

ความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาด
ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อี85

Satisfaction of Consumers in Amphoe Mueang Chiang Mai Towards Marketing
Mix of Gasohol E85

จิตรัตน์ เป็ยวงศ์* และอรชร มณีสงฆ์**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อี85 โดยใช้แบบสอบถามถามผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นผู้ที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ภายในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 300 ตัวอย่าง สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี สถานภาพโสด มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ใช้รถยนต์รุ่นที่มีการปรับเปลี่ยนและติดอุปกรณ์เสริม ECU เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ประเภทรถเก๋งสองตอน ใช้รถยนต์ขนาดเครื่องยนต์ 1,501-1,800 ซีซี ใช้รถยนต์ที่มีอายุเครื่องยนต์ไม่เกิน 3 ปี เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน ใช้จ่ายเงินในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง ชำระเงินในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเงินสด ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการบางจาก บ่อยที่สุด และมีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการดังกล่าวด้วยเหตุผล ใกล้บ้าน

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า จากปัจจัยย่อยทั้งหมด 25 ข้อ มีปัจจัยย่อย 1 ข้อตกอยู่ใน Quadrant A (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจต่ำ) ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรพิจารณาปรับปรุงแก้ไขก่อนอย่างเร่งด่วน เนื่องจากมีความสำคัญต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ แต่ไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจสูง) มี 14 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 11 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจต่ำ) มี 8 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด 6 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจสูง) มี 2 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** รองศาสตราจารย์ อาจารย์ภาควิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อกลุ่มประเภทรุ่นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีการปรับเปลี่ยนและติดอุปกรณ์เสริม ECU เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า จากปัจจัยย่อยทั้งหมด 25 ข้อ มีปัจจัยย่อย 1 ข้อ ตกอยู่ใน Quadrant A (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจต่ำ) ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจสูง) มี 15 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 11 ข้อ ปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 1 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจต่ำ) มี 8 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 2 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด 6 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจสูง) มี 1 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อกลุ่มประเภทรุ่นรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีการออกแบบเครื่องยนต์ เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเทคนิค Importance-Performance Analysis (IPA) พบว่า จากปัจจัยย่อยทั้งหมด 25 ข้อ ไม่มีปัจจัยย่อยใดตก อยู่ใน Quadrant A (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจต่ำ)

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B (ให้ความสำคัญสูง มีความพึงพอใจสูง) มี 13 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 10 ข้อ ปัจจัยย่อยด้านราคา 3 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 1 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจต่ำ) มี 9 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านส่งเสริมการตลาด 6 ข้อ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D (ให้ความสำคัญต่ำ มีความพึงพอใจสูง) มี 3 ข้อ ในปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ 2 ข้อ และปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 1 ข้อ

ABSTRACT

This independent study aimed to examine levels of importance and satisfaction of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai towards marketing mix of gasohol E85. Questionnaires were used to collect data from 300 consumers in Amphoe Mueang Chiang Mai who used gasohol E85 within a month. Hereafter were shown the summary.

The majority of respondents were male in the age of 31–40 years old and single. Their monthly income was 15,001–20,000 Baht and education background was bachelor's degree. They worked as private company employee and used the car, of which the engine was modified and equipped with ECU device to support the use of gasohol E85. They used 1,501–1,800 CC personal sedan, fueling up with gasohol E85, with less than 3 years of engine life. In general, they fueled their cars with gasohol E85 during weekday (Monday–Friday) at the average frequency of 2–5 times per month. In each time, they spent 1,001–1,500 Baht for gasohol E85 and paid in cash. They frequently

took gasohol E85 service from Bangchak Gas Station with the reason of its convenient location where was near their residence.

The studied results on the satisfaction of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai towards marketing mix of gasohol E85, according to the Importance–Performance Analysis (IPA), presented that there was 1 element out of the total of 25 elements ranked in Quadrant A (the service attributes that had high level of importance; but low level of satisfaction). That element was from product factor. In order to increase customer’s satisfaction, that element was needed urgent improvement as it was important to the customers in Amphoe Mueang Chiang Mai; but without sufficient response.

There were 14 elements: 11 elements from product factor and 3 elements from price factor ranked in Quadrant B (the service attributes that had high level of importance and high level of satisfaction).

There were 8 elements: 2 elements from place factor and 6 elements from promotion factor ranked in Quadrant C (the service attributes that had low level of importance and low level of satisfaction).

There were 2 elements from place factor ranked in Quadrant D (the service attributes that had low level of importance; but high level of satisfaction).

The studied results on the satisfaction of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai who were classified in a group of customer with personal car being modified and equipped with ECU device to support the use of gasohol E85, according to the Importance–Performance Analysis (IPA), presented that there was 1 element out of the total of 25 elements ranked in Quadrant A (the service attributes that had high level of importance; but low level of satisfaction). That element was from product factor.

There were 15 elements: 11 elements from product factor, 3 elements from price factor, and 1 element from place factor ranked in Quadrant B (the service attributes that had high level of importance and high level of satisfaction).

There were 8 elements: 2 elements from place factor and 6 elements from promotion factor ranked in Quadrant C (the service attributes that had low level of importance and low level of satisfaction).

There was 1 element from place factor ranked in Quadrant D (the service attributes that had low level of importance; but high level of satisfaction).

The studied results on the satisfaction of customers in Amphoe Mueang Chiang Mai who were classified in a group of customer with personal car being designed for the use of gasohol E85, according to the Importance–Performance Analysis (IPA), presented that none of 25 elements ranked in Quadrant A (the service attributes that had high level of importance; but low level of satisfaction).

There were 13 elements: 10 elements from product factor, 3 elements from price factor, and 1 element from place factor ranked in Quadrant B (the service attributes that had high level of importance and high level of satisfaction).

There were 9 elements: 3 elements from place factor and 6 elements from promotion factor ranked in Quadrant C (the service attributes that had low level of importance and low level of satisfaction).

There were 3 elements: 2 elements from product factor and 1 element from place factor ranked in Quadrant D (the service attributes that had low level of importance; but high level of satisfaction).

