

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.2 และเพศชาย ร้อยละ 49.8 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 41.8 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.0 เป็นพนักงานบริษัท มากที่สุด ร้อยละ 42.0 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 37.3 รองลงมา 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 27.8 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 22.0 ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ผลิตขึ้นในปี ค.ศ. 2003 – 2008 ร้อยละ 45.8 รองลงมา ช่วงปี ค.ศ. 1997-2002 ร้อยละ 40.4 วัตถุประสงค์หลักใช้เพื่อไปทำงาน ร้อยละ 67.5 รองลงมา ระยะเวลาที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล เฉลี่ยต่อวันประมาณ 11-30 กิโลเมตร ร้อยละ 46.8 โดยเติมน้ำมันประมาณ 4-5 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 51.0 รองลงมา 1-3 ครั้ง ร้อยละ 22.5 จ่ายเงินค่าน้ำมันเชื้อเพลิงครั้งละ 301- 500 บาท ร้อยละ 30.3 รองลงมา 1,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 20.5 เป็นการจ่ายโดยใช้เงินสด ร้อยละ 84.0

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวม ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์นี้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และให้ความสำคัญในระดับมาก คือ แก๊สโซฮอล์ E10 และ ไบโอดีเซล B5 สามารถใช้กับรถยนต์ได้

ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.25) แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ เช่น การสึกหรอของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ไม่ส่งผลต่ออัตราการเร่งของเครื่องยนต์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดมลพิษทางอากาศได้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีประสิทธิภาพดีเมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซินและดีเซล (ค่าเฉลี่ย 3.95) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E10 และ ไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมาได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีราคาที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินและดีเซล (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ ราคาแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความเหมาะสมแล้ว (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.58 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายนี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.95) สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีหัวจ่ายเพียงพอไม่ต้องรอนาน (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ จำนวนของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีมากและหาเติมได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.60) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.49 ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีการประชาสัมพันธ์ให้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย 3.80) และ มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.75) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ได้รับคำแนะนำจากคนใกล้ชิด / คนรู้จักให้ใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 (ค่าเฉลี่ย 3.25) สถานีบริการมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดี / น่าสนใจ (เช่น ชิง

โชค, แลกของรางวัล เป็นต้น) (ค่าเฉลี่ย 3.15) และมีการส่งเสริมการขายจากบริษัทผู้ผลิตแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 (ค่าเฉลี่ย 3.00) ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเมื่อจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 สามารถใช้กับรถยนต์ของท่านได้ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ และแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ เช่น การสึกหรอของเครื่องยนต์

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทั้งเพศชาย และเพศหญิงให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 21-30 ปี และช่วงอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 สามารถใช้กับรถยนต์ของท่านได้ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็น นักศึกษา และข้าราชการ ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่สามารถใช้กับรถยนต์ได้ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท และอื่น ๆ ได้แก่ แม่บ้าน ตัวแทนประกันชีวิต ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่สามารถใช้กับรถยนต์ได้ทันทีโดยไม่ต้องดัดแปลงเครื่องยนต์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด และ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท

30,0001-40,000 บาท 40,0001-50,000 บาท และ 50,0001 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญได้แก่ แก๊สโซฮอล์ E10 และ ไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินและดีเซล และ ราคาแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความเหมาะสมแล้ว

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทั้งเพศชาย ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินและดีเซล ค่าเฉลี่ยสูงสุด และเพศหญิงให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุตั้งแต่ 21-30 ปี จนถึงช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ได้ให้ความสำคัญกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 เพราะมีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิมมี ค่าเฉลี่ยสูงสุด

และเมื่อจำแนกตามระดับการศึกษานั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาได้ ให้ความสำคัญกับ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามในทุกอาชีพได้ให้ความสำคัญกับ . แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม ค่าเฉลี่ยสูงสุด

และเมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในทุกระดับนั้น ให้ความสำคัญกับ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 เพราะมีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญได้แก่ สถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่าย สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีหัวจ่ายเพียงพอไม่ต้องรอนาน และ จำนวนของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีมากและหาเติมได้ง่าย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับสถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

และเมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ช่วงอายุ 31-40 ปี ช่วงอายุ 41-50 ปี ช่วงอายุ 51-60 ปี และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับสถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่ายค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษานั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามในระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา หรือ ปวส. ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี จะให้ความสำคัญกับสถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

และเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามในทุกอาชีพ ได้ให้ความสำคัญกับสถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่ายค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท 30,001-40,000 บาท 40,001-50,000 บาท และ 50,001 บาทขึ้นไป ได้ให้ความสำคัญกับ สถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จำหน่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท นั้นกลับให้ความสำคัญกับ สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีหัวจ่ายเพียงพอไม่ต้องรอนาน ค่าเฉลี่ยสูงสุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอันดับแรกได้แก่ ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่

ชัดเจนเข้าใจง่าย อีกทั้งมีการประชาสัมพันธ์ให้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 อย่างต่อเนื่อง และ มีการรณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยทั้งเพศชายและเพศหญิง ให้ความสำคัญกับภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ช่วงอายุ 21-30 ปี ช่วงอายุ 31-40 ปี ช่วงอายุ 41-50 ปี และช่วงอายุ 61 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษานั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับการศึกษาได้ให้ความสำคัญกับ ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่ายค่าเฉลี่ยสูงสุด

และเมื่อจำแนกตามอาชีพ จะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามในทุกอาชีพ ให้ความสำคัญกับ ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ ก็พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนั้นได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ในทุกระดับให้ความสำคัญกับ ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ค่าเฉลี่ยสูงสุด เช่นกัน

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการแก้ไขปัญหาของน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยหากในอนาคต แก๊สโซฮอล์ E85 จะเป็นพลังงานทางเลือกที่ ประชาชนให้ความสำคัญ และหันมาเลือกใช้กันมากขึ้น ร้อยละ 96.5 และภาครัฐควรผลักดันให้ประชาชนได้ใช้พลังงานทางเลือกที่หลากหลายมากกว่านี้ ร้อยละ

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยหากแก๊สโซฮอล์ E 85 จะช่วยประหยัดเงินได้มากกว่า แก๊สโซฮอล์ E 20 และ E 10 หลายเท่า ร้อยละ 94.5 และอยากให้รัฐบาลและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรีบทำการแก้ไขปัญหาด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกอย่างเร่งด่วน ร้อยละ 97.0

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าควรเพิ่มสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกให้เพียงพอต่อความต้องการ ร้อยละ 95.0 และภาครัฐควรทำน้ำมันเชื้อเพลิงชิงฟ้า ขึ้นในแต่ละภาคเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน ร้อยละ 93.5

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า บริษัทผู้ผลิตน้ำมันควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนหันมาใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกในภาวะวิกฤตด้านราคาน้ำมันแพง ร้อยละ 95.5 มีการจัดทำโฆษณาจากบริษัทผู้ผลิตน้ำมันเกี่ยวกับน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกเพื่อจูงใจให้คนหันมาใช้ ร้อยละ 92.0 และมีบริการส่ง SMS จากบริษัทผู้ผลิตน้ำมันถึงลูกค้าเพื่อแจ้งเรื่องการปรับขึ้นราคาน้ำมันในวันรุ่งขึ้น ร้อยละ 89.8

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประกอบการอภิปรายผล ซึ่งสามารถอภิปรายผลตามแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.58) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.49)

เมื่อเปรียบเทียบกับ วีระชัย วาสนาสมสกุล (2545) ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันไบโอดีเซลในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับแรกต่อการบริโภคน้ำมันไบโอดีเซลของผู้บริโภค คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดใน

เรื่องคุณภาพน้ำมันไบโอดีเซล รวมถึงด้านราคาด้วยเช่นกัน ส่วนด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบ จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ กับ ชีระชัย วาสนาสมสกุลนั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวม กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การศึกษาของชีระชัย วาสนาสมสกุล นั้น ได้มีการศึกษาดังแต่ปี 2545 ซึ่งช่วงเวลานั้นราคาน้ำมัน และการให้ความสนใจของประชาชนยังมีน้อย เมื่อเทียบกับการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ผลจากการศึกษาที่ได้ มีความแตกต่างกัน

เมื่อเปรียบเทียบกับ ปณิธาน โสมประภัสร์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์นั้น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจระดับมากที่สุด ในด้านต่าง ๆ ทั้ง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นตามปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางทุกปัจจัย อาจเป็นเพราะการศึกษาของปณิธาน โสมประภัสร์นั้น เป็นเรื่องของ ทัศนคติ ซึ่งเป็นเพียงมุมมองและความคิด แต่จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นผู้ที่ได้ใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกจริงๆ จึงทำให้ผลจากการศึกษานั้น ออกมามีความแตกต่างกัน ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น พบว่า มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของปณิธาน โสมประภัสร์ นั่นคือผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้ และให้ความสำคัญในระดับมาก กับ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 สามารถใช้กับรถยนต์ที่ใช้อยู่ได้ในทันทีโดยไม่ต้องตัดแปลงเครื่องยนต์ แก๊สโซฮอล์ E10และไบโอดีเซล B5 ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ เช่น การสึกหรอของเครื่องยนต์ และ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ไม่ส่งผลกระทบต่ออัตราการเร่งของเครื่องยนต์ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและลดมลพิษทางอากาศได้ แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีประสิทธิภาพดีเมื่อเทียบกับน้ำมันเบนซินและดีเซล ซึ่งมีความสอดคล้องกับ พิบูล ที่ปะปาล (2543) ที่ว่า ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งใด ๆ ที่สามารถนำเสนอขายให้แก่ตลาด เพื่อทำให้ความต้องการและความจำเป็นของผู้ซื้อได้รับการตอบสนองทำให้ได้รับความพอใจ และยังสอดคล้องกับ ศักดา เติญียรไชยกิจ (2547) ที่ได้

ทำการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล พบว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทำให้อัตราสิ้นเปลืองลดลง ทำให้ประหยัดน้ำมันนั่นเอง

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาในระดับมาก คือ แก๊สโซฮอล์ E10 และ ไบโอดีเซล B5 มีความคุ้มค่าหรือประหยัดเงินเมื่อเทียบกับอัตราสิ้นเปลืองเชื้อเพลิงแบบเดิม แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีราคาที่ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินและดีเซล และ ราคาแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีความเหมาะสมแล้วตามลำดับทำให้อดคล้องกับการศึกษาของ ปณิธาน โสมประภัสร์ (2549) ที่ทำการศึกษาศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์นั้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก คือ แก๊สโซฮอล์ 95 ราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และแก๊สโซฮอล์ 95 มีราคาเหมาะสมแล้ว และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดา เสถียรไชยกิจ (2547) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคล พบว่า เหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และมีของแถมเป็นน้ำดื่ม ซึ่งก็สอดคล้องกับ พิบูล ทิปะपाल (2543) ที่กล่าวไว้ว่า ในด้านปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคานั้น ต้องขึ้นกับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (marketing mix strategy) การตัดสินใจทางด้านราคา จำเป็นต้องนำองค์ประกอบอย่างอื่นเข้ามาด้วย ซึ่งได้แก่ ผลិតภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้เพื่อการจัดโปรแกรมการตลาดที่จะเป็นไปด้วยความเหมาะสมสอดคล้องกันทุกด้าน ดังนั้นในการกำหนดราคานักการตลาดจึงจำเป็นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้งหมดของส่วนประสมการตลาดพร้อม ๆ กัน เนื่องจากในภาวะปัจจุบันผลิตภัณฑ์แทบทุกชนิดในทุกอุตสาหกรรมมักจะมีคู่แข่งหลายรายเสมอ เมื่อผู้ซื้อจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดปกติผู้ซื้อจะทำการเปรียบเทียบราคา และคุณค่าของแต่ละบริษัทเพื่อนำมาเปรียบเทียบกัน และจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่กำหนดราคาและให้คุณค่าที่ดีกว่าเสมอ ดังนั้นในการกำหนดราคาจึงควรที่จะกำหนดราคาที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงราคาและคุณค่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งด้วย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยการจัดจำหน่ายในระดับมาก คือ สถานีบริการน้ำมันทุกแห่งมีแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5

