บทที่ 4
ผลการศึกษา

ผลการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ด้วยกันคือ

4.1 ผลการศึกษาทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.3 ผลการศึกษาแบบจำลองพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิง (สมมติฐานข้อที่ 2)

ซึ่งในข้อที่ 4.1 และ 4.2 จะนำเสนอผลการศึกษาด้วยตารางแสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยต่าง ๆ จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ พร้อมทั้งการบรรยายข้อมูลใต้ตาราง

4.1 ผลการศึกษาทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ / ข้อมูลทั่วไป	เพศชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ						
ต่ำกว่า 20 ปี	46	11.2	42	10.2	88	21.5
21 – 30 ปี	78	19	80	19.5	158	38.5
31 – 40 ปี	28	6.8	36	8.8	64	15.6
41 – 50 ปี	40	9.8	32	7.8	72	17.6
50 ปีขึ้นไป	16	3.9	12	2.9	28	6.8
สถานภาพ						
โสด	124	30.2	130	31.7	254	62
แต่งงาน	84	20.5	68	16.6	152	37.1
อื่น ๆ (หย่า,ม่าย,แยกกันอยู่)	0	0	4	1	4	1

เพศ / ข้อมูลทั่วไป	เพศชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา						
ประถมศึกษา	11	2.7	4	1	15	3.7
มัธยมศึกษา	46	11.2	35	8.5	81	19.8
ต่ำกว่าปริญญาตรี (รวม ปวช. ปวท,ปวส.)	44	10.7	30	7.3	74	18
ปริญญาตรี	91	22.2	117	28.5	208	50.7
ปริญญาโทขึ้นไป	16	3.9	16	3.9	32	7.8
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	93	22.7	116	28.3	209	51
รับจ้าง	64	15.6	48	11.7	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	35	8.5	29	7.1	64	15.6
อื่น ๆ	16	3.9	9	2.2	25	6.1
ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	142	34.6	130	31.7	272	66.3
10,001 – 20,000 บาท	44	10.7	64	15.6	108	26.3
20,001 – 30,000 บาท	12	2.9	8	2	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	10	2.4	0	0	10	2.4
รวม	208	50.7	202	49.3	410	100.00

จากตาราง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชายที่มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19 และหญิงอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 19.5 โดยส่วนใหญ่เป็นโสด และมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.7 เป็นชายร้อยละ 22.2 และเป็นหญิงร้อยละ 28.5 มีอาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 51 เป็นชายร้อยละ 22.7 และหญิงร้อยละ 28.3 มีระดับรายได้เฉลี่ยรายเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.3 เป็นชายร้อยละ 34.6 และหญิงร้อยละ 31.7

4.2 ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของพาหนะที่ใช้ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

พาหนะที่ใช้	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	139	33.9	69	16.8	208	50.7
หญิง	122	29.8	80	19.5	202	49.3
รวมทุกเพศ	261	63.7	149	36.3	410	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	131	32	78	19	208	51
รับจ้าง	65	15.9	47	11.5	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	49	12	15	3.7	64	15.6
อื่น ๆ	16	39	9	2.2	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	261	63.7	149	36.3	410	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	155	37.8	117	28.5	272	66.3
10,001-20,000 บาท	84	20.5	24	5.9	108	26.3
20,001-30,000 บาท	16	3.9	4	1	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	6	1.5	4	1	10	2.4
รวมทุกรายได้	261	63.7	149	36.3	410	100

จากตารางพบว่า พาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้ คือ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (เก๋ง) คิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงมาได้แก่ รถบรรทุกนั่งส่วนบุคคล (กระบะ) คิดเป็นร้อยละ 36.3 และพบว่า ทั้งเพศชายและหญิงต่างก็นิยมใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล แต่จะพบว่าเพศชายใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากกว่าเพศหญิงอยู่เล็กน้อยทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค เป็นชายมากกว่าเป็นหญิง และผู้ที่มีอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จะใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากกว่าอาชีพอื่น และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมากกว่าอาชีพอื่น แต่ผู้มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท มีแนวโน้มที่จะใช้รถบรรทุกนั่งส่วนบุคคล

มากขึ้น ซึ่งอาจเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยซึ่งทำให้รถบรรทุกนั่งส่วนบุคคลมีความจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดน้ำมันที่เลือกใช้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ชนิดน้ำมันที่เลือกใช้	ไร้สารตะกั่ว		ดีเซล		อื่น ๆ เช่น ก๊าซ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	138	33.7	53	12.9	17	4.1	208	50.7
หญิง	162	39.5	38	9.3	2	0.5	202	49.3
รวมทุกเพศ	300	73.2	91	22.2	19	4.6	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	161	39.3	43	10.5	5	1.2	208	51
รับจ้าง	70	17.1	34	8.3	8	2	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	50	12.2	10	2.4	4	1	64	15.6
อื่น ๆ	19	4.6	4	1	2	0.5	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	300	73.2	91	22.2	19	4.6	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	184	44.9	73	17.8	15	3.7	272	66.3
10,001-20,000 บาท	98	23.9	10	2.4	0	0	108	26.3
20,001-30,000 บาท	14	3.4	4	1	2	0.5	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	4	1	4	1	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	300	73.2	91	22.2	19	4.6	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ นิยมเติมน้ำมันไร้สารตะกั่ว คิดเป็นร้อยละ 73.2 รองลงมาได้แก่ น้ำมันดีเซล คิดเป็นร้อยละ 22.2 และพบว่า เพศหญิงนิยมเติมน้ำมันไร้สารตะกั่ว ส่วนเพศชายจะเติมน้ำมันดีเซลมากกว่าเพศหญิง ซึ่งอาจเนื่องมาจากผู้หญิง ใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วสำหรับการเดินทางทั่วไป แต่ผู้ชายใช้น้ำมันดีเซล สำหรับการดำเนินธุรกิจ เช่น การขนส่ง เป็นต้น และพบว่าผู้มีอาชีพรับราชการ

พนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นพาหนะในการเดินทางเป็นส่วนใหญ่ จึงเติมน้ำมันไร้สารตะกั่วมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.3 และผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทนิยมใช้น้ำมันไร้สารตะกั่วมากกว่าผู้ที่มีรายได้ในระดับอื่น เนื่องจากพาหนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้ คือ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ส่วนผู้มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาท นิยมเติมน้ำมันไร้สารตะกั่วและดีเซลในสัดส่วนที่เท่ากัน อาจเนื่องมาจากความจำเป็นในการใช้น้ำมันดีเซลสำหรับดำเนินธุรกิจ นอกเหนือจากการเดินทางทั่วไป

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนแห่งในการเลือกเติมน้ำมันของสถานีบริการที่เลือกใช้ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

จำนวนแห่งในการเลือกเติมน้ำมัน	แห่งเดียวเป็นประจำ		สลับไปมา 2-3 ที่แล้วแต่สะดวก		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	52	12.7	143	34.9	13	3.2	208	50.7
หญิง	30	7.3	166	40.5	6	1.5	202	49.3
รวมทุกเพศ	82	20	309	75.4	19	4.6	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	54	13.2	144	35.1	11	2.7	208	51
รับจ้าง	12	2.9	94	22.9	6	1.5	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	12	2.9	52	12.7	0	0	64	15.6
อื่น ๆ	4	1	19	4.6	2	0.5	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	82	20	309	75.4	19	4.6	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	46	11.2	211	51.5	15	3.7	272	66.3
10,001-20,000 บาท	30	7.3	74	18	4	1	108	26.3
20,001-30,000 บาท	6	1.5	14	3.4	0	0	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	0	0	10	2.4	0	0	10	2.4
รวมทุกรายได้	82	20	309	75.4	19	4.6	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้บริการสลับไปมา 2-3 ที่ แล้วแต่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 75.4 และผู้ที่เลือกใช้บริการจากสถานีแห่งเดียวเป็นประจำคิดเป็นร้อยละ 20 และพบว่า ทั้งเพศชายและหญิงต่างก็นิยมเติมน้ำมันสลับไปมา 2-3 ที่ แต่เพศหญิงจะนิยมเติมสลับไปมามากกว่าเพศชาย และเนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท แนวโน้มของการเติมน้ำมันสลับไปมา 2-3 ที่ จึงมีมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และระดับรายได้อื่น ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 35.1 และ 51.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของการเลือกใช้สถานีที่สะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ

เพศ / สถานีที่สะดวก	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดถนนใหญ่เข้า-ออกสะดวก	83	20.2	69	16.8	152	37.1
ใกล้บ้าน	59	14.4	75	18.3	134	32.7
ใกล้ที่ทำงาน	38	9.3	23	5.6	61	14.9
อื่น ๆ	20	4.9	26	6.3	44	10.7
ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	8	2	9	2.2	17	4.1
รวม	208	50.7	202	49.3	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการสถานีที่ติดถนนใหญ่เข้าออกสะดวก คิดเป็นร้อยละ 37.1 รองลงมาได้แก่ สถานีที่ใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.7 สำหรับสถานีที่ใกล้ที่ทำงานผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้คิดเป็นร้อยละ 14.9 และพบว่า เพศชายนิยมเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่มากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงจะนิยมเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ใกล้บ้าน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของการเลือกใช้สถานีที่สะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ / สถานีที่สะดวก	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง		ธุรกิจเอกชน		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดถนนใหญ่เข้า-ออกสะดวก	63	15.4	51	12.4	28	6.8	10	2.4	152	37.1
ใกล้บ้าน	71	17.3	37	9	18	4.4	8	2	134	32.7
ใกล้ที่ทำงาน	39	9.5	10	2.4	7	1.7	5	1.2	61	14.9
อื่น ๆ	29	7.1	8	2	9	2.2	0	0	44	10.7
ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	7	1.7	6	1.5	2	0.5	2	0.5	17	4.1
รวม	209	51	112	27.3	64	15.6	25	6.1	410	100

จากตาราง พบว่า เกือบทุกอาชีพส่วนใหญ่นิยมเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่ยกเว้น ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่นิยมเติมน้ำมันจากสถานีบริการซึ่งอยู่ใกล้บ้านมากกว่า เนื่องจากข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ นิยมเติมสถานีบริการของ ปตท. ซึ่งมักจะอยู่ใกล้บ้านมากกว่า สถานีบริการยี่ห้ออื่น ๆ แต่อาชีพรับจ้าง ซึ่งเดินทางบ่อย จึงมักเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่และเข้าออกได้สะดวกมากกว่า

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของการเลือกใช้สถานีที่สะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามรายได้

รายได้ / สถานีที่สะดวก	ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 20,000		20,001 – 30,000		30,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ติดถนนใหญ่เข้า-ออกสะดวก	101	24.6	37	98.8	6	1.5	8	2	152	37.1
ใกล้บ้าน	92	22.4	36	4.6	6	1.5	0	0	134	32.7
ใกล้ที่ทำงาน	38	9.3	19	9	4	1	0	0	61	14.9
อื่น ๆ	31	7.6	13	3.2	2	0.5	0	0	46	11.2
ใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้า	10	2.4	3	0.7	2	0.5	2	0.5	17	4.1
รวม	272	66.3	108	26.3	20	4.9	10	2.4	410	100

จากตารางพบว่า ทุกระดับรายได้นิยมเติมน้ำมัน จากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่ เข้าออกได้สะดวก รองลงมาได้แก่ สถานีที่ใกล้บ้าน

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของระยะทางระหว่างสถานีบริการและบ้านหรือที่ทำงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ระยะทางระหว่างสถานีและบ้าน	ต่ำกว่า 5 กม.		6-10 กม.		11-15 กม.		มากกว่า 15 กม.		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ										
ชาย	172	42	30	7.3	4	1	2	0.5	208	50.7
หญิง	168	41	20	4.9	8	2	6	1.5	202	49.3
รวมทุกเพศ	340	82.9	50	12.2	12	2.9	8	2	410	100
อาชีพ										
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	169	41.2	28	6.8	8	2	4	1	209	51
รับจ้าง	92	22.4	16	3.9	0	0	4	1	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	58	14.1	4	1	2	0.5	0	0	64	15.6
อื่น ๆ	21	5.1	2	0.5	2	0.5	0	0	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	340	82.9	50	12.2	12	2.9	8	2	410	100
รายได้ต่อเดือน										
ต่ำกว่า 10,000 บาท	224	54.6	34	8.3	6	1.5	8	2	272	66.3
10,001-20,000 บาท	92	22.4	12	2.9	4	1	0	0	108	26.3
20,001-30,000 บาท	14	3.4	4	1	2	0.5	0	0	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	10	2.4	0	0	0	0	0	0	10	12.4
รวมทุกรายได้	340	82.9	50	12.2	12	2.9	8	2	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสถานีบริการควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงานต่ำกว่า 5 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 82.9 ห่างประมาณ 6-10 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 12.2 ห่างประมาณ 11-15 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2.9 และห่างจากบ้านมากกว่า 15 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 2 และพบว่าทั้งชายและหญิงเห็นว่าสถานีบริการควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงานต่ำกว่า 5 กิโลเมตร เพราะสถานีบริการที่อยู่ใกล้ย่อมสะดวกกว่าสถานีบริการที่อยู่ไกลออกไป และเพศหญิงจำนวนหนึ่งเห็นว่า สถานีบริการควรจะห่างจากบ้าน

มากกว่า 15 กิโลเมตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลัวอันตรายจากการที่มีสถานีบริการอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานและพบว่า ทุกอาชีพเห็นว่าสถานีบริการควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงานต่ำกว่า 5 กิโลเมตร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื่องจากทุกอาชีพต้องการประหยัดเวลาและค่าน้ำมันในการเดินทาง จึงเห็นว่าสถานีบริการควรจะอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และในทุกระดับรายได้เห็นว่าสถานีบริการควรห่างจากบ้านหรือที่ทำงานต่ำกว่า 5 กิโลเมตร โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท เห็นว่าสถานีบริการควรอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงานมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.6 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทำให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของเวลาที่เติมน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

เวลาที่เติมน้ำมัน	น้ำมันใกล้หมด		ช่วงเช้า		ก่อนกลับบ้าน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	180	43.9	12	2.9	16	3.9	208	50.7
หญิง	172	42	14	3.4	16	3.9	202	49.3
รวมทุกเพศ	352	85.9	26	6.3	32	7.8	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	181	44.1	18	4.4	10	2.4	209	51
รับจ้าง	92	22.4	2	0.5	18	4.4	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	54	13.2	6	1.5	4	1	64	15.6
อื่น ๆ	25	6.1	0	0	0	0	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	352	85.9	26	6.3	32	7.8	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	242	59	12	2.9	18	4.4	272	66.3
10,001-20,000 บาท	86	21	12	2.9	10	2.4	108	26.3
20,001-30,000 บาท	16	3.9	2	0.5	2	0.5	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	8	2	0	0	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	352	85.9	26	6.3	32	7.8	410	100