บทนำ

น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นหนึ่งในทรัพยากรที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน ทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคเกษตรกรรม ปัจจุบันประชาชนใช้เทคโนโลยีสิ่งอำนวยความสะดวกกันมากขึ้น เช่น รถยนต์ ทำให้น้ำมันไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ ส่งผลให้น้ำมันมีการปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2551 โลกจึงเริ่มเข้าสู่ยุค “Oil Crisis” และทำให้ประเทศต่างๆ เกิดวิกฤติพลังงานอย่างรุนแรง ซึ่งจากการเปรียบเทียบราคาน้ำมันในช่วงต้นปี 2550 ถึงช่วงปลายปี 2550 ปรับขึ้นร้อยละ 26.15 ในปี 2551 ช่วงต้นเดือนกรกฎาคมถึงปลายปี 2551 เพียง 6 เดือนราคาน้ำมันปรับขึ้นถึง 30 ครั้ง เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 53.07 และราคาน้ำมันนี้ยังมีทิศทางที่จะเพิ่มขึ้นอีก ถึงแม้ว่าจะมีการชะลอตัวในช่วงสั้นๆ แต่แนวโน้มในอีก 1-2 ปีจะยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ธนิต โสรัตน์, 2551: ออนไลน์) ปัญหาราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นจึงส่งผลกระทบต่อผู้ใช้รถยนต์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงทำให้ผู้ใช้รถยนต์มองหาพลังงานทดแทนเพื่อนำมาใช้ทดแทนน้ำมันที่มีราคาสูงขึ้น โดยมีการนำแหล่งพลังงานหลายชนิดมาใช้กับรถยนต์ เช่น แก๊สโซฮอล์ ซึ่งถือว่าเป็นพลังงานทางเลือกหนึ่งที่นำมาใช้กับรถยนต์และมีมานานแล้ว (การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, 2548: ออนไลน์)

ราคาน้ำมันที่มีการปรับราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศเป็นอย่างมาก รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงส่งเสริมให้ใช้น้ำมัน ที่เรียกว่า “แก๊สโซฮอล์” ซึ่งผลิตจากการผสมระหว่างเอทานอล หรือ เอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) ร้อยละ 10 และ 20 โดยปริมาตร ผสมกับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว จะได้เป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเหมาะสมกับยานยนต์ทั่วไป ปัจจุบันได้มีการส่งเสริมให้มีการใช้เชื้อเพลิงทดแทนที่มีส่วนผสมเอทานอลร้อยละ 85 โดยปริมาตรผสมกับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ซึ่งจะได้เป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ซึ่งสามารถใช้ได้ดีกับรถยนต์รุ่นใหม่ที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด และมีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน ซึ่งเอทานอลที่ใช้ผลิตเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ได้มาจากผลผลิตทางการเกษตร เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าวโพด ที่เป็นวัตถุดิบภายในประเทศ เป็นการช่วยเหลือเกษตรกร และช่วยลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ลดปัญหาการขาดดุลการค้ากับกลุ่มประเทศผู้ค้าน้ำมัน อีกทั้งยังสามารถช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (ยุทธศาสตร์การพัฒนาพลังงานทดแทนพ.ศ.2551-2565, 2553: ออนไลน์)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ประชาชนเริ่มหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน ความต้องการใช้น้ำมันกลุ่มแก๊สโซฮอล์ปรับตัวเพิ่มขึ้นตามการเติบโตของ

เศรษฐกิจในประเทศและนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลผ่านมาตรการคืนภาษีรถยนต์คันแรกทำให้มีจำนวนรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มจำนวนขึ้นรวมถึงคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพช.) มีมติยกเลิกการใช้น้ำมันเบนซิน 91 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2556 เป็นผลให้ปริมาณความต้องการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 68.0 ขณะที่น้ำมันเบนซินปกติลดลงร้อยละ 76.4 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อย (บริษัท บางจากปิโตรเลียม (มหาชน) จำกัด, 2556: ออนไลน์)

ในปัจจุบันสถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 บริการทั่วไปอยู่หลายแห่งด้วยกัน ทั้งที่มีผู้ใช้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และยังไม่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยในส่วนของผู้ที่ยังไม่ใช้จะมีข้อมูลเชิงลบต่อการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในเรื่องที่ทำให้เกิดความเสียหายกับเครื่องยนต์ เช่น ความกังวลในเรื่องการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 แล้วทำให้ถึงน้ำมันและท่อน้ำมันซึมเร็ว มีการกัดกร่อนเครื่องยนต์สูง ระบายเร็วกว่าน้ำมันเบนซิน อายุการใช้งานปั้มน้ำมันไฟฟ้าสั้นลงอย่างรวดเร็ว ไล่กรองอุดตันมากกว่าปกติ เอทานอลที่ผลิตไม่ได้มาตรฐานที่กำหนด และไม่สามารถให้พลังงานได้เทียบเท่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ถึงสาเหตุและปัจจัยเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาวิจัยไปพัฒนาหรือปรับปรุงประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการน้ำมันที่เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตลอดจนเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาธุรกิจน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้ได้รับความนิยมในตลาด และเป็นทางเลือกหนึ่งของการเลือกใช้พลังงานทดแทนสำหรับผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงในด้านการวางแผนรองรับความต้องการในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตลอดจนสามารถนำข้อมูลมาใช้เป็นกลยุทธ์ เพื่อมุ่งให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยอยู่บนพื้นฐานของกรอบแนวคิดเกี่ยวกับ 1. แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis: IPA) และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาดบริการซึ่งมี รายละเอียดดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจ การจัดหา การใช้หรือการ บริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Armstrong and Kotler. 2009: 616) ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ตราลินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้า บริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้ (1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) หรือความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) (2) องค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราลินค้า เป็นต้น (3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่าง และมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย (4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price)

หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป (Armstrong and Kotler. 2009: 616) หรือหมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้น ถัดจาก Product ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น ผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งจะต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง (3) การแข่งขัน (4) ปัจจัยอื่นๆ

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution)

หมายถึง โครงสร้างของช่องทาง ซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาดสถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel Distribution) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค (Kotler and Keller. 2009: 787) หรือหมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct Channel)

จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การกระจายตัวสินค้า หรือการสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistics) หมายถึง งานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน การปฏิบัติการตามแผน และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิต และสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Keller. 2009: 786) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้าที่สำคัญมีดังนี้ (1) การขนส่ง (2) การเก็บรักษาสินค้า และการคลังสินค้า (3) การบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ (Etzel, walker and Stanton.2007:677) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ องค์การอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ ซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสานกัน [Integrated Marketing Communication (IMC)] โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งชั้นโดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ (Armstrong and Kotler.2009:33) กลยุทธ์ในการโฆษณาจะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณา (Create Strategy) และยุทธวิธีการโฆษณา (Advertising Tactics) 2) กลยุทธ์สื่อ (Media Strategy)

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็น การสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อพยายามจูงใจผู้ซื้อที่เป็นกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยการขายแบบเผชิญหน้าโดยตรง หรือใช้โทรศัพท์ (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 675) หรือเป็นการเสนอขายโดยหน่วยงานขายเพื่อให้เกิดการขาย และสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า (Armstrong and Kotler. 2009: 616) งานในข้อนี้จะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) 2) การบริหารหน่วยงานขาย (Sales Force Management)

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง เป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Armstrong and Kotler. 2009: 617) เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 677) ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายมี 3 รูปแบบ คือ 1) การกระตุ้นผู้บริโภค เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer Promotion) 2) การกระตุ้นคนกลาง เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade Promotion) 3) การกระตุ้นพนักงานขาย เรียกว่า การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales Force Promotion)

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) มีความหมายดังนี้ 1) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์ 2) ประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง ความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผนโดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Etzel, Walker and Stanton. 2007: 677) มีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมหรือป้องกันภาพพจน์หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท

4.5 การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) และการตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) มีความหมายต่างกันดังนี้ 1) การตลาดทางตรง (Direct Marketing หรือ Direct Response Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือหมายถึงวิธีการต่างๆ ที่เน้นการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อ และทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ทั้งนี้ต้องอาศัยฐานข้อมูลลูกค้าและใช้สื่อต่างๆ เพื่อสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า เช่น ใช้สื่อโฆษณาและแคตตาล็อก 2) การโฆษณาเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง (Direct Response Advertising) เป็นข่าวสารการโฆษณาซึ่งถามผู้อ่าน ผู้รับฟัง หรือผู้ชมให้เกิดการตอบสนองกลับโดยตรงไปยังผู้ส่งข่าวสารหรือป้ายโฆษณา 3) การตลาดเชื่อมตรงหรือการโฆษณาเชื่อมตรง (Online Advertising) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Marketing หรือ E-Marketing) เป็นการโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสาร ส่งเสริม และขายผลิตภัณฑ์หรือบริการโดยมุ่งหวังผลกำไรและการค้า เครื่องมือที่สำคัญในข้อนี้ประกอบด้วย 1) การขายทางโทรศัพท์ 2) การขายโดยใช้จดหมายตรง 3) การขายโดยใช้แคตตาล็อก 4) การขายทางโทรศัพท์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธีระ ประจเร (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ทั่วไป คือ เพื่อที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจในแก๊สโซฮอลล์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยแยกเป็น เพื่อศึกษาถึงลักษณะเฉพาะของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอลล์ และศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้บริโภค

จากการศึกษา พบว่าลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่ใช้แก๊สโซฮอลล์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุไม่เกิน 25 ปี รายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการหรือเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ และใช้รถยนต์เป็นพาหนะที่ใช้แก๊สโซฮอลล์

ประสบการณ์ในการใช้แก๊สโซฮอลล์ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้แก๊สโซฮอลล์ 95 โดยได้เปลี่ยนมาเป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ใช้เวลาในการตัดสินใจก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้แก๊สโซฮอลล์น้อยกว่า 1 เดือน รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแก๊สโซฮอลล์ทางโทรทัศน์ และเติมแก๊สโซฮอลล์ในสถานีปั้มน้ำมันใกล้บ้าน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอลล์ 95 และแก๊สโซฮอลล์ 91 น้ำมันในกลุ่มของพลังงานทดแทนของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมาก

ที่สุด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาของแก๊สโซฮอล์ ส่วนปัจจัยทางด้านทัศนคตินั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภคน้อยกว่า โดยผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีต่อการใช้แก๊สโซฮอล์ ซึ่งเป็นการทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย

ส่วนข้อเสนอแนะและปัญหาในการใช้แก๊สโซฮอล์ ผู้บริโภคประสบปัญหาในด้านเครื่องยนต์ที่มีอาการกระตุก และผู้บริโภคก็ได้เสนอแนะให้มีการเพิ่มจำนวนสถานีบริการ และมีการทำวิจัยเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์เพื่อผู้บริโภคจะได้ใช้แก๊สโซฮอล์ได้อย่างมั่นใจ

บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามจำนวน 300 ตัวอย่าง เก็บจากผู้ใช้น้ำมันส่วนบุคคลประเภทเติมน้ำมันเบนซินที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด จดทะเบียนหลังปี 2540 และเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันที่มีน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำหน่าย ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และไม่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ปัจจุบัน ในสัดส่วน 50:50 ตามลำดับ และข้อมูลทุติยภูมิที่เก็บรวบรวมจากหนังสือวารสาร บทความ และอินเทอร์เน็ต นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย โดยสามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-31 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ใช้รถยนต์เก๋งสองตอน ขนาดเครื่องยนต์ ไม่เกิน 1,500 ซีซี อายุการใช้งานของรถยนต์มากกว่า 3 ปี-ไม่เกิน 6 ปี เติมน้ำมันวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ ช่วงเวลาเติมไม่แน่นอนเติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ 2-5 ครั้งต่อเดือน เติมครั้งละ 501-1,000 บาท ชำระค่าน้ำมันเป็นเงินสด เติมน้ำมันที่สถานีบริการน้ำมันปตท. บ่อยที่สุด

ทัศนคติด้านพฤติกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมันเบนซิน มีแนวโน้มจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต่อไป ส่วนประเด็นการแนะนำให้ผู้อื่นเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์และผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมันเบนซิน เสนอให้มีการรับรองมาตรฐานคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ด้านราคาเสนอให้ลดราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ลง ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเสนอให้มีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์และควรเพิ่มหัวจ่ายน้ำมันทุกสถานี และด้านส่งเสริมการตลาดเสนอให้มีการอบรมพนักงานและจัดทำคู่มือ แนะนำวิธีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และควรจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ทิชชู หรือมีการชิงโชค

