

แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี¹

สิทธิศักดิ์ นิลกำแหง², นงเยาว์ เมืองดี³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำนวน 396 คน ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่า Chi Square, t-test และ F-test กรณีพบค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มเป็นรายคู่โดยใช้ Scheffe' ผลการศึกษาพบว่า มีความมั่นใจในตราสินค้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยส่วนใหญ่เติมน้ำมันจากสถานีบริการ ปตท. แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ด้าน การเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีแรงจูงใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน และการใช้ยี่ห้อรถต่างกัน มีแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลในด้านอื่นๆ มีแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ส่วนพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ในด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน พบว่า จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า ช่องทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ดังนั้น ควรกำหนดให้สถานีบริการน้ำมันให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกประเภทเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเติมน้ำมันให้ตรงกับรุ่นของรถตัวเองโดยค่ายผู้ผลิตบริษัทรถยนต์ควรรับรองความปลอดภัยในการใช้

¹ เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา เรื่อง แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี

² นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี E-mail: sittisak.nbd@gmail.com

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
E-mail: nongyao_mueangdee@yahoo.com

น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อให้ผู้ใช้น้ำมันใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ตรงรุ่นมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แรงจูงใจ แก๊สโซฮอล์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: สิริศักดิ์ นิลกำแหง

E-mail: sittisak.nbd@gmail.com

The Motivation to use Gasohol of Private Car User's in Suratthani¹

Sittisak Ninkamhang², Nongyao Mueangdee³

Abstract

This research had the objectives to study the behavior and motivation of private car users in choosing gasohol as the fuel. The study's random sample consisted of 396 private car users in Suratthani province, Thailand. Data were collected using questionnaires and analyzed using mean, percentage and standard deviation. The statistical tools used were Chi Square, t-test and F-test in cases where differences were found between groups. Scheffe' test was used to analyze differences in pairs of means. The study showed brand confidence on the petrol stations, which was a factor in choosing the type of fuel. Most of the respondents visited PTT service stations. Motivation to use gasohol was at a high level with regard to each marketing mix factor. The results indicated an overall motivation related to all the factors was at a high level. Comparing differences of motivation in using gasohol by personal factors; different genders showed differences in an overall motivation in product, place, and marketing factors. Different average income showed differences in place. Car model choice showed difference in marketing factors affecting gasohol use related to different products. Other personal factors had no differences. The relationships between fuel use behavior and personal factors of private car users in Suratthani found that different personal factors were related to filling up petrol behavior. The relationships between knowledge and understanding of gasohol and fuel use behavior of private car users in Suratthani found that knowledge and understanding of gasohol related to filling up petrol behavior in term of choices of fuel. There was no relationship between other filling up petrol behavior. The differences of motivations in using gasohol divided by filling up petrol behavior found that the different frequency of filling up petrol behavior resulted in motivation in marketing level. Place is an important factor in creating motivation in using gasohol. Therefore, every petrol station should provide all type of gasohol in order to service user follow their needs which appropriate with their car models. The car company also should verify the safety in using gasohol for their products.

¹ As part of a graduate thesis The Motivation to use Gasohol of Private Car User's in Suratthani

² Graduate Student of Business Administration Program in Prince of Songkla University. SuratThani Campus.
E-mail: sittisak.nbd@gmail.com

³ Assistant Professor Dr. in Prince of Songkla University, SuratThani Campus.
E-mail: nongyao_mueangdee@yahoo.com

Keywords: Motivation; Gasohol; Private Car

Corresponding Author: Sittisak Ninkamhang

E-mail: sittisak.nbd@gmail.com

1. บทนำ

การผลิตแก๊สโซฮอล์ในประเทศไทยนั้นเกิดจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อปี พ.ศ. 2528 โดยโครงการส่วนพระองค์ที่ศึกษาการผลิตแก๊สโซฮอล์เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทน โดยเป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่างเอทานอล หรือที่เรียกว่า เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ซึ่งเป็นแอลกอฮอล์ ที่ได้จากการแปรรูปจากพืชจำพวกแป้งและน้ำตาล เช่น อ้อย ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง ฯลฯ แต่ยังไม่เกิดการใช้กันอย่างแพร่หลาย จนกระทั่งราคาน้ำมันโลกเพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก เมื่อปี พ.ศ. 2546 รัฐบาลจึงได้หันมาผลักดันการผลิตและการใช้แก๊สโซฮอล์อย่างจริงจัง โดยได้กำหนดเป้าหมายส่งเสริมการผลิตเอทานอล 2.4 ล้านลิตร/วัน เพื่อทดแทน MTBE ในน้ำมันเบนซิน 95 และทดแทนเนื้อน้ำมัน ในน้ำมันเบนซิน 91 ภายในปี พ.ศ. 2554 และส่งเสริมให้เกิดการผลิตและการใช้เอทานอลไม่น้อยกว่า 9 ล้านลิตร/วัน ภายในปี พ.ศ. 2565 เพื่อลดการพึ่งพาน้ำมันเพิ่มมูลค่าและสร้างเสถียรภาพให้กับผลผลิตทางการเกษตร (กระทรวงพลังงาน, 2558, น. 8 - 1)

ปัจจุบันประเทศไทยมีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์สำหรับภาคการขนส่ง 4 ประเภท ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 แก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 แก๊สโซฮอล์ E20 แก๊สโซฮอล์ E85 จากการศึกษารูปแบบการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า รถยนต์ที่ผลิตส่วนใหญ่ที่ผลิตตั้งแต่ ปีค.ศ. 2000 ส่วนใหญ่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 ได้และรถยนต์ที่ผลิตตั้งแต่ปี 2008 สามารถใช้น้ำมัน E20 และรถที่ผลิตตั้งแต่ปี 2013 ถึงปัจจุบัน มีการผลิตรถยนต์หลายรุ่นที่สามารถใช้น้ำมัน E85 ได้ แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อสังเกตอยู่ว่า ผู้ใช้รถยนต์เป็นจำนวนมากที่เลือกใช้น้ำมัน น้ำมันที่มีส่วนผสมเอทานอลจำนวนที่น้อยกว่า ความสามารถเครื่องยนต์ที่รับได้ ซึ่งจากผลการศึกษาของ กิตติพงศ์ พิกุลทอง (2551) ซึ่งพบว่า ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้งานมีอยู่ในระดับความพึงพอใจน้อย ซึ่งสอดคล้องกับ พรรณทิพา สุปรีตานุวัฒน์ (2551) ระบุเหตุผลที่ไม่ใช้แก๊สโซฮอล์เพราะไม่มั่นใจว่าจะมีผลเสียที่มีต่อเครื่องยนต์ และเข้าใจว่ามีประสิทธิภาพด้อยกว่าน้ำมันเบนซินและนานาทัศนะเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ของสมาชิกในเว็บไซต์พันทิพย์ดอทคอม ซึ่งโต้ตอบกันเกี่ยวกับผลดีผลเสีย ทางด้านความคิดเห็นในแง่บวก ผู้ใช้ต่างเห็นว่าประหยัดกว่าและเป็นพลังงานที่สะอาดแต่ในขณะเดียวกันความคิดเห็นในแง่ลบ กลับบอกว่า ทำให้เครื่องยนต์สกปรก วังไฉ่ระยะทางน้อยกว่า และมีปัญหาแวนโน้มท่อยาง/ชิ้นส่วนต่างๆ ในระบบเชื้อเพลิง มีการเสื่อมโทรมเร็วกว่าปกติ (พันทิพย์ดอทคอม, 2556)

จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัดสูงเป็นอันดับ 2 ของภาคใต้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) และมียอดการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เป็นอันดับที่ 2 ของภาคใต้ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559) จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคมีหลากหลายทางความคิด มีการใช้น้ำมันที่ผิดจากความต้องการของเครื่องยนต์ ที่สามารถรับได้ และการใช้น้ำมันที่ไม่ถูกต้องกับประเภทของรถที่รับได้ ซึ่งส่งผลต่อนโยบายของภาครัฐ ที่สนับสนุนการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ จึงทำให้ผู้ศึกษาที่มีความสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งจังหวัด ในลำดับต้นๆ ของภาคใต้ โดยข้อมูลที่ได้สามารถเพื่อทราบถึงผลของความรู้ ความเข้าใจ พฤติกรรม และ

แรงจูงใจต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ว่า มีสาระต่อการเชื่อมโยงในการพัฒนาแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อนำข้อมูลที่ได้นำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปรับทัศนคติของผู้บริโภคให้หันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อประเทศในการลดการนำเข้าน้ำมัน และช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรสร้างรายได้ให้เกษตรกร เกิดความมั่นคงภายในประเทศอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจ พฤติกรรมในการเติมน้ำมัน และแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.3 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.4 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์จำแนกตามพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี

3. การทบทวนวรรณกรรม และกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

มาตรฐานคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์

มาตรฐานคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันประเทศไทยมีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 3 ชนิด (กระทรวงพลังงาน, 2553: 24 - 26) คือ

1. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 มีส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 10 น้ำมันเบนซินร้อยละ 90 โดยปริมาตรโดยน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 แบ่งเป็น น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 ออกเทน 91 มั่นแก๊สโซฮอล์ E10 ออกเทน 95
2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 มีส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 20 กับน้ำมันเบนซินร้อยละ 80 โดยปริมาตร
3. น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีส่วนผสมของเอทานอลร้อยละ 85 กับ น้ำมันเบนซินร้อยละ 15 โดยปริมาตร

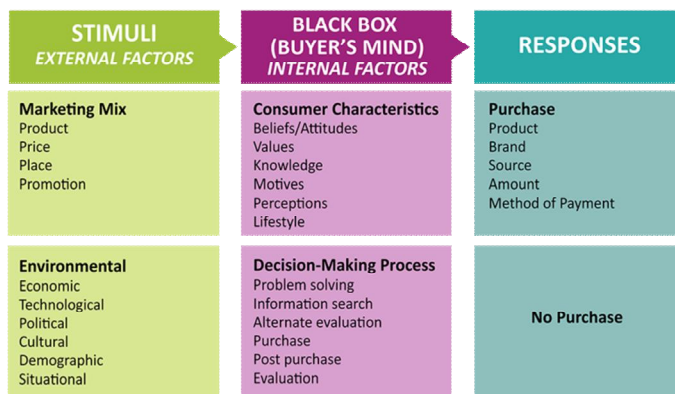
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า “พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การคิด การซื้อ การใช้ การประเมินผล ในสินค้าและบริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา หรือเป็นขั้นตอนซึ่งเกี่ยวกับความคิด ประสบการณ์ การซื้อ การใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา หรือหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรม

การตัดสินใจ และการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ และการใช้สินค้า ซึ่งการวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการบริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำถามที่ใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1Hs เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7Os รายละเอียด ได้แก่ 1) ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) 2) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?) 3) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) 4) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) 5) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) 6) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) และ 7) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) ซึ่งพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจสำหรับความคิดและแนวทางการวินิจฉัยในพฤติกรรม โดยการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของปัจจัยต่างๆ เพื่อใช้สำหรับเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซลีนประเภทต่างๆ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

คิรวอร์น เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ได้กล่าวว่าการจูงใจ (Motivation) และสิ่งจูงใจ (Motives) หมายถึง สิ่งกระตุ้นหรือพลังกระตุ้นภายในบุคคลแต่ละคน ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติ โดยโมเดลของกระบวนการจูงใจ ประกอบด้วย สภาพความตึงเครียด (Tension) ซึ่งเกิดจากความจำเป็น (Needs) ความต้องการ (wants) และความปรารถนา (Desire) ที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่ไปสู่การบรรลุเป้าหมาย คือ การได้รับการตอบสนองในความต้องการ และสามารถลดความตึงเครียดที่เกิดขึ้นได้



ภาพที่ 1 โมเดลของพฤติกรรม การซื้อ
ที่มา: อรุณ วิสสุทพัฒนาสกุล (2552)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

อุไรวรรณ แยมเนียม (2537) อธิบายว่า ผู้บริโภคแต่ละคนมีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับอิทธิพลทางจิตวิทยา ซึ่งรวมถึงสิ่งจูงใจ โดยสิ่งจูงใจในการซื้อ (Buying Motives) และ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80 - 81) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยเครื่องมือ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งในแต่ละปัจจัยการตลาดเป็นสิ่งกระตุ้นหรือพลังผลักดันภายในที่สามารถกระตุ้นและบังคับให้ผู้บริโภคเกิดการตอบสนองต่อแรงกระตุ้นต่อสิ่งจูงใจพื้นฐาน สิ่งจูงใจเลือกซื้อ สิ่งจูงใจด้านเหตุผล สิ่งจูงใจด้านอารมณ์ สิ่งจูงใจอุปถัมภ์ และสิ่งจูงใจผสมในการทำการวิจัย ได้นำเอาส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นส่วนหนึ่งในการวัดแรงจูงใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ เนื่องจากสามารถนำไปปรับปรุงในกลยุทธ์การตลาดในการสร้างแรงจูงใจของผู้บริโภค ว่ามีแรงจูงใจต่อส่วนประสมทางการตลาดส่วนใดมากที่สุด เพื่อนำไปปรับปรุงแผนการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

