

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ระดับความรู้และเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (2) อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อความรู้และเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน (3) ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และเจตคติของผู้ประกอบการที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ สถานีบริการน้ำมันที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 290 แห่ง โดยใช้แบบทดสอบและแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อโดยใช้วิธีทดสอบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การเปรียบเทียบรายคู่โดยวิธี LSD และหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีระดับความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ในระดับดีมาก
2. ด้านเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในภาพรวมพบว่า มีเจตคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก
3. ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ประกอบการ เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ พบว่า เพศ อายุ ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ และบริษัทแม่หรือตรายี่ห้อที่สถานีบริการนำน้ำมันมาจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ความรู้ของผู้ประกอบการต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ผลการเปรียบเทียบเจตคติที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์เมื่อพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน โดยแยกเป็นรายด้านพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และบริษัทแม่หรือตรายี่ห้อ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการมีเจตคติด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ และด้านการจัดการการผลิตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับการศึกษา

ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ และบริษัทแม่หรือตราयीห่อ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการมี
เจตคติด้านการวิจัยพัฒนาและการจัดทำมาตรฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพศ
ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ และบริษัทแม่หรือตราयीห่อ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการมี
เจตคติด้านต้นทุนและรายได้ และด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติ อายุ ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ และ บริษัทแม่หรือตราयीห่อ เป็นปัจจัยที่มี
ผลทำให้ผู้ประกอบการมีเจตคติด้านการตลาดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุ และ
บริษัทแม่หรือตราयीห่อ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้ผู้ประกอบการมีเจตคติด้านการสนับสนุนจากบริษัท
แม่ และด้านศักยภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเพศ
อายุ ระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ และบริษัทแม่หรือตราयीห่อ เป็นปัจจัยที่มีผลทำให้
ผู้ประกอบการมีเจตคติด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และเจตคติที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้ประกอบการ
สถานีบริการน้ำมัน พบว่าความรู้เกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับเจตคติที่มี
ต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ABSTRACT

TE162826

The purposes of this research were to study (1) Level of knowledge and attitude of petrol station distribution agents in Bangkok towards gasohol. (2) Influence of personal factors on knowledge and attitude towards gasohol (3) Relationship between knowledge and attitude towards gasohol. The sample includes 290 petrol station distributing agents in Bangkok. The research instruments to collect data were questionnaires and a test. Data were analyzed using statistical computer program. The statistics used were frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, t-test, one way analysis of variance, least-significant different for post hoc comparison and Pearson product moment correlation. The results were as follows:

1. The level of knowledge about gasohol was at a very good level.
2. The level of attitude towards gasohol was at a agreement level.
3. The comparative result of knowledge about gasohol on personal factors, it was found that the petrol station distribution agents in different groups or level of the following factors : sex, age, period of operating and head office or brand were statistically difference in their knowledge about gasohol.
4. The comparative result of attitude towards gasohol on personal factors, it was found that the petrol station distribution agents in different groups or level of the following factors : age, level of education and head office or brand were statistically difference in their attitude on product qualification and production management. The agents in different group or level of period of operating, level of education and head office or brand were statistically difference in their attitude towards gasohol on research

and standard. The agents in different group or level of sex, period of operating and head office or brand were statistically difference in their attitude towards gasohol on cost & benefit and government support. The agents in different group or level of age, period of operating and head office or brand were statistically difference in their attitude towards gasohol on marketing. The agents in different group or level of age and head office or brand were statistically difference in their attitude towards gasohol on head office support and social & environment. The agents in different group or level of sex, age, period of operating and head office or brand were statistically difference in their attitude towards gasohol on economic benefit.

5. The relationship between knowledge and attitude towards gasohol showed statistically significant correlation.