

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ทักษะของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ และปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคจากการใช้แก๊สโซฮอล์ ประชากรที่ศึกษาได้แก่ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและเป็นผู้ที่ใช้แก๊สโซฮอล์ ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 350 คน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วน ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31 - 40 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,000 บาท ใช้รถยนต์ที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น ขนาดเครื่องยนต์ 1,501 - 1,800 ซีซี อายุการใช้งานของรถยนต์ ไม่เกิน 3 ปี

ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อแก๊สโซฮอล์

2.1 ด้านความรู้ความเข้าใจ

2.1.1 ด้านความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อผลิตภัณฑ์ระดับมาก โดยส่วนใหญ่รู้และเข้าใจว่า แก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้ สามารถใช้กับรถยนต์ได้ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ และแก๊สโซฮอล์สามารถผลิตได้ในประเทศไทย โดยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาและรายได้ มีความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้มากที่สุด โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.ทุกคนมีความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้ และแก๊สโซฮอล์สามารถผลิตได้ในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 100.0 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาทต่อเดือน มีความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ใช้แทนน้ำมันเบนซินได้ คิดเป็นร้อยละ 100.0 เช่นกัน สำหรับเรื่อง que ผู้ตอบแบบสอบถามรู้และเข้าใจน้อยที่สุดเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ แก๊สโซฮอล์ใช้ได้กับรถยนต์ระบบหัวฉีดทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี

1995 จนถึงปัจจุบัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 42.9 และตามระดับรายได้ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท มีความรู้เรื่องแอลกอฮอล์ที่ใช้ผลิตแก๊สโซฮอล์มาจากพืช คิดเป็นร้อยละ 60.0

2.2 ด้านความรู้ความเข้าใจต่อราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อราคา ระดับมาก โดยส่วนใหญ่รู้และเข้าใจว่า แก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.50 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษาและรายได้มีความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.50 บาท โดยผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 94.1 ส่วนผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 35,000 บาท มีความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.50 บาท คิดเป็นร้อยละ 93.9 สำหรับเรื่องของผู้ตอบแบบสอบถามรู้และเข้าใจน้อยที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ แก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ประมาณ 1.80 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 54.1 ส่วนผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท แก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ประมาณ 1.80 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.5

2.3 ด้านความรู้ความเข้าใจต่อช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อช่องทางการจัดจำหน่ายระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่รู้และเข้าใจว่า มีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ทั้งในกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด และรู้ว่าสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ปตท. บางจาก เซลล์ เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช.ทุกคน มีความรู้เรื่องสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ปตท. คิดเป็นร้อยละ 100.0 นอกจากนี้ผู้ที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. และ อนุปริญญา/ปวส. ทุกคนมีความรู้เรื่องสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ บางจาก คิดเป็นร้อยละ 100.0 เช่นกัน ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาททุกคน มีความรู้เรื่องสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ปตท. คิดเป็นร้อยละ 100.0 ขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาททุกคน มีความรู้เรื่องสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ บางจาก คิดเป็นร้อยละ 100.0 สำหรับเรื่องของผู้ตอบแบบสอบถามรู้และเข้าใจน้อยที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ สถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ชัสโก โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., อนุปริญญา/ปวส. และปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 0.0 และผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีความรู้เรื่องสถานีบริการที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ชัสโก คิดเป็นร้อยละ 0.0

2.4 ด้านความรู้ความเข้าใจต่อการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจต่อการส่งเสริมการตลาดระดับมาก โดยส่วนใหญ่รู้และเข้าใจว่า มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล และภาคเอกชน โดยมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา และวิทยุ เป็นต้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. มีความรู้เรื่องมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล และมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่อโทรทัศน์ ผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส.ทุกคน มีความรู้เรื่องมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่มีรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท มีความรู้เรื่องมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 100.0 และผู้ที่มีรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท มีความรู้เรื่องมีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่อโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 100.0 สำหรับเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้และเข้าใจน้อยที่สุด เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา คือ มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่ออื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์ โดยผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., อนุปริญญา/ปวส. และปริญญาโทหรือสูงกว่า คิดเป็นร้อยละ 0.0 และผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนที่มีรายได้ไม่ เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีความเข้าใจว่ามีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่ออื่นๆ ได้แก่ เว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 0.0 เช่นกัน