โถมหญิง ประจักษ์ (2551) ได้ศึกษา ความรู้ และพฤติกรรมในการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติก ของประชาชน ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า คะแนนความรู้ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .30 และค่า $p \leq .01$ ซึ่งหมายความว่าความสัมพันธ์อยู่ในลักษณะค่อนข้างต่ำ

ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์ (2555) ได้ศึกษาความรู้ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ในระดับมาก โดยมีคำถามที่ผู้บริโภคตอบถูกน้อยที่สุด คือ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองพลังงานโดยรวมต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมันเบนซินล้วนๆ พฤติกรรมในการเติมน้ำมัน พบว่า ผู้ใช้น้ำมันส่วนใหญ่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย คือ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E20 โดยปัจจุบันปัญหาที่พบระหว่างใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 มีปัญหาหาเติมยาก

อุไรวรรณ หมดอำตม์ (2554) ได้ศึกษา ความรู้และพฤติกรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้ห้องปฏิบัติการของนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในห้องปฏิบัติการกับพฤติกรรมการใช้

พฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

พิรุณาท ศุภอุทุมพร (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลงานวิจัยพบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการกับบริษัท ปตท. ประเภทของยานพาหนะที่ใช้ คือ รถยนต์ ชนิดของแก๊สโซฮอลล์ที่เติม คือ แก๊สโซฮอลล์ 91 ความถี่ในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ 3 - 4 ครั้ง

ต่อเดือน และค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอลล์ 301 - 500 บาทต่อครั้ง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ลูกค้านัดตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์โดยภาพรวม ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

พิมพ์ใจ ทิพย์เลอเลิศ (2551) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้บริโภค อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ธานีพร นาควิจิตร (2552) ได้ศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้น้ำมันไบโอดีเซลของผู้ใช้รถยนต์ในเขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการใช้บริการน้ำมันไบโอดีเซล อาศัยสถิติ Chi Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยให้ปัจจัยส่วนบุคคลเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และอาชีพเป็นตัวแปรอิสระ และพฤติกรรมการบริโภคในเรื่องความถี่ และเหตุผลที่เลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซลเป็นตัวแปรตาม ผลการทดสอบที่ได้ คือ รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการบริโภค ในขณะที่ เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทั้งความถี่และเหตุผลที่เลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซล

แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

เนรัญชรา หาชื่นใจ (2556) ได้ศึกษา พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมนักศึกษามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากทุกด้านนักศึกษาที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และนักศึกษาที่มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน

กิตติพงศ์ พิกุลทอง (2551) ได้ศึกษา ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา อยู่ในระดับความพึงพอใจน้อย ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาโดยรวมมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลางที่ค่าเฉลี่ย 2.77 ในเรื่องความประหยัดน้ำมัน ความปลอดภัย ความมีมาตรฐาน/ความน่าเชื่อถือ สมรรถนะของเครื่องยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ การเผาไหม้ของเชื้อเพลิง และเป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนในด้านราคา จากการศึกษาโดยรวมมีความพึงพอใจปานกลางที่ค่าเฉลี่ย

2.95 ในเรื่องระดับราคา และความคุ้มค่าของราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจน้อยที่ค่าเฉลี่ย 2.55 โดยให้ความพึงพอใจในเรื่องความเพียงพอของสถานีน้ำมันที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ และหาซื้อง่ายตามร้านขายปลีก ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดจากการศึกษาโดยรวม มีความพึงพอใจน้อยที่ค่าเฉลี่ย 2.15 ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่า โดยภาพรวมประชาชนที่มีเพศต่างกัน พบว่า มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ($p = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ($p = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

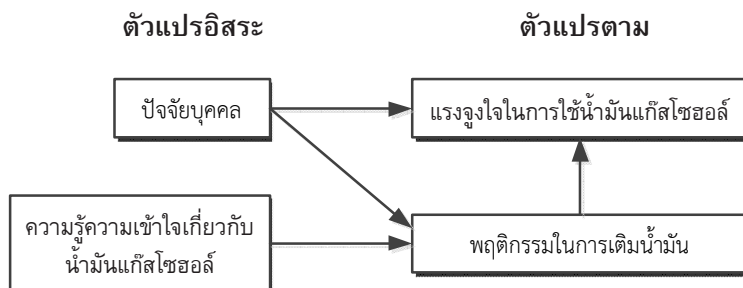
เบญจมาศ พุทธิพันธ์นรินทร์ (2551) ได้ศึกษา การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแก๊สโซฮอล์ด้วยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนให้ความสำคัญต่อบริการด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ราคา สถานที่ให้บริการ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ไม่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อแก๊สโซฮอล์

เอกพล เสนียาภา (2557) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นพลังงานทางเลือกของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อบริการในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นพลังงานทางเลือกไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ รายได้ต่อเดือน และยี่ห้อรถยนต์ที่เลือกใช้ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบริการในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นพลังงานทางเลือก โดยรวมแตกต่างกัน

กาญจนา โพยารส (2557) ได้ศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ต แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 กรอบแนวคิด

จากการประมวลแนวคิดและทฤษฎีในข้างต้น ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาโดยตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุดอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ชนิดของรถที่ท่านใช้ อายุของรถที่ท่านใช้ในปัจจุบัน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์และพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน และตัวแปรตาม คือ แรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.1 ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน

3.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

3.3 ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

3.4 พฤติกรรมในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์แตกต่างกันมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์แตกต่างกัน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความไม่น่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เท่านั้น

กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ตามสูตรของ W.G.Cochran (อภินันท์ จันตะนี, 2550: 17) ได้จำนวน 385 คน จากนั้นผู้วิจัยจึงใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งตามสัดส่วนของผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทั้ง 4 ชนิด ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ตามสถิติปริมาณการขายน้ำมันเชื้อเพลิงของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ปี 2557 ดังนี้ (กระทรวงพลังงาน, 2558)

ตารางที่ 1 แสดงการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แยกตามประเภทการใช้น้ำมัน

