

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นายธีรพรรค คงจันทร์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตุลาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นายธีรพรรค คงจันทร์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ตุลาคม 2548

ธีรพรรค คงจันทร์ (2548). ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม (การตลาด). กรุงเทพฯ.บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 440 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรม SPSS for Windows Version 11.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาความแตกต่างนัยสำคัญน้อยที่สุด

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน และใช้รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ขนาด 1,601 – 2,000 ซีซี

จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

1. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการจัดจำหน่ายผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในระดับน้อย

2. ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

**CONSUMERS SATISFACTION TOWARDS GASOHOL 95 USAGE
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA**

**AN ABSTRACT
BY
MR.TEERAPAN KONGCHAN**

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Business Administration in Marketing
at Srinakharinwirot University
October 2005**

Teerapan Kongchan (2005). *Consumers Satisfaction Towards Gasohol95 Usage in Bangkok Metropolitan Area*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Dr. Paiboon Archarungrot.

The research objectives are to study consumers satisfaction towards gasohol 95 usage in Bangkok metropolitan area. The sample groups used in this study is 440 consumers used gasohol 95 in Bangkok metropolitan area. Questionnaires are used to collect information and the data are evaluated using the SPSS for Windows Version 11.5 program. Statistical analyses used includes percentage, means, standard deviations, t-test and one-way variation are arranged by Least Significant Difference (LSD).

The result shows that the majority of consumers aged below 30 years, have earned a bachelor degree or higher, employed by private companies, having income higher than 30,000 baht and drive a car which 1,601 – 2,000 CC. of engine size.

The results of these findings can be revealed as follows

1. Consumers overall satisfaction and the aspects of product, price and promotion towards gasohol 95 usage in Bangkok metropolitan area is at moderate level, whereas the aspects of place is at low level.
2. Consumers with difference age, occupation, monthly income, education and engine size had affected on difference overall satisfaction and the aspects of product, price, place and promotion towards gasohol 95 usage in Bangkok metropolitan area.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

(อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

คณะกรรมการสอบ

ประธาน
(อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์)

กรรมการสอบสารนิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาพรรณ สิริแพทยพิสุทธิ)

กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์สิฏฐากร ชุทรัพย์)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่ 14 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2548

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ที่ได้ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขให้สารนิพนธ์มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สุภาพรรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ และอาจารย์ สนิทฐากร ชูทรัพย์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขงานวิจัย และอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งให้การสนับสนุนในการศึกษาเล่าเรียนมาโดยตลอด รวมทั้งครอบครัวของผู้วิจัยทุกคน

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนใน X-MBA รุ่นที่ 4 ที่ให้การช่วยเหลือสำหรับการทำงานวิจัย และการศึกษาโดยตลอดจนจบการศึกษาของผู้วิจัย

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้อง คุณประโยชน์และความดีอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้บิดามารดา ตลอดจนครู อาจารย์ทุกท่าน

ธีรพรรค กงจันทร์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ประชากรเป้าหมาย.....	3
ตัวแปรที่ศึกษา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวความคิดในการศึกษาค้นคว้า.....	6
สมมุติฐานในการวิจัย.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
ปริมาณการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง.....	7
ส่วนประกอบของน้ำมันเบนซิน95 ทัวไป และน้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	11
ยุทธศาสตร์แก๊สโซฮอล์95.....	11
แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการผลิตและการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	12
การดำเนินงานในปัจจุบัน.....	12
การผลิตและการจัดจำหน่าย.....	13
รถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	14
ความหมายของความพึงพอใจ.....	17
ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	18
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	19
ลักษณะของการบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด.....	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	27
การกำหนดประชากรและกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา.....	27
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	29
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	30

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4(ต่อ) การจัดการกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	31
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	70
สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	70
ผลการวิเคราะห์ค้นคว้า.....	73
อภิปรายผล.....	75
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	77
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก.....	82
ภาคผนวก ก.....	83
ภาคผนวก ข.....	88
ภาคผนวก ค.....	90
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	92

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	35
2 ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	38
3 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 จำแนกตามอายุ.....	44
4 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95โดยรวม.....	46
5 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	46
6 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านราคา ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	47
7 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการจัดจำหน่าย ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	47
8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันกับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	43
9 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 จำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
10 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 จำแนกตามอาชีพ.....	50
11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน กับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวม.....	51
12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน กับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	52

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	53
14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	54
15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	55
16 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 จำแนกตามรายได้.....	56
17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพได้ต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวม.....	57
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพได้ต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	58
19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพได้ต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านระดับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	59
20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพได้ต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	60
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพได้ต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95.....	61
22 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้.....	62
23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคมืออาชีพที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวม.....	63

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
24	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	64
25	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	64
25	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	65
26	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน กับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95.....	66
27	แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์	67
28	แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านราคา.....	67
29	แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่าย.....	68
30	แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	68
32	สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน.....	69

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

จากการที่ประเทศไทยต้องประสบปัญหาในเรื่องของน้ำมันเชื้อเพลิงมาโดยตลอด เนื่องจากต้องมีการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศมาทำการกลั่นเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อใช้ภายในประเทศและยังคงมีความต้องการสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี 2546 ประเทศมีการนำเข้าน้ำมันดิบมากถึง 45,025 ล้านลิตร แบ่งเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงเบนซิน 22.52% และน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว 48.57% ของปริมาณน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมด โดยน้ำมันดีเซลหมุนเร็วมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการคมนาคมขนส่ง และปัจจัยสำคัญในการผลิตภาคเกษตรกรรม ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ รัฐบาลได้มีนโยบายตั้งกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อควบคุมราคาจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงอันจะส่งผลกระทบต่อด้านต้นทุนการผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค ปัจจุบันกองทุนได้ให้เงินสนับสนุนไปแล้วกว่า 40,000 ล้านบาท ในขณะที่น้ำมันเบนซินผู้บริโภครส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับรถยนต์จักรยานยนต์ ซึ่งเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยและส่งผลกระทบต่อภาคการผลิตต่ำกว่าน้ำมันดีเซลเมื่อพิจารณาจากข้อมูลปริมาณการใช้น้ำมันเบนซินพบว่ายังคงมีปริมาณการใช้อย่างมาก ภาครัฐได้มีนโยบายต่างๆ ในการลดปริมาณการใช้น้ำมันเบนซินอีกทั้งมองหาเชื้อเพลิงอื่นที่สามารถมาทดแทนและมีต้นทุนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน อีกทั้งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเห็นปัญหาเชื้อเพลิงในประเทศโดยได้ทรงมีกระแสพระราชดำรัสในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวอีกทั้งทรงเป็นผู้ริเริ่มในการใช้และพัฒนาน้ำมันเชื้อเพลิงทดแทนเบนซินในชื่อ แก๊สโซฮอล์95

โครงการแก๊สโซฮอล์เกิดขึ้นจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี พ.ศ.2528 ที่ทรงเล็งเห็นว่าประเทศไทยอาจประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำมัน และปัญหาพิษผลทางการเกษตรมีราคาตกต่ำ จึงทรงมีพระราชดำริให้โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรลดาศึกษาถึงการนำอ้อยมาแปรรูปเป็นแอลกอฮอล์ โดยให้นำแอลกอฮอล์ที่ผลิตได้นี้มาผสมกับน้ำมันเบนซินผลิตเป็นน้ำมัน “แก๊สโซฮอล์” (Gasohol) เพื่อเป็นพลังงานทดแทนในปี พ.ศ.2529 ทางโครงการส่วนพระองค์ได้เริ่มผลิตแอลกอฮอล์จากอ้อยหลังจากนั้นได้มีหน่วยงานรัฐ และเอกชนให้ความร่วมมือในการ พัฒนาแก๊สโซฮอล์95 ที่ใช้เติมรถยนต์อย่างต่อเนื่องจนเมื่อปี พ.ศ.2539 การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย(ปตท.) ร่วมกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) และโครงการส่วนพระองค์ได้ร่วมกันปรับปรุงคุณภาพแอลกอฮอล์ที่ใช้เติมรถยนต์โดยการนำแอลกอฮอล์ที่โครงการส่วนพระองค์ผลิตได้ที่มีความบริสุทธิ์จากเดิม95% ไปกลั่นซ้ำเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์99.5% แล้วจึงนำมาผสมกับน้ำมันเบนซินออกเทน91ในอัตราแอลกอฮอล์ 1 ส่วนกับเบนซิน 9 ส่วนเป็นน้ำมัน “แก๊สโซฮอล์95” ที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับน้ำมันเบนซิน

พิเศษไร้สารตะกั่วออกเทน95 ทุกประการสามารถใช้กับรถยนต์รุ่นที่ใช้ น้ำมันเบนซินโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการปรับแต่งเครื่องยนต์ช่วยลดมลพิษจากท่อไอเสียโดยสามารถลดปริมาณไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนออกไซด์ลง 20-25% อีกทั้งทำให้เกิดการเผาไหม้ของเครื่องยนต์ที่สมบูรณ์และช่วยรักษาเครื่องยนต์อีกด้วย นอกจากนี้ราคายังต่ำกว่าน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน95 จำนวน 0.5-1.0 บาทต่อลิตร ซึ่งจะเห็นว่าประโยชน์จากการใช้แก๊สโซฮอล์95 ทดแทนการใช้ น้ำมันเบนซินจะช่วยลดค่าใช้จ่ายและช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วยเพราะช่วยประหยัดเงินตราของประเทศในการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงและสาร MTBE ที่ใช้ในการผลิตน้ำมันเบนซินทั้งยังสามารถใช้ประโยชน์จากพืชผลทางการเกษตรในประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดช่วยแก้ปัญหาพืชผลการเกษตรราคาตกต่ำลดงบประมาณในการแทรกแซงราคาสินค้าเกษตรลงได้ประมาณหนึ่งหมื่นล้านบาท (การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. 2544) แต่เนื่องจากแก๊สโซฮอล์95 เป็นของผลิตภัณฑ์ใหม่และยังผลิตได้ในปริมาณน้อยจึงทำให้ยังไม่แพร่หลายมีผู้ใช้ในวงแคบเท่านั้น เนื่องจากยังไม่เป็นที่รู้จักของประชาชน ขาดการประชาสัมพันธ์ และประชาชนไม่มั่นใจในคุณภาพของน้ำมัน ซึ่งในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ต่างๆ ได้ให้ความสำคัญมากขึ้นโดยการพัฒนาเครื่องยนต์ของตนเองให้สามารถรองรับการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 อีกทั้งสามารถให้ประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องยนต์ที่สูงขึ้นและประหยัดเชื้อเพลิงกว่าในปัจจุบัน

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาเชื้อเพลิงภายในประเทศให้ประสบความสำเร็จ โดยในปัจจุบันน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ยังคงประสบปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารต่อกลุ่มผู้บริโภคอยู่มาก เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจด้านประสิทธิภาพ และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับเครื่องยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์95 ในขณะที่ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ได้ร่วมกันประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงไม่ได้รับการตอบสนองได้ดีเท่าที่ควร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมให้เกิดการใช้แก๊สโซฮอล์95 เพิ่มมากขึ้นเพื่อเป็นพลังงานทดแทนของชาติต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

โดยในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตามลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ รวมถึงขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ คือ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เพื่อการขยายฐานของกลุ่มเป้าหมายที่จะสามารถทำการตลาดในอนาคต นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับยังเป็นแนวทางให้แก่ทางผู้ประกอบการเพื่อพัฒนา และวางแผนส่วนประสมทางการตลาดได้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านราคา การจัดจำหน่าย รวมถึงเป็นข้อมูลในการวางแผนด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ทดแทนการบริโภคน้ำมันเบนซินในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน โดยเลือกสอบถามผู้ใช้งานพาหนะที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบบ Multistage Sampling Random

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่ข้อมูลทั่วไป โดยจำแนกได้ดังนี้

1.1 อายุ

- 1.1.1 ต่ำกว่า 30 ปี
- 1.1.2 30 – 40 ปี
- 1.1.3 41 – 50 ปี
- 1.1.4 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป

1.2 ระดับการศึกษา

- 1.2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
- 1.2.2 ปริญญาตรี
- 1.2.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.3 อาชีพ

- 1.3.1 ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 1.3.2 รับจ้าง/ พนักงานบริษัทเอกชน
- 1.3.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ แม่บ้าน
- 1.3.4 นิสิต/ นักศึกษา

1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1.4.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 1.4.2 10,000 – 20,000 บาท
- 1.4.3 20,001 – 30,000 บาท
- 1.4.4 มากกว่า 30,000 บาท

1.5 ขนาดของรถยนต์ที่ใช้

- 1.5.1 ต่ำกว่า 1,300 ซีซี.
- 1.5.2 1,301 – 1,600 ซีซี.
- 1.5.3 1,601 – 2,000 ซีซี.
- 1.5.4 สูงกว่า 2,000 ซีซี.