จากตารางพบว่า เวลาที่เหมาะสมในการเติมน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะเติมน้ำมันเมื่อน้ำมันใกล้หมด คิดเป็นร้อยละ 85.9 รองลงมาคือ เติมก่อนกลับบ้าน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และเติมน้ำมันในช่วงเช้า คิดเป็นร้อยละ 6.3 และพบว่า เพศชายและหญิงต่างก็นิยมเติมน้ำมันเมื่อน้ำมันใกล้หมดทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดเชียงใหม่มีอยู่หลายแห่ง ซึ่งสะดวกในการเข้ารับบริการ เมื่อน้ำมันใกล้หมด ไม่จำเป็นจะต้องเติมไว้ก่อนในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง และผู้ที่มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ไม่ได้เดินทางไปไหนมากนัก จึงไม่จำเป็นต้องเติมน้ำมันในช่วงใดช่วงหนึ่งไว้ก่อน ดังนั้น จึงนิยมเติมน้ำมันเมื่อน้ำมันใกล้หมดมากกว่าในอาชีพอื่น คิดเป็นร้อยละ 44.1 และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ก็นิยมเติมน้ำมันเมื่อน้ำมันใกล้หมดเช่นกัน

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของจำนวนครั้งในการเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยใน 1 เดือน ของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

จำนวนครั้งในการเติมน้ำมัน	ต่ำกว่า 3 ครั้ง		4-6 ครั้ง		มากกว่า 6 ครั้ง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	85	20.7	112	27.3	11	2.7	208	50.7
หญิง	98	23.9	100	24.4	4	1	202	49.3
รวมทุกเพศ	183	44.6	212	51.7	15	3.7	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	107	26.1	94	22.9	8	2	209	51
รับจ้าง	40	9.8	65	15.9	7	1.7	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	32	7.8	32	7.8	0	0	64	15.6
อื่น ๆ	4	1	21	5.1	0	0	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	183	44.6	212	51.7	15	3.7	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	124	30.2	137	33.4	11	2.7	272	66.3
10,001-20,000 บาท	49	12	57	13.9	2	0.5	108	26.3
20,001-30,000 บาท	8	2	12	2.9	0	0	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	6	1.5	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	183	44.6	212	51.7	15	3.7	410	100

จากตารางพบว่า โดยเฉลี่ยแล้วใน 1 เดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเติมน้ำมัน 4-6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.7 รองลงมาคือ เติมต่ำกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.6 และเติมมากกว่า 6 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.7 และจะเห็นว่า ทั้งเพศชายและหญิงจะเติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และ 24.4 ตามลำดับ แต่พบว่า อาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีเวลาทำงานที่แน่นอน ไม่จำเป็นต้องเดินทางมากนัก จึงเติมน้ำมันไม่บ่อย เฉลี่ยต่ำกว่า 3 ครั้งต่อเดือน แต่อาชีพรับจ้าง ต้องเดินทางบ่อย จึงเติมน้ำมันเฉลี่ย 4-6 ครั้งต่อเดือน ในแต่ละระดับรายได้ จะพบว่า ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือนเติมน้ำมัน 4-6 ครั้ง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของจำนวนเงินโดยเฉลี่ยของการเติมน้ำมันในแต่ละครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

จำนวนเงินเฉลี่ยในการเติมน้ำมัน	ต่ำกว่า 200 บาท		201-400 บาท		400 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	91	22.2	111	27.1	6	1.5	208	50.7
หญิง	82	20	105	25.6	15	3.7	202	49.3
รวมทุกเพศ	173	42.2	216	52.7	21	5.1	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	75	18.3	123	30	11	2.7	209	51
รับจ้าง	59	14.4	49	12	4	1	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	24	5.9	36	8.8	4	1	64	15.6
อื่น ๆ	15	3.7	8	2	2	0.5	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	173	42.2	216	52.7	21	5.1	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	139	33.9	129	31.5	4	1	272	66.3
10,001-20,000 บาท	28	6.8	65	15.9	15	3.7	108	26.3
20,001-30,000 บาท	4	1	16	3.9	0	0	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	2	0.5	6	1.5	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	173	42.2	216	52.7	21	5.1	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะจ่ายเงินในการเติมน้ำมันแต่ละครั้งเป็นจำนวน 201-400 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.7 รองลงมาคือ เติมน้ำมันต่ำกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 42.2 และเติมตั้งแต่ 400 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.1 และพบว่าทั้งเพศชายและหญิง จ่ายค่าน้ำมันโดยเฉลี่ย 201-400 บาท ในแต่ละครั้งที่เติมน้ำมัน ส่วนอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งนิยมเติมน้ำมันช่วงใกล้หมด ดังนั้นในการเติมน้ำมันแต่ละครั้งจึงเติมให้เต็มถัง ซึ่งจะจ่ายเงินประมาณ 201-400 บาทในแต่ละครั้ง แต่ผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง บางครั้งรายได้อาจจะไม่แน่นอน ดังนั้น อาจจะเติมน้ำมันครั้งไม่ถึง 200 บาท สำหรับผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะเติมน้ำมันต่ำกว่า 200 บาทในแต่ละครั้ง ผู้ที่มีรายได้ตั้งแต่ 10,001-30,000 บาท ขึ้นไป จะจ่ายค่าน้ำมันครั้งละ 201-400 บาท ซึ่งหมายความว่า เมื่อระดับรายได้เพิ่มขึ้น จำนวนเงินโดยเฉลี่ยของการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง มีโอกาสสูงขึ้นไปด้วย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพและรายได้ต่อเดือน

วิธีการจ่ายเงิน	เงินสด		เงินเชื่อ		เครดิตการ์ด		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	198	48.3	6	1.5	4	1	208	50.7
หญิง	196	47.8	4	1	2	0.5	202	49.3
รวมทุกเพศ	394	96.1	10	2.4	6	1.5	410	100
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	205	50	2	0.5	2	0.5	209	51
รับจ้าง	106	25.9	4	1	2	0.5	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	58	14.1	4	1	2	0.5	64	15.6
อื่น ๆ	25	6.1	0	0	0	0	25	6.1
รวมอาชีพ	394	96.1	10	2.4	6	1.5	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	270	65.9	2	0.5	0	0	272	66.3
10,001-20,000 บาท	100	24.4	4	1	4	1	108	26.3
20,001-30,000 บาท	16	3.9	4	1	0	0	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	8	2	0	0	2	0.5	10	2.5
รวมทุกรายได้	394	96.1	10	2.4	6	1.5	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จ่ายเงินค่าน้ำมันด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 96.1 รองลงมาได้แก่ จ่ายด้วยเงินเชื่อ คิดเป็นร้อยละ 2.4 และจ่ายด้วยเครดิตการ์ด คิดเป็นร้อยละ1.5 และพบว่า ทั้งเพศชายและหญิง และผู้ที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่จ่ายเงินค่าน้ำมันด้วยเงินสด เนื่องจากการเติมน้ำมันในแต่ละครั้ง ไม่ได้เป็นจำนวนเงินที่มากมาย ดังนั้น จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าน้ำมันด้วยเงินเชื่อหรือเครดิตการ์ด แต่ถ้าในแต่ละระดับรายได้ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จะจ่ายค่าน้ำมันด้วยเงินสดมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท สำหรับผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป มีแนวโน้มจะใช้เครดิตการ์ดมากขึ้น

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมันแต่ละแห่ง ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ

เพศ / ปัจจัยที่มีผลต่อสถานี	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อน้ำมัน	57	13.9	63	15.4	120	29.3
การบริการ	92	22.4	119	29	211	51.5
การโฆษณา	12	2.9	18	4.4	30	7.3
ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	100	24.4	118	28.8	218	53.2
คุณภาพของน้ำมัน	86	21	92	22.4	178	45.4
การมีร้านค้าสะดวกซื้อ	42	10.2	52	12.7	94	22.9
มีของแถมหรือชิงโชค	45	11	53	12.9	98	23.9
อื่น ๆ	24	5.9	15	3.7	39	9.5
รวม	208	50.7	202	49.3	410	100

จากตารางพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่ง ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ สถานีบริการนั้นอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาได้แก่ การบริการของสถานีนั้น ๆ คิดเป็นร้อยละ 51.5 คุณภาพของน้ำมัน มีความสำคัญคิดเป็นร้อยละ 43.4 ความเชื่อถือในตรายี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 29.3 การลดแลกแจกแถมมีผลคิดเป็นร้อยละ 23.9 การมีร้านค้าสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 22.9 และปัจจัยด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.5 การโฆษณามีผล คิดเป็นร้อยละ 7.3และพบว่า เพศชายส่วนใหญ่เห็นว่า สถานีบริการที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน มีผลต่อการเลือกใช้บริการมากกว่า ปัจจัยอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 24.4 แต่เพศหญิงเห็นว่า ถ้าสถานีบริการนั้นมีการบริการที่ดี ก็จะเลือกใช้บริการจากสถานีบริการนั้นมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 29

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมันแต่ละแห่ง ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ / ปัจจัยที่มีผลต่อสถานี	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง		ธุรกิจเอกชน		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อน้ำมัน	63	15.4	30	7.3	21	5.1	6	1.5	120	29.3
การบริการ	117	28.5	52	12.7	31	7.6	11	2.7	211	51.5
การโฆษณา	16	3.9	6	1.5	6	1.5	2	0.5	30	7.3
ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	116	28.3	50	12.2	35	8.5	17	4.1	218	53.2
คุณภาพของน้ำมัน	91	22.2	47	11.5	27	6.6	13	3.2	178	43.4
การมีร้านค้าสะดวกซื้อ	46	11.2	28	6.8	18	4.4	2	0.5	94	22.9
มีของแถมหรือชิงโชค	48	11.7	33	8	12	2.9	5	1.2	98	23.9
อื่น ๆ	22	5.4	2	0.5	11	2.7	4	1	39	9.5
รวม	209	51	112	27.3	64	15.6	25	6.1	410	100

จากตารางพบว่า ในแต่ละอาชีพเลือกใช้บริการในแต่ละสถานีด้วยเหตุผลต่างกัน โดยอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจและรับจ้างเลือกสถานีที่มีบริการที่ดี ส่วนอาชีพธุรกิจเอกชนและอาชีพอื่น ๆ เลือกสถานีบริการที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมันแต่ละแห่ง ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามรายได้

รายได้ / ปัจจัยที่มีผลต่อสถานี	ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 20,000		20,001 – 30,000		30,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อน้ำมัน	82	20	24	5.9	8	2	6	1.5	120	29.3
การบริการ	142	34.6	55	13.4	12	2.9	2	0.5	211	51.5
การโฆษณา	24	5.9	4	1	2	0.5	0	0	30	7.3
ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	139	33.9	69	16.8	8	2	2	0.5	218	53.2
คุณภาพของน้ำมัน	105	25.6	57	13.9	12	2.9	4	1	178	43.4
การมีร้านค้าสะดวกซื้อ	60	14.6	24	5.9	4	1	6	1.5	94	22.9
มีของแถมหรือชิงโชค	65	15.9	25	6.1	4	1	4	1	98	23.9
อื่น ๆ	28	6.8	5	1.2	4	1	2	0.5	39	9.5
รวม	272	66.3	108	26.3	20	4.9	10	2.4	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท นิยมเลือกสถานีบริการที่มีบริการที่ดี และใกล้บ้านหรือที่ทำงาน ผู้มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท นิยมเลือกสถานีบริการที่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน และผู้มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป นิยมเลือกสถานีบริการจากคุณภาพของน้ำมัน และตรายี่ห้อ ซึ่งจะเห็นได้ว่า ระดับรายได้มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมัน ทั้งนี้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าน้อยกว่าผู้บริโภคที่มีรายได้สูง โดยจะคำนึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ด้วยเช่น การมีของแถมหรือชิงโชค

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของของแถมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ

เพศ / ชนิดของของแถม	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ประจำวัน เช่น น้ำดื่ม	79	19.3	93	22.7	172	42
ของเล่นเด็ก	20	4.9	19	4.6	39	9.5
สะสมแลกของ	35	8.5	39	9.5	74	18
คูปองชิงโชค	14	3.4	4	1	18	4.4
การคืนกำไร เช่น เติมน้ำมันครบ 300 บ. คืน 10 บาท เป็นต้น	45	11	33	8	78	19
อื่น ๆ	15	3.7	14	3.4	29	7.1
รวม	208	50.7	202	49.3	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมรับของแถมที่เป็นของใช้ประจำวัน เช่นน้ำดื่ม มากถึงร้อยละ 42 รองลงมาได้แก่ การคืนกำไรแก่ลูกค้าเช่น เติมน้ำมันครบ 300 บาท คืน 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 19 สำหรับการสะสมเพื่อแลกของ คิดเป็นร้อยละ 18 ของเล่น คิดเป็นร้อยละ 9.5 ของอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 7.1 และเป็นคูปองชิงโชค คิดเป็นร้อยละ 4.4 และจะเห็นว่า เพศชาย และหญิงต่างชอบของแถมที่เป็นของใช้ประจำวัน เช่น น้ำดื่ม หรือกระดาษทิชชู ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และไม่ต้องรอเพื่อสะสม

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของของแถมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ / ชนิดของของแถม	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ		รับจ้าง		ธุรกิจเอกชน		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ประจำวัน เช่น น้ำดื่ม	90	22	41	10	28	6.8	13	3.2	172	42
ของเล่นเด็ก	23	5.6	12	2.9	2	0.5	2	0.5	39	9.5
สะสมแลกของ	37	9	25	6.1	10	2.40.	2	0.5	74	18
คูปองชิงโชค	7	1.7	8	2	3	7	0	0	18	4.4
การคืนกำไร เช่น เติมน้ำมันครบ 300 บ. คืน 10 บาท เป็นต้น	34	8.3	24	5.9	14	3.4	6	1.5	78	19
อื่น ๆ	18	4.4	2	0.5	7	1.7	2	0.5	29	7.1
รวม	209	51	112	27.3	64	15.6	25	6.1	410	100

จากตารางพบว่า อาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ นิยมรับของแถมที่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน มากกว่า ของแถมประเภทอื่น แต่อาชีพรับจ้าง นอกจากชอบของแถมที่เป็นของใช้ประจำวันแล้ว ยังนิยมสะสมคูปองเพื่อแลกของ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ อาชีพรับจ้าง ต้องเดินทางบ่อย จึงจำเป็นต้องเติมน้ำมันบ่อย ๆ ซึ่งสามารถจะสะสมคูปองเพื่อแลกของได้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน และร้อยละของชนิดของของแถมที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกรายได้

รายได้ / ชนิดของของแถม	ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 20,000		20,001 – 30,000		30,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของใช้ประจำวัน เช่น น้ำดื่ม	118	28.8	40	9.8	6	1.5	8	2	172	42
ของเล่นเด็ก	32	7.8	5	1.2	2	0.5	0	0	39	9.5
สะสมแลกของ	46	11.2	24	5.9	4	1	0	0	74	18
คูปองชิงโชค	18	4.4	0	0	0	0	0	0	18	4.4
การคืนกำไร เช่น เติมน้ำมันครบ 300 บ. คืน 10 บาท เป็นต้น	40	9.8	28	6.8	8	2	2	0.5	78	19
อื่น ๆ	18	4.4	11	2.7	0	0	0	0	29	7.1
รวม	272	66.3	108	26.3	20	4.9	10	2.4	410	100

จากตารางพบว่า ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท นิยมรับของแถมที่เป็นของใช้ประจำวัน เช่นน้ำดื่ม รองลงมาคือการคืนกำไร แต่ผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท นิยมการคืนกำไรมากกว่าของใช้ประจำวัน เช่น น้ำดื่ม

