ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน นายสุภศักดิ์ ยอดบางเตย

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การเมือง)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศศิเพ็ญ พวงสายใจ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันในอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ ประการแรกเพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ประการที่สองเพื่อวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมันของผู้บริโภค และประการสุดท้ายเพื่อวิเคราะห์ว่าสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งมีปัญหาทางด้านใด บ้างที่จะมีผลต่อการเลือกใช้สถานีน้ำมันของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างคือผู้เติมน้ำมันที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและใช้บริการจากจากสถานีบริการน้ำมันในเส้นทางสายเชียงใหม่- หางดง ในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยที่สถานีบริการน้ำมันได้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่มตามระดับยี่ห้อน้ำมันที่อยู่ในระดับเดียวกัน คือกลุ่มที่ 1 ปั๊มเจ็ทและเชลล์ กลุ่มที่ 2 ปั๊มบางจาก และกลุ่มที่ 3 ปั๊มคอสโมและปั๊มอิสระ ได้กลุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มของสถานีบริการน้ำมันกลุ่มละ 40 ราย รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 120 ราย การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณา

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ใช้สถานีบริการน้ำมันในแต่ละกลุ่มไม่แตกต่างกันตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ และอาชีพ กล่าวคือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับการศึกษาไม่เกินปริญญาตรี มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน

พฤติกรรมเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเติมน้ำมันเบนซินพิเศษ 95 มากกว่าน้ำมันประเภทอื่น ส่วนใหญ่ไม่เจาะจงสถานีบริการน้ำมัน จะเติมสลับไปมา 2-3 ที่เป็นประจำ ในแต่ละครั้งจะเติมน้ำมันเฉลี่ยน้อยกว่า 200 บาท จะเติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ 4-6 ครั้ง และนิยมชำระค่าน้ำมันเป็นเงินสด นอกจากการเติมน้ำมันแล้วกลุ่มตัวอย่างยังใช้บริการด้านอื่นๆ อาทิเช่น ซื้อสินค้าจากร้านค้าสะดวกซื้อ และใช้บริการห้องน้ำ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันพบว่า ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ของน้ำมันมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้มากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการให้บริการ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ สำหรับปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์ของน้ำมันพบว่า คุณภาพของน้ำมัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันมากที่สุด ส่วนปัจจัยด้านการบริการพบว่า การให้บริการที่ดีและสะดวกรวดเร็วมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันมากที่สุด สำหรับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายพบว่า การมีของแถมหรือการชิงโชคมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันมากที่สุด

สำหรับปัญหาของสถานีน้ำมันที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีน้ำมันของผู้บริโภคพบว่าส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาในด้านสถานที่ นั่นคือ ทุกกลุ่มสถานีบริการน้ำมันมีร้านค้าสะดวกซื้อ มีร้านอาหาร มีห้องน้ำ และมีสถานที่จอดรถยนต์อย่างเพียงพอที่จะให้บริการ ในด้านการให้บริการพบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาทางด้านการให้บริการ นั่นคือ ทุกกลุ่มสถานีบริการน้ำมันมีพนักงานให้บริการเติมน้ำมัน เช็ดกระจก และล้างอัดฉีดอย่างเพียงพอ มีการให้บริการบัตรเครดิต มีการให้บริการตลอด 24 ชั่วโมงและมีเครื่องหมายไฟป้ายของสถานีบริการน้ำมัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Consumer Behavior in Choosing Gas Station 's Services in Hang Dong District, Chiang Mai Province

Author Mr. Suphasak Yodbangtoey

Degree Master of Arts (Political Economy)

Independent Study Advisory Associate Professor Dr. Sasipen Phuagsaichai

ABSTRACT

This study has three objectives. First is to examine consumer behavior in choosing the service of particular gas station in Hang Dong District area of Chiang Mai Province. Second is to identify the determinants of such behavior and, third, to find out the likely problems in each gas station which might discourage consumers to use its services. Questionnaire respondents were sampled from those passenger car users who filled their gasoline and used other services in various gas stations located on Chiang Mai-Hang Dong Highway in Hang Dong District area. Forty consumer samples were determined for each group of service grade station namely Jet and Shell station, Bang Chak station, and Cosmos and brand-independent station groups, making it a total 120 observations. Descriptive statistics were employed as analytical tool.

The findings indicate most respondents using services in different gas station groups are not different in terms of gender, age, education, income, and accupation because they share the common characteristic as being female, age under 30 with education below bachelor degree level, income under 5,000 baht per month and a private business employee.

The majority of samples under study filled their tanks with super benzine 95 rather than other gasoline types and were not so particular about which station they would use the services. Generally they alternately stopped at 2-3 same stations filling the gasoline 4-6 times per month, paying less than 200 baht each time and in cash. Apart from filling gasoline purpose, they also stopped at gas station for other services and facilities like convenient store and restrooms.

The factor most influencing the consumer's choice of using gas station was found to be product, followed by place and then promotion. Within the product factor, quality aspect was identified as most important. While the place factor was mostly determined by the attentive and speedy services, and the promotion factor by complimentary goods or lucky draws offer.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

Upon the questions concerning problems and discouraging factor in each gas station, the respondents indicated they experienced name. They expressed, instead, their satisfaction about the availability of various services and facilities in all groups of gas station including convenient store, food shops, restrooms, adequate parking area, sufficient staff for filling gasoline, windshield cleaning and car washing, as well as the acceptance of credit card, 24 hour service time and light signs.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved