

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้รถยนต์  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน

FACTORS INFLUENCING CAR USERS' DECISION-MAKING ON GASOLINE  
CONSUMPTION IN AMPHUR MAUNG, LUMPHUN PROVINCE



นางสาวอำภาศรี อำไพกุลย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พ.ศ. 2541

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## บทคัดย่อ

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์ เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้รถยนต์  
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน  
โดย  
นางสาวอำภาศรี อำไพกุลย์  
กรกฎาคม 2541

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ศาสตราจารย์พิเศษยรรยง สิทธิชัย  
ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาบริหารธุรกิจและการตลาดการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้รถยนต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน ทางด้าน 1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิง 2) พฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิง 3) ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อสถานีบริการน้ำมัน กลุ่มตัวอย่างมี 489 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบ simple random sampling เครื่องมือรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่าปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคเลือกชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงคือ ความเหมาะสมกับเครื่องยนต์ และการรักษาสีเงาแวตล่อม ในด้านการเลือกสถานีบริการน้ำมัน จะพิจารณาจากคุณภาพน้ำมันและชื่อเสียงที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป โดยเลือกเติมน้ำมันยี่ห้อเซลล์มากที่สุด รองลงมาคือ ปตท. และผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ต้องการเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันที่เติม เพราะเห็นว่าของเดิมคืออยู่แล้ว หากคิดจะเปลี่ยนยี่ห้อใหม่คุณภาพยี่ห้อใหม่จะต้องดีกว่ายี่ห้อเดิม และราคาถูกกว่า ในส่วนของราคาน้ำมันที่สูงขึ้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าไม่มีผลกระทบต่อการใช้งานเป็นสิ่งจำเป็น จากการสำรวจภาพรวมของน้ำมันทุกยี่ห้อ ปตท. ดีที่สุด รองลงมาคือน้ำมันเซลล์ และเอสโซ่ ตามลำดับ

2) การศึกษาลักษณะพฤติกรรมการบริโภคน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำพูน พบว่า ผู้บริโภคเติมน้ำมันรถยนต์เอง โดยเลือกเติมน้ำมันเบนซินพิเศษไร้สารตะกั่วมากที่สุด และส่วนใหญ่จะเติมเต็มถังทุกครั้ง เฉลี่ยประมาณ 300-400 บาท/ครั้ง ที่เติมในด้านระยะเวลาที่ใช้ในการ

ตัดสินใจเพื่อเลือกชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงนั้นพบว่า ส่วนใหญ่ไม่ใช้ระยะเวลาในการคิดนาน โดยคิดประมาณ 1 วันเท่านั้น เพราะเหมาะสมกับเครื่องยนต์ ส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจนั้น พบว่า ผู้บริโภคหรือผู้ใช้รถยนต์เป็นคนตัดสินใจเอง และการเลือกสถานีบริการน้ำมันนั้นจะพิจารณาถึงคุณภาพของน้ำมัน และชื่อเสียงของบริษัทเป็นสำคัญ โดยยี่ห้อน้ำมันที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเติมบ่อยที่สุดคือ เซลล์ รงลงมายี่ห้อ ปตท. และการเติมน้ำมันผู้บริโภครยังมีความภักดีในตรายี่ห้อสูง แต่มีบ้างที่มีไข่มุ่ประจำก็ได้ สาเหตุที่ผู้บริโภคต้องเติมน้ำมันยี่ห้ออื่นที่มีไข่มุ่ประจำส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากน้ำมันใกล้หมด ส่วนไข่มุ่ที่เติมส่วนใหญ่เติมน้ำมันยี่ห้อประจำ และใกล้บ้าน

จำนวนครั้งในการเติมน้ำมันประมาณสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละประมาณ 300 บาทและจ่ายเป็นเงินสด ส่วนบริการที่ใช้ นอกเหนือจากเติมน้ำมันรถยนต์ คือเติมยางรถยนต์ รงลงมาคือ บริการมินิมาร์ท และห้องน้ำ ตามลำดับ ส่วนในอนาคตที่จะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันที่เลือกเติม พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเติมน้ำมันยี่ห้อเดิม เพราะดีกว่าอยู่แล้ว ส่วนสาเหตุที่คิดว่าจะทำให้เปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าเปลี่ยนก็ต่อเมื่อมีไข่มุ่ใหม่ที่มีคุณภาพดีกว่าเดิม และราคาถูกกว่า

3) ความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังให้สถานีบริการน้ำมันปรับปรุงในด้านต่าง ๆ ดังนี้คือ ควรมีบริการครบวงจร เน้นด้านความสะดวก สะอาด สดวก สนุกและสบาย นอกจากนี้บริการควรรวดเร็ว รอบคอบ เด็กไข่มุ่รู้เรื่องรถยนต์ มีบริการที่สุภาพ เรียบร้อย ราคาน้ำมันควรถูกลงและควรใกล้เคียงกันทุกสถานที่

ABSTRACT

Abstract of thesis submitted to the Graduate School of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Business Administration in Business Administration

FACTORS INFLUENCING CAR USERS' DECISION-MAKING ON GASOLINE CONSUMPTION IN AMPHUR MAUNG, LUMPHUN PROVINCE

By

AMPASRI AMPAIKUL

JULY 1998

Professor Yanyong Sittichai

Chairman

Department of Agricultural Business Administration and  
Marketing, Faculty of Agricultural Business

This study was conducted to determine (1) factors influencing decision making on gasoline consumption of car users in Amphur Muang, Lumpun province; (2) their consuming behavior; and (3) their expectation of gasoline station services. The data was collected by distributing questionnaires to 489 respondents selected by simple random sampling. The findings were as follows:

1) The main factors influencing gasoline consumption were suitability of gasoline to car engines and environmental saving. Their selection of gasoline stations was influenced by the gasoline's quality and brand name. Shell was the most recognized followed by PTT. Most consumers continued using a certain brand, because it was of a higher quality and lower price. The rise in the prices of gasoline has not affected the car users' consumption as gasoline has become necessary in their daily life. Overall, PTT was found to be the best, followed by Shell and Esso. The car owners themselves decided on the type of gasoline. Unleaded-gasoline was consumed and mostly used to refill fuel tanks (approximately 300-400

บาท). It took the car users about one day to decide on the type of gasoline suitable for their cars. The quality and brand name of gasoline were the main reasons for the car users to select gasoline station services. Gasoline stations close to accommodations tended to be the usual Shell and PTT were the most frequently used. Small amounts of gasoline in the fuel tank while driving forced the drivers to use another brand of gasoline. The car users usually refilled gasoline twice a week, approximately 300 baht in cash. Other services they used included tyre pressure checking, mini-mart services, and rest rooms respectively.

3) The car users' expectations of gasoline stations included complete cycle services; cleanliness, convenience and comfort; fast services; well-mannered workers with some knowledge of car engines; and lower and similar prices of gasoline in all stations.