ธนากร สมรรถเสวี (2556) ได้ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร ตัวแปรต้น คือ ส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติ ตัวแปรตามคือความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 26-35 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ ระดับ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่จะมีความถี่ในการใช้บริการเติมน้ำมัน สัปดาห์ละ 1 ครั้ง และส่วนใหญ่จะเติมน้ำมันครั้งละ

501–1,000 บาท ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ปัจจัยด้านทัศนคติ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า สิ่งที่ผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานครใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดในเชิงบวกมาก สามอันดับแรก ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถทดแทนน้ำมันเบนซิน และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความปลอดภัยเทียบเท่าน้ำมันสำหรับปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายข้อ พบว่า สิ่งที่ผู้ขับรถยนต์ในกรุงเทพมหานครใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มีผลต่อทัศนคติในเชิงบวกมาก ได้แก่ ท่านมักจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ก่อนเสมอ แก๊สโซฮอล์ E85 ทำให้เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้น และคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซิน และสำหรับปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ สามอันดับแรก ได้แก่ ได้รับการบริการอย่างรวดเร็วและทันเวลาจากพนักงานประจำสถานีเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความพึงพอใจในจำนวนสถานีที่ให้บริการและความสะดวกในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีทัศนคติที่ดีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายการโฆษณาและการรณรงค์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตามลำดับ

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยอ้างอิงจากทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้แก่ ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อราคา ความพึงพอใจต่อการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจต่อการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผู้ที่ขับรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่ไม่ใช่รถบริษัทหรือรถโดยสาร ประเภทเติมน้ำมันเบนซินที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด และสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ณ วันที่ 22 สิงหาคม 2557 มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่จดทะเบียนหลังปี 2550 จำนวนทั้งสิ้น 151,714 ราย (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2557: ออนไลน์) จากข้อมูลสถิติดังกล่าวไม่สามารถสรุปได้ว่าผู้ขับรถยนต์ที่จดทะเบียนหลังปี 2550 ที่สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ได้เติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ จึงเลือกเก็บข้อมูลจากผู้ที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่ไม่ใช่รถบริษัทหรือรถโดยสาร ประเภทเติมน้ำมันเบนซินที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด และสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้จดทะเบียนหลัง

ปี 2550 และเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมันที่มีจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ภายในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนโดยถือเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษา

3. ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของผู้บริโภคอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในปัจจุบันซึ่งจำนวนกลุ่มวิเคราะห์ย่อยที่จะวิเคราะห์ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างอาจจะมีขนาด 200-500 หน่วยตัวอย่าง ตามการเปิดตารางขนาดตัวอย่างในการศึกษาที่ใช้หน่วยตัวอย่างเป็นคนและระดับท้องถิ่นของ Seymour Sudman (1976:87อ้างถึงใน กุณชลิ เวชสาร, 2546: 192) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 300 รายโดยทำการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – Probability Sampling) วิธีการเลือกตัวอย่างโดยใช้โควตา (Quota Sampling) จากสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากการลงพื้นที่สำรวจสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีสถานีที่เปิดให้บริการทั้งสิ้น 7 แห่ง (จากการลงพื้นที่สำรวจสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เดือนเมษายน: 2557) ดังนี้ บางจาก ถนนมหิดล, บางจาก ถนนชูปเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ 1 ตำบลหนองป่าครั่ง, บางจาก ถนนชูปเปอร์ไฮเวย์เชียงใหม่ 2 ตำบลช้างเผือก, บางจาก คลองชลประทาน ตำบลสุเทพ, บางจาก สหกรณ์นครลานนาเดินรถ ตำบลหนองหอย, ปตท. หจก.สหวิปีโตรเลียม1 ตำบลสุเทพ, ปตท. หจก.สหวิปีโตรเลียม 2 ถนนเทวฤทธิ์ เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เป็นผู้ที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ที่ไม่ใช่รถบริษัทหรือรถโดยสารประเภทเติมน้ำมันเบนซินที่มีระบบเชื้อเพลิงแบบหัวฉีด และสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และเป็นผู้ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ภายในระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมาจำนวน 300 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเช่น คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ประเภทรถยนต์ที่ใช้ ภูมิลำเนาและค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาด ในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยคำถามสอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจและระดับความสำคัญของลูกค้า

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่พบและข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่จากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

โดยมีการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 10 ชุด กับกลุ่มประชากรเพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากการทดสอบไม่พบปัญหาใดๆ ในการเก็บแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจและสามารถตอบคำถามจากแบบสอบถามได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)

ข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซลีน E85 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับความสำคัญ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์ให้คะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555: 74)

ระดับความพึงพอใจ/ความสำคัญ	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ยค่าความพึงพอใจและค่าความสำคัญกำหนดเป็นช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	การแปลผล
4.50 – 5.00	พึงพอใจ/มีระดับความสำคัญมากที่สุด
3.50 – 4.49	พึงพอใจ/มีระดับความสำคัญมาก
2.50 – 3.49	พึงพอใจ/มีระดับความสำคัญปานกลาง
1.50 – 2.49	พึงพอใจ/มีระดับความสำคัญน้อย
1.00 – 1.49	พึงพอใจ/มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความพึงพอใจและระดับความสำคัญ (Importance – Performance Analysis: IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกันในแต่ละคุณสมบัติที่ตกอยู่ใน Quadrantใดโดยจุดตัดของแกนทั้งสองคือค่าเฉลี่ยรวมของระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยรวมของระดับความพึงพอใจ ซึ่งต้องทำการพิจารณาค่าเฉลี่ยหลักก่อนจึงจะสามารถอธิบายความหมายได้

Quadrants	ความหมาย	ค่าเฉลี่ยระดับ ความสำคัญ	ค่าเฉลี่ยระดับ ความพึงพอใจ
A	คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อผู้มารับบริการและไม่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอ	สูง	ต่ำ
B	ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองได้เป็นอย่างดีในคุณลักษณะที่ผู้รับบริการได้ให้ความสำคัญมาก	สูง	สูง
C	ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพต่ำหรือมีการบริการต่ำในคุณลักษณะที่ไม่สำคัญผู้รับบริการ ผู้ให้บริการสามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อน	ต่ำ	ต่ำ
D	คือผู้บริการให้ความสำคัญมากเกินไปจนความจำเป็นในคุณลักษณะที่มีความสำคัญน้อยต่อการตัดสินใจของผู้รับบริการ	ต่ำ	สูง

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่		ร้อยละ
เพศ	ชาย	66.00
อายุ	31-40 ปี	37.33
สถานภาพสมรส	โสด	51.00
รายได้ต่อเดือน	15,001-20,000 บาทบาท	29.00
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	47.33
อาชีพ	พนักงานบริษัทเอกชน	47.67
ประเภทรุ่นของรถยนต์	รุ่นที่มีการปรับเปลี่ยนและติดอุปกรณ์เสริม ECU เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85	55.33
ประเภทรถยนต์ที่ใช้	รถเก๋งสองตอน	79.00
ขนาดเครื่องยนต์ของรถยนต์	1,501-1,800 ซีซี	41.67
อายุของรถยนต์	ไม่เกิน 3 ปี	41.00
ช่วงวันเวลาในการเติมน้ำมัน	วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	72.00
จำนวนครั้งต่อเดือนในการเติมน้ำมัน	2-5 ครั้ง	55.67
จำนวนเงินต่อครั้งในการเติมน้ำมัน	1,001-1,500 บาท	45.00
วิธีการชำระเงิน	เงินสด	75.00
สถานีบริการที่ใช้มากที่สุด	บางจาก	71.33
เลือกใช้สถานีบริการเพราะเหตุผลใด	ใกล้บ้าน	35.86

ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 66.00 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.33 สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 51.00 มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.33 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 47.67 ใช้รถยนต์รุ่นที่มีการปรับเปลี่ยนและติดอุปกรณ์เสริม ECU เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 คิดเป็นร้อยละ 55.33 มีการใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้แก๊สโซฮอล์ E85 ประเภทรถเก๋งสองตอน คิดเป็นร้อยละ 79.00 มีการใช้รถยนต์ขนาดเครื่องยนต์ 1,501-1,800 ซีซี คิดเป็นร้อยละ 41.67 มีการใช้รถยนต์ที่มีอายุเครื่องยนต์ไม่เกิน 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 72.00 มีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เฉลี่ย 2-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.67 มีการใช้จ่ายเงินในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จำนวน 1,001-1,500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.00 มีการชำระเงินในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 75.00 ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการบางจาก คิดเป็นร้อยละ 71.33 และมีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 จากสถานีบริการดังกล่าวด้วยเหตุผล ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 35.86

ส่วนที่ 2 สรุปภาพรวมข้อมูลระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดย Importance Performance Analysis (IPA)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 12 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A มี 1 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยมากกว่าน้ำมันเบนซินปกติทั่วไปและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 11 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินปกติทั่วไป และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ได้ดี เรื่องคุณภาพและสมรรถนะในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่แตกต่างจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซินปกติ ทำให้เพิ่มอัตราการเร่งตอบสนองได้ดีส่งผลให้เครื่องยนต์เดินเรียบ เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความปลอดภัยสูง ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ของท่าน เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยทำให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ไม่ก่อให้เกิดเขม่า หรือควันดำได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดสภาวะเรือนกระจก และสามารถช่วยลดโลกร้อนได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นพลังงานสะอาด ผลผลิตจากพืชเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นพลังงานทดแทนที่มีความยั่งยืนของประเทศต่อไปในอนาคต เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ และลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานภายในประเทศได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผลผลิตจากพืช เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง ที่นำมาทำเป็นเอทานอล สร้างรายได้ที่ดีแก่เกษตรกร เรื่องเครื่องยนต์ที่มีการติดอุปกรณ์เสริม ECU ใช้ได้ดีเช่นเดียวกับรถยนต์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาสูงกว่าน้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 เรื่องราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความเหมาะสมและคุ้มค่างบกับคุณภาพของน้ำมัน เรื่องประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 2 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มากและเพียงพอในการใช้บริการ เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีหัวจ่ายเพียงพอ ไม่ต้องรอรับบริการนานจนเกินไป ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D มี 2 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เดินทางสะดวก เข้าไปใช้บริการได้ง่าย เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีบริการอื่นๆ ด้วย เช่น บริการห้องน้ำ, บริการล้าง อัด นีด, บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และบริการร้านสะดวกซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 6 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 6 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ให้หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรื่องรัฐบาลลดภาษีนำเข้าและลดค่าอะไหล่ของรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ของแถม, น้ำดื่ม, คุกกี้, ความสะดวก เพื่อชิงโชค หรือมีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด เรื่องสถานีบริการน้ำมันจัดทำเอกสารความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้กับผู้บริโภค และผู้ที่สนใจ เรื่องพนักงานที่ให้บริการตอบคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ถูกต้อง ชัดเจน ตามลำดับ

สรุป ข้อมูลระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีการปรับเปลี่ยนและติดอุปกรณ์เสริม ECU เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยใช้ Importance Performance Analysis (IPA)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 12 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant A มี 1 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยมากกว่าน้ำมันเบนซินปกติทั่วไปและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 11 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินปกติทั่วไป และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ได้ดี เรื่องคุณภาพและสมรรถนะในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ไม่แตกต่างจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซิน

ปกติ ทำให้เพิ่มอัตราการเร่งตอบสนองได้ดีส่งผลให้เครื่องยนต์เดินเรียบ เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความปลอดภัยสูง ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ของท่าน เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยทำให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ไม่ก่อให้เกิดเขม่า หรือควันดำได้ เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดสภาวะเรือนกระจกและสามารถช่วยลดโลกร้อนได้ เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นพลังงานสะอาด ผลผลิตจากพืชเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นพลังงานทดแทนที่มีความยั่งยืนของประเทศต่อไปในอนาคต เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ และลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานภายในประเทศได้ เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ผลผลิตจากพืช เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง ที่นำมาทำเป็นเอทานอล สร้างรายได้ที่ดีแก่เกษตรกร เรือเครื่องยนต์ที่มีการติดอุปกรณ์เสริม ECU ใช้ได้ดีเช่นเดียวกับรถยนต์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 เรือราคาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับคุณภาพของน้ำมัน เรือประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 1 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรือสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เดินทางสะดวก เข้าไปใช้บริการได้ง่าย