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ใน

ด้านส่วนประสมทางการตลาด 4Ps

- 2.1 ผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95
- 2.2 ราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95
- 2.3 การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95
- 2.4 การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 (Gasohol95) คือ น้ำมันที่มีส่วนผสมของน้ำมันเบนซินกับเอทานอลซึ่งเป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ที่มีคุณสมบัติเทียบเท่าน้ำมันเบนซิน95 ทั่วไปแต่มีราคาถูกกว่าประมาณ 50 สตางค์ต่อลิตร

2. ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลทั่วไปที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ใน 4 ด้านคือ

3.1 ผลลัพธ์ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในด้านคุณลักษณะที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงให้แก่พาหนะ คือประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องยนต์ ควันจากท่อไอเสีย เสียงการทำงานของเครื่องยนต์ ความรวดเร็วในการออกตัว อัตราการเร่ง ความเร็ว อัตราความสิ้นเปลืองที่ใช้ในการขับขี่ และระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์

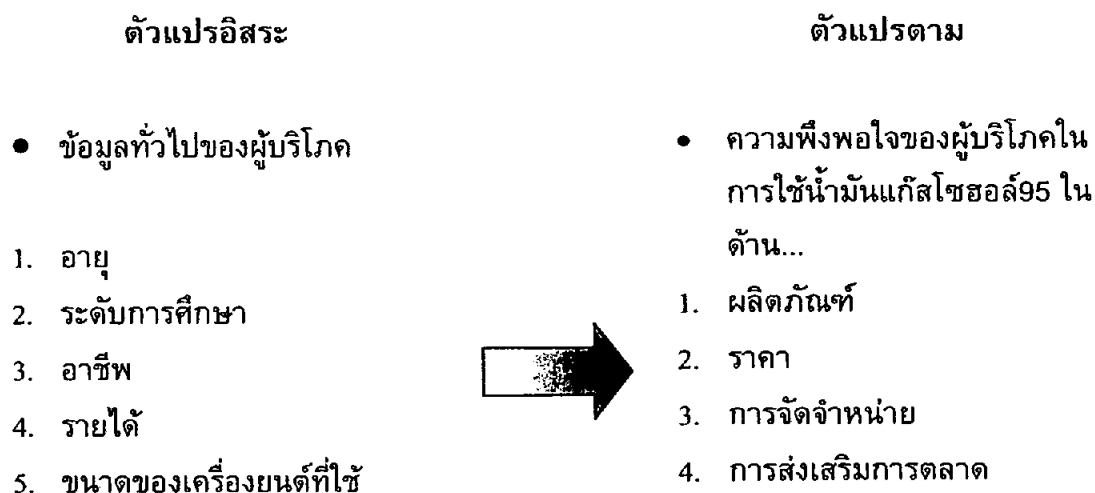
3.2 ราคา หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เมื่อเปรียบเทียบราคาของแก๊สโซฮอล์95กับคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 และเปรียบเทียบระดับราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์95กับราคาน้ำมันเบนซิน95 ปกติ

3.3 การจัดจำหน่าย หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในด้านการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้วยการเข้าถึงสถานที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน ปริมาณหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการน้ำมันและปริมาณของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ที่จำหน่ายมีเพียงพอ รวมถึงการเพิ่มสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95ในด้านการประชาสัมพันธ์การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้แก่ประชาชนได้รับรู้การโฆษณา การจัดทำเอกสารหรือแผ่นพับเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 รวมถึงการสนับสนุนและการส่งเสริมจากทางภาครัฐบาล/ภาคเอกชน

4. สถานีบริการน้ำมัน หมายถึง สถานที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบความคิดในการวิจัย



สมมุติฐานในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานในการวิจัย คือ

1. ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
4. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
5. ผู้บริโภคที่มีขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ปริมาณการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง
2. ส่วนประกอบของน้ำมันเบนซิน95 ทัวไป และน้ำมันแก๊สโซฮอล์95
3. ยุทธศาสตร์แก๊สโซฮอล์95
4. แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการผลิตและการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95
5. การดำเนินงานในปัจจุบัน
6. การผลิตและการจัดจำหน่าย
7. รุ้รณยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95
8. ความหมายของความพึงพอใจ
9. ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
10. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด
11. ลักษณะของการบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางการตลาด
12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ปริมาณการนำเข้า การผลิต และการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

เนื่องจากน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนภาคธุรกิจต่างๆ โดยปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากอดีตจนถึงปัจจุบันมีอัตราการใช้เพิ่มมากขึ้นตามสภาพเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น ดังจะเห็นได้จากดัชนีผลผลิตมวลรวมภายในประเทศตั้งแต่ปี พ.ศ.2534-2543 มีอัตราการเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ8 ซึ่งส่งผลให้ปริมาณการใช้น้ำมันในประเทศเพิ่มสูงขึ้นมากและยังคงมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยดูจากตารางปริมาณการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศทั้งหมด(ตาราง 1) ในช่วงเดือน ม.ค.-พ.ค.'47 เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี '46 พบว่ามีปริมาณการนำเข้าเพิ่มขึ้น 782 ล้านลิตรหรือ 146.45% และจากตารางปริมาณการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศทั้งหมด(ตาราง 2) ในช่วงเดือน ม.ค.-พ.ค.'47 เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 46 พบว่ามีปริมาณการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น 1,066 ล้านลิตรหรือ 6.72% และเมื่อพิจารณาจากตารางการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศทั้งหมด(ตาราง 3) ในช่วงเดือน ม.ค.-พ.ค. 47เปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 46 พบว่ามีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงเพิ่มขึ้น 1,908 ล้านลิตรหรือ 13.67%

ตาราง 1 : ปริมาณการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง

หน่วย : ล้านลิตร

ปี พ.ศ.	น้ำมันเบนซิน		น้ำมันอากาศยาน			น้ำมัน	น้ำมันเตา	รวม	ก๊าซแอล	ยางมะตอย	น้ำมันดิบ
	ออกเทน		น้ำมันก๊าด	เจพี 1	เครื่องบิน ทหาร	ดีเซล			ฟิสิ		
	91	95				หมุนเร็ว					
2535	71	988	-	679	6	4295	3175	9214	2	31	16148
2536	109	830	-	648	7	5383	3350	10327	6	38	18794
2537	416	417	-	519	6	4781	3524	9663	50	56	21636
2538	289	364	-	186	6	5816	3746	10407	13	149	26558
2539	120	232	-	66	6	5134	2747	8305	14	215	36844
2540	24	20	37	21	2	2006	946	3056	2	112	42384
2541	19	11	-	-	2	716	661	1409	2	1	39446
2542	19	33	-	-	4	1085	929	2070	-	1	40535
2543	18	11	-	-	3	646	623	1301	1	5	39242
2544	144	-	-	-	4	322	-	470	-	1	41386
2545	217	7	-	47	4	706	-	981	-	1	42278
2546	139	-	-	40	2	605	211	997	-	1	45025
2546(5 เดือน)	77	-	-	40	2	391	24	534	-	1	18675
2547(5 เดือน)	170	23	-	47	1	645	430	1316	15	1	20421

ตาราง 2 : ปริมาณการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิง

หน่วย : ล้านลิตร

ปี พ.ศ.	น้ำมันเบนซิน		น้ำมันอากาศยาน			น้ำมันดีเซล		น้ำมันเตา	รวม	ก๊าซแอลพีจี	ยางมะตอย	น้ำมันดิบ
	ออกเทน		น้ำมันก๊าด	เจพี 1	เครื่องบินทหาร	หมุนเร็ว	หมุนช้า					
	91	95										
2535	2271	1481	122	1954	126	5861	157	4329	16301	1127	298	14428
2536	2442	2161	125	2175	147	7055	204	4733	19042	1244	315	17785
2537	2003	2990	121	2585	115	8199	214	5764	21991	1223	311	20759
2538	2244	3881	113	3025	110	9825	207	5992	25397	1540	307	24110
2539	2693	5276	189	3432	126	13649	175	8350	33890	1887	356	38347
2540	2880	6399	123	3678	124	17050	144	8695	39093	2285	616	44599
2541	2754	5909	115	3472	73	16305	111	7742	36481	2194	697	41890
2542	2753	5869	347	4002	100	15795	120	7828	36814	2491	849	43136
2543	3731	4294	488	4218	110	15958	112	6975	35886	2791	1006	43556
2544	4120	4196	583	4041	101	16523	108	6392	36064	3182	1147	43745
2545	4305	3945	550	4568	97	17274	101	5964	36804	3183	953	46062
2546	4662	3977	697	4129	109	18629	105	6050	38358	3337	916	49174
2546(5 เดือน)	1946	1670	252	1692	48	7613	49	2610	15880	1369	351	19920
2547(5 เดือน)	1970	1729	367	1787	50	8262	43	2738	16946	1414	428	21772

ตาราง 3 : ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

หน่วย : ล้านลิตร

ปี พ.ศ.	น้ำมันเบนซิน		น้ำมันอากาศยาน			น้ำมันดีเซล		น้ำมันเตา	รวม	ก๊าซแอลพีจี	ยางมะตอย
	ออกเทน		น้ำมันก๊าด	เจพี 1	เครื่องบินทหาร	หมุนเร็ว	หมุนช้า				
	91	95									
2535	2116	2217	112	2593	131	10191	159	7271	24790	1112	320
2536	2164	2748	107	2751	148	11834	200	8027	27979	1201	350
2537	2173	3419	114	3025	123	13066	220	9012	31152	1298	365
2538	2206	4087	101	3172	123	15424	195	9722	35030	1428	436
2539	2076	4842	98	3265	128	17666	161	9653	37889	1696	571
2540	1973	5382	86	3420	123	17392	147	9094	37617	1754	719
2541	2199	4969	55	3241	73	15167	118	7940	33762	1732	648
2542	2339	4684	52	3200	97	15159	135	7941	33607	1786	705
2543	3335	3427	49	3385	109	14868	106	6373	31652	2107	780
2544	3856	3001	57	3609	108	15120	105	4564	30420	2394	852
2545	4341	2985	62	3676	102	15963	113	5783	33025	2471	812
2546	4550	3085	36	3657	105	17451	100	4991	33975	2551	697
2546(5 เดือน)	1888	1266	21	1533	47	7245	41	1920	13961	1029	290
2547(5 เดือน)	1962	1362	10	1723	53	8037	45	2677	15869	1061	316

ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้นภาครัฐได้มีนโยบายต่างๆ ในการลดปริมาณการใช้น้ำมันเบนซิน อีกทั้งมองหาเชื้อเพลิงอื่นที่สามารถทดแทนและมีต้นทุนต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน อีกทั้งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเห็นปัญหาเชื้อเพลิงในประเทศโดยได้ทรงมีกระแสพระราชดำริในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว อีกทั้งทรงเป็นผู้ริเริ่มในการใช้และพัฒนาน้ำมันเชื้อเพลิงทดแทนเบนซินในชื่อแก๊สโซฮอล์95 ดังกระแสพระราชดำรินี้

พระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

“...ท่านก็เสียเวลามาก เสียน้ำมันรถยนต์ซึ่งแพงเราก็เสียน้ำมันรถยนต์ที่แล่นมาอุตสาหกรรมใช้รถคันเล็กๆ ไม่ให้เปลืองน้ำมัน แล้วก็ไม่ใช่รถโบราณ เป็นรถสมัยใหม่กินน้ำมันน้อยหน่อย แต่น้ำมันสมัยใหม่ก็แพงไม่รู้ทำไมมันแพง สมัยนี้จะไรก็แพงขึ้นทุกที จะให้น้ำมันถูกลงมาก็ลำบาก นอกจากหาวิธีทำน้ำมันที่ราคาถูกซึ่งกระทำได้เหมือนกัน คือ แทนที่จะใช้น้ำมันออกเทน 95 ใช้น้ำมัน 91 แล้วก็เติมแอลกอฮอล์เข้าไปนิดก็ได้ 95 ก็มีวิธีทำได้วันก่อนมีคนเขาแล่นรถจากกรุงเทพฯ ไปหัวหินรถวิ่ง 150

กิโลเมตรต่อชั่วโมงใช้น้ำมันของสวนจิตรกรก็ได้คือทดลองวิ่งดู วิ่งได้ เครื่องก็ไม่เสีย แล้วก็วิ่งได้เร็ว กินน้ำมันไม่มากกว่าเดิมและทำให้ตรงข้ามคือ เครื่องสะอาด ไม่มีมลพิษ แก๊สโซฮอล์นี้เข้ามา 10 ปี ได้แล้วก็ใช้ได้ใช้สิ่งของที่ทำในเมืองไทย ทำในประเทศเองแล้วพอทำได้ดีมีมากอ้อยที่ปลูกที่ต่างๆเขาบอกว่ามีมากเกินไปขายไม่ได้ ราคาตก เราก็ไปซื้อในราคาที่พอสมควรมาทำแอลกอฮอล์ผู้ที่ปลูกอ้อยก็ได้เงิน ผู้ที่ทำแอลกอฮอล์ก็ได้เงิน..."

