

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรถยนต์นั่งแบบประหยัดพลังงานตามมาตรฐานสากลอีโคคาร์ (Eco Car) ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในกรณีศึกษา ดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎี

##### ทฤษฎีทัศนคติ (Attitudes)

สุชีรา ภัทรายุทธวรรณ (2545: 143) ได้ให้คำจำกัดความทัศนคติ ดังนี้

1. ความรู้สึก ความเชื่อมั่น ความลำเอียง หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลที่ได้รับมา
2. ความโน้มเอียงที่มีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางบวกหรือ ทางลบ ทางใดทางหนึ่งต่อสภาพแวดล้อมที่จะมาถึง
3. ทัศนคติ โดยตรงแล้วไม่สามารถสังเกตเห็นได้ แต่อนุมานได้จากพฤติกรรม

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) ได้ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงของการเรียนรู้เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นความคิดเห็นที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และเป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาโต้ตอบในทางบวกหรือทางลบ ต่อบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ภายนอก

**องค์ประกอบของทัศนคติ** (สุชา จันท์แอม, 2544 : 271) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. Cognition Component เป็นองค์ประกอบเกี่ยวกับ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หากบุคคลมีความรู้หรือความเชื่อว่าสิ่งใด ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามหากมีความรู้มาก่อนว่า สิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. Feeling Component เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีอารมณ์เกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย นั่นคือ หากบุคคลมีความรู้สึกรักหรือชอบพอใจบุคคลใดหรือสิ่งใด ก็จะช่วยให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อบุคคลนั้นไปด้วย แต่ถ้าหากมีความรู้สึกเกลียดหรือโกรธบุคคลใดสิ่งใด ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคลนั้นหรือสิ่งนั้น

3. Action Tendency Component เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคล คือความโน้มเอียงที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมตอบโต้บางอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา พฤติกรรมที่แสดงออกมานั้น เกิดจากความรู้และความรู้สึกที่เขามีอยู่เกี่ยวกับวัตถุ เหตุการณ์ หรือบุคคลนั้น ๆ นั่นเอง

**ทฤษฎีการวัดทัศนคติ (Theory of Attitude Measurement)** ในทางจิตวิทยา การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของคน เพราะการรู้ทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ว่าเป็นไปในทิศทางใด มีความเข้มมากน้อยแค่ไหน ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถคาดการณ์ ทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นของบุคคลนั้น ๆ ได้ และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้น ได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

สุชีรา ภัทรายุทธวรรณ์ (2545) ได้กล่าวถึงวิธีวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. Observation การสังเกตเป็นวิธีการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แล้วนำข้อมูลที่สังเกตนั้น ไปอนุมานว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติอย่างไร

2. Self-report เป็นวิธีการศึกษาทัศนคติของบุคคล โดยให้บุคคลเหล่านั้นเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมา โดยให้รายงานออกมาในลักษณะ รู้สึกชอบ-ไม่ชอบ เห็นว่าดี-ไม่ดี ซึ่งสิ่งที่แสดงออกมานี้จะกำหนดเป็นค่าคะแนนทัศนคติได้ เช่นวิธีการศึกษาของ Thurstone, Likert, Osgood, Guttman, Fishbein เป็นต้น

จำรอง เงินดี (2545) กล่าวว่า วิธีวัดทัศนคติที่นิยมใช้ คือ การใช้สเกลวัดทัศนคติ ซึ่งมีนักจิตวิทยากำหนดสเกลวัดทัศนคติออกมาเป็นตัวเลขเรียงตามลำดับ อันเป็นตัวชี้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติจากแบบทดสอบและแบบวัดทัศนคติของแต่ละบุคคล ส่วนใหญ่สเกลวัดทัศนคติที่มีผู้นิยมใช้กันมาก ได้แก่

1. สเกลวัดแบบของเทอร์สโตน (The Thurstone Scale) สเกลวัดแบบนี้ เป็นแบบแรกสุด และเป็นที่ยอมรับที่สุด แบบวัดนี้คิดโดย L.L. Thurstone วิธีวัดทำโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือกข้อความที่ชัดเจนเข้าใจง่าย และสอบถามได้ตรงกับเรื่องที่ต้องการจะศึกษา กำหนดเป็นสเกล หรือน้ำหนัก ของแต่ละข้อความนั้นไว้ ในการตอบแบบสอบถามนี้ ผู้ตอบจะตอบโดยการตรวจคำตอบบนสเกลที่กำหนดมาให้ ซึ่งผู้ตรวจสอบทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาจจะหาค่าเฉลี่ยจากค่าสเกลในแบบสอบถามที่ผู้ตอบมา หรือใช้วิธีคัดเลือกหาคะแนนมัธยฐานจากแต่ละบุคคล ผลที่ได้จะบ่งชี้ได้ว่าทัศนคติของผู้ตอบนั้นไปในทิศทางใด

2. สเกลวัดแบบของ ลิเคิร์ท (The Likert Scale) เป็นสเกลวัดทัศนคติที่คิดขึ้นโดย R. Likert โดยลักษณะของสเกลนี้จะมีข้องเกี่ยวกับหัวข้อที่เลือกจะศึกษา โดยรวบรวมข้อความที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่องที่จะศึกษาโดยข้อความนั้นจะมีลักษณะเป็นข้อความในทางบวก หรือข้อความในทางลบ แต่จะไม่มีข้อความที่เป็นกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามตามสเกลแบบ ลิเคิร์ท ถูกแนะนำให้ชี้ว่าเขารู้สึกอย่างไรในแต่ละข้อความนั้น ๆ แล้วระบุความรู้สึกนั้น ลงในระดับต่าง ๆ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ยังไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งกำหนดการให้คะแนนโดยให้คะแนนระดับ 5 4 3 2 1 สำหรับข้อความทางบวก และ คะแนนระดับ 1 2 3 4 5 สำหรับข้อความในทางลบ (เรียก Arbitrary weighting method) กล่าวได้ว่า วิธีการของลิเคิร์ท เป็นวิธีที่รวดเร็วกว่า เชื่อถือได้มากกว่า และมีความเที่ยงตรงในการวัดกว่า วิธีการของเซอร์สโตน และสามารถใช้เป็นแบบทดสอบมาตรฐานได้กับคนหลายกลุ่ม

**แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค** ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

นัตยาพร เสมอใจ (2550 : 18) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือ กระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลในการประเมิน การจัดหา การใช้ และการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546 : 31-41) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจในการซื้อให้แก่ผู้ซื้อมากที่สุด สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการอาจเป็นเพราะ มีสิ่งจูงใจบางประการที่สอดคล้องกับทัศนคติของผู้บริโภค

ดังนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภค สรุปได้ว่า หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรม การตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินการใช้สินค้าและบริการของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ที่สามารถสร้างความพึงพอใจ ตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับทัศนคติของตน

#### **แนวคิดในการประหยัดพลังงานและลดโลกร้อน**

ในช่วงต้นเดือนมิถุนายน 2550 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการนโยบายส่งเสริมรถยนต์ประหยัดพลังงานมาตรฐานสากล (Eco Car : อีโคคาร์) ซึ่งมีมาตรฐานในการประหยัดพลังงานการควบคุมมลพิษและความปลอดภัยด้านการชน โดยผู้ประกอบการจะได้รับสิทธิ

ประโยชน์ตามเงื่อนไขที่สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) กำหนด ในภาวะที่ราคาน้ำมันมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจนอาจอยู่ในภาวะวิกฤต เป็นแรงกระตุ้นให้รถยนต์อีโคคาร์มีบทบาทสำคัญในระบบการคมนาคมขนส่งได้เป็นอย่างดี ซึ่งรถยนต์อีโคคาร์เป็นรถยนต์อนาคตที่ช่วยประหยัดพลังงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยระดับยูโร 4 ซึ่งสูงกว่ารถยนต์ที่ใช้กันเป็นส่วนใหญ่ในประเทศ ที่อยู่ในระดับ 3