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน และร้อยละของแรงจูงใจเมื่อมีการลดแลกแจกแถมของสถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

แรงจูงใจเมื่อมีการลดแลกแจกแถม	เติมน้ำมันเพิ่ม		เลือกใช้ยี่ห้อที่ถูกใจ		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ								
ชาย	75	18.3	55	13.4	78	19	208	50.7
หญิง	37	9	94	22.9	71	17.3	202	49.3
รวมทุกเพศ	112	27.3	149	36.3	149	36.6	410	100

แรงจูงใจเมื่อมีการลดแลกแจกแถม	เติมน้ำมันเพิ่ม		เลือกใช้ยี่ห้อที่ถูกใจ		ไม่มีผล		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ								
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	59	14.4	65	15.9	85	20.7	208	51
รับจ้าง	34	8.3	48	11.7	30	7.3	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	15	3.7	25	6.1	24	5.9	64	15.6
อื่น ๆ	4	1	11	2.7	10	2.4	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	112	27.3	149	36.3	149	36.6	410	100
รายได้ต่อเดือน								
ต่ำกว่า 10,000 บาท	73	17.8	111	27.1	88	21.5	272	66.3
10,001-20,000 บาท	27	6.6	32	7.8	49	12	108	26.3
20,001-30,000 บาท	6	1.5	4	1	10	2.4	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	6	1.5	2	0.5	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	112	27.3	149	36.3	149	36.3	410	100

จากตารางพบว่า เมื่อมีการลดแลกแจกแถมของสถานีบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนเห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการกล่าวคือ เมื่อมีการลดแลกแจกแถม จะเลือกใช้บริการจากยี่ห้อที่มีการแจกของแถมถูกใจ คิดเป็นร้อยละ 36.3 แต่มีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนเห็นว่า การลดแลกแจกแถม ไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการคิดเป็นร้อยละ 36.3 เช่นกัน แต่ผู้ที่เห็นว่าเมื่อมีการลดแลกแจกแถมของสถานีบริการจะทำให้มีการเติมน้ำมันเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 27.3 และพบว่า เพศชายเห็นว่าการลดแลกแจกแถมไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ แต่เพศหญิงเห็นว่าถ้ามีการลดแลกแจกแถมจะทำให้เลือกเติมน้ำมันของยี่ห้อที่มีของแถมถูกใจที่สุด และเกือบทุกอาชีพเห็นว่าการลดแลกแจกแถมของสถานีบริการมีผลทำให้เลือกเติมน้ำมันจากยี่ห้อที่มีของแถมถูกใจ ยกเว้นอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่าการลดแลกแจกแถมไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สำหรับผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จนถึง 20,000 บาท เห็นว่าเมื่อมีการลดแลกแจกแถมจะเลือกเติมน้ำมันจากสถานีบริการของยี่ห้อที่แจกของแถมที่ถูกใจ แต่ผู้มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เห็นว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ และผู้มีรายได้ตั้งแต่ 30,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าจะทำให้เติมน้ำมันเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน และร้อยละยี่ห้อน้ำมันที่เติมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ

เพศ / ยี่ห้อน้ำมัน	ชาย		หญิง		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	56	13.7	37	9	93	22.7
ปตท.	60	14.6	79	19.3	139	33.9
เอสโซ่	28	6.8	41	10	69	16.8
คาลเท็กซ์	12	2.9	18	4.4	30	7.3
เจ็ท	30	7.3	11	2.7	41	10
อื่น ๆ	22	5.4	16	3.9	38	9.3
รวม	208	50.7	202	49.3	410	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเติมน้ำมันยี่ห้อ ปตท. คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาได้แก่ ยี่ห้อเชลล์ คิดเป็นร้อยละ 22.7 เอสโซ่ คนนิยมเติมคิดเป็นร้อยละ 16.8 เจ็ท คนนิยมเติม คิดเป็นร้อยละ 10 ยี่ห้ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 9.3 และคาลเท็กซ์คิดเป็นร้อยละ 7.3

และพบว่าเพศชายนิยมเติมปตท. คิดเป็นร้อยละ 14.6 รองลงมาได้แก่ เชลล์คิดเป็นร้อยละ 13.7 สำหรับเพศหญิงนิยมเติมปตท.คิดเป็นร้อยละ 19.3 รองลงมาได้แก่ เอสโซ่ คิดเป็นร้อยละ 10

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อน้ำมันที่เติมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ / ยี่ห้อน้ำมัน	รับราชการ		รับจ้าง		ธุรกิจเอกชน		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	39	9.5	40	9.8	12	2.9	2	0.5	93	22.7
ปตท.	70	17.1	31	7.6	25	6.1	13	3.2	139	33.9
เอสโซ่	41	10	16	3.9	6	1.5	6	1.5	69	16.8
คาลเท็กซ์	14	3.4	10	2.4	4	1	2	0.5	30	7.3
เจ็ท	23	5.6	11	2.7	7	1.7	0	0	41	10
อื่น ๆ	22	5.4	4	1	10	2.4	2	0.5	38	9.3
รวม	209	51	112	27.3	64	15.6	25	6.1	410	100

จากตารางพบว่า ในแต่ละอาชีพ อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ นิยมเติมยี่ห้อ ปตท. มากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะ บริษัท ปตท. เป็นบริษัทที่หน่วยงานทางราชการเลือกใช้ และส่วนใหญ่จะอยู่ใกล้สถานที่ราชการ ส่วนอาชีพรับจ้างและธุรกิจเอกชนจะเติมน้ำมันยี่ห้อเชลล์มากที่สุด

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน และร้อยละของยี่ห้อน้ำมันที่เติมของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามรายได้

รายได้ / ยี่ห้อน้ำมัน	ต่ำกว่า 10,000		10,001 – 20,000		20,001 – 30,000		30,000 บาทขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	63	15.4	26	6.3	0	0	4	1	93	22.7
ปตท.	88	21.5	39	9.5	10	2.4	2	0.5	139	33.9
เอสโซ่	38	9.3	19	4.6	8	2	4	1	69	16.8
คาลเท็กซ์	28	6.8	2	0.5	0	0	0	0	30	7.3
เจ็ท	26	6.3	15	3.7	0	0	0	0	41	10
อื่น ๆ	29	7.1	7	1.7	2	0.5	0	0	38	4.3
รวม	272	66.3	108	26.3	20	4.9	10	2.4	410	100

จากตาราง พบว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท – 20,000 บาท นิยมเติมน้ำมันยี่ห้อ ปตท. ซึ่งมีราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ๆ ในบางสถานีบริการ สำหรับผู้ที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป นิยมเติมน้ำมันยี่ห้อเชลล์และปตท. ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของความเป็นไปได้ของราคาน้ำมันที่ลดลงที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานี ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ราคาน้ำมันที่ลดลง	2-24 สต./ลิตร		25-47 สต./ลิตร		48-69 สต./ลิตร		70-100 สต./ลิตร		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ										
ชาย	96	23.4	32	7.8	43	10.5	37	9	208	50.7
หญิง	82	20	39	9.5	51	12.4	30	7.3	202	49.3
รวมทุกเพศ	178	43.3	71	17.3	94	22.9	67	16.3	410	100
อาชีพ										
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	84	20.5	30	7.3	62	15.1	33	8	209	51
รับจ้าง	59	14.4	21	5.1	14	3.4	18	4.4	112	27.3
ธุรกิจเอกชน	28	6.8	12	2.9	12	2.9	12	2.9	64	15.6
อื่น ๆ	7	1.7	8	2	6	1.5	4	1	25	6.1
รวมทุกอาชีพ	178	43.3	71	17.3	94	22.9	67	16.3	410	100
รายได้ต่อเดือน										
ต่ำกว่า 10,000 บาท	120	29.3	49	12	56	13.7	47	11.5	272	66.3
10,001-20,000 บาท	46	11.2	16	3.9	32	7.8	14	3.4	108	26.3
20,001-30,000 บาท	6	1.5	6	1.5	4	1	4	1	20	4.9
30,000 บาทขึ้นไป	6	1.5	0	0	2	0.5	2	0.5	10	2.4
รวมทุกรายได้	178	43.3	71	17.3	94	22.9	67	16.3	410	100

เนื่องจากธุรกิจน้ำมันเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันค่อนข้างสูง เพราะตัวสินค้ามีลักษณะคล้ายคลึงกัน ถ้ายี่ห้อใดลดราคาลงมา ผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปรับบริการจากยี่ห้อที่ถูกกว่า ดังนั้นผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งเพศชายและหญิง ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ เห็นว่า ถ้ายี่ห้อใดลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลงได้ ในช่วงระหว่าง 2-24 สตางค์/ลิตร ผู้บริโภคจะเปลี่ยนยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 43.3 และถ้ายี่ห้อใดลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลงได้ ในช่วงระหว่าง 25-47 สตางค์/ลิตร ผู้บริโภคจะเปลี่ยนยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 60.6

การที่ยี่ห้อใดลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลงมา จะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปรับบริการจากยี่ห้อที่ถูกกว่าเพิ่มมากขึ้น แต่มิได้หมายความว่าจะทำให้บริษัทนั้นมีรายรับที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการปรับตัวของบริษัทคู่แข่งขัน เช่น กรณีคู่แข่งขันปรับตัวได้เร็ว การลดราคานั้นก็อาจจะไม่มีเกิดประโยชน์ เป็นต้น

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการมีร้านค้าสะดวกซื้อต่อการเลือกใช้สถานีบริการ ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลของการมีร้านค้าสะดวกซื้อ	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	153	49.2	4	1.3	157	50.5
หญิง	142	45.7	12	3.9	154	49.5
รวมทุกเพศ	295	94.9	16	5.1	311	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	146	46.9	2	0.6	148	47.6
รับจ้าง	81	26	12	3.9	93	29.9
ธุรกิจเอกชน	51	16.4	0	0	51	16.4
อื่น ๆ	17	5.5	2	0.6	19	6.1
รวมทุกอาชีพ	295	94.5	16	5.1	311	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	191	61.4	14	4.5	205	65.9
10,001-20,000 บาท	84	27	0	0	84	27
20,001-30,000 บาท	12	3.9	2	0.6	14	4.5
30,000 บาทขึ้นไป	8	2.6	0	0	8	2.6
รวมทุกรายได้	295	94.5	16	5.1	311	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า การมีร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 94.9 และผู้ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 5.1 และพบว่า เพศชายและหญิง ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ ต่างก็เห็นว่า การมีร้านค้าสะดวกซื้อมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายสำหรับผู้รับบริการ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการบริการที่สุภาพ รวดเร็วของพนักงานที่มีต่อการเลือกสถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลของการบริการสุภาพ	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	196	51.4	0	0	196	51.4
หญิง	183	48	2	0.5	185	48.6
รวมทุกเพศ	379	99.5	2	0.5	381	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	187	49.1	0	0	187	49.1
รับจ้าง	110	28.9	0	0	110	28.9
ธุรกิจเอกชน	57	15	2	0.5	59	15
อื่น ๆ	25	6.6	0	0	25	6.6
รวมทุกอาชีพ	379	99.5	2	0.5	381	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	251	65.9	2	0.5	253	66.4
10,001-20,000 บาท	102	26.8	0	0	102	26.8
20,001-30,000 บาท	16	4.2	0	0	16	4.2
30,000 บาทขึ้นไป	10	2.6	0	0	10	2.6
รวมทุกรายได้	379	99.5	2	0.5	381	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการบริการที่สุภาพ รวดเร็วของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 99.5 และผู้ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 0.5 และพบว่า การเลือกบริการจากสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคส่วนใหญ่ มองถึงด้านการบริการมากกว่าปัจจัยด้านอื่น ๆ การมีพนักงานที่บริการสุภาพ รวดเร็วทันใจ ทำให้ทั้งเพศหญิงและชาย ต่างเลือกใช้บริการจากสถานีนั้น คิดเป็นร้อยละ 48 และ 51.4 ตามลำดับ ในทุกสาขาอาชีพโดยเฉพาะอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ เห็นว่ามีผลต่อการเลือกใช้บริการมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 49.1 และไม่ว่าผู้บริโภครายได้อยู่ในระดับใดก็ตาม ต่างก็เห็นว่าการบริการที่สุภาพ รวดเร็วของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้บริการทั้งสิ้น

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของความสะอาดของสถานีที่มีต่อการเลือกใช้สถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลของสถานีสะอาด	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	167	48.1	4	11.2	171	49.3
หญิง	174	50.1	2	0.6	176	50.7
รวมทุกเพศ	341	98.3	6	1.7	347	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	174	50.1	4	1.2	178	51.3
รับจ้าง	94	27.1	0	0	94	27.1
ธุรกิจเอกชน	50	14.4	2	0.6	52	15
อื่น ๆ	23	6.6	0	0	23	6.6
รวมทุกอาชีพ	341	98.3	6	1.7	347	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	293	67.1	4	1.2	237	68.3
10,001-20,000 บาท	88	25.4	0	0	88	25.4
20,001-30,000 บาท	16	4.6	2	0.6	18	5.2
30,000 บาทขึ้นไป	4	1.2	0	0	4	1.2
รวมทุกรายได้	341	98.3	6	1.7	347	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าความสะอาดของสถานีมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 98.3 และผู้ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 1.7 และพบว่านอกจากสถานีมีบริการที่สุภาพรวดเร็วของพนักงานแล้ว สถานีนั้นควรจะมีความสะอาดทั้งในสถานีเอง ห้องน้ำ หรือร้านค้าภายในสถานี ทั้งนี้เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจของผู้บริโภคในการเข้ารับบริการ ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ ทั้งชายและหญิงต่างก็เห็นว่า สถานีบริการที่มีความสะอาดมีผลต่อการเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.1 และไม่ว่าสาขาอาชีพหรือที่ระดับรายได้ใดก็ตาม เห็นว่าสถานีที่สะอาดจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีนั้น