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 2 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรือจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มากและเพียงพอในการใช้บริการ เรือสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีหัวจ่ายเพียงพอ ไม่ต้องรอรับบริการนานจนเกินไป ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D มี 1 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรือสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีบริการอื่นๆ ด้วย เช่น บริการล้างน้ำ, บริการล้าง อัด ล้าง, บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และบริการร้านสะดวกซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 6 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 6 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรือการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ให้หันมาใช้แก๊สโซฮอล์ E85 เรือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรือรัฐบาลลดภาษีนำเข้าและลดค่าอะไหล่ของรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรือสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น ของแถม, น้ำดื่ม, คุกกี้รสสมแจ็ก เพื่อชิงโชค หรือมีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด เรือสถานีบริการน้ำมันจัดทำเอกสารความรู้เกี่ยวกับการใช้

น้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ให้กับผู้บริโภค และผู้ที่สนใจ เรื่องพนักงานที่ให้บริการตอบคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ได้ถูกต้อง ชัดเจน ตามลำดับ

สรุป ข้อมูลระหว่างระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อต่อประเภทรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่มีการออกแบบเครื่องยนต์ เพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 โดยใช้ Importance Performance Analysis (IPA)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 12 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 10 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินปกติทั่วไป และน้ำมันแก๊สโซลล์ 91 และ 95 ได้ดี เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยมากกว่าน้ำมันเบนซินปกติทั่วไปและน้ำมันแก๊สโซลล์ 91 และ 95 เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีความปลอดภัยสูง ไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ของท่าน เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ช่วยทำให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ไม่ก่อให้เกิดเขม่า หรือควันดำได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ช่วยลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ก่อให้เกิดสภาวะเรือนกระจกและสามารถช่วยลดโลกร้อนได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 เป็นพลังงานสะอาด ผลผลิตจากพืชเกษตรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 เป็นพลังงานทดแทนที่มีความยั่งยืนของประเทศต่อไปในอนาคต เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ช่วยลดการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ และลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานภายในประเทศได้ เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ผลผลิตจากพืช เช่น ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง ที่นำมาทำเป็นเอทานอล สร้างรายได้ที่ดีแก่เกษตรกร เรื่องเครื่องยนต์ที่มีการติดอุปกรณ์เสริม ECU ใช้ได้ดีเช่นเดียวกับรถยนต์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D มี 2 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องคุณภาพและสมรรถนะในการใช้น้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ไม่แตกต่างจากน้ำมันแก๊สโซลล์ 91 และ 95 เรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซินปกติ ทำให้เพิ่มอัตราการเร่งตอบสนองได้ดีส่งผลให้เครื่องยนต์เดินเรียบ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant B มี 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีราคาถูกกว่าน้ำมันเบนซิน น้ำมันแก๊สโซลล์ 91 และ 95 เรื่องราคาของน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับคุณภาพของน้ำมัน เรื่องประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ตามลำดับ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 4 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 3 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องจังหวัดเชียงใหม่ มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 ที่มากและเพียงพอในการใช้บริการ เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีหัวจ่ายเพียงพอ ไม่ต้องรอรับบริการนานจนเกินไป เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซลล์ E85 มีบริการอื่นๆ ด้วย เช่น บริการท่อน้ำ, บริการล้าง อัด ฉีด, บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และบริการร้านสะดวกซื้อ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant D มี 1 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เดินทางสะดวก เข้าไปใช้บริการได้ง่าย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 6 ข้อ พบว่า

ปัจจัยย่อยที่ตกอยู่ใน Quadrant C มี 6 ข้อ ได้แก่ ปัจจัยย่อยเรื่องการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ให้หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ให้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เรื่องรัฐบาลลดภาษีนำเข้าและลดค่าอะไหล่ของรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรื่องสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ของแถม, น้ำดื่ม, คุกกี้, สะสมแจ็ก เพื่อชิงโชค หรือมีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด เรื่องสถานีบริการน้ำมันจัดทำเอกสารความรู้เกี่ยวกับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้กับผู้บริโภค และผู้ที่สนใจ เรื่องพนักงานที่ให้บริการตอบคำถามและให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ถูกต้อง ชัดเจน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาที่เกิดจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาที่เกิดจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สำหรับผู้ที่มีปัญหาส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ เรื่องน้ำมันมีการระเหยเร็ว และน้ำมันหมดเร็วกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป รองลงมา คือ เรื่องประสิทธิภาพ เพราะไม่สามารถให้พลังงานได้เทียบเท่ากับน้ำมันเบนซินทั่วไป ส่วนปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ เรื่องถังน้ำมันและท่อน้ำมันซึมเร็ว มีการกักกรองของเครื่องยนต์สูง เรื่องปัญหาเครื่องยนต์ขัดข้องหลังจากที่เปลี่ยนมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เรื่องปัญหาในด้านอื่นๆ เช่น การออกตัวของเครื่องยนต์ช้าและเสียค่าใช้จ่ายในการติดตั้งกล่อง ECU และเรื่องอายุการใช้งานปั้มน้ำมันไฟฟ้าสั้นลงอย่างรวดเร็ว ใ้ส่กรองอุดตันมากกว่าปกติ

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ใช้แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ความพึงพอใจ (Importance-Performance Analysis: IPA) และแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) สามารถอธิบายในรายละเอียดของแต่ละปัจจัยย่อย ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในแต่ละด้าน มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และเลือกใช้สถานบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเหตุผลที่ว่าใกล้บ้านของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชีระ ประจเร (2550) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จบการศึกษาในระดับชั้นปริญญาตรี และเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในสถานีปั้มน้ำมันใกล้บ้าน

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลประเภทเก๋งสองตอน เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในช่วงวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 2-5 ครั้งต่อเดือน และชำระค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ด้วยเงินสด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ที่ทำการศึกษาค้นคว้าทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลประเภทเก๋งสองตอน เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในช่วงวันจันทร์ ถึง วันศุกร์ เติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ 2-5 ครั้งต่อเดือน และชำระค่าเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยเงินสด

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนากร สมรรคเสวี (2556) ได้ทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจ และระดับการให้ความสำคัญของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลจากการศึกษาระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยผลการศึกษาสรุปได้ว่าในส่วนระดับความสำคัญ ผู้บริโภคให้ระดับความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก และในส่วนระดับความพึงพอใจผู้บริโภคให้ระดับความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ในระดับที่มาก ส่วนปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง สามารถอภิปรายตามปัจจัยย่อยในแต่ละด้าน ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา พบว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความปลอดภัยสูงไม่ส่งผลกระทบต่อเครื่องยนต์ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 สามารถใช้แทนน้ำมันเบนซินปกติทั่วไปและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ได้ดี น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยทำให้การเผาไหม้ของเครื่องยนต์สมบูรณ์ ไม่ก่อให้เกิดเขม่าหรือควันดำได้ และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซินปกติ ทำให้เพิ่มอัตราเร่งตอบสนองได้ดี ส่งผลให้เครื่องยนต์เดินเรียบ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนากร สมรรคเสวี (2556) ที่ทำการศึกษาร่วมประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

สามารถทดแทนน้ำมันเบนซิน และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความปลอดภัยเทียบเท่า น้ำมัน แก๊สโซฮอล์ E85 ทำให้เครื่องยนต์มีการเผาไหม้ที่ดีขึ้น และคิดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีค่าออกเทนสูงกว่าน้ำมันเบนซิน

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษา พบว่า น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ช่วยทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากในการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ชีระ ประจเร (2550) ที่ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญกับราคาของแก๊สโซฮอล์ ซึ่งเป็นการทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษา พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ที่มากและเพียงพอในการให้บริการ และสะดวกในการเข้าไปใช้บริการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนากร สมรรถเสวี (2556) ที่ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีความพึงพอใจในจำนวนสถานีที่ให้บริการและความสะดวกในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษา พบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงหน่วยงานต่างๆ ให้นำมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ของแถม, น้ำดื่ม, คุกกี้, ขนมแจก เพื่อชิงโชคหรือมีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธนากร สมรรถเสวี (2556) ที่ทำการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และมีความพึงพอใจในการส่งเสริมการขายการโฆษณาและการรณรงค์ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85

ผลการศึกษา พบว่า ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอให้มีการปรับราคาลดลง เนื่องจากส่วนผสมส่วนใหญ่มาจากเอทานอล ที่ผลิตจากพืชเศรษฐกิจในประเทศ เช่น มันสำปะหลัง อ้อย และข้าวโพด ควรจะมีราคาที่ถูกและต่างจากราคาน้ำมันเบนซินมากกว่าในปัจจุบัน และเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์หันมาเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กันมากขึ้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอให้จังหวัดเชียงใหม่มีสถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในทุกสถานี และควรเพิ่มหัวจ่ายน้ำมัน เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอให้จังหวัดเชียงใหม่มีการส่งเสริมและผลักดันน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างต่อเนื่อง และสถานีบริการน้ำมันพนักงานควรมีความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อสามารถแนะนำผู้ใช้รถยนต์ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ว่ารถยนต์ของผู้บริโภคสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้หรือไม่ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ บรรจง สมฤทธิ์ (2550) ที่ทำการศึกษาทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอล์และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์สลับกับน้ำมัน ด้านราคาเสนอให้ลดราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ลง ด้านช่องทาง

การจัดจำหน่ายเสนอให้มีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์และควรเพิ่มหัวจ่ายน้ำมันทุกสถานี และด้านส่งเสริมการตลาดเสนอให้มีการอบรมพนักงานและจัดทำคู่มือ แนะนำวิธีการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และควรจัดรายการส่งเสริมการขาย เช่น ทิชชู หรือ มีการชิงโชค เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อส่วนประสมการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีข้อเสนอแนะจำแนกตามปัจจัยส่วนประสมการตลาด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในระดับมาก และมีความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในด้านของผลิตภัณฑ์ที่เป็นพลังงานทางเลือกและพลังงานทดแทนซึ่งผลิตมาจากเอทานอลที่ได้มาจากพืชเศรษฐกิจ เช่น มันสำปะหลัง อ้อย และข้าวโพด ถึง 85% และมีส่วนผสมของน้ำมันเบนซิน 15% แต่ปัจจัยส่วนหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ เรือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีอัตราการสิ้นเปลืองหรือระเหยมากกว่าน้ำมันเบนซินปกติทั่วไปและน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 หรือ 95

ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์

วิธีการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่โดยการใช้สื่อต่างๆ ทางสาธารณะ เช่น วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเว็บไซต์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ในด้านของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเข้าใจมาตลอดว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการระเหยเร็วและทำให้น้ำมันหมดเร็วกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป โดยการทดลอง ใช้หลอดแก้วหรือแก้วทางเคมี มีขีดบอกปริมาตรเป็นซีซี ซื้อจากศึกษาภัณฑ์ มีการรับรองจากหน่วยงานชั่งตวงวัด และใช้ขวดเหล้าที่ล้างสะอาดแล้ว มีการทดลองหลายครั้ง ทั้งเบนซิน แก๊สโซฮอล์ E10, E20, E85 และเอทานอลล้วน E100 ผลของการทดลอง ปรากฏว่า เมื่อมีส่วนผสมเอทานอลมาก ก็ยิ่งระเหยช้าลง เหลือในภาชนะมากกว่าเบนซิน จากผลการทดลองน้ำมันเบนซินที่ไม่ได้ผสมเอทานอลระเหยเร็วที่สุด ซึ่งสามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้อย่างชัดเจน ดังนั้นน้ำมันเบนซินจะมีการระเหยเร็วกว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 หรือน้ำมันที่มีส่วนผสมของเอทานอลมากกว่าน้ำมันเบนซิน การระเหยยิ่งมีน้อยกว่าน้ำมันเบนซินปกติทั่วไป

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เนื่องมาจากการปรับราคาของน้ำมันเบนซินทั่วไปที่เพิ่มสูงขึ้น แต่น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีราคาที่ถูกลงกว่า มีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับคุณภาพของน้ำมัน อีกทั้งยังช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้มากในการเติมในแต่ละครั้ง จึงทำให้มีราคาที่ถูกลงกว่าน้ำมันเบนซินทั่วไป ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันลงได้ในแต่ละครั้ง โดยผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะด้านราคา

วิธีการส่งเสริมให้ผู้บริโภคใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 อย่างต่อเนื่อง คือ การตรึงราคาให้คงที่ของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อไม่ให้เกิดการปรับราคาที่สูงขึ้นในอนาคต ทำให้มีผลต่อผู้บริโภคโดยตรง และเพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มที่ยังไม่เคยใช้ให้หันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 กันอย่างแพร่หลาย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 มีการศึกษาสถานที่ให้บริการ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เป็นอย่างดีในจังหวัดเชียงใหม่ จะเห็นได้จากที่ผู้บริโภคสามารถเข้าไปใช้บริการในสถานบริการ น้ำมันได้อย่างถูกต้อง แต่ก็ยังมีความคิดเห็นที่ว่าจำนวนของสถานบริการน้ำมันยังมีไม่มาก และต้องการให้เพิ่มสถานบริการน้ำมันทุกสถานี

ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผู้ให้บริการน้ำมันในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นรายใหญ่ในการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เช่น สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ควรพิจารณาความเหมาะสมเกี่ยวกับหัวจ่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 และควรขยายการให้บริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้มีในทุกสถานีบริการน้ำมันของตน ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อความรวดเร็ว ไม่ต้องรอนาน และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคในการใช้บริการได้อย่างเพียงพอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐและหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ ให้หันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 โดยยังขาดการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีการส่งเสริมทางการตลาดที่สามารถดึงดูดใจเท่าที่ควร เช่น การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการแจก การแถมน้ำดื่ม สะสมคูปอง หรือบัตรสมาชิกส่วนลด อีกทั้งพนักงานที่ให้บริการยังไม่มีความรู้ที่สามารถตอบคำถามเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ได้ โดยส่วนใหญ่พนักงานเป็นชาวเขาที่ยังพูดภาษาไทยยังไม่ค่อยคล่อง จึงไม่สามารถอธิบาย วิธีการใช้งานให้กับผู้บริโภคได้

ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ผู้ให้บริการน้ำมันในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นรายใหญ่ในการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เช่น สถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ควรร่วมมือกันจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ส่งเสริมและสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในรูปแบบต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อโฆษณาให้ผู้บริโภคหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในการจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ทุกสถานี หรือเอกสาร คู่มือ ณ จุดที่ผู้บริโภคสามารถอ่านได้ เช่น บริเวณห้องน้ำ จุดพักรถ หรือจัดทำป้ายตั้งหน้ารถขณะที่กำลังให้บริการน้ำมัน เพื่อที่ระหว่างรอผู้บริโภคสามารถอ่านเป็นความรู้ได้ เป็นต้น

2. สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ทั้งสถานีบริการน้ำมันบางจาก และสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ควรมีการพัฒนาระบบในการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น การส่งเสริมพนักงานให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 เพื่อที่จะได้ให้ข้อมูลที่ถูกต้องกับลูกค้าได้ เป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้และเพิ่มยอดขาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานที่เป็นผู้ให้บริการ ไม่กลัวที่จะตอบคำถามของลูกค้าได้ และสำหรับพนักงานที่เป็นชาวเขาอาจจะไม่มอบหมายให้เป็นผู้ตอบคำถาม แต่ให้เป็นหน้าที่ของพนักงานที่มีความเข้าใจและมีทักษะในด้านภาษาที่สื่อสารได้อย่างเข้าใจง่ายในการตอบคำถามสำหรับลูกค้าได้

บรรณานุกรม

- กระทรวงพลังงาน. (2554). 9 คำถาม 9 คำตอบ นโยบายด้านพลังงาน. ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2558, จาก <http://old1.energy.go.th/index.php?q=node/1019>
- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. (2548). ข้อมูลสถิติความต้องการบริโภคน้ำมันในประเทศไทย. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2557, จาก http://www.pttplc.com/th/document/energy_stat/45/p2-4.pdf.
- กฤษณ์ เวชสาร. (2546). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนากร สมรรถเสวี. (2556). การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด และทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ).
- ธนิต โสรัตน์. (2551). ผลกระทบวิกฤติราคาน้ำมันและวิกฤติเศรษฐกิจ. ค้นเมื่อ 15 มกราคม 2557, จาก http://www.bangkokbiznews.com/2008/07/12/news_26817232.php?news_id=26817232
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- ธีระ ปาละจเร. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ ของผู้บริโภคในเขตอำเภอ เมืองจังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- นพดล ขำขันทอง. (2551). ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการใช้ก๊าซปิโตรเลียม LPG ในเขต กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- บรรจง สมฤทธิ์. (2550). ทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อ น้ำมันแก๊สโซฮอล์. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม (มหาชน) จำกัด. (2556). รายงานประจำปี 2556. ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2557, จาก <https://www.bangchak.co.th>
- ภิรมนวล รักดีศรีศักดิ์. (2555). ความรู้ ความเข้าใจ แรงจูงใจ และทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ยุทธศาสตร์การพัฒนาน้ำมันทดแทนพ.ศ.2551-2565. (2553). ค้นเมื่อ 6 มกราคม 2557, จาก <http://www.energy.go.th>
- ระพีณพงษ์ ชัยสุข. (2542). พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- วสันต์ คล้ายสำเนียง. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ ของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. (การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดใหม่. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). *ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (การค้นคว้าแบบอิสระการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี).
- สถานีบริการน้ำมันแก๊สโซฮอล์E85 ทั่วประเทศไทย. (2557). *รายชื่อปั๊ม E85 ทั่วประเทศไทย*. ค้นเมื่อ 6 เมษายน 2557, จาก <https://www.facebook.com/E85.StationThailand>
- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่. (2557). *สถิติรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน*. ค้นเมื่อ 22 สิงหาคม 2557, จาก <http://www.chiangmaidltd.go.th/home.php>
- Martilla, J. & Ames, J. (1977). Importance-Performance Analysis. *Journal of Marketing*, 14 (January): 77-79.