(คัดจากหนังสือ "พลังงานทดแทน เอทานอล และไบโอดีเซล" จัดทำโดย คณะกรรมการพลังงานสภาผู้แทนราษฎร พิมพ์ครั้งแรก เดือนธันวาคม 2545)

2. ส่วนประกอบของน้ำมันเบนซิน95 ทัวไป และน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ส่วนประกอบของน้ำมันเบนซิน95

น้ำมันเบนซินออกเทน95 ทัวไป

น้ำมันเบนซิน + สาร MTBE  เบนซิน95
(สาร MTBE นำเข้าจากต่างประเทศ)

น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

น้ำมันเบนซิน + เอทานอล  แก๊สโซฮอล์95
(เอทานอลผลิตจากพืชเกษตร เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด)

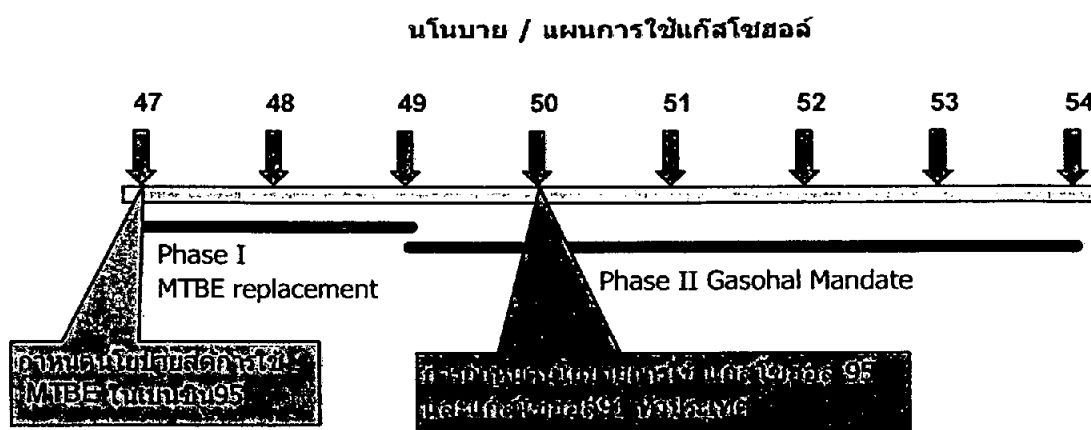
3. ยุทธศาสตร์แก๊สโซฮอล์95

กระทรวงพลังงาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมประชุมปรึกษาหารือเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ส่งเสริมแก๊สโซฮอล์95ขึ้น และนำเสนอคณะรัฐมนตรีรับทราบแล้วเมื่อ 9 ธันวาคม 2546 สรุปได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์

- เพื่อสร้างความมั่นคงด้านพลังงานของประเทศและชุมชนอย่างยั่งยืน
- เพื่อสร้างศักยภาพของชุมชนให้เป็นแหล่งผลิตพลังงาน
- เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไบโอเคมีภายในประเทศ

เป้าหมายให้มีการใช้เอทานอลเพื่อทดแทน MTBE ในน้ำมันเบนซิน95 วันละ 1 ล้านลิตร ในปี 2549 และให้มีการใช้เอทานอลวันละ 3 ล้านลิตร เพื่อทดแทน MTBE ในน้ำมันเบนซิน95 และทดแทนเนื้อมันในน้ำมันเบนซิน91 ภายในปี 2554



การดำเนินงานในปัจจุบันได้มีการแต่งตั้งคณะทำงานส่งเสริมการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์ 95 ประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงพลังงาน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สมาคมวิศวกรรมยานยนต์ไทย เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2547 เพื่อดำเนินให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์แก๊สโซฮอล์ที่วางไว้

4. แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์ 95

โดยเมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2545 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบ เรื่องแนวทางการส่งเสริมการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงโดยมีสาระสำคัญคือ

- ยกเว้นภาษีสรรพสามิตของเอทานอลหน้าโรงงานและภาษีสรรพสามิตในส่วนของเอทานอลที่เติมในแก๊สโซฮอล์
- กำหนดราคาจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน 95 ในระดับต่ำกว่า 1 บาท (ปัจจุบัน 0.50 บาท)
- ลดหย่อนอัตราเงินส่งเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน กำหนดคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ 95
- ยกเลิกการใช้สาร MTBE ในน้ำมันเบนซิน 95 โดยใช้กลไกตลาด
- สนับสนุนให้รถยนต์ราชการและรัฐวิสาหกิจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์เป็นอันดับแรก

5. การดำเนินงานในปัจจุบัน

กระทรวงพลังงานได้มีคำสั่งที่ 01/2547 แต่งตั้งคณะทำงานส่งเสริมการผลิต และการใช้แก๊สโซฮอล์ เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2547 ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจากกระทรวงพลังงาน กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กรมควบคุมมลพิษ โดยมีหน้าที่ดังนี้

- เสนอแนะมาตรการส่งเสริมการจัดตั้งโรงงานผลิตเอทานอล และแผนการจัดการด้านวัตถุดิบให้สอดคล้องกับความต้องการวัตถุดิบในการผลิตเอทานอล กำหนดรายละเอียดคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

- จัดทำมาตรการแผนงาน ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการผลิต และการใช้แก๊สโซฮอล์95 เพื่อให้ได้รูปแบบการนำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน สำหรับนำเสนอต่อที่ประชุมระหว่างรัฐมนตรีของทั้ง 3 กระทรวงต่อไปทั้งนี้เพื่อให้การส่งเสริมการผลิต และการใช้เอทานอลบรรลุ ตามยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงานได้กำหนดไว้ โดยกรมพัฒนาพลังงานทดแทน และอนุรักษ์พลังงาน ทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะทำงานนี้ เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2547 ได้มีการประชุมคณะทำงานส่งเสริมการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์ครั้งที่ 1/2547 ขึ้น เพื่อพิจารณาเรื่องคุณภาพของแก๊สโซฮอล์95 สืบเนื่องจากที่ผู้แทนกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เข้าเยี่ยมคารวะรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน และได้หยิบยกประเด็นองค์ประกอบ Specification ของแก๊สโซฮอล์95 ไม่เหมือนกับน้ำมันเบนซิน95 และมีมลภาวะจากการใช้แก๊สโซฮอล์95 กับรถยนต์ที่ประชุมคณะทำงานพิจารณาแล้วจึงมีมติมอบให้ฝ่ายเลขานุการฯ สอบถามกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ เรื่องปัญหาการใช้งานแก๊สโซฮอล์95 ต่อรถยนต์ว่าได้มีการดำเนินการทดสอบการใช้งานแล้วหรือไม่ และวิธีการทดสอบอย่างไร

6. การผลิตและการจัดจำหน่าย

ปัจจุบันน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่าย 3 บริษัท คือ บริษัท การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด (ปตท.) จำนวน 125 สถานี, บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จำนวน 146 สถานี และบริษัท เชลล์ ประเทศไทย จำกัด จำนวน 39 สถานีทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันมีโรงงานดำเนินการผลิตเอทานอลจำนวน 2 โรงงาน คือ บริษัท พรวิไลอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และ บริษัท ไทยแอลกอฮอล์ จำกัด (มหาชน) มีกำลังการผลิตรวม 225,000 ลิตรต่อวัน และมีการอนุญาตให้ผู้ประกอบการอีก 21 ราย ให้ดำเนินการจัดตั้งโรงงานผลิตเอทานอล รวมเป็นผู้ประกอบการผลิตเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงทั้งหมด 23 โรงงาน มีขนาดกำลังการผลิตรวมทั้งสิ้น 4.16 ล้านลิตรต่อวัน ซึ่งจะเพียงพอต่อความต้องการใช้เอทานอลในน้ำมันเชื้อเพลิงในอนาคต

7. รุ่นรถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ยี่ห้อ	รุ่นรถ	รหัสเครื่องยนต์	ปี ค.ศ. ที่ผลิต/นำเข้า
CHEVROLET	ZAFIRA	Z18XE	2000-ปัจจุบัน
		X18XE1	2000-ปัจจุบัน
		Z22SE	2000-ปัจจุบัน
AUDI	A6	2.4L	2002
VOLKSWAGEN	PASSAT	2.3V5	2002
PEUGEOT	406ST	EW10	2000
CITROEN	C5	2.4L	2003
SKODA	OCTAVIA	2.0L	2003
SEAT	TOLEDO	2.0L	2003
KIA	CARNIVAL	2.4LGS	2003
BMW	318i	318i	2000
	323i	323i	2000
	325i	325i	2004
	330i	330i	2002
	525i	525i	2004
	730i	730i	2003
	735i	735i	2003
MINI	COOPER S	W11B16	2001
	COOPER/MINI ONE	W10B16	2001
HYUNDAI			ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี

รถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 (ต่อ)

ยี่ห้อ	รุ่นรถ	รหัสเครื่องยนต์	ปี ค.ศ. ที่ผลิต/นำเข้า
	LEXUS	2JZ-GE	1997-ปัจจุบัน
		1G-FE	1999-ปัจจุบัน
		1UZ-FE	1992-2000
		2UZ-FE	2000-ปัจจุบัน
		3UZ-FE	2000-ปัจจุบัน
		1MZ-FE	2003-ปัจจุบัน
HONDA	LEGEND	C35A5	2002
	NSX	C30A3	1996
		C30A4	1996
	PRELUDE	H22A4	1996-1997
	INSIGHT	ECA1	2000
	S2000	F20C1	2000
MAZDA	3	Z6	2004
		LF	2004
VOLVO		B4204S	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B4204T3	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B4204T5	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B5204T5	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B5234T7	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B6294S	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B6294S2	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B5244T4	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B5234T2	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี
		B6294T	ใช้ได้ทุกรุ่นทุกปี

รถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 (ต่อ)

ยี่ห้อ	รุ่นรถ	รหัสเครื่องยนต์	ปี ค.ศ. ที่ผลิต/นำเข้า
TOYOTA	CORONA	4A-FE	1992-2000
		3S-FE	1992-2000
	CAMRY	5S-FE	1999-2002
		1AZ-FE	2002-2004
		2AZ-FE	2002-2004
	CELICA	3S-GTE	1994-1995
		2ZZ-GE	2000-ปัจจุบัน
	CENTURY	1GZ-FE	1999-2001
	COROLLA	4A-FE	1992-2000
		4E-FE	1994-1996
		5A-FE	1996-2000
		7A-FE	1996-2000
		3ZZ-FE	2001-ปัจจุบัน
	CROWN	2JZ-GE	1995-ปัจจุบัน
		1G-FE	1997-1999
	LAND CRUISER	1GR-FE	2003-ปัจจุบัน
	PRADO		
	RAV4	3S-FE	1994-2000
	SOLUNA	5A-FE	1997-2002

8. ความหมายของความพึงพอใจ

นิยามของคำว่าความพึงพอใจ (Satisfaction) มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ดิเรก ฤกษ์สหาย (2537: 35) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพอใจในการปฏิบัติต่อสิ่งนั้น

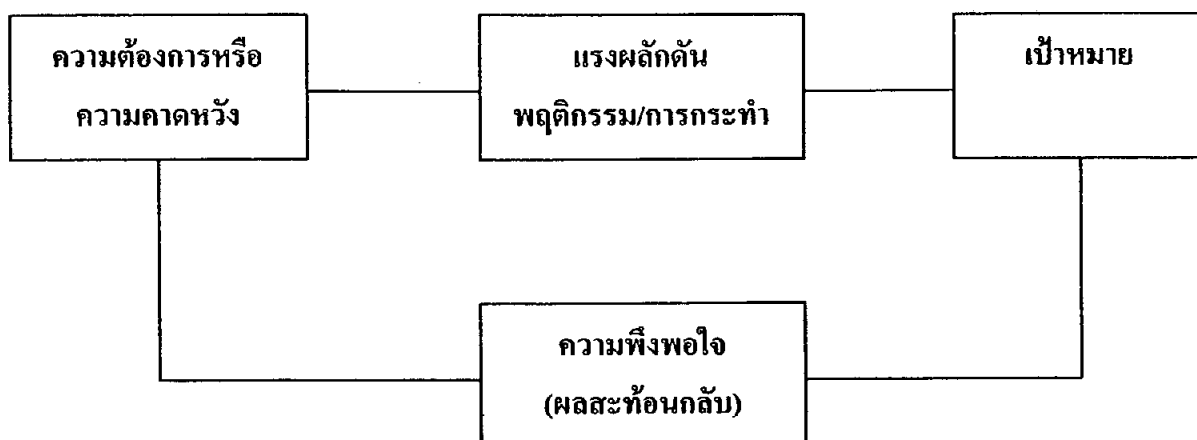
เวย์ริช; และคุนซ์ (Wehrich; & Koontz. 1993: 465) กล่าวว่าความพึงพอใจ คือความพอใจเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง ซึ่งมีแรงจูงใจเป็นสิ่งที่เร้าเพื่อให้ได้ผลลัพธ์คือความพึงพอใจ

โวล์แมน (Wolman. 1973: 384) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อคนเราได้รับผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Want) หรือแรงจูงใจ (Motivation)

วรูม (ประนิตดา จ่างแก้ว. 2538: 25; อ้างอิงจาก Vroom. 1964) กล่าวว่าทัศนคติ และความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้จะหมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พอใจนั่นเอง

มุลลินส์ (ประนิตดา จ่างแก้ว. 2538: 25; อ้างอิงจาก Mullins. 1985) กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

มุลลินส์ (ประนิตดา จ่างแก้ว. 2538: 26; อ้างอิงจาก Mullins. 1985) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ หลายๆ ด้าน เป็นสภาพที่มีความสำคัญกับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุถึงเป้าหมายบางอย่างนั้น แล้วจะเกิดความพอใจเป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นเป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีก



ภาพประกอบ 1 การเกิดความพอใจของบุคคล

ที่มา : Mullins, Luarie J. Management and Organization Behavior. 1985: 280

วิมล ทรายงกูร (ประนิตดา จ่างแก้ว. 2538: 27; 2536, อ้างอิงจาก วิมล ทรายงกูร. 2536) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อม ค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

ชรีณี เดชจินดา (ประนิตดา จ่างแก้ว. 2538: 27; 2536, อ้างอิงจาก วิมล ทรายงกูร. 2530) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นได้รับการตอบสนอง