จำหน่าย สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีหัวจ่ายเพียงพอไม่ต้องรอนาน และจำนวนของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 มีมากและหาเติมได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศักดา เสถียรไชยกิจ (2547) ที่ทำการศึกษารื่องพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อการเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ในรถยนต์นั่งส่วนบุคคลนั้น พบว่าผู้บริโภคจะเลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกครั้ง จากสถานีบริการน้ำมันที่เป็นทางผ่าน และมีหัวจ่ายน้ำมันเป็นจำนวนมาก แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ปณิธาน โสภประภัสร์ (2549) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์กับพบว่า ด้านการจัดจำหน่าย ของ สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ไม่เพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ทำให้แนวคิดของ ชีรภิกิติ นวรัตน์ ณ อุษยา (2547) ที่กล่าวว่าทำให้บริการจะต้องทำให้บริการนั้นสามารถเข้าถึงได้ ถ้าลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถที่จะเข้าถึงบริการได้ กระบวนการแลกเปลี่ยนนั้นก็ไม่สามารถเกิดขึ้นและบริการนั้นก็จะมีคุณค่าสำหรับลูกค้า และความร่วมมือในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าสามารถซื้อ ใช้ หรือรับบริการได้ ดังนั้นการจัดจำหน่ายจะต้องมีความพร้อม บริการจะต้องพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าในสถานที่และเวลาที่ลูกค้าต้องการจะใช้บริการเสมอ บริการจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อบริการที่ผลิตขึ้นมาแล้วนั้น ต้องพร้อมที่จะให้บริการได้ในขณะนั้นด้วย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งในปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้นผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ภาครัฐมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 ที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีการประชาสัมพันธ์ให้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 อย่างต่อเนื่อง และ มีการณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอล์ E10 และไบโอดีเซล B5 จากสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์, วิทยุ, สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น และ สอดคล้องกับการศึกษาของ นันทกา เจริญนาวิ (2548) ที่ทำการศึกษารื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับแก๊สโซฮอล์ 95 ของผู้ขับขี่ยานพาหนะในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การยอมรับ ความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ และปริมาณการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากญาติ/บุคคลในครอบครัวนั้นได้รับ การสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชน จึงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการยอมรับแก๊สโซฮอล์ โดยผู้ขับขี่ยานพาหนะส่วนใหญ่ มีแนวโน้มการยอมรับแก๊สโซฮอล์ในอนาคต และยังอยู่ระหว่างการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือปฏิเสธแก๊สโซฮอล์

อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ ปณิธาน โสภประภัสร์ (2549) ที่ได้ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้แก๊ส

โซฮอลล์ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น มีการณรงค์และประชาสัมพันธ์การใช้แก๊สโซฮอลล์ทางสื่อโทรทัศน์ และมีการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เรื่องแก๊สโซฮอลล์อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดได้สอดคล้องกับแนวคิดของ พิบูล ทีปะपाल (2543) ที่ว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการให้ข้อมูลข่าวสาร (informing) และแนะนำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ซึ่งมีวางจำหน่าย อีกทั้ง เป็นการแจ้งบอกให้ทราบว่า สามารถหาซื้อไปเพื่อสนองความต้องการของเขาได้ ณ ที่ใดได้บ้าง นอกจากนี้ยังเป็นการชักชวน (persuading) หรือโน้มน้าวจิตใจผู้ซื้อให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยการแจ้งบอกส่วนดีส่วนเด่นของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อให้ได้รับความพอใจ และ เพื่อเป็นการสร้างอิทธิพลให้ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท อีกทั้งยังสอดคล้องกับ แนวคิดของ สุวัฒน์ ศิริรินทร์ และ ภาวนา สายชู (2550) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาด สามารถจัดทำได้โดยการโฆษณา เพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้เกิดการรับรู้และย้ำเตือนความจำในสิ่งที่ได้รับทราบแล้วการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งจะสร้างความสัมพันธ์อันดี และสามารถทราบผลการตอบสนองของผู้ซื้อได้ทันที การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา เช่น ของแถม ส่วนลด ชื่อของสองชั้นในราคาเดียว คุปอง การแจกตัวอย่างสินค้า การชิงโชค ฯลฯ ท้ายสุดคือการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยการให้ข้อมูลผ่านทางสื่อมวลชน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษา เรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อค้นพบอยู่ 4 ข้อดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกนั้นกว่าร้อยละ 70.8 พบว่าระยะทางที่ใช้รถเพียงวันละไม่เกิน 30 กิโลเมตร
2. การใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 54.2 ยังคงใช้รถยนต์ที่ผลิตขึ้น ก่อนปี ค.ศ. 2003
3. ผู้ที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ได้หันมาใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก ส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 87.0
4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกที่สามารถช่วยยกระดับราคาพืชผลทางการเกษตรได้

