

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
หัวข้อเรื่อง : ทักษะคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ : นางสาว สิริรัตน์ อรุณ รหัส 9526 99 39
อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : อาจารย์จิระ บุรีคำ
ปีการศึกษา : 2541

บทคัดย่อ

การศึกษารื่องทักษะคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการบริการของสถานีบริการน้ำมัน
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ วัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) ทักษะคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีต่อการ
บริการของสถานีบริการ 2) ประเภทความต้องการที่มีต่อการบริการของสถานีบริการน้ำมัน และ 3)
ปัญหาบริการที่พบ

ผู้ทำการศึกษาได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัว
อย่างที่ใช้รถยนต์ประเภทรถยนต์ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คนและใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ในเขต
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 330 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบแบ่งชั้น (Stratified
Random Sampling) โดยแบ่งตัวอย่างออกเป็น 5 กลุ่มอาชีพเท่าๆกัน กล่าวคือ มหาวิทยาลัย ธนาคาร
บริษัทเอกชน สถานที่ราชการ และร้านค้าต่างๆ การวิเคราะห์ข้อมูลจะอยู่ในรูปแบบ ได้แก่ สถิติ
พรรณนา โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ในการอธิบายข้อมูลทั่วไป ความต้องการ และปัญหาของผู้
ใช้รถยนต์ที่มีต่อการบริการของสถานีบริการน้ำมัน สำหรับทักษะคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการ
บริการนั้นได้ใช้ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการวิเคราะห์ ขณะเดียวกันผู้วิจัยก็ได้ใช้
สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) โดยเลือกการทดสอบรายคู่ Duncan
เพื่อทดสอบความแตกต่างของทักษะคติที่มีต่อการบริการ

ผลการศึกษา พบว่า ทักษะคติของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ที่มีต่อการให้บริการของสถานี
บริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 4 ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนมีทักษะคติ โดยรวมอยู่ใน
ระดับเห็นด้วยมาก ประกอบด้วย ส่วนผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความชัดเจนของป้ายแสดงราคาน้ำมัน ความ
รวดเร็วในการให้บริการ ความเชื่อถือในคราซีหอน้ำมัน กิริยามารยาท และความสุภาพของพนักงาน
รูปแบบความทันสมัยของสถานี การบริการที่ครบวงจร มีการบริการเช็ดกระจก ทิ้งขยะ เติมนมรด
ยนต์ และ การบริการของร้านสะดวกซื้อ ส่วนราคา ได้แก่ ราคาน้ำมัน สินค้าในร้านสะดวกซื้อ และ
ค่าบริการล้างรถมีความเหมาะสม ส่วนช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าไปใช้
บริการ มีแสงสว่าง และ ความปลอดภัยในเวลากลางคืน สถานีบริการใกล้แหล่งชุมชน จำนวนจุดจ่าย

น้ำมัน และสถานีบริการมีเพียงพอ มีที่จอดรถกว้างขวาง และสถานีบริการมีการเปิด 24 ชั่วโมง ส่วน การส่งเสริมการตลาด ได้แก่ มีการทำการส่งเสริมการขายโดยการแข่งขันลดราคาน้ำมัน การสะสม คูปองแลกสินค้า การเติมน้ำมันครบจำนวนเพื่อแลกของสมนาคุณ และ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทางสื่อต่างๆ

ส่วนความต้องการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ต้องการเติมน้ำมัน รองลงมาคือ เติมลมรถยนต์ และ ซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการน้ำมันที่นิยมใช้มากที่สุด คือ เซลล์ รองลงมาคือ เอสโซ่ และ ปตท. เนื่องจากภาพลักษณ์ของยี่ห้อน้ำมัน คุณภาพที่ได้มาตรฐาน ของน้ำมัน ที่จอดรถสะดวกสบายเข้าออกง่าย ใกล้เคียงแหล่งชุมชน การบริการที่สุภาพและรวดเร็วของ พนักงาน และน้ำมันมีราคาไม่แพง

นอกจากนี้ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบอยู่เสมอ ได้แก่ ห้องน้ำไม่สะอาด ราคาน้ำมันไม่ได้มาตรฐาน พนักงานขาดความรู้ความชำนาญ และ สถานีบริการที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมงมีจำนวนน้อย

สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทศนคติด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับ อาชีพ รายได้ และ ค่าใช้จ่ายการเติมน้ำมันต่อครั้ง แต่เป็นอิสระต่อ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับ การศึกษา จำนวนรถยนต์ที่ใช้ ความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือน ระยะทางจากที่ทำงานถึงสถานีบริการ น้ำมัน ทศนคติด้านราคา เป็นอิสระต่อทุกๆด้าน ทศนคติด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ กับ อาชีพ ค่าใช้จ่ายการเติมน้ำมันต่อครั้ง และ ความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือน แต่เป็นอิสระต่อ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนรถยนต์ที่ใช้ และ ระยะทางจากที่ทำงานถึงสถานี บริการน้ำมัน ทศนคติด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับ อาชีพ แต่เป็นอิสระต่อ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา รายได้ จำนวนรถยนต์ที่ใช้ ค่าใช้จ่ายการเติมน้ำมันต่อครั้ง ความถี่ในการเติมน้ำมันต่อเดือน และ ระยะทางจากที่ทำงานถึงสถานีบริการน้ำมัน