กล่าวโดยสรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ

9. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierrachy of Needs) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2542: 410-412) เป็นทฤษฎีการจูงใจที่มีการกล่าวขวัญกันอย่างแพร่หลาย โดยอับราฮัม มาสโลว์ มองความต้องการของมนุษย์เป็นลักษณะลำดับขั้นตามความสำคัญในระดับที่สูงขึ้น นั้นหมายความว่าหากความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจพฤติกรรมอื่นๆ อีกต่อไป โดยบุคคลจะมีความต้องการอยู่เสมอไม่มีที่สิ้นสุด สำหรับลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประการคือ

1. ความต้องการด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการด้าน

พื้นฐานเพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ ความอบอุ่น ที่อยู่อาศัย การนอนและการพักผ่อน มาสโลว์ได้กำหนดตำแหน่ง ซึ่งความต้องการเหล่านี้ได้รับการตอบสนองไปยังระดับที่มีความจำเป็นเพื่อให้ชีวิตอยู่รอด และความต้องการอื่นจะกระตุ้นบุคคลต่อไป

2. ความต้องการความมั่นคงหรือความปลอดภัย (Security or Safety Needs) ความต้องการเหล่านี้เป็นความต้องการที่จะเป็นอิสระจากอันตรายทางกาย และความกลัวต่อการสูญเสียทรัพย์สิน สูญเสียงาน อาหาร หรือที่อยู่อาศัย

3. ความต้องการการยอมรับหรือความผูกพัน (Affiliation, or Acceptance Needs) เนื่องจากบุคคลอยู่ในสังคมจึงต้องการการยกย่องจากผู้อื่น

4. ความต้องการได้รับการยกย่อง (Esteem Needs) ตามทฤษฎีมาสโลว์เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการการยอมรับแล้ว จะต้องการยกย่องจากตัวเองและผู้อื่น ความต้องการนี้เป็นการพึงพอใจในอำนาจ (Power) ความภูมิใจ (Prestige) สถานะ (Status) และความเชื่อมั่นในตนเอง (Self Confident)

5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Need for Self-actualization) มาสโลว์คำนึงว่าความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความปรารถนาที่จะสามารถประสบความสำเร็จ เพื่อที่จะมีศักยภาพและบรรลุความสำเร็จในสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงสุด

ดังนั้นหากสินค้าหรือบริการที่สามารถสนองความต้องการดังกล่าวได้ ผู้บริโภคย่อมที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจในการที่จะซื้อและบริโภคสินค้านั้นๆ

10. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) (Philip Kotler : 1997)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าใหม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (2) พิจารณาจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และसानผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่มีบุคคลจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มาซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตราหรืออาจ หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องให้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ นักการตลาดต้องตัดสินใจในราคาและการปรับปรุงราคาเพื่อทำให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาของสินค้านั้น ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนของสินค้า ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง และภาวะการแข่งขัน

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด การจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรมประกอบด้วย การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า ผู้บริโภคและการบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจเตือนความทรงจำเครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

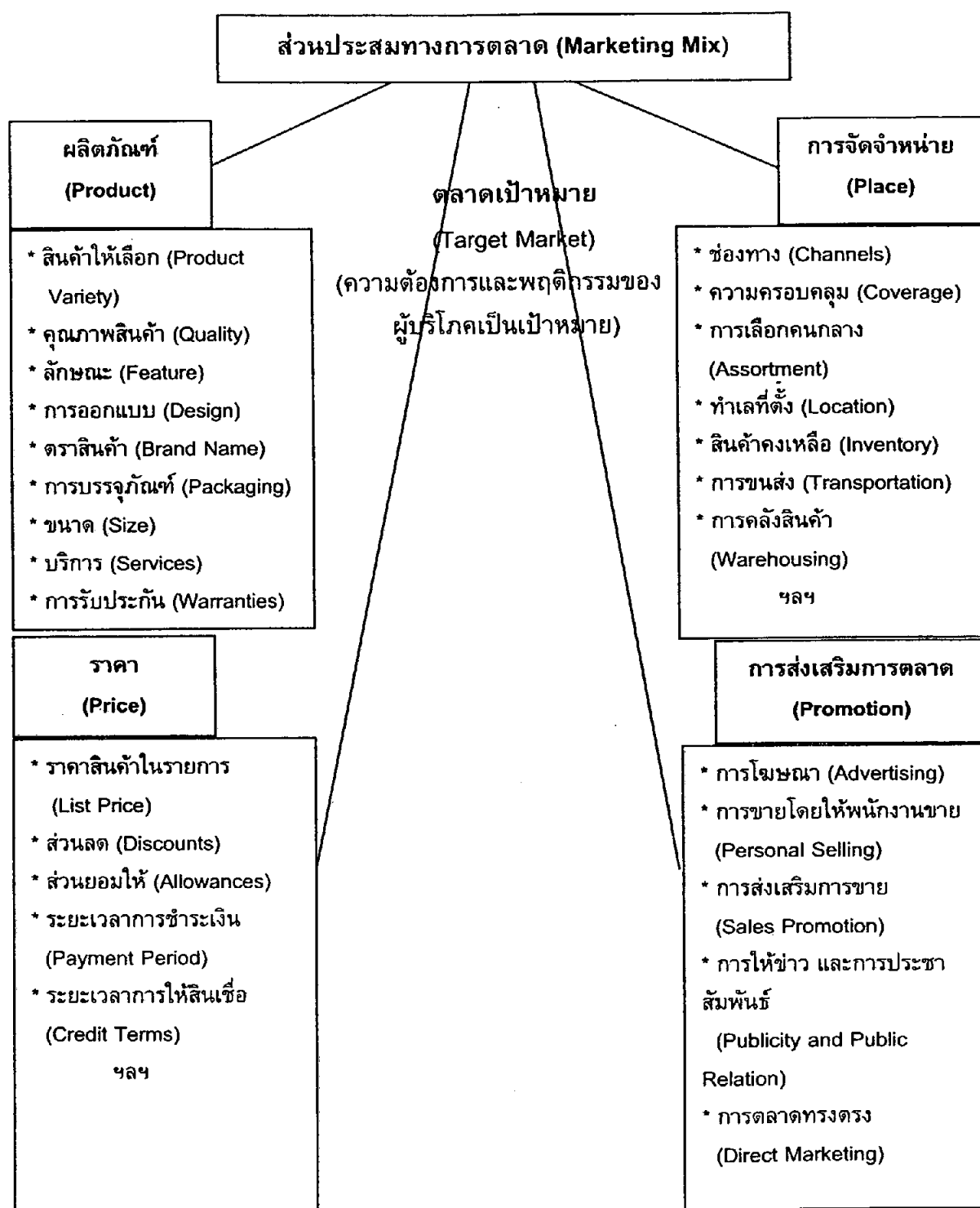
4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ กลยุทธ์ในการโฆษณาและเกี่ยวข้องกัน (1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create Strategy) (2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาด โดยใช้บุคคล งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ (1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) (2) การจัดการหน่วยงานขาย (Sales force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมที่นอกเหนือจากการโฆษณาการขายโดยพนักงานขาย การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจทดลองใช้ หรือ การซื้อ โดยลูกค้าขั้นสุดท้าย หรือ บุคคลอื่นในช่องทางการส่งเสริมการขาย มี 3 รูปแบบ คือ (1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) (2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงาน (Sales force Promotion) (3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงาน (Sales force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กร

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนอง (Response) โดยตรงหรือหมายถึง วิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันทีเครื่องมือนี้ประกอบด้วย (1) การขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก (4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือ หนังสือพิมพ์ ดังนั้นส่วนประสมการตลาดจึงนับว่าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งถูกสร้างขึ้นและควบคุมโดยนักการตลาด



ภาพประกอบ 6 รายละเอียดของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539 : 9; อ้างอิงจาก Kotler. 1994 : 98

11. ลักษณะของบริการและการประยุกต์ใช้เครื่องมือการตลาด

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ลักษณะซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งไม่สามารถมองเห็น รับรู้รสชาติ รูสึก ยินดี หรือได้กลิ่นก่อนที่จะทำการซื้อ (Armstrong and Kotler. 2003 : G7) ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อลดความเสี่ยงและสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

1.1 สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ มีที่นั่งเพียงพอ มีบรรยากาศที่จะสร้างความรู้สึกที่ดี รวมทั้งเสียงดนตรีเบาๆ ประกอบด้วย

1.2 บุคคล (People) พนักงานที่ให้บริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสมบุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย

1.3 เครื่องมืออุปกรณ์ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัยมีประสิทธิภาพมีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

1.4 เครื่องมือในการติดต่อสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆ จะต้องสอดคล้องกับลักษณะของบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

1.5 สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการ เพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรสื่อถึงความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

1.6 ราคา (Price) คือ การกำหนดราคากการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2. ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการซึ่งมีการผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน และไม่สามารถแบ่งแยกบริการจากผู้ให้บริการได้ ไม่ว่าผู้ให้บริการจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักรก็ตาม (Armstrong and Kotler. 2003: G7) กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การให้บริการมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลากลยุทธ์การให้บริการเพื่อแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านเวลาโดยกำหนดมาตรฐาน ด้านเวลาการให้บริการที่รวดเร็วเพื่อที่จะให้บริการได้มากขึ้น หรือจัดลูกค้าในรูปแบบของกลุ่มเล็กแทนการให้บริการรายบุคคล หรือใช้เครื่องมือต่างๆ เข้าช่วย

3. ไม่แน่นอน (Variability หรือ Service Variability) เป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งคุณภาพจะผันแปรไป โดยขึ้นกับผู้ให้บริการ และขึ้นกับว่าเป็นการให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร (Armstrong and Kotler. 2003: G7) การควบคุมคุณภาพในการให้บริการของผู้ขายบริการ สามารถทำได้ 2 ขั้นตอนคือ

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ เช่น ธุรกิจสายการบิน โรงแรม และธนาคาร ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมพนักงานในการให้บริการที่ดี

3.2 ต้องสร้างความพอใจให้ลูกค้าโดยการรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้าการสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับไปใช้ในการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) เป็นลักษณะของบริการซึ่งจะมีอยู่ในช่วงสั้นๆ และไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Etzel, Walker and Stanton. 2001: G-9) หรือเป็นลักษณะที่สำคัญของบริการ ซึ่งไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ (Armstrong and Kotler. 2003: G7) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ ให้บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

12. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรพงษ์ จันทรผ่องศรี (2544: 77-79) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ของการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์95 เป็นเชื้อเพลิง พบว่าการผลิตแอลกอฮอล์เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงมีความเหมาะสมในด้านวัตถุดิบ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีและด้านผลกระทบต่างๆ ส่วนในด้านการเงินและการลงทุนนั้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆด้านด้วยกันเช่น ราคาวัตถุดิบ ราคาจำหน่ายแอลกอฮอล์ โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนด้านการเงินมาตรการต่างๆ เช่น การอนุญาตให้ผลิตแอลกอฮอล์โดยเสรีการยกเว้นด้านภาษี แอลกอฮอล์หรือสรรพสามิต ตลอดจนการสนับสนุนด้านจัดหาแหล่งเงินทุน ซึ่งในอดีตรัฐบาลได้เคยมีนโยบายสนับสนุนไปแล้วก็คือกระทรวงการคลังได้อนุมัติให้ วท. ดำเนินการก่อสร้างโรงงานต้นแบบและในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ได้กำหนดเป้าหมายการนำแอลกอฮอล์มาเป็นพลังงานในโครงการอีสานเขียว จำนวน 35 ล้านลิตรต่อปีภายในปี 2539 และ วท. จะต้องดำเนินการให้มีการตั้งโรงงานขนาดการผลิต 150,000 ลิตรต่อวัน จำนวน 4 โรง แต่ยังไม่ได้มีการดำเนินการเนื่องจากราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกได้ลดต่ำลง จนกระทั่งปัจจุบันราคาน้ำมันดิบได้เพิ่มสูงขึ้นมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ทบทวนนโยบายและให้การสนับสนุนอย่างจริงจังอีกครั้ง

สถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ปตท (2544) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอล์95 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้แก๊สโซฮอล์95 ด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์ ด้าน อัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยได้ทำการทดลองใช้เอทานอลที่มีความบริสุทธิ์มากกว่า 99.5% ผสมกับน้ำมันเบนซินธรรมดาได้เชื้อเพลิงผสมนี้มีชื่อว่า “แก๊สโซฮอล์ Gasohol” ทำการวิ่งในสภาพการจราจรของกรุงเทพมหานคร และวิ่งระยะทางไปยังทุกภูมิภาคของประเทศ ผลการทดลองเป็นที่น่าพอใจ กล่าวคือสามารถใช้งานได้เช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินซูเปอร์ การใช้แก๊สโซฮอล์95 เกิดการเผาไหม้ที่สมบูรณ์ทำให้ก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ (CO) และไฮโดรคาร์บอน (HC) ลดลง จากนั้นได้ทำการทดลองตลาดเพื่อศึกษาถึงการยอมรับพฤติกรรมและทัศนคติ ตลอดจนข้อคิดเห็นของผู้บริโภคโดยสรุปประโยชน์ของการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์95 ได้ดังนี้

1. ลดปัญหาการขาดแคลนพลังงาน
2. ก่อให้เกิดเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ
3. ช่วยแก้ปัญหาหมันสำปะหลังล้มตายรวมทั้งก่อให้เกิดเสถียรภาพด้านราคามัน

สำปะหลังแก่เกษตรกร

4. ก่อให้เกิดการจ้างงานในชนบทถ้ามีการตั้งโรงงานผลิตแอลกอฮอล์
5. ก่อให้เกิดการวิจัยและพัฒนาเพื่อการพึ่งพาตนเองทางด้านเทคโนโลยีใหม่ๆ
6. ช่วยลดปัญหามลภาวะเป็นพิษในอากาศ

