บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ประเทศไทยประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 ผลกระทบที่มีต่อสังคมได้เริ่มปรากฏชัดขึ้นเรื่อยๆ ขนาดและความรุนแรงของภาวะวิกฤติครั้งนี้ นับว่ายิ่งใหญ่ที่สุดนับตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ.2475 เพราะระบบเศรษฐกิจไทยจะหดตัวลงระยะหนึ่ง ปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะตามมาไม่ได้จำกัดอยู่กับกลุ่มซึ่งเป็นผู้รับผลกระทบโดยตรง แต่จะมีผลกระทบไปยังทุกหน่วยในสังคม ทำให้รายได้ลดลง และค่าครองชีพสูงขึ้น เกิดปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด การฉกฉวยโอกาสจากทรัพยากรธรรมชาติหรือสมบัติของสาธารณะมากขึ้น (ธนพรรณ ธานี.2542 : 88-89) ดังนั้นการแก้ไขปัญหาวิกฤติในครั้งนี้ ถ้าใช้วิธีการเดิมที่ผ่านมาคงจะไม่สัมฤทธิ์ผลจำเป็นต้องหาทางออกใหม่ วิธีการใหม่เพื่อให้สังคมไทยยืนหยัดต่อสู้ปัญหาเศรษฐกิจสังคมนี้ได้ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Rajabhat Mahasarakham University

ระบบเศรษฐกิจของไทยเป็นระบบค่อนข้างจะซับซ้อน ประกอบขึ้นด้วยธุรกิจขนาดต่างๆกัน และไม่มีธุรกิจใดเลยที่มีขนาดใหญ่พอจะควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจได้ สภาพทางด้านเศรษฐกิจไม่ว่าจะอยู่ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รุ่งเรือง หรือเกิดเงินเฟ้อก็ตาม ย่อมจะมีผลกระทบต่อระบบการว่างงาน ความต้องการของผู้บริโภค ภาษีอากร การใช้จ่ายของรัฐบาลและอัตราดอกเบี้ยอยู่เสมอ (สมยศ นาวีการ. ม.ป.ป. : 26)

จากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนไทยเป็นอย่างยิ่ง ทุกคนต้องทำงานหนักมากขึ้น เทคโนโลยีใหม่ๆได้มีบทบาทแทรกเข้าสู่วิถีชีวิตของคนในสังคมตลอดเวลา น้ำมันเชื้อเพลิงจึงเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นพลังงานที่สำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ในปัจจุบัน

เมื่อปี พ.ศ. 2535 รัฐบาลไทยได้ปรับเปลี่ยนกฎระเบียบ และมาตรการในการควบคุมราคาน้ำมัน โดยการปล่อยราคาน้ำมันให้ลอยตัว เป็นโอกาสที่ทำให้การดำเนินธุรกิจน้ำมันต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมากขึ้น จึงมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางธุรกิจ การตลาด และกลยุทธ์ของการแข่งขัน เนื่องจากบริษัทน้ำมันต่างๆ ต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำตลาดมากขึ้น การแข่งขันของธุรกิจน้ำมันนี้ได้ส่งผลต่อความเข้มข้นของการแข่งขัน ขณะเดียวกันธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงก็ประสบกับภาวะอัตราการเจริญเติบโตแบบถดถอยมาเป็นระยะ

เวลานาน อันเนื่องมาจากปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ภาวะการขาดแคลน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และกิ่งพร ทองใบ. 2541: 295) จากนโยบายเรื่องราคาน้ำมันลอยตัวนี้ ส่งผลให้มีผู้ค้าน้ำมันเข้ามามากขึ้น ประกอบกับผลตอบแทนที่สูงในอดีตก็เป็นปัจจัยจูงใจอย่างหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นเมื่อมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมากย่อมส่งผลให้การแข่งขันสูงขึ้น กำไรที่เป็นผลตอบแทนที่สูงนั้นก็ลดลงอาจทำให้ผู้ประกอบการที่ไม่มีศักยภาพในด้านการดำเนินการไม่สามารถอยู่ในธุรกิจนี้ต่อไป

นับตั้งแต่ได้เริ่มมีการใช้ระบบราคาน้ำมันลอยตัวตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อธุรกิจน้ำมันในประเทศไทยอย่างมาก คือ ทำให้เกิดมีผู้ค้ารายใหม่เข้ามาสู่ธุรกิจน้ำมันมากขึ้น ผู้ค้าน้ำมันที่มีอยู่เดิมก็ลงทุนขยายสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นและขยายออกไปในท้องที่ที่ห่างไกล มีการปรับปรุงด้านคุณภาพและความปลอดภัยมากขึ้น ในขณะเดียวกันรัฐบาลก็พยายามผลักดันมาตรการต่างๆ ออกมาเพื่อให้มีการแข่งขันในตลาดน้ำมัน โดยในการประชุมเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2536 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ปรับปรุงแก้ไขกฎเกณฑ์ต่างๆ ในการขอตั้งสถานีบริการน้ำมัน เพื่อให้สามารถจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงกฎเกณฑ์เพื่อลดต้นทุนการจัดตั้งสถานีบริการน้ำมัน จะเอื้ออำนวยต่อการตั้งสถานีบริการน้ำมันขนาดเล็ก ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการขยายตลาดน้ำมันในท้องที่ที่ห่างไกล เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวมีปริมาณการขายต่ำ การลงทุนสร้างสถานีบริการน้ำมันขนาดเล็กและเงินลงทุนต่ำจะช่วยให้เกิดการคุ้มทุนในระยะสั้น การปรับปรุงแก้ไขดังกล่าวจึงช่วยให้สามารถจูงใจให้เกิดการสร้างสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ที่ห่างไกลในทุกๆ จังหวัดทั่วประเทศ ผลจากการแก้ไขกฎเกณฑ์การจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันดังกล่าว ทำให้มีสถานีบริการน้ำมันเพิ่มมากขึ้นและกระจายไปทั่วทุกภูมิภาคจำนวนสถานีบริการ ณ ไตรมาสแรกของปี 2539 มีจำนวน 8,603 แห่ง ซึ่งเพิ่มสูงขึ้นจากปี 2534 ถึง 5,128 แห่ง หรือเพิ่มขึ้นถึง 2.5 เท่าตัว และจำนวนอำเภอที่ไม่มีสถานีบริการได้ลดลงจาก 184 อำเภอ เหลือแค่ 87 อำเภอ (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ 2539 : 1)

ผลจากความพยายามของรัฐที่จะผลักดันมาตรการต่างๆ ในอันที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันในระบบธุรกิจตลาดน้ำมันอย่างเต็มที่ เพื่อให้ประชาชนในท้องที่ที่ห่างไกลทั่วประเทศได้รับการบริการอย่างทั่วถึง ทำให้ปัจจุบันทั่วทุกจังหวัดในประเทศไทยมีสถานีบริการน้ำมันเกิดเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในขณะเดียวกันการแบ่งเขตการปกครองของ

กระทรวงมหาดไทยทำให้มีอำเภอ และกิ่งอำเภอเกิดขึ้นมากมาย ซึ่งในบางเขตยังอยู่ห่างไกลความเจริญมากมีประชาชนอาศัยอยู่ค่อนข้างเบาบาง ทำให้โอกาสที่จะมีการเกิดขึ้นของปั๊มน้ำมันใหม่ๆ มีน้อยลงเนื่องจากไม่คุ้มค่าในการลงทุน ดังนั้นรูปแบบของสถานีบริการน้ำมันที่เกิดขึ้นในพื้นที่เหล่านี้จึงมักเป็นในรูปของปั๊มหลอดแก้ว ปั๊มถังลอย หรือปั๊มอิสระ หากพิจารณาถึงจำนวนสถานีบริการน้ำมันที่มีกระจายอยู่ตามภาคต่างๆ ในประเทศไทย ซึ่งแบ่งภาคต่างๆ ตามเขตการปกครอง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย จะพบว่าจากข้อมูล ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปี 2539 มีสถานีบริการน้ำมันทั้งหมดในประเทศอยู่ จำนวน 8,603 แห่ง กระจายอยู่ตามภาคต่างๆ โดยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสานมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันมากที่สุดถึง 2,560 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของสถานีบริการน้ำมันทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันทั้งสิ้น 1,618 แห่ง หรือร้อยละ 19 ในขณะที่ภาคกลางมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันน้อยที่สุดคือ 603 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 7 เท่านั้น (สำนักคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ . 2539 : 2)

จังหวัดกาฬสินธุ์เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่สนับสนุนให้มีผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่วงปี 2537 – 2539 ก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ สาเหตุสำคัญที่ทำให้มีการก่อตั้งสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมากเป็นพิเศษ เนื่องจากมีทางหลวงแผ่นดินตัดผ่านมายังจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อเชื่อมต่อไปยังจังหวัดต่างๆ อีกหลายจังหวัด คือ จังหวัดสกลนคร ขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม มุกดาหาร เป็นต้น นอกจากทางหลวงแผ่นดินแล้ว ทางหลวงชนบทของกรมโยธาธิการ ทางหลวงชนบทของกรมการเร่งรัดพัฒนาชนบท (รพช.) ยังมีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอีกจำนวนมากเปิดกิจการแข่งขันกัน จากข้อมูลสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยเฉพาะสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 6 ทวิของกรมทะเบียนการค้า ก่อนนโยบายราคาน้ำมันลอยตัว (ปี 2526 – 2534) มีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจำนวน 43 แห่ง หลังจากที่รัฐบาลประกาศให้ราคาน้ำมันลอยตัวธุรกิจค้าน้ำมันได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว จังหวัดกาฬสินธุ์มีสถานีบริการเพิ่มขึ้นถึง 310 แห่ง เมื่อผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้ตลาดค้าปลีกน้ำมันมีการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ โดยต่างนำกลยุทธ์รูปแบบต่างๆ มาใช้ โดยเฉพาะการขยายพื้นที่การจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมมากที่สุด สถานีบริการน้ำมันบางแห่งมีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงสูงมาก ในขณะที่บางแห่งมีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงลดต่ำลง

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
Bangkok Mohanakorn University

จากสภาพดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดกาฬสินธุ์ ว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลให้สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีปริมาณการจำหน่ายที่สูง รวมทั้งสนใจที่จะศึกษาถึงการดำเนินการเกี่ยวกับวิธีการบริหารงานของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงว่ามีวิธีการบริหารงานอย่างไรจึงสามารถทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ว่าในการประกอบธุรกิจน้ำมันมีปัญหาอุปสรรคอย่างไร และศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งผลของการศึกษาครั้งนี้น่าจะนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงในการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง และเป็นหนทางในการป้องกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Rajabhat Mahasarakham University

2. เพื่อศึกษาการดำเนินการเกี่ยวกับวิธีการบริหารงาน ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการประกอบธุรกิจของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

4. เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้บริการ

สมมติฐานการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ผู้วิจัยนำมาสรุปเพื่อตั้งสมมติฐานของการวิจัยในครั้งนี้ ได้ดังนี้ ปัจจัยที่น่าจะมีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ วิธีการส่งเสริมการตลาด ความหลากหลายในการให้บริการ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน สภาพแวดล้อมภายในสถานีบริการน้ำมัน สภาพแวดล้อมภายนอกสถานีบริการน้ำมัน ตราผลิตภัณฑ์ ราคาจำหน่ายต่อลิตร วิธีการดำเนินงาน ขนาดของ

สถานีบริการ และจำนวนหัวจ่ายของสถานีบริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ในการศึกษาวิจัย กำหนดขอบเขตเฉพาะสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 6 ทวิ ของกรมทะเบียนการค้าในจังหวัดกาฬสินธุ์

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 6 ทวิ ของกรมทะเบียนการค้า จำนวน 310 แห่ง

3. ขอบเขตด้านตัวแปร ตัวแปรที่ศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระ จากการคัดเลือกปัจจัยต่างๆ ที่มีหลักฐานตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าเป็นสาเหตุที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีจำนวน 12 ปัจจัย ดังนี้

3.1.1 เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบธุรกิจ

3.1.2 วิธีการส่งเสริมการตลาด

3.1.3 ความหลากหลายในการให้บริการ

3.1.4 การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ

3.1.5 ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.6 สภาพแวดล้อมภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.7 สภาพแวดล้อมภายนอกสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.8 ตราผลิตภัณฑ์