ประเภทน้ำมัน	ปริมาณการใช้	คิดเป็นสัดส่วน (%)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
แก๊สโซฮอล์ 95	53,471	39.45	152
แก๊สโซฮอล์ 91	52,787	38.95	150
แก๊สโซฮอล์ E85	6,719	4.96	19
แก๊สโซฮอล์ E20	22,559	16.64	64
รวม	135,536	100.00	385

แต่เนื่องจากการแบ่งสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่มที่มีจำนวนน้อยกว่า 30 ตัวอย่าง อาจทำให้เกิดความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง (Random Sampling Error) ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมให้ครบจำนวน 30 คน ดังนั้น การสุ่มตัวอย่างจึงมีจำนวนทั้งหมด 396 คน (อัจนรารรณ งามญาณ, 2554: 7)

ตารางที่ 2 แสดงการแบ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างแยกตามประเภทการใช้น้ำมัน

ประเภทน้ำมัน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
แก๊สโซฮอล์ 95	152
แก๊สโซฮอล์ 91	150
แก๊สโซฮอล์ E85	30
แก๊สโซฮอล์ E20	64
รวม	396

จากนั้นใช้การเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสัดส่วน (Proportion Allocation) ที่กำหนด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล มีลักษณะคำถามปลายเปิดและปลายปิด ชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices)
- ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีลักษณะคำถาม ปลายปิดชนิดแบบถูก - ผิด (Yes/No Question) เลือกตอบใช่หรือไม่ใช่ โดยใช้ข้อความเชิงบวกและเชิงลบ

ตอนที่ 3 พฤติกรรมในการเติมน้ำมัน มีลักษณะคำถามปลายเปิดและปลายปิดชนิดเลือกตอบ (Multiple Choices)

ตอนที่ 4 แรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เป็นแบบมาตราประมาณค่า โดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาค่าความเที่ยงตรงโดยทดสอบเนื้อหาหลังจากนั้นนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence หรือ IOC) โดยขอความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้ค่า I.O.C ในแบบสอบถาม ตอนที่ 2 = 0.95 และค่า I.O.C ในแบบสอบถาม ตอนที่ 4 = 0.97

2. ผู้วิจัยนำแบบทดสอบไปทำการปรินท์และปรับแก้ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาเสนอแนะ ให้ปรับปรุงผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วจากการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษาไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา จำนวน 30 คน ก่อนเก็บข้อมูลจริง แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้วิธีของครอนบาคอัลฟา (Cronbach's alpha) (อกินันท์ จันตะนี, 2550, น. 87)

3. หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตอนที่ 2 $\alpha = 0.81$ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตอนที่ 3 $\alpha = 0.74$ ตอนที่ 4 $\alpha = 0.85$ หมายความว่า เครื่องมือที่ได้รับการทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546: 134)

หลังจากที่เครื่องมือได้ผ่านกระบวนการขั้นตอนต่างๆ แล้วผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามขอบเขตระยะเวลาที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามได้ครบตามที่กำหนดแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปมาช่วยคำนวณเชิงสถิติ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคล และพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยแจกแจง ความถี่ และหาค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์และแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ตรงกับรถของที่ได้รับ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ทดสอบสมมติฐานการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใช้สถิติ Chi Square (χ^2) ทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบ t-test (กรณีตัวอย่างเพียง 2 กลุ่ม) และ F-test (กรณีที่มีตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม) และเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่โดยใช้วิธี Scheffe'

5. ผลการวิจัยและอภิปราย

5.1 ผลการวิจัย

1. ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 32 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 34,144 บาท ใช้น้ำมันยี่ห้อ Honda รุ่น City มีอายุรถเฉลี่ย 5 ปี

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายประเด็นผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เข้าใจถูกต้องมากที่สุดในการเติมน้ำมันน้ำมันแก๊สโซฮอล์ประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับเครื่องยนต์ที่รองรับ รองลงมาในประเด็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ คือ น้ำมันเบนซินผสมเอทานอล ในอัตราส่วนที่ต่างกันและการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นการช่วยชาติลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ทำให้ประหยัดเงินตราของประเทศมีคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากัน และน้อยที่สุดในประเด็นการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้อัตราเร่งลดลงและใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีอีกแทนที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ 95 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ซึ่งตรงตามการใช้น้ำมันของรถยนต์ มีลักษณะการเติมโดยเติมประเภทเดียวกันตลอดมีจำนวนการเติมน้ำมันเดือนละ 4 ครั้ง โดยเฉลี่ยครั้งละ 727 บาทปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทของน้ำมัน คือ ความเชื่อมั่นในตราสินค้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยเติมน้ำมันจากสถานีบริการ ปตท.

4. ระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ตรงกับรถที่รับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากสำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านมีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาดด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์แสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับแรงจูงใจที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวมและในรายด้าน

ปัจจัยการตลาด	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.75	0.61	มาก
ด้านราคา	3.92	0.66	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05	0.53	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.93	0.67	มาก
รวม	3.91	0.48	มาก

และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ มีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ข้อ โดยมากที่สุดในการเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม รองลงมาในข้อก่อให้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ แต่น้อยที่สุดในขื่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีความสิ้นเปลืองต่อการขับขี่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ

ด้านราคา มีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ข้อ โดยมากที่สุดในการจําหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ รองลงมาเป็นราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพแต่น้อยที่สุดในข้อ แก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่มีคุณภาพดีและราคาถูก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ข้อ โดยมากที่สุดในการต้องการให้มีน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทุกชนิดจำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันทั่วไปรองลงมาในข้อ จำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่ทํานใช้ในพื้นที่มีมากเพียงพอต่อการให้บริการ แต่มกน้อยที่สุดในข้อจุดหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในสถานีบริการมีจำนวนช่องเพียงพอต่อความต้องการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ข้อ โดยมากที่สุดในการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรายหนึ่งออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์จะทำให้ผู้ใช้น้ำมันใจและหันมาใช้้ำมันแก๊สโซฮอลล์มากขึ้น รองลงมาในข้อสถานีบริการน้ำมันควรติดป้ายประชาสัมพันธ์ที่บ่งบอกอย่างชัดเจนว่ามีน้ำมันแก๊สโซฮอลล์จำหน่าย และน้อยที่สุดในข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น เติมน้ำมันครบจำนวน มีการแจกน้ำดื่ม เป็นต้น

5. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์สรุปในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