### ปัญหาน้ำมันแพง

จากข้อพิพาทเหตุการณ์ความไม่สงบและความตึงเครียดทางการเมืองที่เกิดขึ้นในหลายประเทศโดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตน้ำมัน การบุกสังหาร โอซามา บินลาเดนในปากีสถานโดยคำสั่งของผู้นำสหรัฐ อาจเป็นสาเหตุให้กลุ่มอัลไคด้าทำการก่อการร้ายเพิ่มขึ้น (หนังสือพิมพ์มติชน แก์แค้นแทนบิลลาเดน วิกฤตน้ำมันแพง, 2554 : online) และการเกิดภัยธรรมชาติทั้งอุทกภัยและวาตภัยในแหล่งผลิตน้ำมันที่สำคัญ ทำให้ปริมาณการผลิตลดต่ำกว่าเป้าหมาย และประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำมัน ขณะที่ความต้องการใช้น้ำมันในหลายประเทศได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นเพื่อช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศและลดการใช้น้ำมันในประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมจึงเสนอโครงการอีโคคาร์ ต่อคณะรัฐมนตรีได้มีการประชุมกันอีกหลายครั้งเพื่อพิจารณากำหนดเงื่อนไขคุณสมบัติต่างๆและสามารถตกลงในหลักการขั้นต้น

สำหรับการกำหนดเงื่อนไขและคุณสมบัติของรถยนต์อีโคคาร์ มีดังนี้

1. เป็นรถยนต์นั่งขนาดเล็ก ที่มีเครื่องยนต์เบนซินขนาดไม่เกิน 1300 ซีซี (เครื่องยนต์ดีเซลขนาดไม่เกิน 1,400 ซีซี) โดยมีอัตราการใช้น้ำมันไม่เกิน 5.0 ลิตรต่อ 100 กิโลเมตร หรือเฉลี่ย 20 กิโลเมตรต่อลิตร
2. มีมาตรฐานมลพิษในระดับยูโร 4 ตามรายละเอียดที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดโดยมีปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกจากท่อไอเสียได้ไม่เกิน 120 กรัมต่อกิโลเมตร
3. มีมาตรฐานความปลอดภัยในการชนตามข้อกำหนดของคณะกรรมการเศรษฐกิจแห่งองค์การสหประชาชาติสำหรับภาคพื้นยุโรป (United Nations Economic Commission for Europe UNECE)

### ลภาวะโลกร้อน

ภาวะโลกร้อน (Global warming) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมในการผลิตภาคอุตสาหกรรมทั้งการใช้ไฟฟ้า การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงในภาคการคมนาคมขนส่ง ทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gases) มากเกินสมดุลธรรมชาติ ซึ่งก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญมี 6 ชนิด ได้แก่ ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์, ก๊าซมีเทน, ก๊าซไนตรัสออกไซด์, ก๊าซไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน, ก๊าซเปอร์ฟลูออโรคาร์บอน และก๊าซซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ โดยเฉพาะก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมและยานยนต์ ก๊าซเหล่านี้จะเป็นตัวสกัดกั้นความร้อนที่สะท้อนออกจากผิวโลกสู่ชั้นบรรยากาศโลก ไม่สามารถระบายความร้อนออกไปได้ ความร้อนจึงถูกกักเก็บไว้และอุณหภูมิพื้นผิวโลกสะสมเพิ่มขึ้นเป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติหลายแห่งทั่วโลก ทั้งอุทกภัย ภัยแล้ง แผ่นดินไหวและอื่นๆ ทำให้สูญเสียชีวิตและทรัพย์สินจำนวนมาก ดังนั้น รถยนต์อีโคคาร์ซึ่งมีมาตรฐานการกำจัดมลพิษที่ระดับมาตรฐานยูโร 4 ซึ่งเป็นระดับสูงที่เหนือกว่ารถยนต์นั่งขนาดเครื่องยนต์ 1400 – 1500 ซีซี จึงเป็นรถยนต์ประเภทหนึ่งที่เหมาะทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค โดยมาตรฐานยูโร 4 จะมีปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ปล่อยออกมาจากท่อไอเสียไม่เกิน 120 กรัมต่อกิโลเมตร โดยจำกัดปริมาณก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ไม่เกิน 1.0 กรัมต่อกิโลเมตร และก๊าซไฮโดรคาร์บอนไม่เกิน 0.10 กรัมต่อกิโลเมตร มาตรฐานดังกล่าวจะช่วยควบคุมมลพิษให้อยู่ในระดับต่ำและลดผลกระทบต่อภาวะโลกร้อนในระดับหนึ่ง (สารวิจัยธุรกิจ ธนาคารกรุงไทย อีโคคาร์ รถแห่งอนาคต, 2551 : ออนไลน์)

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คงศักดิ์ คำภีระวงศ์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ต่อการใช้ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานพาหนะ (เอ็นจีวี) ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้รถยนต์ที่สนใจ จะใช้สถานีบริการก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ที่ตั้งในอำเภอเมือง จังหวัด ลำปาง จำนวน 280 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 – 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของกิจการส่วนตัว มีรายได้ สูงกว่า 15,000 บาทต่อเดือนและส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง และผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการเติมน้ำมันมากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวนรถยนต์ที่ใช้ในปัจจุบันมีมากที่สุดคือ 1 คัน โดยประเภทน้ำมันที่ใช้คือดีเซล เหตุผลที่จะใช้ก๊าซธรรมชาติ (เอ็นจีวี) ในอนาคต คือ ต้องการช่วยประเทศชาติ ส่วนปัจจัยด้านอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยส่วนประสมการคาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ต้องการช่วยประเทศชาติ เพราะสามารถผลิตได้ภายในประเทศ ราคาต่ำ รองลงมาคือ

อยากลองใช้เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ญาติ คนที่รู้จัก ช่าง หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเครื่องยนต์

**นายฉัพพัญญ กาญจนะ และคณะ (2550)** ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติของคนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรถยนต์ซิตี้ คาร์ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มนักเรียน นักศึกษา วิทยากรทั้งหมดที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามจะใช้รถยนต์ City Car กลุ่มเป้าหมายหลักส่วนใหญ่ จะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อค่อนข้างต่ำ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวนสมาชิกครอบครัว 3-4 คน ส่วนใหญ่พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าค่อนข้างรวดเร็ว เพราะถือว่ายังไม่มีภาระในการรับผิดชอบครอบครัว ส่วนใหญ่จะรับผิดชอบแต่ค่าใช้จ่ายของตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะให้เหตุผลการเลือกใช้รถยนต์ City Car คือ เรื่องของความประหยัด และความคุ้มค่า สำหรับปัจจัยด้านราคาของตัวรถเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมาย เพราะส่วนใหญ่จะเป็นนักศึกษา และกลุ่มคนที่เพิ่งจะเรียนจบ เริ่มต้นทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มากนัก

**ภูมิเฒ่า สำราญคง (2550)** ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อการใช้ก๊าซแอลพีจี การศึกษาครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้ก๊าซแอลพีจีเป็นเชื้อเพลิงและจดทะเบียนใช้ก๊าซแอลพีจีกับกรมการขนส่งทางบก จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 350 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 42-49 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ย 10,000-20,000 บาทต่อเดือน รถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ติดตั้งระบบก๊าซแอลพีจี คือ เก๋งตอนเดียว เก๋งสองตอน เก๋งสองตอนแวน กระบะสี่ประตู (รย.1) ขนาดเครื่องยนต์ 1,600 ซีซี โดยใช้น้ำมันเบนซิน 91 ร่วมกับก๊าซแอลพีจี โดยมีอายุการใช้งานของรถยนต์ที่นำมาติดตั้งระบบก๊าซแอลพีจีมากกว่า 10 ปี มีระยะเวลาการใช้ก๊าซแอลพีจีมาแล้ว 6 เดือน-1 ปี

