงเครื่องยนต์ธรรมดาให้เป็นเครื่องยนต์ FFV ต้องมีการลงทุนเพิ่มสูงมาก		
6. ระบบการทำงานของรถยนต์ FFV คือ รถยนต์จะมีระบบเชื้อเพลิงระบบเดียว		
7. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่ามลพิษที่เกิดขึ้นสูงมาก		
8. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ		
9. รถที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะไม่สามารถใช้น้ำมันเบนซินอื่นๆได้		
10. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความยืดหยุ่นในการใช้เชื้อเพลิงสูง		
11. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินหลายบาท		
12. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถนำพืชผลทางการเกษตรมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตได้ (อ้อย/มันสำปะหลัง)		
13. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีจำหน่ายทุกสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศ		
14. รถที่สามารถใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ต้องมีการผลิตชิ้นส่วนของรถยนต์ด้วยวัสดุพิเศษที่สามารถทนทานต่อการกัดกร่อนของเชื้อเพลิงชนิดนี้ได้		
15. ในกระบวนการผลิตจนผสมเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และนำไปใช้ในรถยนต์ ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปลดปล่อยออกมาตลอดทั้งกระบวนการ จะน้อยกว่าน้ำมันเบนซินที่ผลิตจากปิโตรเลียมเมื่อเทียบที่ปริมาณของน้ำมันเบนซินที่เท่ากัน		

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

แรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
แรงจูงใจด้านเหตุผล					
1. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถช่วยลดมลพิษทางอากาศ โดยลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนนอกไซด์					
2. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ทำให้ไม่เกิดควันดำ					
3. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยยกระดับราคาผลผลิตของเกษตรกร และบรรเทาปัญหาผลผลิตล้นตลาด					
4. การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นการช่วยชาติประหยัดค่าใช้จ่ายในการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ					
5. ท่านสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้เลย					
6. มีความมั่นใจในคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ว่าสามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินได้เป็นอย่างดี					
7. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ					
8. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่น่าเชื่อถือ					
9. รถยนต์ที่รองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาต่ำกว่า เพราะภาครัฐมีการส่งเสริม โดยการลดภาษีสรรพสามิตสำหรับรถยนต์ที่ผลิตรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					

แรงจูงใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
แรงจูงใจด้านอารมณ์					
10. การเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านคิดว่าต้องการให้สังคมยอมรับว่าเป็นคนทันสมัย อยู่ในกระแสใหม่ๆตลอดเวลา					
11. ท่านต้องการช่วยลดภาวะโลกร้อน ด้วยการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85					
12. ท่านมีความต้องการเป็นตัวของตัวเอง เมื่อได้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85					
13. หลังจากใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ท่านรู้สึกว่าคุณสมบัติของรถยนต์ของท่านดีขึ้น					
14. บุคคลมีชื่อเสียงต่างก็ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85					
15. ได้รับการบริการที่ดีจากสถานีบริการน้ำมัน ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85					

ส่วนที่ 5 ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85					
1. ก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ					
2. ความเร็ว / การออกตัว ในการขับขี่มีประสิทธิภาพใกล้เคียงกับน้ำมันชนิดอื่น ๆ					
3. เป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม					
4. น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ					
5. สามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 สลับกับน้ำมันเบนซินได้โดยโดยไม่ต้องรอให้น้ำมันเก่าหมดถัง					
6. ทำให้ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ยาวนานขึ้น					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ทัศนคติด้านราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
7. ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่น ๆ					
8. เป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ					
9. แก๊สโซฮอล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก					
ทัศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
10. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเขตกทม. มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ					
11. การเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนทำให้ประชาชนหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพิ่มขึ้นด้วย					
12. ต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันอื่นๆ นอกเหนือจาก สถานีบริการปตท. และ สถานีบริการบางจาก					
13. จุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในสถานีบริการมีจำนวนช่องไม่เพียงพอต่อความต้องการ					
14. มีความมั่นใจในตัวของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
ทัศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
15. บริษัทผู้ผลิตควรร่วมมือกับสถานีบริการน้ำมันในการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในเรื่องของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
17. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบ 900 บาท แจกน้ำดื่มขนาด 0.8 ลิตรฟรี 1 ขวด เป็นต้น					
18. สถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำหน่าย					

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
19. การรณรงค์ให้คนไทยช่วยกันประหยัดพลังงานในโครงการต่าง ๆ เช่น 65 ล้านไทยลดใช้พลังงานเป็นการสร้างแรงจูงใจให้ท่านหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85					
20. การโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันและหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มากขึ้น					

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. แนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของท่านในอนาคต

ใช้แน่นอน ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่ใช้แน่นอน
5 4 3 2 1

2. แนวโน้มการบอกต่อให้ผู้อื่นใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอนาคต

บอกต่อแน่นอน ____ : ____ : ____ : ____ : ____ ไม่บอกต่อแน่นอน
5 4 3 2 1

😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊 ขอบคุนทุกท่าน ที่สละเวลาตอบคำถามค่ะ😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊



ภาคผนวก ข
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตาม
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รศ. สุพาดา สิริกุตตา	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รศ.ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ประวัติย่อผู้ทำวิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาว ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์

วันเดือนปีเกิด

30 ธันวาคม 2530

สถานที่เกิด

กรุงเทพมหานคร

ที่อยู่ปัจจุบัน

63/219 ถนนบรมราชชนนี แขวงบางระมาด เขตตลิ่งชัน

กรุงเทพมหานคร 10170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2552

อุตสาหกรรมเกษตร

สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสิ่งทอ

จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2555

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