ปัจจัยส่วนบุคคล	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	รวม
เพศ	0.022*	0.150	0.001*	0.661	0.044*
อายุ	0.840	0.391	0.408	0.815	0.719
ระดับการศึกษา	0.055	0.336	0.241	0.367	0.404
อาชีพ	0.312	0.078	0.182	0.198	0.098
รายได้	0.021**	0.040**	0.003*	0.051	0.010**
ยี่ห้อรถที่ใช้	0.001*	0.626	0.934	0.815	0.417
อายุรถที่ใช้	0.930	0.085	0.884	0.405	0.344

* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

** พบความแตกต่างเมื่อทดสอบด้วยวิธีของ Scheffe ' ไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกัน

1) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีเพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีระดับแรงจูงใจมากกว่าเพศหญิง

2) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีอายุต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อ การใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาด ที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในการส่งเสริมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีรายได้ เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ Scheffe' พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และปัจจัยการตลาดโดยรวมไม่พบรายคู่ใดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ในด้านการจัดจำหน่าย พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดด้านการจัดจำหน่ายน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 20,001 - 30,000 บาท

6) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มียี่ห้อรถต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อ การใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัย การตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มียี่ห้อรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัย การตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ Honda มีแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่ม ที่ใช้รถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ และกลุ่มที่ใช้รถยนต์ยี่ห้อ Mazda มีแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากกว่ากลุ่ม ที่ใช้รถยนต์ยี่ห้ออื่นๆ

7) ผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่มีอายุรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อ การใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8) ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์หนึ่ง ส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี สรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน

พฤติกรรม ในการเติมน้ำมัน	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	ระดับ การศึกษา	อาชีพ	รายได้	ผู้โดยสาร	อายุรถ
ประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ	0.210	0.344	0.543	0.459	0.062	0.000*	0.000*
ประเภทน้ำมันที่เติม	0.365	0.187	0.426	0.732	0.058	0.002*	0.000*
การเลือกเติมน้ำมันที่ตรงกับ รถต้องการ	0.520	0.120	0.767	0.691	0.732	0.370	0.520*
ลักษณะในการเติมน้ำมัน	0.893	0.728	0.015*	0.037*	0.006*	0.280	0.005*
จำนวนครั้งในการ เติมน้ำมันต่อเดือน	0.075	0.025*	0.106*	0.001*	0.012*	0.041*	0.656
จำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง	0.798	0.002*	0.000*	0.000*	0.000*	0.027*	0.494
ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือก ประเภทน้ำมัน	0.097	0.251	0.010*	0.484*	0.035*	0.326	0.012*
สถานีบริการน้ำมันที่ใช้ บริการ	0.047*	0.004*	0.059	0.024*	0.875	0.047*	0.004*

* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน

6. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานีสรุปได้ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน

พฤติกรรมในการเติมน้ำมัน	ความรู้ ความเข้าใจ
ประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ	0.166
ด้านประเภทน้ำมันที่เติม	0.198
ด้านการเลือกเติมน้ำมันที่ตรงกับความต้องการ	0.604
ด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน	0.940
จำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน	0.178
ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง	0.594
ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน	0.007*
ด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการ	0.644

* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ส่วนพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ในด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

7. ผลเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ตรงกับรถที่รับได้ ที่มีพฤติกรรมในการเติมน้ำมันที่ต่างกัน สรุปได้ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ผลการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์

พฤติกรรมในการเติมน้ำมัน	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	รวม
การประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ	0.877	0.196	0.324	0.560	0.617
ประเภทน้ำมันที่ใช้	0.820	0.134	0.469	0.438	0.635
ลักษณะการเติมน้ำมัน	0.080	0.091	0.224	0.192	0.060
จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือน	0.818	0.984	0.924	0.017*	0.507
จำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง	0.970	0.872	0.439	0.450	0.600
ผู้มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน	0.203	0.256	0.408	0.331	0.508
การใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน	0.618	0.465	0.910	0.217	0.704

* พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีลักษณะการเติมน้ำมันต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีจำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีจำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มที่เติมน้ำมัน 1 - 3 ครั้งต่อเดือนมีแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมากกว่ากลุ่มที่เติมน้ำมันมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน

4) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีจำนวนเงินในการเติมต่อครั้งต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีสิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมันต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6) ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

1. ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยภาพรวม มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภิรมนวล ภักดีศรีศักดิ์ดา (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ในช่วงรณรงค์การใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ในช่วงต้นของประเทศไทยได้มีการประชาสัมพันธ์ข้อดีของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในเรื่องของความปลอดภัยในด้านราคา การลดมลพิษของสิ่งแวดล้อมและผลประโยชน์ของประเทศในการลดการนำเข้าน้ำมันและยกระดับราคาของวัตถุดิบในการผลิต แต่อย่างไรก็ตาม ภาครัฐและผู้ค้าน้ำมันไม่ได้บอกถึงประสิทธิภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันเบนซินทั่วไป ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนถึงประสิทธิภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ 95 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ซึ่งตรงตามการใช้้ำมันของรถยนต์มีลักษณะการเติมโดย เติมประเภทเดียวกันตลอด มีจำนวนการเติมน้ำมันเดือนละ 4 ครั้ง โดยเฉลี่ยครั้งละ 727 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทของน้ำมัน คือ ความเชื่อมั่นในตราสินค้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยเติมน้ำมันจากสถานีบริการ ปตท. ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของ พิรุณาทศกุลอุทุมพร (2551) ที่พบว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ส่วนใหญ่ใช้บริการกับบริษัท ปตท. ความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน และใกล้เคียงในเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเติมแก๊สโซฮอล์ 301 - 500 บาทต่อครั้ง แต่ขัดแย้งกับผลการศึกษาของ ภิรมนวล ภักดีศรี - ศักดา (2555) ในส่วนผู้ใช้้ำมันมีพฤติกรรมการใช้้ำมัน โดยใช้น้ำมันเชื้อเพลิงชนิดอื่นร่วมด้วย จากประเด็นข้อขัดแย้งเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า จากการที่ผู้ใช้้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ในระดับมาก จึงทำให้มีความมั่นใจทำให้ความเชื่อแบบเก่าเกี่ยวกับความรู้สึกว่าการใช้น้ำมันสลับไปมา ทำให้รักษาสภาพเครื่องยนต์หมดไปจึงทำให้มีพฤติกรรมในการเติมเปลี่ยนไป

3. ระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ตรงกับรถที่รับโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการศึกษาเป็นรายด้านมีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ด้าน ซึ่งเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายรองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และน้อยที่สุดด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ พิมพีใจ ทิพย์เลอเลิศ (2551) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ใน ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านราคาอยู่ในระดับมาก

ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตในประเด็นเกี่ยวกับผลการศึกษาที่มีประเด็นขัดแย้งในแรงจูงใจในด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ของ พิมพ์ใจ ทิพย์เลอเลิศ (2551) ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ผู้ใช้บริการน้ำมันให้ความสำคัญมากที่สุดแต่ผลการศึกษา ในปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2559) ที่พบปัจจัยด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นแรงจูงใจในระดับน้อยที่สุด ซึ่งอาจมีสาเหตุ จากส่วนต่างของราคาน้ำมัน ซึ่งเกิดจากช่วงเกิดปัญหาด้านราคาน้ำมันในตลาดโลกทำให้ราคาน้ำมัน มีการผันผวนมาก จึงทำให้มีส่วนต่างของราคาน้ำมัน ทำให้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในยุคดังกล่าวเป็นทางเลือกใหม่ ของผู้ใช้บริการน้ำมัน ซึ่งปัจจุบันราคาน้ำมัน (ปี พ.ศ. 2559) ราคาน้ำมันมีความแตกต่างกันไม่มาก อีกทั้งปัจจุบันน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่ใช้กันแพร่หลายเนื่องจากรถยนต์รุ่นใหม่ ได้รับน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์เกือบทุกประเภทและน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในปัจจุบันมีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมือนกันในทุกสถานี บริการน้ำมัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีเชื่อมั่นในคุณภาพน้ำมัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในด้านผลิตภัณฑ์น้อยกว่า ทุกๆ ด้าน

4. ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของ กิตติพงศ์ พิกุลทอง (2551) ที่พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้น้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา แตกต่างกัน ($p = .000$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าในด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเพศชายมีแรงจูงใจสูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องจากความแตกต่างด้านราคาของน้ำมันแต่ละประเภทในขณะศึกษา (ปี พ.ศ. 2559) มีความแตกต่าง ไม่มาก และสถานีบริการน้ำมันในแต่ละสถานีได้มีสูตรน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่มีความพิเศษจากน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ปกติ ทำให้เพศชายซึ่งส่วนใหญ่มีความสนใจทางด้านเครื่องยนต์มากกว่าจึงมีแรงจูงใจด้านผลิตภัณฑ์สูงกว่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายซึ่งเพศหญิงมีแรงจูงใจสูงกว่าเพศชายอย่างมี นัยสำคัญทางสถิตินั้นอาจจะได้ว่า เพศหญิงมีลักษณะนิสัยในการซื้อที่ซับซ้อนกว่าเพศชาย ซึ่งต้องการ ความสะดวกในการใช้บริการ ดังนั้น จึงเน้นเรื่องความสะดวกของการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันมากกว่า อายุต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยตั้งข้อสมมติฐานว่าที่ผ่านข้อมูลด้านน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ได้มีการเผยแพร่ ผ่านสื่อต่างๆ และเป็นเวลาในช่วงเกิดวิกฤตด้านราคาน้ำมันในตลาดโลก ดังนั้น ระยะเวลาในการรับรู้ข่าวสาร จึงใกล้เคียงกันทำให้อายุที่ต่างกันของผู้บริโภค มีประสบการณ์ และการรับรู้ข้อมูลจากสื่อที่ไม่แตกต่างกันมากนัก จึงทำให้ไม่มีผลต่อระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับแรงจูงใจ ในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการศึกษาของ เอกพล เสนียาภา (2557) ที่พบว่าผู้บริโภค ที่มี ระดับการศึกษา ต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอลล์ E85 เพื่อเป็น พลังงานทางเลือกไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ที่ผ่านมามาภาครัฐและค่ายบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ มีการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ทั่วถึง ทำให้ผู้ใช้รถยนต์ทราบและเข้าใจ จึงทำให้ปัจจุบัน (พ.ศ. 2559) ผู้บริโภคที่มีการศึกษาต่างกันจึงมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่ตรงกับรุ่นรถไม่แตกต่างกัน

อาชีพต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าอาจเป็นเพราะน้ำมันเป็นเชื้อเพลิงที่ต้องใช้กับรถยนต์โดยเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นน้ำมันที่ส่วนใหญ่ใช้กับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับน้ำมันประเภทอื่นๆ ที่ใช้ในรถยนต์ที่ใช้ประกอบอาชีพ จึงทำให้อาชีพที่ต่างกัน มีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่ตรงกับรุ่นรถไม่แตกต่างกันรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และ ปัจจัยการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ เบญจมาศ พุทธิพันธ์นรินทร์ (2551) ที่พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีการให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า รายได้ที่แตกต่างกัน อาจทำให้ผู้ใช้บริการต้องการความสะดวกต่างกัน จึงทำให้เกิดแรงจูงใจในการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน ยี่ห้อรถต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มียี่ห้อรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาของ เอกพล เสนียาภา (2557) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มียี่ห้อรถยนต์ที่เลือกใช้ต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตในการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอลล์ E85 เพื่อเป็นพลังงานทางเลือก โดยรวมแตกต่างกันแต่สอดคล้องกันในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับแรงจูงใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า อาจเป็นเพราะรถแต่ละรุ่นแต่ละยี่ห้อมีความแตกต่างกันในการใช้น้ำมันที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้ใช้รถยนต์จึงมีแรงจูงใจในด้านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน อายุรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ความแตกต่างของอายุรถในการศึกษาในครั้งนี้มีความแตกต่างกันไม่มาก โดยดูจากค่าแตกต่างอายุรถที่น้อยที่สุด 4.63 ปี และอายุรถเฉลี่ย 5 ปี ซึ่งเมื่อดูจากอายุรถ กับระยะเวลาในการผลิตรถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในประเทศแล้ว ทำให้ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีอายุรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้น ผลการศึกษาจึงไม่ตรงตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีอายุรถแตกต่างกันมีแรงจูงใจในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์แตกต่างกัน

5. ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านการใช้บริการน้ำมันอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน และด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้งระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านลักษณะในการเติมน้ำมันด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใน ด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน ด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านลักษณะในการเติมน้ำมันด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง และด้านปัจจัยที่มีอิทธิพล

ในการเลือกประเภทน้ำมันเชื้อเพลิงต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านประเภทรถที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ด้านประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่เติม ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการและอายุรถ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านประเภทรถที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ด้านประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่เติมด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน และด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือนซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธานีรินทร์ นาควิจิตร (2552) ที่พบว่า เพศ อายุ ระดับรายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับทั้งความถี่และเหตุผลที่เลือกใช้น้ำมันไบโอดีเซล ทั้งนี้ผู้วิจัยต้องข้อสังเกตว่า จากการที่ความแตกต่างในเรื่องเพศ อาจทำให้รูปแบบความต้องการในการใช้สถานีบริการต่างกัน อาจเป็นเพราะต้องการความสะดวกสบาย ความปลอดภัยที่ต่างกัน ทำให้เพศต่างกันจึงมีความสัมพันธ์กับในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ความแตกต่างในด้านอายุ อาชีพ รายได้ ส่งผลต่อการเลือกเชื้อเพลิง ทำให้มีความแตกต่างในด้านจำนวนความถี่ในการเติม และจำนวนเงินในการเติม ความแตกต่างในด้านระดับการศึกษา ส่งผลให้มีความแตกต่างด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน และปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ซึ่งส่งผลจากการเรียนรู้ที่ต่างกัน และอายุรถมีผลต่อประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่เติม และลักษณะในการเติมน้ำมัน เนื่องจากรถที่เป็นรุ่นเก่า ตัวเลือกในการใช้น้ำมันจะน้อยกว่ารุ่นใหม่ๆ ที่สามารถรองรับน้ำมันได้หลากหลายยิ่งขึ้น

6. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมันส่วนพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ในด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาบางประการของ อุไรวรรณ หมัตอำตม์ (2554) ที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยในห้องปฏิบัติการกับพฤติกรรมการใช้ห้องปฏิบัติการ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันทั้งนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า จากการศึกษาความรู้ความเข้าใจส่วนใหญ่ผู้บริโภครู้ความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับสูง และเมื่อแยกเป็นกลุ่ม พบว่า มีความรู้ความเข้าใจแตกต่างกันไม่มาก จึงทำให้ผลการศึกษาส่วนใหญ่จึงไม่มีความความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แต่ส่วนที่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ซึ่งมีความสัมพันธ์กันนั้นเป็นไปตามกรอบจากการเรียนรู้ร่วมกับสิ่งกระตุ้น ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน

7. ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน พบว่า จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกันส่วนพฤติกรรมในด้านอื่นๆ มีแรงจูงใจไม่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เนรัญชรา หาชื่นใจ (2556) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตต่างกัน มีปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ กาญจนา โพยยารส (2557) ที่พบว่า ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ประเด็นประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ การเลือกประเภทน้ำมัน ประเด็นดังกล่าวพบว่าส่วนใหญ่ผู้ใช้รถยนต์ส่วนใหญ่ใช้น้ำมันตรงกับรุ่นรถ จึงทำให้ไม่มีผลต่อจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง บุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และการใช้บริการ

สถานีบริการน้ำมันโดยมีความแตกต่างเฉพาะจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันกับการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น ซึ่งผู้ที่มีจำนวนครั้งในการเติมต่อเนื่องที่มีความถี่น้อยกว่า จะมีแรงจูงใจในการเลือกสถานีบริการน้ำมันที่มีการส่งเสริมการตลาดมากกว่า

6. สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 32 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ พนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 34,144 บาท ใช้อัตราเฉลี่ย Honda รุ่น City มีอายุรถเฉลี่ย 5 ปี

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยภาพรวมมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก สำหรับผลการพิจารณาเป็นรายประเด็นผู้ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์เข้าใจถูกต้องมากที่สุดในประเด็นการเติมน้ำมัน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ประเภทต่างๆ ขึ้นอยู่กับเครื่องยนต์ที่รองรับ รองลงมาในประเด็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ คือ น้ำมันเบนซินผสมเอทานอล ในอัตราส่วนที่ต่างกันและการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นการช่วยชาติลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ทำให้ประหยัดเงินตราของประเทศมีคะแนนเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากัน และน้อยที่สุดในประเด็นการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้อัตราเร่งลดลงและซื้อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีอีกแทนที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเติมน้ำมัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประเภทน้ำมันที่ตรงกับรุ่นรถ ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ 95 และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ซึ่งตรงตามการใช้น้ำมันของรถยนต์ มีลักษณะการเติม โดยเติมประเภทเดียวกันตลอดมีจำนวนการเติมน้ำมันเดือนละ 4 ครั้ง โดยเฉลี่ยครั้งละ 727 บาท ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทของน้ำมัน คือ ความเชื่อมั่นในตราสินค้าของสถานีบริการน้ำมัน โดยเติมน้ำมันจากสถานีบริการ ปตท.

4. ระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ตรงกับรถที่รับ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากสำหรับผลการพิจารณาเป็นรายด้านมีแรงจูงใจในระดับมากในทุกๆ ด้านซึ่งสามารถเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์

5. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า เพศต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่เพศต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยการตลาดในภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาชีพต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวม และในรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในการส่งเสริมไม่แตกต่างกัน แต่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยี่ห้อรถที่ใช้ต่างกัน มีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยการตลาดโดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มียี่ห้อรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในด้านผลิตภัณฑ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อายุรถต่างกันมีระดับแรงจูงใจต่อปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในภาพรวมและในรายด้านไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเติมน้ำมันกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการใช้สถานีบริการน้ำมัน อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน และด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้งระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการ อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน ด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน ด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง และด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ยี่ห้อรถต่างกัน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านประเภทรถที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ด้านประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่เติม ด้านจำนวนเงินในการเติมต่อครั้ง ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน และด้านสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการและอายุรถ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในด้านประเภทรถที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ด้านประเภทน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ที่เติมด้านลักษณะในการเติมน้ำมัน และด้านจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันต่อเดือน

7. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเติมน้ำมันในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกประเภทน้ำมัน ส่วนพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน ในด้านอื่นๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

8. ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ จำแนกตามพฤติกรรมในการเติมน้ำมัน พบว่า จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมในด้านอื่นๆ มีแรงจูงใจไม่แตกต่างกัน

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จากผลการศึกษาพบว่า ยังมีผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลบางกลุ่ม ไม่มั่นใจเกี่ยวกับคุณภาพที่แท้จริงของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ดังนั้น ภาครัฐและค่ายผู้ผลิตบริษัทรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ควรประชาสัมพันธ์ถึงสมรรถนะของผลการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างแท้จริง เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจ และมั่นใจต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ตรงการรุ่นรถของตนเอง