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการบริการเสริมของพนักงานที่มีต่อการเลือกใช้สถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลการมีบริการเสริม	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	142	47.5	0	0	142	47.5
หญิง	150	50.2	7	2.3	157	52.5
รวมทุกเพศ	292	97.7	7	2.3	299	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	143	47.8	7	2.3	150	50.2
รับจ้าง	88	29.4	0	0	88	29.4
ธุรกิจเอกชน	44	14.7	0	0	44	14.7
อื่น ๆ	17	5.7	0	0	17	5.7
รวมทุกอาชีพ	292	97.7	7	2.3	299	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	188	62.9	3	1	191	63.9
10,001-20,000 บาท	80	26.8	2	0.7	82	27.4
20,001-30,000 บาท	16	5.4	2	0.7	18	6
30,000 บาทขึ้นไป	8	2.7	0	0	8	2.7
รวมทุกรายได้	292	97.7	7	2.3	299	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการมีบริการเสริมของพนักงานมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 97.7 และผู้ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 2.3 และพบว่าเมื่อพนักงานมีการบริการที่สุภาพรวดเร็วแล้ว ควรจะมีบริการเสริมเช่น การเช็ดกระจก หรือเติมลม ถ้าสถานีใดสามารถมีบริการได้ครบถ้วนเช่นนี้แล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทั้งหญิงและชายจะเลือกสถานีบริการนั้น โดยจะเห็นว่าเพศหญิงจะเลือกใช้บริการมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้หญิงส่วนใหญ่ไม่สันทัดในการเติมลม เป็นต้น ดังนั้น ถ้าสถานีใดมีบริการเสริมในส่วนนี้ ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการจากสถานีนั้น และไม่ว่าอาชีพหรือระดับรายได้ใดต่างก็เห็นว่า การมีบริการเสริมของพนักงานจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการเปิดสถานีบริการตลอด 24 ชั่วโมงที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลการเปิดสถานี24ชั่วโมง	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	172	47.3	14	3.8	186	51.1
หญิง	172	47.3	6	1.6	178	48.9
รวมทุกเพศ	344	94.5	20	5.5	364	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	177	48.6	10	2.7	187	51.4
รับจ้าง	90	24.7	6	1.6	96	26.4
ธุรกิจเอกชน	54	14.8	4	1.1	58	15.9
อื่น ๆ	23	6.3	0	0	23	6.3
รวมทุกอาชีพ	344	94.5	20	5.5	364	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	238	65.4	10	2.7	248	68.1
10,001-20,000 บาท	84	23.1	6	1.6	90	24.7
20,001-30,000 บาท	14	3.8	2	0.5	16	4.4
30,000 บาทขึ้นไป	8	2.2	2	0.5	10	2.7
รวมทุกรายได้	344	94.5	20	5.5	364	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการเปิดสถานีบริการตลอด 24 ชั่วโมงมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 94.5 และผู้ที่คิดว่าไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 5.5 และพบว่า ทั้งเพศชายและหญิงต่างก็เห็นว่า การเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมงของสถานีบริการ มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทำให้เกิดความสะดวกสบายสำหรับผู้ที่ต้องกลับบ้านดึก ซึ่งสามารถเติมน้ำมันและซื้อของจากร้านค้าสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันได้ และจะเห็นว่าไม่ว่าอาชีพใดหรือระดับรายได้ใด ต่างก็เห็นว่าการเปิดสถานีบริการตลอด 24 ชั่วโมง มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการนั้น

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการติดตามข่าวสารทางด้านน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลของการติดตามข่าวสาร	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	107	44.8	18	14.4	125	52.3
หญิง	104	43.5	10	8.8	114	47.7
รวมทุกเพศ	211	88.3	28	11.7	239	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	109	45.6	9	3.8	118	49.4
รับจ้าง	61	25.5	8	3.3	69	28.9
ธุรกิจเอกชน	28	11.7	5	2.1	33	13.8
อื่น ๆ	13	5.4	6	2.5	19	7.9
รวมทุกอาชีพ	211	88.3	28	11.7	239	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	132	53.2	23	9.6	155	64.9
10,001-20,000 บาท	55	23	5	2.1	60	25.1
20,001-30,000 บาท	16	6.7	0	0	16	6.7
30,000 บาทขึ้นไป	8	3.3	0	0	8	3.3
รวมทุกรายได้	211	88.3	28	11.7	239	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ามีการติดตามข่าวสารทางด้านน้ำมันก่อนการใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 88.3 และผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวสาร คิดเป็นร้อยละ 11.7 และพบว่า เพศชายและหญิงจะมีการติดตามข่าวสารน้ำมันก่อนใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 44.8 และ 43.5 ตามลำดับ และจะเห็นว่า เพศชายจะมีการติดตามข่าวสารมากกว่าเพศหญิง สำหรับในทุกอาชีพ จะมีการติดตามข่าวสารด้านน้ำมัน โดยเฉพาะอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาได้แก่ อาชีพรับจ้าง ซึ่งควรจะมีการติดตามข่าวสารโดยเฉพาะด้านราคาน้ำมันอยู่เสมอ เพื่อช่วยลดต้นทุนในการเดินทาง และทุกระดับรายได้มีการติดตามข่าวสารด้านน้ำมัน

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการลดแลกแจกแถมที่มีต่อการเลือกใช้สถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ผลการลดแลกแจกแถม	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	20	8	95	38.2	115	46.2
หญิง	11	4.4	123	49.4	134	53.8
รวมทุกเพศ	31	12.4	218	87.6	249	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	14	5.6	112	45	126	50.6
รับจ้าง	2	0.8	65	26.1	67	26.9
ธุรกิจเอกชน	13	5.2	26	10.4	39	15.7
อื่น ๆ	2	0.8	15	6	17	6.8
รวมทุกอาชีพ	31	12.4	218	87.6	249	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	8	3.2	143	52.4	151	60.6
10,001-20,000 บาท	19	7.6	61	24.5	80	32.1
20,001-30,000 บาท	2	0.8	10	4	12	4.8
30,000 บาทขึ้นไป	2	0.8	4	1.6	6	2.4
รวมทุกรายได้	31	12.4	218	87.6	249	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการลดแลกแจกแถมไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานีบริการ คิดเป็นร้อยละ 87.6 และผู้ที่เห็นว่าการลดแลกแจกแถมมีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 12.4 และพบว่า ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น คุณภาพของสินค้า หรือ ที่ตั้งของสถานีบริการ มากกว่า ดังนั้นทั้งเพศชายและหญิง ต่างก็เห็นว่า การลดแลกแจกแถมไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานีบริการนั้น คิดเป็นร้อยละ 46.2 และ 53.8 ตามลำดับ และจะเห็นว่า การลดแลกแจกแถมไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการในทุกสาขาอาชีพ หรือทุกระดับรายได้

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน และร้อยละของผลของการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด จำแนกตามเพศ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน

ผลของการโฆษณา	มี		ไม่มี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ						
ชาย	15	7.1	84	40	99	47.1
หญิง	15	7.1	96	45.7	111	52.9
รวมทุกเพศ	30	14.3	180	85.7	210	100
อาชีพ						
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8	3.8	96	45.7	104	49.5
รับจ้าง	14	6.7	52	24.8	66	31.4
ธุรกิจเอกชน	6	2.9	24	11.4	30	14.3
อื่น ๆ	2	1	8	3.8	10	4.8
รวมทุกอาชีพ	30	14.3	180	85.7	210	100
รายได้ต่อเดือน						
ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	7.6	122	58.1	138	65.7
10,001-20,000 บาท	12	5.7	48	22.9	60	28.6
20,001-30,000 บาท	2	1	8	3.8	10	4.8
30,000 บาทขึ้นไป	0	0	2	1	2	1
รวมทุกรายได้	30	14.3	180	85.7	210	100

จากตารางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ หรือโทรทัศน์ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานีบริการที่มีการโฆษณานั้น คิดเป็นร้อยละ 85.7 และผู้ที่เห็นว่าการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ มีผลต่อการเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 14.3 และพบว่า ทั้งเพศชายและหญิง ทุกอาชีพ และระดับรายได้ ต่างก็เห็นว่า การส่งเสริมการขายไม่ว่าจะเป็นการลดแลกแจกแถมหรือการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ไม่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของสถานีบริการนั้น ๆ

4.3 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิง

สมมติฐาน รายได้และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด วิธีการชำระเงินโดยบัตรเครดิตและความสะดวกและสะอาดของสถานีบริการน่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สถานีบริการของผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จ.เชียงใหม่ เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงวันที่ 23 มิถุนายน – 6 กรกฎาคม 2542 กับตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่กำหนดในแบบจำลองการศึกษา ได้แก่ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รายได้ของผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือน สถานที่ตั้งสถานีบริการ การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ รสนิยมในการเลือกยี่ห้อน้ำมัน การบริการที่รวดเร็วและสุภาพ วิธีการชำระเงินโดยการใช้บัตรเครดิต ความสะดวกและสะอาดของสถานีบริการ และการส่งเสริมการขาย

โดยพบว่า ปริมาณความต้องการเติมน้ำมันกับตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่กำหนดในแบบจำลองการศึกษามีความสัมพันธ์กันสูง คือ 0.77 และตัวแปรเหล่านี้ สามารถอธิบายพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงได้ร้อยละ 59.47 ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 34 สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน	ค่าสถิติ T	ค่านัยสำคัญทางสถิติ (Sig T)
ค่าคงที่ (constant)	-171.46232		-2.393	0.0204
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง (P)	0.47726	0.21236	2.073	0.0431
รายได้ของผู้บริโภคเฉลี่ยต่อเดือน (Ψ)	0.00357	0.79645	7.574	0.000
สถานที่ตั้งสถานีบริการ (L)	0.10095	0.01111	0.119	0.9054
การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ (M)	30.89539	0.17845	1.503	0.1389
รสนิยม (B)	11.48082	0.34851	3.696	0.0005
การบริการที่รวดเร็วและสุภาพ (S)	-8.68421	-0.2997	-0.208	0.8362
วิธีการชำระเงินโดยการใช้บัตรเครดิต (PA)	-14.81941	-0.07112	-0.765	0.4489
การส่งเสริมการขาย (PR)	-35.65827	-0.41070	-3.335	0.1051
ความสะดวกและสะอาดของสถานีบริการ (CL)	95.72253	0.45944	3.056	0.0032

Multiple R	= 0.77119
R Square	= 0.59473
Adjusted R Square	= 0.52459
F Statistics	= 8.47886

ตัวแปรตาม : ปริมาณความต้องการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง (ลิตร / เดือน)

สรุปผลจากตารางพบว่า

1.ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เมื่อราคาขายของน้ำมันเชื้อเพลิงยี่ห้อหนึ่งต่ำลง (ขณะที่ยี่ห้ออื่นๆ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงราคา) มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 นอกจากนั้นแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่า ราคาน้ำมันมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะของสินค้าที่สามารถใช้ทดแทนกัน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เมื่อราคาของสินค้ายี่ห้อหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีผลต่อการบริโภคของสินค้าอีกยี่ห้อหนึ่ง อธิบายได้ว่า ถ้าน้ำมันยี่ห้อหนึ่งมีราคาลดลง จะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงยี่ห้อนั้นสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากราคาน้ำมันยี่ห้อหนึ่งเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการในการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงยี่ห้อนั้นก็จะลดลง

2.รายได้ของผู้บริโภค พบว่า รายได้ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติรดับ 0.05 นอกจากนั้นแล้วค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่า รายได้มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน อธิบายได้ว่าถ้ารายได้ของบุคคลเพิ่มสูงขึ้นจะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น

3. สถานที่ตั้งสถานีบริการ พบว่า ระยะทางระหว่างสถานีบริการและบ้านหรือที่ทำงานของผู้บริโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ถึงแม้ว่าสัมประสิทธิ์จะมีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะอธิบายว่า แม้ว่าระยะทางระหว่างสถานีบริการและบ้านหรือที่ทำงานจะห่างกันมาก ความต้องการในการบริโภคน้ำมันก็สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากตัวแปรอิสระนี้ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นตัวแปรอิสระนี้จึงไม่สามารถอธิบายความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงได้

4.การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ พบว่า การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 ถึงแม้

ว่าค่าสัมประสิทธิ์จะมีเครื่องหมายเป็นบวกแสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงที่จะอธิบายว่า แม้ว่ามีร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ ความต้องการในการบริโภคน้ำมันก็จะสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากตัวแปรอิสระนี้ ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นตัวแปรอิสระนี้จึงไม่สามารถอธิบายความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงได้

5.รสนิยม พบว่า รสนิยมในการบริโภคน้ำมันมีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 นอกจากนั้นแล้ว ค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่ารสนิยมในการบริโภคน้ำมันมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน อธิบายได้ว่า ถ้าบริษัทผลิตน้ำมันที่รู้จักกันแพร่หลายมีชื่อเสียงและมีคุณภาพสูง จะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น

6.การบริการที่รวดเร็วสุภาพ พบว่า การบริการที่รวดเร็วและสุภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นลบ แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความต้องการบริโภคน้ำมันที่จะอธิบายว่า การบริการที่เชื่องช้าจะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันสูงขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากตัวแปรอิสระนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่จะยอมรับสมมติฐานที่ตั้งขึ้น ดังนั้นตัวแปรอิสระนี้จึงไม่สามารถอธิบายตัวแปรตามในแบบจำลองได้

7.วิธีการชำระเงินโดยการใช้บัตรเครดิต พบว่า การชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 และค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นลบ แสดงว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับความต้องการบริโภคน้ำมันที่จะอธิบายว่า ถ้าชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตจะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันต่ำลง แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากตัวแปรอิสระนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่จะยอมรับสมมติฐานที่ตั้งขึ้น ดังนั้น ตัวแปรอิสระนี้จึงไม่สามารถอธิบายตัวแปรตามในแบบจำลองได้

8.ความสะดวกและสะอาดของสถานีบริการ พบว่า สถานีบริการที่ให้ความสะดวกและสะอาดสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 นอกจากนี้แล้วค่าสัมประสิทธิ์มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่า สถานีบริการที่ให้ความสะดวกและสะอาด มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับความต้องการบริโภคน้ำมัน อธิบายได้ว่า ถ้าสถานีบริการใดที่อำนวยความสะดวกและสะอาดจะทำให้ความโน้มเอียงในความต้องการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น

9. การส่งเสริมการขาย พบว่า การส่งเสริมการขายเช่นการรับรู้ข่าวสารจากโฆษณา การลดแลกแจกแถม ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณความต้องการในการเติมน้ำมัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05

สรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลองพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงรถยนต์ พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการบริโภคน้ำมัน คือ รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค รองลงมาได้แก่ ความสะดวกและ

สะอาดของสถานีบริการ รสนิยมในการบริโภคน้ำมัน และราคาน้ำมันที่ลดลง โดยสามารถนำผลของการศึกษามาสร้างเป็นสมการทำนายความต้องการในการบริโภคน้ำมันได้ดังนี้

สมการถดถอย ได้แก่

$$Q = -171.41623 + 0.47726P + 0.00357Y + 11.48082B + 95.72253CL$$

ซึ่งสามารถอธิบายจากสมการได้ว่า

1.เมื่อราคาน้ำมันยี่ห้อหนึ่ง (P) เปลี่ยนแปลงไป 1 สตางค์ (ขณะที่ผู้ขายน้ำมันรายอื่น ๆไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงราคา) จะทำให้ ปริมาณความต้องการเติมน้ำมัน(Q) ของผู้ขายยี่ห้อนั้น เปลี่ยนแปลงไป 0.47726 ลิตร ในทิศทางเดียวกัน

2. เมื่อรายได้ของผู้บริโภค (Y) เปลี่ยนแปลงไป 1 บาท/เดือน จะทำให้ ปริมาณความต้องการเติมน้ำมัน(Q) เปลี่ยนแปลงไป 0.00357 ลิตร ในทิศทางเดียวกัน

3.เมื่อผู้บริโภคมีความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ของยี่ห้อที่รู้จักกันแพร่หลาย จะทำให้ปริมาณการบริโภคน้ำมันยี่ห้อนั้นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น 11.48082 ลิตร

4.เมื่อผู้บริโภคพอใจในสถานีบริการที่สะดวกและสะอาด จะทำให้การปริมาณการบริโภคน้ำมันเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น 95.72253 ลิตร