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

สำหรับผู้ผลิตและจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ยังใช้รถที่ผลิตขึ้นก่อนปี ค.ศ. 2003 ดังนั้นหากมีการศึกษา และทดสอบว่าสามารถใช้ได้กับรถรุ่นใหม่ๆ โดยไม่มีปัญหาต่อ เครื่องยนต์และสิ่งแวดล้อม แล้วเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ประชาชนเข้าใจง่าย และ เมื่อผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ ก็จะมี ความมั่นใจที่จะแนะนำให้ผู้อื่นหันมาใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกมากขึ้นด้วย

ด้านราคา

ในภาวะเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และปัญหาเรื่องของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ทางเลือกและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงแบบเดิมซึ่งมีราคาที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นหากจะมีการพัฒนาน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกในอนาคต บริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจะควรกำหนด ส่วนต่างของราคาที่ขายในพื้นที่เดียวกันให้ผู้บริโภคได้เห็นชัดเจน จะทำให้ผู้ใช้รถเกิดความพึงพอใจและไม่ลังเลในการตัดสินใจ เพื่อเลือกใช้พลังงานทางเลือก

ด้านการจัดจำหน่าย

หากบริษัทผู้ผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกและทุกสถานีบริการควรมีน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกไว้เพื่อให้่ายต่อการเติม และควรเพิ่มสถานีบริการและห่วยจ่ายให้ครอบคลุมพื้นที่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้รถ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความต้องการให้กับผู้ใช้รถได้เช่นกัน หากว่าในอนาคตจะมีน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกให้ได้เลือกใช้มากขึ้นกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบันนี้

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ควรจัดทำรายการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้นและต่อเนื่อง เช่น แจกคู่มือ ส่วนลด เติมน้ำมันฟรี หรือเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องฟรี เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการจูงใจ ให้ผู้ใช้รถตัดสินใจใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกในสถานีบริการของท่านในพื้นที่

สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้เลือกใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ทางเลือกของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ หากหน่วยงาน ภาครัฐมีงบประมาณในการศึกษาและวิจัยพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ของน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือก และยืนยัน

ถึงประสิทธิภาพ ก็จะเกิดผลดี ทั้งต่อผู้ใช้รถและเกษตรกรผู้ปลูกพืชพลังงานทดแทนเอง ก็จะได้รับประโยชน์จากการให้ความสำคัญในเรื่องนี้ อีกทั้ง ด้านราคา ของน้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกนั้น หากมี นโยบายระยะยาวที่จะสามารถช่วยประชาชนในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็ราคาจากแหล่งปลูกปาล์มน้ำมัน อ้อย มันสำปะหลัง และราคาขายปลีกน้ำมัน เพื่อช่วยเหลือ ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ส่งผลถึงเกษตรกรที่ปลูกพืชน้ำมัน จะได้มีรายไ้ได้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ภาครัฐควรมีการวางแผนและแบ่งสัดส่วนการปลูกระหว่างพืชที่นำมาเป็นวัตถุดิบผลิตเชื้อเพลิงและพืชที่ใช้บริโภคเป็นอาหาร เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนโดยรวม

ข้อเสนอแนะในการศึกษา

จากการศึกษานี้ขอบเขตเนื้อหาควรเพิ่มเติมถึง ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงทางเลือกกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์E10 และไบโอดีเซล B5 ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้มา จะได้นำไปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้เกี่ยวข้องหรือผู้ที่กำลังทำงานวิจัย ได้หาวิธีการในการแก้ไขปัญหาที่พบให้ตรงจุดมากที่สุด อีกทั้งผู้ที่สนใจอยากทำการศึกษาค้นคว้าแบบอิสระเพื่อศึกษาความต้องการของผู้ใช้รถในประเภทอื่นๆ และเรื่องเชื้อเพลิงทางเลือกอื่นๆ ที่ในอนาคตอาจใช้กันแพร่หลาย เช่น แก๊สโซฮอล์E85 ก๊าซ NGV และ ก๊าซ LPG ก็เป็นสิ่งที่ดีทั้งต่อผู้ทำการศึกษาเอง และยังเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม สามารถนำแนวทางที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาประเทศชาติให้มีความเจริญมากขึ้น ได้อีกทางหนึ่งด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved