

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิวัฒนาการและนโยบายของภาครัฐเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์ รวมถึงส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ในประเทศไทย 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้และทัศนคติของผู้ใช้แก๊สโซฮอล์ 3) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต การศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิและปฐมภูมิ ซึ่งได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและเชิงปริมาณ โดยใช้ค่าความถี่ สถิติร้อยละ วรรระดับทัศนคติด้วยวิธีลิเคิร์ต สเกล และทดสอบสมมติฐานด้วยแบบจำลองโลจิสต์

ผลการศึกษาพบว่ารัฐบาลได้กำหนดให้แก๊สโซฮอล์เป็นยุทธศาสตร์ทางด้านพลังงานของประเทศ และให้การสนับสนุนด้วยนโยบายต่างๆ ทางด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรายใหญ่ ได้แก่ ปตท. บางจากและเชลล์ มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นทางด้านราคาที่รัฐบาลเป็นผู้กำหนดให้ราคาจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ 95 ต่ำกว่าราคาเบนซิน 95 อยู่ 1.50 บาท ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้แก๊สโซฮอล์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดิมแก๊สโซฮอล์ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้บริการที่สถานีบริการปตท. มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งจำนวน 501 - 1,000 บาท และรับทราบข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด การศึกษาทัศนคติพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการเพิ่มจำนวนสถานีบริการและราคามีผลต่อการตัดสินใจใช้ รวมถึงกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าไม่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์จากพนักงาน สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แก๊สโซฮอล์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และปัจจัยภายนอกได้แก่ ราคาของแก๊สโซฮอล์ จำนวนสถานีบริการ การรณรงค์ใช้พลังงานของรัฐบาล ความมั่นใจในคุณภาพของแก๊สโซฮอล์และขนาดของเครื่องยนต์

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา รัฐบาลและผู้ประกอบการควรเร่งสร้างความมั่นใจในคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ให้กับผู้บริโภค หาวิธีเพิ่มส่วนต่างของราคาแก๊สโซฮอล์กับน้ำมันเบนซินให้มากขึ้น ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ส่งเสริมการใช้ด้วยวิธีทางการตลาด และจัดหาแหล่งวัตถุดิบทางการเกษตรเพื่อผลิตเอทานอลด้วย

The objectives of this study were 1) to study the development and government policies related to gasohol and to study marketing mix of gasohol producer and seller companies in Thailand. 2) to study the consumers' behaviors and attitudes toward gasohol. 3) to analyze factors affecting gasohol consumption decisions at present and in the future. This study used secondary data and primary data which were collected from 400 samples who used personal cars in Bangkok Metropolitan. The data was analyzed by applying descriptive and quantitative statistic methods such as frequency and percentage. The level of attitude was measure by using likert scale and the hypotheses were tested by applying logit model.

The results of this study revealed that Thai government has set gasohol as the key strategic energy of Thailand and supported by many policies. About the marketing mix, the study founded that PTT, Bangchak and Shell were competed fiercely on their products, distribution channels, and promotions. Except pricing, the government fixed gasohol 95 price to be 1.50 baht lower than benzene 95. Most of the samples behaved as follows: they refilled gasohol once a week on average, used services of PTT station, expended about 501-1,000 baht each time and gained information from television media. From attitude analysis, the study found that: most of the samples agreed that gasohol stations should be expanded, gasohol price was the main factors affecting their decisions, and finally they did not receive gasohol information from servicemen. The factors affecting gasohol consumption decisions at present and future are sex, education level, occupation, price, number of gasohol stations, the government energy saving policies, quality of gasohol and size of car engines.

The recommendations from this study are: the government, gasohol producer and seller companies should stimulate consumers' confidence in the quality of gasohol. Find the methods to extend the differentiation between gasohol and benzene prices by increasing production process efficiency. Promote gasohol usage by applying marketing method and procure agricultural raw materials for ethanol production.