2.2 ด้านความคิดเห็น

2.2.1 ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าแก๊สโซฮอลล์สามารถใช้น้ำมันเบนซินได้จริง สูงสุด รองลงมา คือ การใช้แก๊สโซฮอลล์เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในการยกระดับราคาพืชผล การใช้แก๊สโซฮอลล์ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ ทำให้เศรษฐกิจเข้มแข็งขึ้น การใช้แก๊สโซฮอลล์ช่วยลดมลพิษทางอากาศ เพราะเครื่องยนต์เผาไหม้ดีขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความกังวลหากต้องใช้แก๊สโซฮอลล์ (เมื่อรัฐบาลยกเลิกการขายน้ำมันเบนซิน 95) การใช้แก๊สโซฮอลล์ประหยัดเงินได้มากกว่าเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง แก๊สโซฮอลล์ไม่มีผลต่อกำลังหรืออัตราเร่งของเครื่องยนต์ อัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงของแก๊สโซฮอลล์สูงกว่าน้ำมันเบนซิน และแก๊สโซฮอลล์มีผลเสียต่อเครื่องยนต์ ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., อนุปริญญา/ปวส. และปริญญาตรี มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องแก๊สโซฮอลล์สามารถใช้น้ำมันเบนซิน

ได้จริง คิดเป็นร้อยละ 41.2, 21.4 และ 31.9 ตามลำดับ ผู้ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/ปวส. และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการใช้แก๊สโซฮอล์เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในการยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 21.4 และ 33.0 ผู้ที่มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องแก๊สโซฮอล์สามารถใช้น้ำมันเบนซินได้จริง คิดเป็นร้อยละ 22.2, 32.5, 32.4 และ 32.1 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 25,001-30,000 บาท มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการใช้แก๊สโซฮอล์ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 43.6 และ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการใช้แก๊สโซฮอล์เป็นการช่วยเหลือเกษตรกรในการยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 30.3

2.2.2 ความคิดเห็นด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านราคาในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าแก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.50 บาท เหมาะสมแล้ว และแก๊สโซฮอล์ 91 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.80 บาท เหมาะสมแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องแก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 1.50 บาท เหมาะสมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 14.3, 9.5 และ 9.5 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้ มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องแก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 1.50 บาท เหมาะสมแล้ว คิดเป็นร้อยละ 8.3, 7.5, 11.8, 18.2, 1.9 และ 5.3 ตามลำดับ

2.2.3 ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอกับความ ต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความคิดเห็นระดับด้วยมากที่สุดในเรื่องสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอกับความ ต้องการ คิดเป็นร้อยละ 7.1, 23.3 และ 15.6 ตามลำดับ

2.2.4 ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่อง มีความชัดเจนและเข้าใจง่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช., ปริญญาตรี และปริญญาโทหรือสูงกว่า มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการ

ประชาสัมพันธุ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 11.8, 16.2 และ 12.8 ตามลำดับ ผู้ที่มีระดับการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการประชาสัมพันธุ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 7.1 ผู้มีรายได้ ไม่เกิน 15,000 บาท, 15,001-20,000 บาท, 20,001-25,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และ 30,001-35,000 บาท มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการประชาสัมพันธุ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์ชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นร้อยละ 6.7, 2.5, 14.7, 25.5 และ 7.5 ตามลำดับ ผู้ที่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท, 25,001-30,000 บาท และมากกว่า 35,000 บาท มีความคิดเห็นระดับมากที่สุดในเรื่องการประชาสัมพันธุ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 2.5, 25.5 และ 17.4 ตามลำดับ

2.3 ด้านพฤติกรรม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แก๊สโซฮอล์ 95 เพียงอย่างเดียว โดยมักเติมน้ำมันในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) ช่วงเวลา 17.01 – 20.00 น. โดยเฉลี่ยเติมน้ำมัน ไม่เกิน 4 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายน้ำมัน มากกว่า 4,000 บาทต่อเดือน ชำระค่าน้ำมันด้วยบัตรเครดิต ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สำหรับผู้ที่ใช้น้ำมันเบนซินสลับกับแก๊สโซฮอล์ ส่วนใหญ่เติมแก๊สโซฮอล์ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายแก๊สโซฮอล์ 1,001 – 1,500 บาทต่อเดือน ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้แก๊สโซฮอล์ต่อไป แต่ไม่แน่ใจในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์

2.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดอื่นๆ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ รายละเอียดดังนี้

