

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันได้ทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2549 มีสถานีบริการน้ำมันทั่วประเทศมีอยู่ทั้งสิ้น 17,522 แห่ง แบ่งเป็นสถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 1,238 แห่ง บางจาก จำนวน 1,121 แห่ง เอสโซ่ จำนวน 602 แห่ง เชลล์ จำนวน 567 แห่ง เซฟรอน (คาร์เท็กซ์) จำนวน 421 แห่ง คอนอโค (เจ็ท) จำนวน 147 แห่ง ปิโตรนาส (คิวเอท) จำนวน 111 แห่ง และสถานีบริการน้ำมันอื่น ๆ ที่เป็นสถานีบริการน้ำมันอิสระอีก 13,315 แห่ง (กรมธุรกิจพลังงาน, 2549ก: ออนไลน์) ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำมันต่างต้องสรรหากลยุทธ์ต่างๆ มาใช้เพื่อที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างตราหือ และดึงดูดลูกค้าเข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของตนเองให้ได้มากที่สุด โดยแต่ละบริษัทต่างมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป

ตัวอย่างสถานีบริการน้ำมันที่มีการปรับตัวในการแข่งขัน เช่น บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดนโยบายเป็นผู้นำด้านการปรับปรุงรูปแบบของสถานีให้มีความทันสมัยมากขึ้น การเปิดให้บริการอื่นที่นอกเหนือจากการจำหน่ายน้ำมัน เช่น การร่วมมือกับ บริษัท ซี.พี. เซเว่น-อีเลฟเว่น จำกัด (มหาชน) ในการเปิดร้านสะดวกซื้อ การร่วมมือกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ในการให้บริการธนาคารในสถานีบริการน้ำมัน ส่วนบริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ก็ได้มีการร่วมมือกับ เทสโก้ - โลตัส ในการเปิดร้านสะดวกซื้อ เทสโก้-โลตัส เอ็กซ์เพรส ในสถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ และร่วมกับเทสโก้โลตัสในการให้ส่วนลดน้ำมันเมื่อใช้บัตรของเทสโก้-โลตัสวิซ่า และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้มีร่วมมือกับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ในการเปิดร้าน Puff & Pie ซึ่งเป็นร้านเบเกอรี่รวมไปถึงการเปิดร้านสะดวกซื้อ เลมอนกรีน ในสถานีบริการน้ำมัน อีกทั้งยังมีการรับประกันซ่อมเครื่องยนต์ฟรีหากเกิดการเสียหายจากการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันบางจาก ในส่วนของบริษัท คอนอโค (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมันเจ็ทก็ได้มีการจัดการส่งเสริมการขาย แจกคูปองชิงโชคและแถมน้ำแร่ตราหือมิเนเร่ (กลยุทธ์คู่แข่ง ไตรมาสที่ 3 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน), 2549: ออนไลน์)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดี โดยวัดจากดัชนีผู้บริโภคของประชากรจังหวัดเชียงใหม่ ที่เพิ่มขึ้นถึง 116.9 % ในปี พ.ศ. 2549 (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่, 2549: ออนไลน์) ประชากรจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวน 1,662,014 คน (กรมการปกครอง, 2549: ออนไลน์) ส่วนในด้านสถานบริการน้ำมัน จังหวัดเชียงใหม่มีสถานบริการน้ำมันอยู่ทั้งสิ้น 362 สถานี แบ่งเป็นสถานบริการน้ำมัน ปตท. 34 แห่ง บางจาก 32 แห่ง เอสโซ่ 16 แห่ง เซลล์ 13 แห่ง เซฟรอน (คาร์เท็กซ์) 11 แห่ง คอนอโค (เจ็ท) 8 แห่ง ปิโตรนาส (คิวเอท) 6 แห่ง และสถานบริการน้ำมันอิสระอีก 242 แห่ง (สถิติพงษ์ เงามาม, สัมภาษณ์) มีการบริโภคน้ำมันในปี พ.ศ. 2549 จำนวน 427.54 ล้านลิตร (กรมธุรกิจพลังงาน, 2549: ออนไลน์) รถยนต์ที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2549 มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 จำนวน 9,418 คัน คิดเป็นร้อยละ 7.21 รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 จำนวน 7,137 คัน คิดเป็นร้อยละ 4.49 รถจักรยานยนต์เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 จำนวน 55,867 คัน คิดเป็นร้อยละ 7.06 โดยภาพรวมมียานพาหนะเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.07 (สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงใหม่, 2549: ออนไลน์)

จากภาวะการฉ้อฉลข้างต้นจึงเป็นสาเหตุให้สถานบริการน้ำมันในจังหวัดเชียงใหม่มีการแข่งขันในแต่ละสถานบริการและตราเชื้อเพลิง ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ทั้งนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่เจ้าของสถานบริการน้ำมันและ บริษัทผู้ผลิต ในการดำเนินงานและกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการใช้บริการสถานบริการน้ำมันใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบส่วนประสมตลาดการบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีสาน้ำนํ้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการใช้บริการสถานีสาน้ำนํ้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผน ปรับปรุง วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของสถานีสาน้ำนํ้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

นิยามศัพท์

ส่วนประสมตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่ควบคุมได้ซึ่งต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การจัดจำหน่าย (Place) บุคคล (People) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process)

สถานีสาน้ำนํ้า หมายถึง สถานที่จำหน่ายน้ำนํ้าและอาจมีการให้บริการต่าง ๆ เกี่ยวกับรถรวมถึงการให้บริการด้านอื่น ๆ ให้แก่ผู้ใช้บริการ เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ห้องนํ้า บริการตรวจสภาพรถ โดยไม่รวมสถานีสาน้ำนํ้าในลักษณะ “ปั้มหลด”

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ใช้บริการเติมนํ้านํ้าให้กับยานพาหนะ ณ สถานีสาน้ำนํ้าในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และไม่เป็นผู้ที่ให้บริการรถสาธารณะและรถที่ให้บริการเชิงพาณิชย์