

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า สิ่งกระตุ้นภายนอก ได้แก่

- ด้านปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ได้แก่ ผลผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ ยกเว้นการส่งเสริมการขาย โดยเรียงลำดับความสำคัญ ปัจจัยการตลาดทางด้านสถานที่ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานีบริการมากกว่าปัจจัยอื่น คือ สถานีบริการน้ำมันต้องตั้งอยู่ในสถานที่ที่มีความสะดวก รวดเร็ว เข้า - ออกง่าย อยู่ติดถนนใหญ่ รองลงมาสถานีบริการใกล้บ้าน ปัจจัยรองลงมาคือด้านราคา โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า ราคาที่คิดประกาศขายหน้าสถานีบริการน้ำมันมีความเหมาะสม ในด้านผลผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของน้ำมัน ความน่าเชื่อถือของตราหือ ซึ่งเชลล์ได้รับความน่าเชื่อถือมากกว่าตราหืออื่น และการให้บริการ ส่วนปัจจัยส่งเสริมการขาย การ ลด แลก แจก แถม ไม่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเติมน้ำมันเพิ่มขึ้น แต่ถ้าจะทำการส่งเสริมการตลาด ของแถมที่ผู้บริโภครอบมากกว่าของแถมอื่น ๆ คือการสะสมคูปองแลกของแถม หรือของใช้ประจำ เช่น กระดาษทิชชู นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีการติดตามข่าวสารทางด้านน้ำมันก่อนการไปใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

- ส่วนทางด้านปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การสร้างภาพพจน์ของบริษัทน้ำมันในด้านสิ่งแวดล้อมและการคำนึงถึงสังคม และปัจจุบันสถานีบริการน้ำมันนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยในด้านบริการ เช่น ระบบคอมพิวเตอร์ ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการบริการ ปัจจัยข้างต้นดังกล่าวมีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน ส่วนในช่วงเศรษฐกิจไม่ดีซ้ำของแพง ส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน จากการศึกษาพบว่า

1. ด้านสถานที่ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาด้านความไม่สะอาดของห้องน้ำ ความสะอาดของร้านอาหาร และไม่มีถึงชยะ Mini Market ห้องน้ำบริการ การจอดรถบริเวณหน้าสถานีบริการไม่เหมาะสม ทางเข้า - ออก ก้ำพอง ฝุ่นและบริเวณ หน้าลานไม่สะอาด
2. ด้านบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พอใจในการบริการของพนักงานขายในด้านการเติมน้ำมันอย่างพิถีพิถัน ไม่มีฝารองหัวจ่าย รองลงมาไม่มีการทักทายลูกค้า (อย่างสุภาพ) ไม่มีบริการเช็คกระจก การเก็บเงินพร้อมกล่าวคำขอบคุณ การแต่งกายเครื่องแบบของพนักงานบริการไม่เหมาะสม
3. เครื่องมืออุปกรณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาในด้านไม่มีบัตรเครดิตในการให้บริการ
4. วิสัตุสื่อสารสื่อโฆษณา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาด้านสถานีบริการไม่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ไม่มีการเปิดไฟป้ายเครื่องหมายเวลากลางคืน
5. สัญญลักษณ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาด้าน ไม่มีป้ายนอกตัวอาคาร ป้ายภายในสถานีบริการ ไม่เปิดไฟป้ายเวลากลางคืน ให้เห็นได้ชัด

Independent Study Title Consumers Behavior in Choosing Gas Station in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai

Author Miss Anchalee Pomtipworawet

M.B.A. Business Administration

Examining Committee :

Assist. Prof. Dararatana Boonchaliew	Chairman
Lecturer Orachorn Maneesong	Member
Assoc. Prof. Sirikiat Ratchusanti	Member

Abstract

The objectives of "Consumers behavior in choosing gas station in Amphoe Muang, Changwat Chiang Mai", were to study consumers behavior in choosing gas station, the factors that effected on the customer in choosing gas station and the problems that customers faced at the gas station. The research was based on a sample of 300 respondents who used benzine, by random sampling among government officers, enterprise officers and private company staffs only. The result from the research were as follow:

According to consumers behavior in choosing gas station were: the customers response to marketing factors as choosing type of gasoline, involed product brand, dealer choices, purchase amount, frequency in using, payment amount and purchase timing. The customers used to fill benzine super more than other type, most of them used PTT brand , Shell and Bangchak respectively. They preferred the gas station that located on the main road with convenien of entrance. Almost all of the customers were not used specify gas station and used the average 4 - 6 times a month, paid Baht 100 - 200 each time by cash and fill the gas when the car ran out of gas, also before they go back home.

The factors that effected the customers in choosing gas station were as followed :

- Marketing factors such as product, price and place, excepted promotion, had an effect on consumer behavior which were showed in sequence as follow: Place factor was the most effected factor, which were located at a convenient place convenien to entrance, and the best location were the main road and near their house. Price factor; almost all the customers felt that the price at gas stations were appropriate. The product factor that effected consumers behavior more than other factors were quality and trustful brand name such as Shell, and also services. Promotion factors had least effected, but if they wanted to do a promotion program, coupons and convenien goods were suitable such as tissue etc. Furthermore, the result found that almost all customers did not search the information invold the oil before they used the services at a gas station.

Other factors such as the attitude of the oil companies image towards the environment and the society, the high technology such as computers which make the service faster and more convenient, had the effected on customers in choosing a gas station. But during the economy declines period and inflation time there were no effected on consumers behavior in choosing a gas station.

The problems that customers faced when using gas station service according to priority were:

1. Place: Almost all of the customer faced problem involed the cleanliness of the rest room, restaurant and dust bins. Also there were no mini - market, rest room, and car parking, Beside they faced problem of the cleanliness of the entrance and ground respectively.

2. Personnel: Customers were generally not satisfied with the service of gas station's worker, because they were careless of filling gas by litting it spilled out, not polite, no window-cleaner, and they did not say "Thank you", and their uniform were not properly.

3. Equipment: Customers faced the problem that the gas station not acceptance the credit cards.

4. Communication equipment: The customers faced the problem with gas stations not open 24 hours and did not have their light signs on all night.

5. Sign: Customers faced the problems that the gas station don't have the signs inside and outside and also did not have the light showed during the night time.