

## บทที่ 6

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้น้ำมันบางจากในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสถานภาพบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศชายมากกว่าเพศหญิง(เพศชายร้อยละ 59.5) ซึ่งส่วนมากอายุระหว่าง 21 – 30 ปี(ร้อยละ 42) มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ห้างร้าน(ร้อยละ 30) มีการศึกษาระดับปริญญาตรี(ร้อยละ 57) และมีรายได้ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท (ร้อยละ 35)และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เป็นรถยนต์นั่งส่วนบุคคล(ร้อยละ 46)

##### 6.1.1 ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันบางจาก

1. ราคาของน้ำมันบางจากที่เปลี่ยนแปลง(ขณะที่ราคาน้ำมันบริษัทอื่นคงที่)มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 73.5) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 26.5)
2. ราคาน้ำมันบริษัทอื่นที่เปลี่ยนแปลง(ขณะที่ราคาน้ำมันบางจากคงที่)มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 77.5) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 22.5)
3. ระยะทางของสถานีบริการกับที่พักหรือที่ทำงานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 85.75) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 14.25)
4. คุณภาพของน้ำมันบางจากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 78) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ (ร้อยละ 22)
5. ความสะอาดและความสะอาดของสถานีบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจากเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 88.5) และไม่มีผลต่อการเลือกใช้ (ร้อยละ 11.5)
6. การบริการที่รวดเร็วและอุตสาหกรรมของพนักงานหน้าลานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจากเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 86) และไม่มีผลต่อการเลือกใช้ (ร้อยละ 14) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในปัจจุบันเวลาเป็นสิ่งสำคัญในการเดินทางของผู้ที่มามีน้ำมัน ซึ่งหากสถานีบริการไหนมีการบริการที่รวดเร็วย่อมจะได้เปรียบด้านการตลาด
7. มารยาทและความสุภาพของพนักงานหน้าลานมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจาก(ร้อยละ 95.75) และไม่มีผลต่อการเลือกใช้ (ร้อยละ 4.25)
8. วิธีการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจาก (ร้อยละ 64.5) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ (ร้อยละ 35.5)

9. การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานบริการมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันบางจากเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 72.25) และไม่มีผลต่อการเลือกใช้ (ร้อยละ 27.25) ซึ่งหมายความว่าร้านสะดวกซื้อเป็นส่วนเสริมภายในสถานบริการ ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่มักจะจับจ่ายใช้สอยในช่วงรอเวลาเติมน้ำมัน ถ้างัดฉีด หรือเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

10. การที่บริษัทน้ำมันบางจากเป็นบริษัทของคนไทยทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจากเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 71.5) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจ (ร้อยละ 28.5) ซึ่งหมายความว่า กระแสในการซื้อของไทย ร่วมกันใช้สินค้าคนไทย มีอิทธิพลต่อการเลือกเติมน้ำมันของคนไทย

11. การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันบางจากเป็นส่วนมาก(ร้อยละ 73.5) และไม่มีผลต่อการตัดสินใจ (ร้อยละ 26.5) และสื่อที่ได้รับจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นส่วนใหญ่ คือ โทรทัศน์ (ร้อยละ 92.25) รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 7.75) และมีความเห็นว่าควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น (ร้อยละ 77.25)

12. พฤติกรรมการใช้น้ำมันของรถยนต์ทั้ง 3 ชนิด พบว่ารถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์เติมเดือนละ 1-6 ครั้ง ประมาณร้อยละ 87.50 ส่วนรถบรรทุกจะถี่กว่า คือ 1-9 ครั้ง ประมาณร้อยละ 95.35 โดยรถยนต์นั่งใช้ประมาณเฉลี่ยประมาณ 200-400 บาท รถบรรทุกมากกว่า 600 บาท ส่วนรถจักรยานยนต์ต่ำกว่า 200 บาท โดยรถยนต์มักเติมในวันจันทร์และวันอาทิตย์ และเติมช่วง 7.00-11.00 น. เป็นส่วนใหญ่ ส่วนรถบรรทุกมักเติมในวันจันทร์ กับวันศุกร์ และเติมช่วง 23.01-03.00 น. แต่รถจักรยานยนต์มักเติมในวันจันทร์ ถัดมาเป็นวันอาทิตย์ โดยจะเติมช่วง 11.00-15.00 น. เป็นส่วนใหญ่

#### 6.1.2 สรุปการทดสอบสมมุติฐาน

1. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับการตัดสินใจใช้น้ำมันบางจาก เมื่อราคาของน้ำมันบางจากเปลี่ยนแปลง(ขณะที่ราคาน้ำมันบริษัทอื่นคงที่) พบว่า การตัดสินใจใช้น้ำมันบางจาก เมื่อราคาของน้ำมันบางจากเปลี่ยนแปลง (ขณะที่ราคาน้ำมันบริษัทอื่นคงที่) ขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค

2. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับการตัดสินใจใช้น้ำมันบางจาก เมื่อราคาของน้ำมันบริษัทอื่นเปลี่ยนแปลง(ขณะที่ราคาน้ำมันบางจากคงที่) พบว่า การตัดสินใจใช้น้ำมันบางจาก เมื่อราคาของน้ำมันบริษัทอื่นเปลี่ยนแปลง(ขณะที่ราคาน้ำมันบางจากคงที่) ขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค

3. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับการชำระเงินโดยใช้บัตรเครดิตในการตัดสินใจใช้น้ำมันบางจาก พบว่า การชำระเงินโดยบัตรเครดิตในการตัดสินใจใช้น้ำมันบางจากขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้บริโภค

## 6.2 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันบางจากในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ควรผ่านสื่อทางโทรทัศน์ เป็นสำคัญและมีอิทธิพลต่อส่วนแบ่งตลาด
2. พฤติกรรมการใช้น้ำมันส่วนใหญ่ของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์มักจะเติมน้ำมันในวันจันทร์และวันอาทิตย์ เพื่อเตรียมพร้อมในการเดินทางไปทำงาน และในวันศุกร์เพื่อใช้ในการเดินทางเพื่อไปพักผ่อนในวันหยุด ส่วนรถบรรทุกส่วนบุคคลมักเติมในวันพฤหัสบดีและวันศุกร์ ในช่วงเวลา 23.01-03.00 น. ดังนั้นผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน ควรจะเน้นไม่ให้พนักงานหน้าลานหยุดในวันดังกล่าว เพื่อให้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารสถานีบริการน้ำมัน
3. การชำระเงินโดยบัตรเครดิตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถขยายตลาดและเพิ่มยอดขายได้ ซึ่งน่าจะมีการศึกษาวิจัยเฉพาะเรื่องต่อไป
4. การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถขยายตลาดและเพิ่มยอดขายได้ ซึ่งน่าจะทำการศึกษาวิจัยเฉพาะเจาะลึกต่อไป