3.1.9 ราคาจำหน่ายต่อลิตร

3.1.10 วิธีการดำเนินงาน

3.1.11 ขนาดของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.1.12 จำนวนหัวจ่ายของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.2 ตัวแปรตามจำนวน 1 ตัว คือ ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์ Rajabhat Mahasarakham University

คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1. สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หมายถึง สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 6 ทวิของกรมทะเบียนการค้า ที่อยู่ในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์

2. ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องน่าจะมีปัจจัยต่างๆ ดังนี้

2.1 เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ หมายถึง จำนวนเงินลงทุนทั้งหมดในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งได้แก่ ร้านอาหารในสถานีบริการน้ำมัน มินิมาร์ท ล้าง อัด ฉีด ร้านซ่อมรถยนต์ และธุรกิจอื่น ๆ

2.2 วิธีการส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีการต่างๆ ที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเลือกใช้ในการส่งเสริมการตลาดซึ่งได้แก่ การมีส่วนลดพิเศษให้แก่ผู้มาใช้บริการ มีของแถมสำหรับผู้มาใช้บริการ มีการสะสมคูปองแลกของรางวัล เป็นต้น

2.3 ความหลากหลายในการให้บริการ หมายถึง วิธีการให้บริการต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งได้แก่ การมีบริการเช็คกระจกรถยนต์ การบริการเติมลมยาง มีบริการล้าง อัด ฉีด รถยนต์ เป็นต้น

2.4 การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาใช้บริการ หมายถึง ความเป็นมิตรและไมตรีจิตที่แสดงออกทางลักษณะท่าทาง และคำพูดเพื่อให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกอบอุ่นว่าเราเอาใจใส่ดูแล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการต้อนรับ ทักทาย เพื่อการขายสินค้าและบริการ ซึ่งได้แก่ มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง และมีชีวิตชีวา ยิ้มแย้ม แจ่มใส ดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า เป็นต้น

2.5 ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน หมายถึง สถานที่ที่สถานีบริการตั้งอยู่

2.6 สภาพแวดล้อมภายในสถานีบริการน้ำมัน หมายถึง สุขลักษณะทั่วไป การจัดการขยะมูลฝอย การจัดการสิ่งปฏิกูล

2.7 สภาพแวดล้อมภายนอกสถานีบริการน้ำมัน หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งสภาพแวดล้อมเหล่านี้สามารถส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจขององค์กร ได้แก่ คู่แข่งขันทางการค้า ต้นทุนของราคาน้ำมัน รายได้ของผู้มาใช้บริการ การควบคุมราคาสินค้าของรัฐบาล และภาษีอากรของสินค้า

2.8 ตราผลิตภัณฑ์ หมายถึง สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่มียี่ห้อ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) เอสโซ่ เชลล์ คอสโม่ เอ็มพี (MP) คาลเท็กซ์ พีที (PT) ทีพีไอ (TPI) บางจาก ซัสโก (SUSCO) และอื่น ๆ

2.9 ราคาจำหน่ายต่อลิตร หมายถึง ราคาที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใช้ในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

2.10 วิธีการดำเนินงาน หมายถึง นโยบายและวิธีการที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใช้ในการประกอบธุรกิจ

2.11 ขนาดของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หมายถึง พื้นที่ทั้งหมดในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

2.12 จำนวนหัวจ่ายของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หมายถึง จำนวนหัวจ่ายทั้งหมดที่ใช้งานได้ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
Rajabhat Maha Sarakham University

1. ทำให้ทราบถึง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อจะได้นำองค์ความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

2. ทำให้ทราบถึงวิธีการบริหารงานของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อจะนำวิธีการดังกล่าวไปใช้ในการประกอบธุรกิจ ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3. ทำให้ทราบถึง ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อเป็นหนทางในการป้องกันแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

4. ทำให้ทราบถึงความต้องการเกี่ยวกับการให้บริการในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการน้ำมัน เพื่อนำความต้องการดังกล่าวมาปรับปรุงใช้ในการประกอบธุรกิจ