2.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ช่วยรักษาสีเงาผิว ลดมลพิษทางอากาศ รongลงมาคือ ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตร คุณภาพที่ได้มาตรฐานของแก๊สโซฮอล์ ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ และประหยัดเงินมากกว่าการใช้น้ำมันเบนซิน

2.4.2 ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน รองลงมาคือ ความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับ อัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง

2.4.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนสถานีบริการมีมากและหาง่าย รองลงมาคือ จำนวนหัวจ่ายเพียงพอและไม่ต้องรอนาน และความสะอาดภายในสถานีบริการ

2.4.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการส่งเสริมการขายที่ต่อเนื่อง ได้รับคำแนะนำจากคนรู้จัก และมีการส่งเสริมการขายที่ดี น่าสนใจ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคจากการใช้แก๊สโซฮอล์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัญหาและอุปสรรคจากการใช้แก๊สโซฮอล์ในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานีบริการแก๊สโซฮอล์มีไม่เพียงพอและไม่ทั่วถึง จำนวนหัวจ่ายมีน้อย ต้องรอนาน ราคาไม่น่าสนใจ (ส่วนต่างระหว่างราคาของน้ำมันเบนซินกับแก๊สโซฮอล์ไม่มาก) การส่งเสริมการขายไม่ต่อเนื่อง การโฆษณาไม่น่าสนใจ ไม่จูงใจ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ไม่ต่อเนื่อง แก๊สโซฮอล์ขาดตลาด และเครื่องยนต์ขัดข้องหลังจากเปลี่ยนมาใช้แก๊สโซฮอล์ ตามลำดับ

อภิปรายผล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ ใช้ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติและแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) ประกอบด้วย ความรู้ความเข้าใจ หรือ สติปัญญา
ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก และความโน้มเอียงของพฤติกรรม

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญของทัศนคติ พบว่า

1.1 องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ หรือ สติปัญญา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

1.2 องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือความรู้สึก

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด คือ สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอกับความต้องการ รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แก๊สโซฮอล์สามารถใช้น้ำมันเบนซินได้จริง ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอล์มีอย่างต่อเนื่อง และด้านราคา ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 1.50 บาท เหมาะสมแล้ว ซึ่งต่างจากผลการศึกษาของ วีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับน้อย โดยด้านราคามีความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ราคาขาย รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมันไม่มีกลิ่นเหม็น/ควันดำ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ระยะเวลาที่ใช้ในการรอเติมน้ำมัน และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้บริการของพนักงานประจำสถานี

1.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้บริการสถานีบริการ ปตท. และไม่แน่ใจในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พรเพ็ญเลิศทัศนวงศ์ (2546) เรื่องทัศนคติที่มีต่อพลังงานทดแทน (เอทานอล) เป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการเติมพลังงานทดแทน (เอทานอล) กับสถานีบริการ ปตท. และไม่แน่ใจในการแนะนำพลังงานทดแทน (เอทานอล) เป็นเชื้อเพลิงรถยนต์ไปยังบุคคลอื่นที่รู้จัก

2. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์
ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์รายละเอียดของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ พบว่า

2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ลดมลพิษทางอากาศ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพของน้ำมันไบโอดีเซล เป็นอันดับแรก และจากผลการศึกษาของ ระพีณพงษ์ ชัยสุข (2542) เรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับยี่ห้อของสินค้าเป็นอันดับแรก

2.2 ปัจจัยด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ ราคาของแก๊สโซฮอล์ที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาน้ำมันไบโอดีเซลที่ถูกกว่าราคาน้ำมันดีเซลธรรมดาเป็นอันดับแรก เช่นเดียวกับผลการศึกษาของ ระพีณพงษ์ ชัยสุข (2542) เรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับราคาที่ต่ำกว่าของน้ำมันแต่ละยี่ห้อเป็นอันดับแรก

2.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ จำนวนสถานีบริการมีมาก หาง่าย ซึ่งแตกต่างจากผลการศึกษาของ ชีระชัย วาสนาสมสกุล

(2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการมีอยู่ซ่อมรถ ปะยาง ล้างรถตั้งอยู่ในสถานีสถานีบริการเป็นอันดับแรก และผลการศึกษาของ ระพีณพงษ์ ชัยสุข (2542) เรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งของสถานีสถานีบริการน้ำมันคือควรอยู่ติดถนนใหญ่ เข้า-ออกได้สะดวก โดยควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงาน ต่ำกว่า 5 กิโลเมตร และเป็นสถานที่ที่มีพนักงานบริการสุภาพและรวดเร็วเป็นอันดับแรก