น.ส.โสมฉาย พิบูลย์พันธ์ (2535) ผลงานวิจัยเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เติมน้ำมันเบนซินพิเศษในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าเพศและระดับการศึกษามีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการใช้น้ำมันเบนซินพิเศษไร้สารตะกั่วของผู้บริโภค โดยเพศหญิงมีการใช้มากกว่าผู้ชายสาเหตุเพราะมีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินชนิดเดิมและอยากมีส่วนช่วยลดมลภาวะจากสิ่งแวดล้อม ผู้มีระดับการศึกษาสูงจะมีการใช้มากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาปานกลางและต่ำ แต่พบว่าความแตกต่างของอายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการใช้น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วของผู้บริโภคแต่อย่างใด ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเติมน้ำมันจากสถานบริการใกล้บ้านและใกล้ที่ทำงาน

จิตรพร วีระชัย (2545) ความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวล ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าผู้ใช้น้ำมันเบนซินชีวมวลมีความพึงพอใจในระดับมากต่อการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลในด้านคุณลักษณะ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านราคาและด้านการจัดจำหน่าย ด้านการประชาสัมพันธ์น้ำมันดีเซลชีวมวลผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการเติมน้ำมันดีเซลชีวมวลแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความถี่ในการใช้และค่าใช้จ่ายที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลโดยรวมทุกด้านและ

รายด้านแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลโดยรวมทุกด้านแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาในรายด้านพบว่าด้านราคาและด้านการประชาสัมพันธ์น้ำมันดีเซลชีวมวลของผู้บริโภคที่มีระยะเวลาในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลแตกต่างกัน

ไพศาล พันธมิตร (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการตลาด ว่ามีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครหรือไม่ ผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ เพราะผู้บริโภคมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านวุฒิภาวะ การศึกษา ค่านิยม ทัศนคติที่แตกต่างกัน

พัชรภรณ์ เขยพุ่ม (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ : กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด นบโพธิ์ออยล์ จังหวัดเพชรบุรี โดยศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าใน 5 ด้าน คือ ด้านสถานีบริการน้ำมัน ด้านบุคลากร ด้านบริการหลัก และด้านบริการเสริม ผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของสถานีบริการน้ำมันโดยรวมและรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับดีมาก อาจเป็นเพราะว่า สถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด นบโพธิ์ออยล์ จังหวัดเพชรบุรี เป็นสถานีบริการน้ำมันประเภทสถานีบริการมาตรฐาน ซึ่งมีการพัฒนาบุคลากร การบริการ และคิดสรรคสินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและทันสมัยไว้บริการลูกค้า

เจริญ ศรีทิพย์ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสถานีบริการน้ำมันคิวเอท สาขาเพชรบุรีตัดใหม่ กรุงเทพมหานคร โดยศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่าง ๆ กันมีทัศนคติที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ผลของการศึกษาสามารถสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันทั้งทางด้านเพศ การศึกษา ค่านิยม จึงทำให้มีพฤติกรรมการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันน้ำมันคิวเอทสาขาเพชรบุรีตัดใหม่ที่แตกต่างกัน โดยมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) เช่น ปัจจัยด้านราคา ราคาที่ถูกมีอิทธิพลต่อการให้บริการมาก นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน การบริการของสถานีบริการน้ำมัน การส่งเสริมการขาย

พิกุล หลาวเพชร (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาดที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการน้ำมัน ปตท. ในเขตตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร กล่าวโดยรวม ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันมีความเห็นที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งอาจเนื่องมาจากเพศหญิง กับเพศชาย มีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และวัฒนธรรม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดระเบียบวิธีวิจัยในลักษณะการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้การวัดแบบครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study) วัดข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยมีวาระสำคัญในการดำเนินการตามลำดับสารดังนี้:-

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

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 440 คน โดยคิดจากสูตร

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

เมื่อ	n	=	จำนวนสมาชิกกลุ่มตัวอย่าง
	P	=	สัดส่วนประชากรที่จะสุ่ม
	Z	=	ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความมั่นใจ 95% (ระดับ 0.05)
	e	=	สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.50 ซึ่งมีค่าสูงสุดเมื่อ $p = 0.50$ (กัลยา วาณิชยชัยบัญชา. 2544: 74) ต้องการระดับความมั่นใจ 95% และยอมคลาดเคลื่อนได้ 5%

โดย	P	=	0.50
	Z	=	ณ ระดับความมั่นใจ 95% ดังนั้น $Z = 1.96$
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนที่พอจะอนุโลมได้ 5% ดังนั้น $e = 0.05$
แทนสูตร	n	=	$\frac{(0.5) \times (1-0.5) \times (1.96)^2}{(0.05)^2}$
	n	=	385 คน

ฉะนั้นจากขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน แต่เพื่อความเหมาะสมผู้จัดทำจึงขอกำหนดจำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 440 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามเสียในขั้นตอนการเก็บข้อมูล

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multistage Sampling Random โดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน จะสอบถามผู้ใช้รถยนต์ที่ใช้/หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ซึ่งมีขั้นตอนในการเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. โดยวิธีจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มเขตในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นตัวแทนจำนวน 4 กลุ่มเขต จากจำนวนกลุ่มเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมด 12 กลุ่มเขต ซึ่งกลุ่มเขตที่จับฉลากได้คือ กท2 (ประกอบด้วยเขตสาทร, ปทุมวัน, บางรัก และวัฒนา), กท3 (ประกอบด้วยเขตจตุจักร, บางซื่อ, พญาไท, ดินแดง, ห้วยขวาง และราชเทวี) กท4 (ประกอบด้วยเขตคลองเตย, บางคอแหลม, ยานนาวา, พระโขนง และบางนา) และพื้นที่ กท7 (ประกอบด้วยเขตบางเขน, หลักสี่, ดอนเมือง, สายไหม และลาดพร้าว) หลังจากที่ได้จำนวนตัวแทนทั้ง 4 กลุ่มเขต ได้ทำการจับฉลากหาตัวแทนย่อยของแต่ละกลุ่มเขตอีกครั้งซึ่งได้ตัวแทนคือ

กลุ่มเขต กท2 ตัวแทนเขตย่อย คือ พื้นที่เขตสาทร

กลุ่มเขต กท3 ตัวแทนเขตย่อย คือ พื้นที่เขตพญาไท

กลุ่มเขต กท4 ตัวแทนเขตย่อย คือ พื้นที่เขตคลองเตย

กลุ่มเขต กท7 ตัวแทนเขตย่อย คือ พื้นที่เขตลาดพร้าว

2. เลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละสถานที่สำหรับเก็บแบบสอบถาม โดยวิธีโควตา (Quota Sampling) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 440 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละเขตเท่ากัน จำนวนเขตละ 110 คน ดังนี้

เขตสาทร	จำนวน	110	คน
เขตปทุมไ	จำนวน	110	คน
เขตคลองเตย	จำนวน	110	คน
เขตลาดพร้าว	จำนวน	110	คน

3. เลือกกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแบบตามวัตถุประสงค์ของผู้ทำวิจัย
(Purposive Sampling)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิดและเลือกตอบ ซึ่งสร้างขึ้นจากการรวบรวมข้อมูลทั้งแนวคิดทฤษฎี งานวิจัย รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพื่อนำมาประยุกต์สร้างเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ทางด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ โดยใช้คำถามแบบ Multiple Choice

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ใน 4 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยใช้การวัดแบบ Rating Scale ค่า 5 ระดับ โดยแบ่งเป็น

ระดับความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
ระดับความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
ระดับความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อย	2	คะแนน
ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านระดับความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

- ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 และนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปใช้เพื่อคณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม

2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงที่ครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องที่จะวัด จากนั้นนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไข

3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มผู้ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะจัดเก็บข้อมูลจริงจำนวน 50 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อ มั่นโดยใช่วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2538: 125-126) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ประกอบด้วยคำถามด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ผ่านการคัดเลือกต้องเป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 เขต คือ เขตสาทร เขตปทุมธานี เขตคลองเตย และเขตลาดพร้าว

พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ข้อมูลในแบบสอบถาม และรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ทั้งหมดจำนวน 440 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบมาตรฐานและความเรียบร้อยของแบบสอบถาม

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนมา ผู้วิจัยได้จัดการกระทำและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ จำนวน 440 ชุด มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วนำมาลงรหัส จากนั้นทำการถอดรหัสแบบสอบถามลงในแบบฟอร์มลงรหัส (Coding Form)

- นำรหัสที่ลงในแบบฟอร์มที่สมบูรณ์แล้วมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Window Version 11.5 โดยดำเนินการตามลำดับขั้นดังนี้

- นำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดของเครื่องยนต์ มาคิดเป็นร้อยละโดยการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปตาราง

- นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มาวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และใช้เกณฑ์การจัดระดับคะแนนเฉลี่ยดังนี้ (Best, 1981: 179-187)

คะแนน 4.21-5.00	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนน 3.41-4.20	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมาก
คะแนน 2.61-3.40	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน 1.81-2.60	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อย
คะแนน 1.00-1.80	หมายถึง	ผู้บริโภคมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

• เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โดยจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) ถ้าพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference)

• สรุปข้อเสนอแนะหรือข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับคุณลักษณะของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เพื่อปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยวิเคราะห์คำตอบในรูปของความถี่

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) (กัลยา วินิชย์บัญชา. 2540 : 117-119)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 36)

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

เมื่อ	$\bar{X}$	=	ค่าเฉลี่ย
	$\sum x$	=	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	N	=	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2541 : 65)

$$s = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ	S	=	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum x^2$	=	ผลรวมคะแนนทั้งหมด
	$(\sum x)^2$	=	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	N	=	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คุณภาพของแบบสอบถาม

หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) สูตร (ลัวัน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 200)

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

α	=	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
n	=	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
$\sum S_i^2$	=	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
S^2	=	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งหมด

3. สถิติทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และขนาดของรถยนต์ที่ใช้แก๊สโซฮอล์95 โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) (วิเชียร เกตุสิงห์. 2541: 83-84)

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

F	=	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา F-distribution
MS_B	=	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
MS_W	=	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

4. สถิติที่ใช้ทดสอบหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างคู่ (กัลยา วาณิชปัญญา. 2544 : 161)

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

$$\text{โดยที่ } n = \sum_{i=1} n_i$$

$$\text{ถ้า } n_i = n_j \text{ จะทำให้ } LSD = \frac{t_{1-\alpha/2; n-k}}{2} \sqrt{\frac{2MSE}{n_i}}$$

เมื่อ α แทนระดับนัยสำคัญ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการวิจัยเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนและกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

n	แทน	ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
M.S.	แทน	ค่าเฉลี่ยผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
SS	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Sum of Squares)
df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณา t - Distribution
F-prob.	แทน	ค่าความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ (ในตาราง One Way Anova)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็น (probability) สำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน	ค่าความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยเรียงลำดับหัวข้อเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมุติฐาน

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และขนาดของรถยนต์ที่ใช้ โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	185	42.0
30 – 40 ปี	149	33.9
41 – 50 ปี	68	15.5
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป*	38	8.6
รวม	440	100.0
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	11.8
ปริญญาตรี	383	87.1
สูงกว่าปริญญาตรี **	5	1.1
รวม	440	100.0
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	43	9.8
รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน	292	66.4
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน	69	15.7
นิสิต/นักศึกษา	36	8.1
รวม	440	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท***	36	8.2
10,000 – 20,000 บาท	44	10.0
20,001 – 30,000 บาท	140	31.8
มากกว่า 30,000 บาท	220	50.0
รวม	440	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเครื่องยนต์		
ต่ำกว่า 1,300 ซีซี ****	3	0.7
1,301 – 1,600 ซีซี	157	35.7
1,601 – 2,000 ซีซี	180	40.9
สูงกว่า 2,000 ซีซี	100	22.7
รวม	440	100.0

* เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปมีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงรวมแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี และอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปเข้าด้วยกันเพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

** เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงรวมแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

*** เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาทมีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงรวมแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาทและผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยระหว่าง 10,000 – 20,000 บาทเข้าด้วยกันเพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

**** เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มีขนาดเครื่องยนต์ต่ำกว่า 1,300 ซีซี. มีจำนวนน้อย ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงรวมแบบสอบถามที่มีขนาดเครื่องยนต์ต่ำกว่า 1,300 ซีซีและเครื่องยนต์ 1,301 – 1,600 ซีซี เข้าด้วยกันเพื่อใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน

จากตาราง 1 พบว่าผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมามีอายุ 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.9 อายุ 41 – 50 ปีและมากกว่า 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 24.1

ผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 88.2 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 11.8

ผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 66.4 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 15.7 อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 9.8 และนิสิต/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 8.1

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมารายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.8 รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.2

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ขนาด 1,601 – 2,000 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมารถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,600 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 36.4 และรถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์สูงกว่า 2,000 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 22.7

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขต กรุงเทพมหานคร โดยแจกแจงจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้ ตาราง 2 ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95

ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	2.80	0.91	ปานกลาง
ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	3.13	0.60	ปานกลาง
การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	2.30	0.83	น้อย
การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	2.63	0.69	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	2.72	0.76	ปานกลาง

ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
ผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95								
1.การทำงานของเครื่องยนต์ไม่มีปัญหาหลังจากเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	67 (15.2%)	147 (33.4%)	172 (39.1%)	54 (12.3%)	67 (15.2%)	2.48	0.90	น้อย

ตาราง 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์95	น้อยที่ สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ
2.ลดวันจากท่อไอ เสีย	58 (13.2%)	156 (35.5%)	171 (38.9%)	46 (10.5%)	9 (2.0%)	2.53	0.92	น้อย
3.เสียงการทำงานของ เครื่องยนต์	58 (13.2%)	139 (31.6%)	189 (43.0%)	54 (12.3%)		2.54	0.87	น้อย
4.ความรวดเร็วใน การออกตัวของรถ ยนต์	50 (11.4%)	147 (33.4%)	171 (38.9%)	53 (12.0%)	19 (4.3%)	2.65	0.98	ปานกลาง
5.ทำให้ระดับ ความเร็วในการขับ ขี่ดีขึ้น	58 (13.2%)	148 (33.6%)	144 (32.7%)	73 (16.6%)	17 (3.9%)	2.64	1.03	ปานกลาง
6.ความสิ้นเปลือง น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95ที่ใช้ในการขับขี่	50 (11.4%)	102 (23.2%)	234 (53.2%)	54 (12.3%)		2.66	0.84	ปานกลาง
7.ระยะเวลาในการ บำรุงรักษาเครื่อง ยนต์	8 (1.8%)	26 (5.9%)	199 (45.2%)	162 (36.8%)	45 (10.2 %)	3.48	0.83	มาก
8.คุณสมบัติในการ ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม	8 (1.8%)	45 (10.2%)	189 (42.9%)	162 (36.8%)	36 (8.1%)	3.39	0.85	ปานกลาง
รวม						2.80	0.91	ปานกลาง

ตาราง 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์95	น้อยที่ สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ
13.จำนวนสถานี บริการน้ำมันแก๊ส โซฮอล์95 ในเขต กรุงเทพฯมีมาก เพียงพอต่อการให้ บริการ	49 (11.1%)	170 (38.6%)	158 (35.9%)	63 (14.3%)		2.53	0.87	น้อย
รวม						2.30	0.83	น้อย
การส่งเสริมการ ตลาดน้ำมันแก๊ส โซฮอล์95								
14.สถานีบริการมี สัญลักษณ์ที่บ่งบอก อย่างชัดเจนว่ามีน้ำ มันแก๊สโซฮอล์95 จำหน่าย	64 (14.5%)	241 (54.8%)	126 (28.6%)	9 (2.0%)		2.18	0.69	น้อย
15.เอกสารประจำ สัมพันธ์และรณรงค์ ให้ใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์95 เช่น แผ่น พับ ใบปลิว	73 (16.6%)	215 (48.9%)	125 (28.4%)	18 (4.1%)	9 (2.0%)	2.26	0.86	น้อย

ตาราง 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจใน การใช้น้ำมันแก๊ส โซฮอล์95	น้อยที่ สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D.	ความพึง พอใจ
16.ข้อมูลข่าวสารที่ ได้รับเกี่ยวกับน้ำ มันแก๊สโซฮอล์95 เช่น บทความใน หนังสือพิมพ์ วาร สาร นิตยสาร	41 (9.3%)	174 (39.5%)	189 (43.0%)	36 (8.2%)		2.50	0.78	น้อย
17.การสนับสนุน และส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 จากภาครัฐบาล		78 (17.7%)	264 (60.0%)	98 (22.2%)		3.05	0.63	ปานกลาง
18.คำแนะนำจาก พนักงานของสถานี บริการเกี่ยวกับน้ำ มันแก๊สโซฮอล์95		18 (4.1%)	341 (77.5%)	81 (18.4%)		3.14	0.45	ปานกลาง
รวม						2.63	0.69	ปานกลาง
ความพึงพอใจโดย รวมในการใช้น้ำ มันแก๊สโซฮอล์95						2.72	0.76	ปานกลาง

จากตาราง 2 ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อพิจารณารายด้านมีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง หัวเทียน มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่า

เฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ส่วนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการทำให้ระดับความเร็วในการขับเคลื่อน ความรวดเร็วในการออกตัวของรถยนต์ ความสิ้นเปลืองน้ำมันที่ใช้ในการขับเคลื่อน และคุณสมบัติในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.64, 2.65, 2.66, 3.39 ในขณะที่การทำงานของเครื่องยนต์ไม่มีปัญหาหลังจากเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 การลดควันจากท่อไอเสีย และเสียงการทำงานของเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48, 2.53, 2.54 ตามลำดับ

ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 เมื่อเทียบกับคุณลักษณะของแก๊สโซฮอล์95 มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยในส่วนความพึงพอใจในระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95เมื่อเทียบกับเบนซิน95 มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.77

การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความสะดวกของสถานที่ตั้งของสถานีที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำนวนของหัวจ่ายที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 และจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานครมีมากเพียงพอต่อการให้บริการมีความพึงพอใจในระดับน้อยโดย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.16, 2.20 และ 2.53 ตามลำดับ

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จากรัฐบาลและคำแนะนำจากพนักงานของสถานีบริการเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05, 3.14 ในขณะที่ความพึงพอใจเกี่ยวกับสถานีบริการมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำหน่าย เอกสารประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น แผ่นพับ ใบปลิว และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น บทความในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร มีความพึงพอใจในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18, 2.26, 2.50 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อ 1 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 3 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1.ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95	ระหว่างกลุ่ม	2	4.30	2.15	3.11	0.000**
	ภายในกลุ่ม	437	302.19	0.69		
	รวม	439	306.49			
2.ระดับราคาของน้ำมันแก๊ส โซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	9.33	4.67	6.24	0.000**
	ภายในกลุ่ม	437	326.75	0.75		
	รวม	439	336.09			
3. การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊ส โซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	7.32	3.66	5.62	0.000**
	ภายในกลุ่ม	437	284.64	0.65		
	รวม	439	291.96			
4. การส่งเสริมการตลาดน้ำมัน แก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	13.82	6.91	10.34	0.000**
	ภายในกลุ่ม	437	292.03	0.67		
	รวม	439	305.85			

ตาราง 3 (ต่อ)

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	15.11	7.55	5.93	0.000**
	ภายในกลุ่ม	437	556.75	1.27		
	รวม	439	571.85			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่าความพึงพอใจผู้บริโภคโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95, ราคาของน้ำมัน, การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติดังตารางที่ 4

ตาราง 4 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวม

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		3.07	3.03	3.09
ต่ำกว่า 30 ปี	3.07		.03** (0.000)	-.02** (0.000)
30 – 40 ปี	3.03			-0.06** (0.000)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.09			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 30 – 40 ปี แต่น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป และผู้บริโภคที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป

ตาราง 5 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันกับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อายุ	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		3.08	3.00	2.70
ต่ำกว่า 30 ปี	3.08		.07 (0.277)	.38** (0.000)
30 – 40 ปี	3.00			-0.03 (0.210)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	2.70			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านคุณลักษณะของน้ำมันมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ตาราง 6 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมียุ่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		3.23	3.05	3.03
ต่ำกว่า 30 ปี	3.23		17** (0.000)	.20** (0.000)
30 – 40 ปี	3.05			0.01 (0.913)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.03			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันมากกว่าผู้บริโภคมียุ่ 30 – 40 ปี และผู้บริโภคมียุ่มากกว่า 40 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 และ 0.20 ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมียุ่แตกต่างกันกับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		2.41	2.17	2.44
ต่ำกว่า 30 ปี	2.41		.24 (0.071)	-.02** (0.003)
30 – 40 ปี	2.17			-0.27 (0.653)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	2.44			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้อยกว่าผู้บริโภคมียุ่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.02

ตาราง 8 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคุ่มุ่บริโภคมียุ่แตกต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95

อายุ	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 30 ปี	30 – 40 ปี	มากกว่า 40 ปีขึ้นไป
		2.78	2.78	3.05
ต่ำกว่า 30 ปี	2.78		.00 (0.936)	-.28** (0.000)
30 – 40 ปี	2.78			-.28** (0.000)
มากกว่า 40 ปีขึ้นไป	3.05			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมียุ่ต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 น้อยกว่าผู้บริโภคมียุ่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -.28

ผู้บริโภคมียุ่ 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้บริโภคมียุ่มากกว่า 40 ปีขึ้นไป โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ -0.28

สมมติฐานข้อ 2 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามระดับการศึกษา

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ต่ำกว่า		ปริญญาตรี หรือสูงกว่า		t	Prob
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	2.63	0.79	3.02	0.60	-4.27	0.00**
ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	3.15	0.23	3.13	0.39	5.20	0.60
การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	1.64	0.37	2.38	0.69	-7.51	0.00**
การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	2.55	0.21	2.81	0.44	-4.24	0.00**
รวม	2.95	0.19	3.05	0.27	-2.56	0.01*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test พบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีความพึงพอใจมากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาคต่ำกว่าปริญญาตรี

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 หมายความว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีความพึงพอใจมากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาคต่ำกว่าปริญญาตรี

ส่วนความพึงพอใจด้านราคามีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.60 ซึ่งมากกว่า 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านราคาไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานข้อ 3 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามอาชีพ

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1.ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	3	27.94	9.31	26.81**	0.00
	ภายในกลุ่ม	436	151.50	0.35		
	รวม	439	179.44			
2.ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	3	0.97	0.32	2.34**	0.00
	ภายในกลุ่ม	436	60.52	0.14		
	รวม	439	61.49			
3. การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	3	24.83	8.28	18.83**	0.00
	ภายในกลุ่ม	436	191.65	0.44		
	รวม	439	216.47			
4. การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	3	3.99	1.33	7.56**	0.00
	ภายในกลุ่ม	436	76.62	0.18		
	รวม	439	80.61			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.37	0.46	6.69**	0.00
	ภายในกลุ่ม	436	29.68	0.07		
	รวม	439	31.05			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามอาชีพ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One -

Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่าผู้บริโภคมียอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนี้

ตาราง 11 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมียอาชีพแตกต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวม

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่ บ้าน	นิสิต/นักศึกษา
		2.91	3.07	2.98	3.17
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.91		-.165** (0.00)	-.06 (.16)	-.25** (0.00)
รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.07			.09** (.007)	-.09 (.081)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	2.98				-.18 (.102)
นิสิต/นักศึกษา	3.17				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมียอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมียอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคมียอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมน้อยกว่าผู้บริโภคมียอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.16 และ -0.25

ผู้บริโภคมียอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนแตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมียอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน โดยผู้บริโภคมียอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมมากกว่าผู้บริโภคมียอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.09

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันกับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่ บ้าน	นิสิต/นักศึกษา
		2.76	3.17	2.68	2.73
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.76		-.41** (0.00)	.07 (.489)	.29 (0.840)
รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.17			.49** (.000)	.44** (.000)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	2.68				-.05 (.715)
นิสิต/นักศึกษา	2.73				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 น้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.41

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน และนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน และนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.49, 0.44

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่ บ้าน	นิสิต/นักศึกษา
		2.98	3.15	3.05	3.32
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.98		-.16** (0.008)	-.07 (.332)	.34** (0.000)
รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	3.15			.09 (.064)	-.17* (.020)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	3.05				-.26** (.002)
นิสิต/นักศึกษา	3.32				

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และมากกว่านิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.16 และ 0.34

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.17

ผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.26

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับความพึงพอใจ
ผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

อาชีพ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	นิสิต/นักศึกษา
		2.17	2.46	2.13	1.86
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.17		-.29** (0.007)	.04 (.732)	.32 (0.053)
รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	2.46			.34** (.000)	.61** (.000)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	2.13				.27 (.072)
นิสิต/นักศึกษา	1.86				

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคที่มีข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่ายน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.29

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน และนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่าย มากกว่าผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน และนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34 และ 0.61 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มบริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาด

อายุ	$\bar{X}$	ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	รับจ้าง/ พนักงาน บริษัทเอกชน	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่ บ้าน	นิสิต/นักศึกษา
		2.55	2.84	2.70	2.84
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐ วิสาหกิจ	2.55		-.29** (0.007)	-.15 (.061)	-.29** (0.007)
รับจ้าง/พนักงาน บริษัทเอกชน	2.84			.13* (.015)	-.00 (.997)
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว/แม่บ้าน	2.70				-.13 (.153)
นิสิต/นักศึกษา	2.84				

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ - 0.29

ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน กับอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่า ผู้บริโภคที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.13

สมมติฐานข้อ 4 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามรายได้

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1.ผลิตภัณฑ์ของน้ำมัน	ระหว่างกลุ่ม	2	51.87	25.94	22.85	0.00**
	ภายในกลุ่ม	437	496.12	1.14		
	รวม	439	547.99			
2.ระดับราคาของน้ำมัน	ระหว่างกลุ่ม	2	21.25	10.63	9.89	0.00**
	ภายในกลุ่ม	437	469.80	1.08		
	รวม	439	491.05			
3.การจัดจำหน่าย	ระหว่างกลุ่ม	2	8.43	4.21	6.46	0.00**
	ภายในกลุ่ม	437	285.17	0.65		
	รวม	439	293.60			
4.การส่งเสริมการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2	9.74	4.87	5.58	0.00**
	ภายในกลุ่ม	437	381.31	0.87		
	รวม	439	391.05			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	14.44	7.22	8.53	0.00**
	ภายในกลุ่ม	437	370.02	0.85		
	รวม	439	384.46			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามรายได้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่าความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 โดยรวมและรายด้านมีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐาน

หลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผู้บริโภครายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนี้

ตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของผู้บริโภครายได้แตกต่างกัน กับความพึงพอใจผู้บริโภครในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวม

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000
		3.19	3.09	2.85
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	3.19		0.09** (0.005)	0.34** (0.000)
20,001-30,000	3.09			0.25 (0.100)
มากกว่า 30,000	2.85			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภครายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมมากกว่าผู้บริโภครายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .09 และ .34 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับ
ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20,001-30,000	มากกว่า30,000
		2.95	3.83	2.51
20,001-30,000	3.83			.32** (.002)
ต่ำกว่าหรือเท่า กับ 20,000	2.95		.12 (.188)	.44** (.000)
มากกว่า 30,000	2.51			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้บริโภคที่มีผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ .44

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กับรายได้มากกว่า 30,000 บาท พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.32

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000
		3.28	3.25	2.90
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	3.28		.03 (.567)	.38** (.000)
20,001-30,000	3.25			.34** (.000)
มากกว่า 30,000	2.90			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคามากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.38

ผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กับรายได้มากกว่า 30,000 บาท พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านระดับราคามากกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ตาราง 20 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภครายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับ
ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์
95

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000
		2.26	2.28	1.99
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	2.26		-.02 (.841)	.27* (.039)
20,001-30,000	2.28			.29* (.014)
มากกว่า 30,000	1.99			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภครายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

ผู้บริโภครายได้ 20,000-30,000 บาท กับรายได้มากกว่า 30,000 บาท พบว่าผู้บริโภครายได้ 20,000-30,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภครายได้ 20,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านการจัดจำหน่ายมากกว่าผู้บริโภครายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ผู้บริโภคที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันกับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

รายได้	$\bar{x}$	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000
		2.89	2.80	2.55
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000	2.89		.09 (.143)	.35** (.000)
20,001-30,000	2.80			.25 (.101)
มากกว่า 30,000	2.55			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่าผู้บริโภคที่มีผู้บริโภคที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาท โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.35

สมมติฐานข้อ 5 ผู้บริโภคที่มีขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

H_0 : ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้

ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Prob.
1.ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	98.11	49.05	263.56**	0.00
	ภายในกลุ่ม	437	81.34	0.19		
	รวม	439	179.44			
2.ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	7.00	3.50	28.07**	0.00
	ภายในกลุ่ม	437	54.49	0.12		
	รวม	439	61.49			
3. การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	29.00	14.50	33.80**	0.00
	ภายในกลุ่ม	437	187.47	0.43		
	รวม	439	216.47			
4. การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	ระหว่างกลุ่ม	2	1.37	0.68	3.77**	0.00
	ภายในกลุ่ม	437	79.24	0.18		
	รวม	439	80.61			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.94	0.47	6.81**	0.00
	ภายในกลุ่ม	437	30.11	0.07		
	รวม	439	31.05			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำแนกตามขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA : Analysis of Variance) พบว่าความพึงพอใจผู้บริโภคโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 เมื่อพิจารณาราย

ด้านพบว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมัน, ราคาของน้ำมัน, การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ 95 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิเคราะห์ไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) ใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้แตกต่างกันกับความพึงพอใจผู้บริโภคมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 โดยรวม

ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	1,601 – 2,000 ซีซี	สูงกว่า 2,000 ซีซี
		3.07	3.03	2.92
ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	3.07		.03** (0.000)	.14** (0.000)
1,601 – 2,000 ซีซี	3.03			0.11** (0.003)
สูงกว่า 2,000 ซีซี	2.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ ต่ำกว่า 1,600 ซีซี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี และผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ ต่ำกว่า 1,600 ซีซี

มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 โดยรวม มากกว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี และผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.03 และ 0.14 ตามลำดับ

ผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี แตกต่างเป็นรายคู่กับผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 โดยรวมมากกว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.11

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้แตกต่างกันกับ
ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์
95

ขนาดเครื่องยนต์ที่ ใช้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	1,601 – 2,000 ซีซี	สูงกว่า 2,000 ซีซี
		3.07	3.03	2.92
ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	3.07		.07 (0.277)	.42** (0.000)
1,601 – 2,000 ซีซี	3.03			-0.07 (0.277)
สูงกว่า 2,000 ซีซี	2.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี
แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคมที่มีขนาด
เครื่องยนต์ที่ใช้ ต่ำกว่า 1,600 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านผลิตภัณฑ์
ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มากกว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผล
ต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.42

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้แตกต่างกันกับ
ความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์
95

ขนาดเครื่องยนต์ที่ ใช้	$\bar{x}$	ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	1,601 – 2,000 ซีซี	สูงกว่า 2,000 ซีซี
		3.07	3.03	2.92
ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	3.07		.17** (0.000)	.18** (0.000)
1,601 – 2,000 ซีซี	3.03			0.00 (0.928)
สูงกว่า 2,000 ซีซี	2.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี
แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคมที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี และผู้บริโภคมที่มี

ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มากกว่าผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี และผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.17 และ 0.18 ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้แตกต่างกันกับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95

ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	1,601 – 2,000 ซีซี	สูงกว่า 2,000 ซีซี
		3.07	3.03	2.92
ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	3.07		.24 (0.071)	.28** (0.003)
1,601 – 2,000 ซีซี	3.03			0.04 (0.653)
สูงกว่า 2,000 ซีซี	2.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ด้านการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มากกว่าผู้บริโภคมียานยนต์เครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.28

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้แตกต่างกันกับความพึงพอใจผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้	$\bar{X}$	ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	1,601 – 2,000 ซีซี	สูงกว่า 2,000 ซีซี
		3.07	3.03	2.92
ต่ำกว่า 1,600 ซีซี	3.07		-.00 (0.936)	.24** (0.000)
1,601 – 2,000 ซีซี	3.03			0.24** (0.000)
สูงกว่า 2,000 ซีซี	2.92			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ต่ำกว่า 1,600 ซีซี แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ ต่ำกว่า 1,600 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากกว่าผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

ผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี แตกต่างเป็นรายกลุ่มกับผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้ 1,601 – 2,000 ซีซี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากกว่าผู้บริโภคที่มีขนาดเครื่องยนต์ที่ใช้สูงกว่า 2,000 ซีซี โดยมีผลต่างค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

**ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมัน
แก๊สโซฮอล์95**

ตาราง 28 แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
พัฒนาให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีความประหยัดน้ำมันมากขึ้น สามารถทำให้รถยนต์มีอัตรา เร่งดีกว่าเดิม อื่นๆ	50 25 3	64.1 32.0 3.9
รวม	78	100.0

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคต้องการให้พัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ให้มีความประหยัดน้ำมันมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาต้องการให้รถยนต์มีอัตราเร่งดีกว่าเดิมคิดเป็นร้อยละ 32.0 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 78 คน

ตาราง 29 แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านราคา

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีราคาถูกลงกว่าปัจจุบัน	160	100
รวม	160	100.0

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านราคา พบว่าผู้บริโภคต้องการให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีราคาถูกลงกว่าปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 160 คน

ตาราง 30 แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่าย

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการให้มีจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากขึ้นกว่าปัจจุบัน	92	74.8
ควรยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน95 และเปลี่ยนมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์95	31	25.2
รวม	123	100.0

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการจัดจำหน่าย พบว่าผู้บริโภคต้องการให้มีจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากขึ้นกว่าปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 74.8 และควรยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน95 และเปลี่ยนมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 คิดเป็นร้อยละ 25.2 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 123 คน

ตาราง 31 แสดงข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาให้มาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 อย่างต่อเนื่อง	85	65.9
ปลูกจิตสำนึกให้ทุกคนช่วยกันประหยัดพลังงาน	27	20.9
ควรให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์มีส่วนร่วมในการรณรงค์	12	9.3
อื่นๆ	5	3.9
รวม	129	100.0

ตาราง 31 ผลการวิเคราะห์ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้บริโภคต้องการให้ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาให้

มาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 อย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 65.9 ปลุกจิตสำนึกให้ทุกคนช่วยกันประหยัดพลังงานคิดเป็นร้อยละ 20.9 และควรให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์มีส่วนร่วมในการรณรงค์คิดเป็นร้อยละ 3.9 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 129 คน

ตาราง 32 สรุปผลการทดสอบสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	ผลการทดสอบ สมมุติฐาน
1. ผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
2. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
3. ผู้บริโภคที่มีอาชีพ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
4. ผู้บริโภคที่มีรายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน
5. ผู้บริโภคที่มีขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน	ยอมรับสมมุติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สังเขปความมุ่งหมาย สมมุติฐานและวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในสถานบริการน้ำมันเซลล์ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 เพื่อการขยายฐานของกลุ่มเป้าหมายที่สามารถทำการตลาดในอนาคต นอกจากนี้ข้อมูลที่ได้รับยังเป็นแนวทางให้แก่ทางผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาและวางแผนส่วนประสมทางการตลาดได้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งทางด้านคุณลักษณะของน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ด้านราคา การจัดจำหน่าย รวมถึงเป็นข้อมูลในการวางแผนด้านการส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ทดแทนการบริโภคน้ำมันเบนซินในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการทำการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในด้านคุณลักษณะ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ในด้านคุณลักษณะ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย โดยจำแนก ตามอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ระยะเวลาในการใช้ รวมถึงขนาดของรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95
3. เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 ให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรทั้งเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

สมมุติฐานในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมุติฐานในการวิจัย คือ

1. ผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน
2. บุคลิกภาพของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก โดยเลือกสอบถามผู้ใช้น้ำมันที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ด้วยวิธีการคำนวณโดยใช้สูตรสำหรับกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และกำหนดค่าความผิดพลาดไม่เกิน ร้อยละ 5 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 440 คน เลือกสถานที่การเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการแบบโควตา (Quota Sampling) และการคัดเลือกสุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ของผู้ทำวิจัย (Purposive Sampling)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ
 - ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านระดับความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95
 - ส่วนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 และนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปใช้เพื่อคณะกรรมการตรวจสอบและเสนอแนะเพิ่มเติม
2. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงที่ครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องที่จะวัด จากนั้นนำไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์เพื่อปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มผู้ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะจัดเก็บข้อมูลจริงจำนวน 50 คน เพื่อนำไปหาความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538: 125-126) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.8434

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ผ่านการคัดเลือกต้องเป็นผู้ที่ใช้หรือเคยใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 4 เขต คือ เขตสาทร เขตปทุมไท เขตคลองเตย และเขตลาดพร้าว

พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัย ข้อมูลในแบบสอบถาม และรอเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง ทั้งหมดจำนวน 440 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบมาตรฐานและความเรียบร้อยของแบบสอบถาม

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้

3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window (Statistic Package for Social Science (SPSS)) รวมทั้งสถิติที่เกี่ยวข้องในการทดสอบสมมติฐาน โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

3.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม โดยวิธีหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.1.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจโดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

3.1.3 วิเคราะห์ค่าความร้อยละ ของแบบสอบถามบุคลิกภาพ

3.2 การวิเคราะห์สมมติฐาน

ผู้บริโภคมียุ่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดเครื่องยนต์ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน โดยใช้การทดลอง t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way Analysis of Variance)

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ผู้บริโภครที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.0 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 88.2 มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 66.4 มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และใช้รถยนต์ที่มีขนาดเครื่องยนต์ขนาด 1,601 – 2,000 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 40.9

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อพิจารณารายด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.80 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าการทำงานของเครื่องยนต์ไม่มีปัญหาหลังจากเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีความพึงพอใจในระดับน้อย ลดความกังวลจากท่อไอเสียส่วน มีความพึงพอใจในระดับน้อย เสียงการทำงานของเครื่องยนต์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย ความรวดเร็วในการออกตัวของรถยนต์ มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ระดับความเร็วในการขับขึ้นมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ความสิ้นเปลืองน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ที่ใช้ในการขับขึ้น (กิโลเมตรต่อลิตร) มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์มีความพึงพอใจในระดับมาก คุณสมบัติในการช่วยรักษาสีเงาตัวรถมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48, 2.53, 2.54, 2.55, 2.64, 2.66 , 3.48 และ 3.39 ตามลำดับ

ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับราคาของแก๊สโซฮอล์ 95 เมื่อเทียบกับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์95 มีความพึงพอใจในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ย 3.48 และระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 ถูกกว่าเมื่อเทียบกับเบนซิน95 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ย 2.77.

การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความสะดวกของสถานที่ตั้งของ

สถานที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำนวนหัวจ่ายที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำนวนสถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานครมีมากเพียงพอต่อการให้บริการ มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.16, 2.20 และ 2.53 ตามลำดับ

การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าสถานบริการมีสัญลักษณ์บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำหน่าย เอกสารการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น แผ่นพับ ใบปลิว และข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น บทความในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร มีความพึงพอใจระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.18, 2.26, และ 2.50 การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จากภาครัฐบาลและคำแนะนำจากพนักงานของสถานบริการเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีความพึงพอใจในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 และ 3.14 ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคต้องการให้พัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ให้มีความประหยัดน้ำมันมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 64.1 รองลงมาต้องการให้รถยนต์มีอัตราเร่งดีกว่าเดิม คิดเป็นร้อยละ 32.0 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 78 คน

ด้านราคา

ผู้บริโภคต้องการให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มีราคาถูกลงกว่าปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 100 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 160 คน

ด้านการจัดจำหน่าย

ผู้บริโภคต้องการให้มีจำนวนสถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากขึ้นกว่าปัจจุบันคิดเป็นร้อยละ 74.8 และควรยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน95 และเปลี่ยนมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 คิดเป็นร้อยละ 25.2 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 123 คน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้บริโภคต้องการให้ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณาให้มาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 อย่างต่อเนื่องคิดเป็นร้อยละ 65.9 ปลุกจิตสำนึกให้ทุกคนช่วยกันประหยัดพลังงานคิดเป็นร้อยละ 20.9 และควรให้บริษัทผู้ผลิตรถยนต์มีส่วนร่วมในการรณรงค์ คิดเป็นร้อยละ 3.9 จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 129 คน

3. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบสมมุติฐานพบว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีขนาดของเครื่องยนต์ที่ใช้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 พบว่า

ด้านคุณลักษณะของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถแบ่งแยกความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัดเหมือนผลิตภัณฑ์อื่นในท้องตลาด ในแง่ของ คุณภาพ ขนาด สี สัน รูปแบบ ราคา (เสรี วงษ์มณฑา. 2542:11) และเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ทำให้ผู้บริโภคมีการรับรู้ต่ำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ จึงมีความพึงพอใจปานกลาง

ด้านราคา ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 เมื่อเทียบกับคุณลักษณะของแก๊สโซฮอล์95 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับมาก และระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 เมื่อเทียบกับเบนซิน95 ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง เนื่องจากราคาเป็นสิ่งที่บุคคลจ่ายออกไปเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อเมื่อมูลค่าในตัวสินค้าที่ส่งมอบแก่ลูกค้ามากกว่าราคาสินค้าซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจสอดคล้องกับการศึกษาของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (22538:10)

ด้านการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับน้อย ทั้งนี้เพราะสถานที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ยังมีจำกัด ไม่เพียงพอในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค จึงไม่สะดวกในการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของชจรศักดิ์ เปลี่ยนสกุล และโกศล กุลฤทธาการ (2540:2) พบว่าผู้บริโภคตัดสินใจใช้สถานบริการน้ำมันที่สะดวกใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน โดยคำนึงถึงสถานที่ตั้งเป็นสำคัญ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยรวมระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจปานกลางเนื่องข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น บทความในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร และการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จากภาครัฐบาลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งโคมฉาย พิบูลย์พันธ์ (2535:155) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2. การทดสอบสมมติฐานผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และขนาดเครื่องยนต์ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุ ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวม มากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 30 – 40 ปี และผู้บริโภคที่มีอายุ 30 – 40 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป เพราะช่วงอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ต่อการบริการที่ได้รับแตกต่างกันจึงส่งผลให้มีความพึงพอใจต่างกัน (สุนทรี ดวงแก้ว, 2542:67) สอดคล้องกับงานวิจัยของโคมฉาย พิบูลย์พันธ์ (2535:150) พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันดีเซลชีวมวลมากกว่าผู้บริโภคที่มีอายุ 30-40 ปี

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้เนื่องมาจากว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 มากกว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่ามีความรู้ที่น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 สามารถช่วยลดมลพิษจากท่อไอเสีย ทำให้เกิดการเผาไหม้ที่สมบูรณ์ และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงเครื่องยนต์ จึงทำให้เกิดความพึงพอใจมากกว่า

ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน และนิสิต/นักศึกษา อาจเป็นเพราะว่าผู้บริโภคแต่ละอาชีพเล็งเห็นความสำคัญหรือการสนใจด้านข้อมูลข่าวสาร การโฆษณาที่ทำให้เกิดการรับรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ต่างกัน เช่นนักเรียน/นักศึกษาอยู่ในวัย

เรียนอาจได้รับการถ่ายทอดความรู้ ข่าวสาร เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในชั้นเรียนจากผู้สอนมากกว่าอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งต้องทำงาน การรับรู้ข่าวสารต้องอาศัยในบางช่วงเวลา ดังนั้นจึงส่งผลให้มีการรับรู้ต่างกัน นำไปสู่ความพึงพอใจต่างกัน

บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาท มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยรวมน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีผู้บริโภคที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 30,000 บาท สอดคล้องกับการศึกษาของรามาธิบดี นิยมารุณ (2545:66) พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการใช้แก๊สโซฮอล์95 ต่างกัน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์

ควรมีการมีการพัฒนาน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นกว่าปัจจุบันด้านการทำงานของเครื่องยนต์ คว้นจากท่อไอเสีย และเสียงการทำงานของเครื่องยนต์ ให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจและยอมรับในคุณภาพของน้ำมันมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

ด้านด้านราคา

หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตั้งราคาจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ควรที่จะพิจารณาปรับลดราคาให้ต่ำกว่าปัจจุบัน เพื่อเป็นการดึงดูดให้ผู้บริโภคหันมาใช้น้ำมันทดแทนเบนซิน95

ด้านการจัดจำหน่าย

เนื่องจากในปัจจุบันสถานเ็นบริการยังให้ความสำคัญต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ไม่มากเท่าที่ ควรดังนั้นภาครัฐบาลควรเข้ามามีส่วนร่วมในการผลักดันผู้ประกอบการให้มีการเพิ่มหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ให้มากขึ้นและเพิ่มจำนวนสถานเ็นบริการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ภาครัฐบาลควรร่วมกับภาคเอกชน ในการช่วยกันประชาสัมพันธ์ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความมีส่วนร่วมในการช่วยประเทศชาติประหยัดน้ำมัน และสร้างความมั่นใจในน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 รวมไปถึงการผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มไม่ว่าจะเป็นอายุ อาชีพ รายได้ และเครื่องยนต์ที่ใช้ โดยอาจจัดให้มีกิจกรรมรณรงค์เล็กใช้น้ำมันเบนซิน95 เป็นต้น รวมไปถึงการให้ความรู้แก่พนักงานในสถานเ็นบริการ และการติดตั้งป้ายจำหน่ายอย่างชัดเจนสะดุดตาว่าปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารังต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรที่จะเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาเป็นจังหวัดอื่นๆ เพื่อจะได้เห็นลักษณะข้อมูลที่ชัดเจนครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่
2. ศึกษาเพิ่มเติมเรื่องพฤติกรรมของลูกค้าต่อแก๊สโซฮอล์95 ซึ่งผลจากการวิจัยทำให้ทราบพฤติกรรมการใช้บริการ สามารถนำมาใช้ในวางแผนการตลาดสำหรับแก๊สโซฮอล์95 ต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการการพลังงานสภาผู้แทนราษฎร. (2545, ธันวาคม). *พลังงานทดแทนเอทานอลและไบโอดีเซล*.
- แก๊สโซฮอลล์. (2544). กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและเทคโนโลยี การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. (2544). *ความรู้เรื่องปิโตรเลียม "น้ำมัน" ม.ป.พ.*
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2540). *การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วาณิชยบัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2542). *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2534). เอกสารการสอนชุดจิตวิทยาการบริการ. หน่วย 8. สาขากรรมศาสตร์ กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- โถมฉาย พิบูลย์พันธ์. (2535). *การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคเกี่ยวกับการใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วในเขตกรุงเทพมหานคร (2534-2535)*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การบริหารการตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.
- ชัชวาล เรืองประพันธ์. (2537). *สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab SPSS/PC+ และ SAS*. พิมพ์ครั้งที่ 1. ขอนแก่น : โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2538). *การตลาดสำหรับนักบริหาร*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุปัญญา ไชยสาร. (2538). *การวิจัยการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สุรพงษ์ จันทร์ผ่องศรี. (2544, พฤษภาคม - สิงหาคม). ความเป็นไปได้ของการผลิตและการใช้แอลกอฮอล์เป็นเชื้อเพลิง, *"วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี"* 16(2) : 77-79
- แสง บัญญาสุวัฒน์. (2544). *แก๊สโซฮอลล์เชื้อเพลิงที่ให้ความมั่นคงกับประเทศไทย*. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและเทคโนโลยี การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- Best, J.W. (1977). *Research in Education*. 3rd ed. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall
- Cooper, D.R. and Schindler, P.S. (1999). *Business Research Methods*, 6th ed. New York : Irwin McGraw-Hill, Inc.
- Feldman, M.P. (1971). *Psychology in the Industrial Environment*. London : Butterworth & Co.
- Higard. Ernest R. (1962). *Introduction to the Psychology*. 3rd ed. New York : Harcourt, Brance & World.
- Kolasa, B.J. (1969). *Introduction to Behavior Science for Business*. New York : John Wiley and Sons.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management*. The Millennium edition. Prentic-hall.
- Loudon, David L. and Dell Bitta Albert J. (1994). *Consumer Behavior*. New York : McGraw-Hill.
- Maier, Norman R.F. (1955). *Psychology 'ndustry*. Boston : Houghton Mifflin.
- Zikmud, William G. (2000). *Business Research Method*, 7th ed. Fort Worth, Texas : Dryden Press.
- เว็บไซต์กระทรวงพลังงาน. (2548, เมษายน). ข้อมูลปริมาณการนำเข้า ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง. [http:// www.doeb.go.th](http://www.doeb.go.th)

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม
ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95
ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถาม
เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95
ในเขตกรุงเทพมหานคร”

- คำชี้แจง** แบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ
- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 แบบสอบถามวัดความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์95
- ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์95

ส่วนที่1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และเติมข้อความอย่างครบถ้วนตรงกับความจริง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่การวิจัยเท่านั้นมิได้มีจุดประสงค์เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจใดๆทั้งสิ้น ซึ่งท่านสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ โดยไม่ต้องลงชื่อ ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถือเป็นความลับและขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านอย่างยิ่ง

1. อายุ

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ต่ำกว่า 30 ปี | ☐ 2. 30 – 40 ปี |
| ☐ 3. 41 – 50 ปี | ☐ 4. มากกว่า 50 ปีขึ้นไป |

2. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
- ☐ 2. ปริญญาตรี
- ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

3. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | ☐ 2. รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน |
| ☐ 3. ประกอบธุรกิจส่วนตัว/แม่บ้าน | ☐ 4. นิสิต/นักศึกษา |

4. รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท | ☐ 2. 10,000 – 20,000 บาท |
| ☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท | ☐ 4. มากกว่า 30,000 บาท |

5. รถยนต์ที่ใช้เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีขนาดเครื่องยนต์เท่าใด

- ☐ 1. ต่ำกว่า 1,300 ซีซี
 ☐ 2. 1,301 – 1,600 ซีซี
☐ 3. 1,601 – 2,000 ซีซี
 ☐ 4. สูงกว่า 2,000 ซีซี

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

กรุณาแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่อไปนี้ ตามระดับความพึงพอใจของท่านในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
1. การทำงานของเครื่องยนต์ไม่มีปัญหาหลังจากเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
2. ลดควันจากท่อไอเสีย					
3. เสียงการทำงานของเครื่องยนต์					
4. ความรวดเร็วในการออกตัวของรถยนต์					
5. ทำให้ระดับความเร็วในการขับขี่ดีขึ้น					
6. ความสิ้นเปลืองน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ที่ใช้ในการขับขี่					
7. ระยะเวลาในการบำรุงรักษาเครื่องยนต์ เช่น การเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง, หัวเทียน					
8. คุณสมบัติในการช่วยรักษาสีเงาตัวรถ					
ระดับราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
9. ระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 เมื่อเทียบกับคุณภาพของแก๊สโซฮอล์95					
10. ระดับราคาของแก๊สโซฮอล์95 ถูกกว่าเมื่อเทียบกับเบนซิน95					

หัวข้อ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
11. ความสะดวกของสถานที่ตั้งสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
12. จำนวนของหัวจ่ายที่ให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
13. จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 ในเขตกรุงเทพฯ มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ					
การส่งเสริมการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					
14. สถานีบริการมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จำหน่าย					
15. เอกสารประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น แผ่นพับ ใบปลิว					
16. ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95 เช่น บทความในหนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร					
17. การสนับสนุนและส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์95 จากรัฐบาล					
18. คำแนะนำจากพนักงานของสถานีบริการเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นอื่นๆ เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

1. ด้านผลิตภัณฑ์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ด้านราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

.....

.....

.....

.....

.....

3. ด้านการจัดจำหน่ายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

.....

.....

.....

.....

.....

4. ด้านการส่งเสริมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์95

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย

ภาคผนวก ค
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ศร 0519.12/๔๔๗

วันที่ 31 มกราคม 2548

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณะบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายธีรพงศ์ คงจันทร์ นิสิตระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์เรื่อง “ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี อาจารย์ไพฑูรย์ อารักษ์โรจน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ รองศาสตราจารย์สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธิ์ อาจารย์ถ้ำสั่น เลิศกุลประหยัค อาจารย์จิตต์อุษา ชันทอง และ อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามให้ นายธีรพงศ์ คงจันทร์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญศิริ จีระเดชากุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รองศาสตราจารย์สุภาพรณ สิริแพทย์พิสุทธ์	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ลำสัน เลิศกุลประหยัด	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์จิตต์อุษา ชันทอง	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์สิฏฐากร ชูทรัพย์	อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายธีรพรรค คงจันทร์
วันเดือนปีเกิด	4 ตุลาคม 2513
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	272 ซอยวัดบางพลัด ถนนจรัญสนิทวงศ์79 แขวงบางพลัด เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร 10700
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	Account Director
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	Dentsu Thailand Limited
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2536	อุตสาหกรรมศาสตรบัณฑิต ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2548	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