

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงของบุคลากร คณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หลังมาตรการประหยัดพลังงาน” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง และประเมินผลการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ของบุคลากรคณะสัตวแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ใ้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และเลือกใช้น้ำมันเบนซิน

ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับแรกต่อความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในเรื่องคุณภาพของน้ำมันเชื้อเพลิง ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเรื่องราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ มีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิงยี่ห้ออื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญมากที่สุดเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปเติมน้ำมัน ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดเรื่องการให้บริการเสริม เช่น การให้บริการเติมลมยาง และเช็คเครื่องยนต์

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินผลการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง พบว่า การปฏิบัติตามมาตรการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงได้จริง และภายหลังการปฏิบัติตามมาตรการประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้ลดภาระค่าใช้จ่าย และลดปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงได้

The study of “Factors Affecting the Demand of Fuel in the Faculty of Veterinary Medicine’s Personnel, Chiang Mai University After Introducing Fuel Saving Measure” aims to study the factors affecting the demand of fuel and evaluation of fuel’s conservation in the Faculty of Veterinary Medicine’s Personnel, Chiang Mai University.

The results showed that most respondents were female, aged between 25-34 years old and held bachelor’s degree. Their average income was between 10,001-15,000 baht per month and most of their vehicles in this research were personal car and gasoline mostly used for refills.

The study revealed that the marketing factors having the most effect on the fuel user’s consumption were as follows;

For the product factor, the most important issue was the qualities of fuel while the price factor, the respondents focused on the price of fuel, which was cheaper than other brands. For the place factor, the most important issue was the convenience to reach all services. Meanwhile, the promotion factor, the other services such as air filling up and checking engine system was the most critical factor.

The results with respect to evaluation of fuel’s conservation found the fuel saving measure could help the economy of fuel, reduce the expense of fuel and the amount of fuel used.