2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรก คือ มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) เรื่องทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การแจกของแถม คุปอง เป็นอันดับแรก และแตกต่างจากผลการศึกษาของ ระพีณพงษ์ ชัยสุข (2542) เรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การส่งเสริมการขายไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ มีดังต่อไปนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้ว่าสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์มีเพียง 3 สถานี คือ ปตท., บางจาก และเชลล์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้แก๊สโซฮอล์ 95 โดยเติมน้ำมันในวันธรรมดา (วันจันทร์-วันศุกร์) มากกว่าวันหยุด (วันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) ในช่วงเวลา 17.01-20.00 น. และส่วนใหญ่ชำระค่าน้ำมันด้วยบัตรเครดิต ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันเบนซินสลับกับแก๊สโซฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 36.9 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่จะไม่ใช้แก๊สโซฮอล์ต่อไป มีเหตุผลมากที่สุดคือไม่แน่ใจเกี่ยวกับการสึกหรอของเครื่องยนต์ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่อง ทักษะคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังคงต้องการใช้แก๊สโซฮอล์ต่อไป แต่ความมั่นใจในการแนะนำให้ผู้อื่นใช้แก๊สโซฮอล์อยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงควรสร้างความเชื่อมั่นในแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น โดยควรมีการศึกษาผลการใช้งานกับเครื่องยนต์อย่างจริงจังว่ามีผลกระทบต่ออย่างไรกับเครื่องยนต์ และเผยแพร่ข้อมูลโดยผ่านทางสื่อต่างๆ ที่ประชาชนเข้าใจได้ง่าย เมื่อผู้ใช้เกิดความมั่นใจต่อผลิตภัณฑ์ ก็จะมี ความมั่นใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้มากขึ้น เพราะการแนะนำแบบปากต่อปาก เป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ใช้ต้นทุนต่ำ และยั่งยืนที่สุด ปัจจุบันผู้บริโภคประสบปัญหาแก๊สโซฮอล์ขาดตลาด ดังนั้นรัฐบาลและผู้เกี่ยวข้องควรวางแผนระยะยาวในการรองรับความต้องการที่จะเพิ่มขึ้นด้วย เพื่อให้ไม่ต้องประสบปัญหาขาดแคลนและต้องนำเข้าแอลกอฮอล์จากต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ราคาของแก๊สโซฮอล์สูงขึ้นหรืออาจไม่แตกต่างจากน้ำมันเบนซิน

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาเป็นอันดับแรก ประกอบกับปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ต่อราคาของแก๊สโซฮอล์ที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซิน ดังนั้นการกำหนดให้ส่วนต่างราคาแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินมากกว่าในปัจจุบัน ก็ย่อมจะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานมากขึ้น และย่อมเป็นปัจจัยที่จะทำให้มีผู้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์มากขึ้นเช่นกัน

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด เรื่องสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอกับความต้องการ ดังนั้นการเพิ่มจำนวนสถานีบริการและห่วย่ายให้มากขึ้นก็ย่อมตอบสนองความต้องการและสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภคได้เช่นกัน ปัจจุบันมีผู้ใช้แก๊สโซฮอล์ 91 จำนวนหนึ่ง แต่ยังไม่เป็นที่แพร่หลาย เนื่องจากมีสถานีที่ให้บริการแก๊สโซฮอล์ 91 เพียงสถานีเดียว คือ บางจาก ดังนั้นหากมีการให้บริการแก๊สโซฮอล์ 91 ในสถานีบริการอื่นๆ ก็ย่อมจะทำให้การใช้แก๊สโซฮอล์ 91 แพร่หลายมากขึ้นและเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และควรเพิ่มสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไปยังปริมณฑลและต่างจังหวัดให้มากขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนไม่แน่ใจในคุณภาพและผลต่อเครื่องยนต์ในระยะยาว ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชนให้ความรู้และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช่มากขึ้น โดยอาจให้บุคคลที่เป็นที่รู้จักเป็นผู้แนะนำหรือรณรงค์ให้ใช้แก๊สโซฮอล์ และควรจัดรายการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นและต่อเนื่อง เช่น แจกของแถม แจกแผ่นการ์ดขอบคุณ เพื่อแสดงถึงความเอาใจใส่ต่อผู้ซื้อ เพราะต้นทุนในการรักษาลูกค้าเก่าต่ำกว่าการสร้างลูกค้าใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved