

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ น้ำมันนับได้ว่าเป็นพลังงานที่มีความสำคัญมาก ไม่ว่าจะเป็นภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ภาคขนส่ง ภาคการท่องเที่ยว ภาคบริการ ฯลฯ ซึ่งน้ำมันส่วนใหญ่ในประเทศไทยสามารถหามาได้จาก 2 แหล่ง คือ

1. การนำเข้ามาของน้ำมันสำเร็จรูปจากต่างประเทศ
2. การนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศเข้ามากลั่นภายในประเทศ

โดยที่น้ำมันส่วนใหญ่เป็นการนำเข้ามาจากต่างประเทศ ดังนั้นหากเกิดความผันผวนด้วยราคาของน้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูปของตลาดโลก ก็จะมีผลกระทบต่อด้านราคาน้ำมันของประเทศไทย

นอกจากนั้นการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศยังจะมีผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำมันด้วย นั่นคือ ยิ่งเศรษฐกิจไทยขยายตัวมากเท่าไร ความต้องการใช้น้ำมันโดยรวมของประเทศก็จะเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น และเมื่อความต้องการมากขึ้น ราคาน้ำมันก็ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน

ตลาดของน้ำมันในประเทศไทย ในปี พ.ศ.2539 - 2543 ตามสภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวลง ดังนั้นบริษัทน้ำมันรายใหญ่ 5 แห่ง คือ เชลล์ เอสโซ่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย บางจาก และคาลเท็กซ์ ซึ่งได้นำกลยุทธ์มาใช้เพื่อเพิ่มยอดขายให้ได้มากขึ้น

ในปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันทั้งหมด 10,490 สถานีบริการ ในจำนวนสถานีบริการดังกล่าว 40% เป็นสถานีบริการของ 5 บริษัทใหญ่ คือ ปตท. เอสโซ่ เชลล์ บางจาก และคาลเท็กซ์ แต่มีส่วแบ่งการตลาดรวมถึง 75% นอกนั้นอีกจำนวน 60% เป็นสถานีบริการของผู้ค้าน้ำมันรายอื่น ๆ และจะมีส่วแบ่งการตลาดเพียง 25% เท่านั้น

นอกจากนี้นโยบายการเปิดเสรีโรงกลั่นน้ำมันภายในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2538 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการ โดยมีโรงกลั่นน้ำมันสตาร์ปิโตรเลียม รีไฟน์เนอริงของบริษัท คาลเท็กซ์ (ประเทศไทย) และโรงกลั่นน้ำมันระยองรีไฟน์เนอริง ของบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทยและโรงกลั่นบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีคัล จำกัด (มหาชน) (TPT) ทำให้กำลัง

การกลั่นเกินปริมาณความต้องการภายในประเทศเกิดการผลิตเกินความต้องการ ทำให้บริษัทน้ำมันต่างๆ ต้องเร่งขายน้ำมันที่เกินความต้องการทั้งการส่งออกและลดราคาขายภายในประเทศ

จะเห็นได้ว่าสภาพการแข่งขันของธุรกิจ การขายปลีกน้ำมันผ่านสถานีบริการในอนาคตจะมีการแข่งขันที่รุนแรง อันเนื่องมาจากสภาวะเศรษฐกิจที่หดตัว การผลิตน้ำมันเกินความต้องการใช้ภายในประเทศ การแข่งขันการขายช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำมันของแต่ละบริษัท และราคาน้ำมันของตลาดโลก ทำให้ยอดขายน้ำมันของแต่ละบริษัทน้ำมันลดลง แต่บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในช่วงปีที่ผ่านมาปริมาณการขายน้ำมันของบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เพิ่มขึ้น จากยอดขายในปี พ.ศ. 2541 เท่ากับ 1,720 ล้านลิตร, ปี พ.ศ. 2542 เท่ากับ 1,849 ล้านลิตร และ ปี พ.ศ. 2543 เท่ากับ 1,893 ล้านลิตร

ดังนั้นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษา ทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภค และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและสร้างกลยุทธ์ต่าง ๆ ของนโยบายส่วนผสมทางการตลาด ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจากในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อปรับปรุงแก้ไขปัญหาในด้านการบริโภคน้ำมัน เพื่อตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อนำไปวางแผนในการกำหนดนโยบายทางด้านการเพิ่มยอดขายต่อไป

1.4 ขอบเขตของการศึกษา

ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. การศึกษาคั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างประเภทจักรยานยนต์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลธรรมดา และรถบรรทุกส่วนบุคคลไม่เกิน 1 ตัน

2. การศึกษาคั้งนี้ จะศึกษาสถานีน้ำมันบางจาก 7 แห่ง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

3. ความเป็นบริษัทของคนไทย หมายถึง บริษัทที่มีรัฐบาล หรือรัฐวิสาหกิจถือหุ้นรวมกันมากกว่าร้อยละ 50