ด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษา ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในส่วนของเป็นเชื้อเพลิงที่มีส่วนช่วยลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม และต้องการให้รถยนต์ที่ใช้เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพที่มีต่อเครื่องยนต์เมื่อเปรียบเทียบกับน้ำมันชนิดอื่นๆ ดังนั้น ภาครัฐและผู้ค้าน้ำมัน ควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงการมีส่วนร่วมของผู้ใช้น้ำมันในการลดมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม เนื่องจากผู้บริโภครุ่นใหม่มีพฤติกรรมบริโภคที่ต้องการลดมลภาวะสิ่งแวดล้อม เห็นได้จากการลดการใช้วัตถุติดที่ทำลายสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ตรงการรุ่นรถมากยิ่งขึ้น และในส่วนกระทรวงพลังงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือผู้ค้าน้ำมัน ควรให้ความรู้ความเข้าใจถึงประสิทธิภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้น้ำมันมากยิ่งขึ้น

ด้านราคา จากผลการศึกษา ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในส่วนของต้องการให้ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ และต้องการราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพ ซึ่งในส่วนของแรงจูงใจในความต้องการให้ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพนั้น หน่วยงานผู้ค้าน้ำมัน ควรมีการประชาสัมพันธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้ใช้ น้ำมันมั่นใจในคุณภาพน้ำมัน ส่วนความต้องการให้ราคาจำหน่ายถูกกว่าน้ำมันชนิดอื่นๆ ภาครัฐควรกระตุ้นในด้านมาตรการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต หรือการชดเชยเงินเข้ากองทุนน้ำมัน เพื่อให้ราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีความแตกต่างกับราคาน้ำมันประเภทอื่นๆ ได้อย่างชัดเจน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษา ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในส่วนของต้องการมีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกชนิด จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันทั่วไป และมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในพื้นที่มีมากเพียงพอต่อการให้บริการซึ่งผู้ค้าน้ำมันควรกำหนดให้สถานีบริการน้ำมันให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกประเภท เพื่อจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษา ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีแรงจูงใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในส่วนของมีการโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตรถยนต์ออกมารับรองความปลอดภัยในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งค่ายรถยนต์ที่จำหน่ายในประเทศไทยควรมีการโฆษณาว่ารถยนต์ที่ผลิตออกมา สามารถให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากยิ่งขึ้น

7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ทั้งนี้ เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในจังหวัดสุราษฎร์ธานีเท่านั้น ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปสามารถทำการวิจัยในส่วนของจังหวัดอื่นๆ หรือในแต่ละภาคของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางสรุปในระดับประเทศได้ในอนาคต

8. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพลังงาน. (2553). คู่มือองค์ความรู้ เรื่อง น้ำมันแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซล. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2558. จาก http://www.doeb.go.th/v3/kmv2/knowledge/km_gasohol_biodiese.pdf.
- กระทรวงพลังงาน. (2558). สถิติการใช้ น้ำมันในประเทศ. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.dmf.go.th/index.php?act=epsummary&sec=sale>.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา โพยารส. (2557). แรงจูงใจและพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- กิตติพงศ์ พิกุลทอง. (2551). ความพึงพอใจในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของชาวอำเภอเมือง จังหวัดพังงา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- โนมหญิง ประจักษ์. (2551). ความรู้และพฤติกรรมในการลดมลภาวะที่เกิดจากถุงพลาสติกของประชาชนตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธานินทร์ นาควิจิตร. (2552). พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้น้ำมันไบโอดีเซลของผู้ใช้รถยนต์ในเขตจอมทอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เนรัญชรา หาชื่นใจ. (2556). พฤติกรรมและปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เบญจมาศ พุทธิพันธ์นรินทร์. (2551). การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแก๊สโซฮอล์ ด้วยปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พรณทิพา สุปรีตานวัฒน์. (2551). ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และพฤติกรรมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- พันทิพย์ดอกคอม. (2556). ความรู้สึกระหว่างแก๊สโซฮอลล์ 95 กับ 91. สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2558. จาก <https://pantip.com/topic/36122356>.
- พิรุณา ศุภอุทุมพร. (2551). พฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พิมพ์ใจ ทิพย์เลอเลิศ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้บริโภคอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ภิรมนวล กักดีศรีศักดิ์. (2555). ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจและทัศนคติ ด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ E85 ของผู้ขับขีรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงานกฤษฎามนตรี. (2559). ตารางสถิติผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัด (2547 - 2558). สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560. จาก http://www.nesdb.go.th/main.php?filename=gross_regional.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). ค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน และการผลิต การใช้ การจำหน่ายน้ำมันสำเร็จรูป. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://service.nso.go.th/nso/web/statseries/statseries17.html>.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). สถิติและการวิจัยทางธุรกิจสำหรับนักศึกษา MBA และ Ph.D.. ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อภิรักษ์ จันตะนี. (2550). เศรษฐศาสตร์ทั่วไป. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อรุณ วิสุททิพัฒน์สกุล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อกรรมธรรม์ประกันชีวิตผ่านธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- อัจฉราวรรณ งามญาณ. (2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามาเน. วารสารบริหารธุรกิจ, 34(131), 46 - 60.
- อุไรวรรณ แยมเนียม. (2537). การส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคาแหง.
- อุไรวรรณ หมัดอำดัม. (2554). ความรู้และพฤติกรรมเกี่ยวกับความปลอดภัยในการใช้ห้องปฏิบัติการของนักศึกษามหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2560. จาก http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid=103783&query=Array&s_mode=Array&date_field=date_create&date_start=2560&date_end=2561&limit_lang=&limited_lang_code=tha&order=&order_by=title&order_type=ASC&result_id=2&maxid=25.

เอกพล เสนียาภา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อเป็นพลังงานทางเลือกของผู้บริโภคในเขตอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname: Sitisak Ninkamhang
Highest Education: Master Degree
University or Agency: Prince of Songkla University (Suratthani Campus)
Field of Expertise: Business Administration Program
Address: 188/11 Moo.2 Makam Tia, Muang, Suratthani
E-mail: sittisak.nbd@gmail.com



Name and Surname: Assistant Professor Dr. Nongyao Mueangdee
Highest Education: Ph.D. (Agro-industry Management)
University or Agency: Prince of Songkla University (Suratthani Campus)
Field of Expertise: Industrial Engineering
E-mail: nongyao_mueangdee@yahoo.com