ด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ก๊าซแอลพีจี ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับก๊าซแอลพีจีจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก และมีความรู้ความเข้าใจระดับ “มากที่สุด” ในประเด็น เมื่อติดตั้งระบบก๊าซแอลพีจีแล้ว ต้องแจ้งจดทะเบียนใช้ก๊าซแอลพีจีกับกรมการขนส่งจังหวัด

ด้านความคิดเห็นมีความคิดเห็นในระดับ “เห็นด้วยมาก” เกี่ยวกับการใช้ก๊าซแอลพีจี และ “เห็นด้วยมากที่สุด” กับปัจจัยด้านราคา คือ การใช้ก๊าซแอลพีจีเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการเติมเชื้อเพลิง ในด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์ และประสิทธิภาพของการเผาไหม้เชื้อเพลิง มีความคิดเห็นว่า “ไม่แตกต่างกัน” ในด้านความรู้สึกปลอดภัย มีความคิดเห็นมาก่อนติดตั้ง “ปลอดภัย”

มากกว่า” ส่วนในด้านการประหยัดพลังงานเชื้อเพลิง มีความคิดเห็นว่าหลังติดตั้ง “ประหยัดมากกว่า” โดยภาพรวมส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับการใช้ก๊าซแอลพีจี

ด้านพฤติกรรมและแนวโน้มการแสดงออกพบว่าจะใช้ก๊าซแอลพีจีต่อไป และจะแนะนำให้ผู้อื่นติดตั้งระบบก๊าซแอลพีจี แต่ยังมีทัศนคติเชิงลบในเรื่อง ความรู้สึกปลอดภัยหลังการติดตั้งระบบก๊าซแอลพีจี

**บรรจง สมฤทธิ์ (2550)** ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 – 31 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ใช้รถยนต์เก๋งสองตอน ขนาดเครื่องยนต์ไม่เกิน 1,500 ซีซี อายุการใช้งานของรถยนต์มากกว่า 3 ปี – ไม่เกิน 6 ปี เติมน้ำมันวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ช่วงเวลาเติมไม่แน่นอนเติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ 2 – 5 ครั้งต่อเดือน เติมครั้งละ 501 – 1,000 บาท ชำระค่าน้ำมันเป็นเงินสด เติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันปตท. บ่อยที่สุด

ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า มีความรู้ความเข้าใจต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในทุกหัวข้อ โดยมีความรู้ความเข้าใจมากที่สุดว่า รัฐสนับสนุนให้ประชาชนหันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ส่วนหัวข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้และเข้าใจน้อยที่สุดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่แนะนำให้ใช้กับรถยนต์ทุกรุ่นที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบคาร์บูเรเตอร์

ทัศนคติด้านความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ในระดับปานกลางในทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการจัดทำคู่มือหรือเอกสารให้ความรู้เกี่ยวกับการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ รวมถึงการอบรมพนักงานให้สามารถให้ข้อมูลกับลูกค้าได้ ด้านผลิตภัณฑ์ ในหัวข้อ การใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ช่วยลดการขาดดุลทางการค้า และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในหัวข้อสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต้องมีบริการอื่นให้บริการด้วย เช่น บริการล้างอัดฉีด เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ห้องน้ำสะอาด เป็นต้น

ทัศนคติด้านพฤติกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอล์และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมันเบนซิน มีแนวโน้มที่จะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อไป ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบัน มีแนวโน้มที่จะเติมในอนาคต และจะแนะนำให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ด้านปัญหาและอุปสรรคมีความเห็นต่อปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด