

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ
เลือกใช้สถานีบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง
จังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน

นายวรัตน์ ภาณุภาส

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. รวี ลงกานี

ประธานกรรมการ

อาจารย์เอก บุญเจือ

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ขับขีรถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคลที่มาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 330 ราย มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส จบการศึกษาปริญญาตรี อาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล เติมน้ำมันเบนซิน เติมน้ำมัน 4-5 ครั้งต่อเดือน ในการเติมแต่ละครั้งใช้เงิน 701-1,000 บาท ส่วนใหญ่ชำระค่าน้ำมันด้วยเงินสด และส่วนใหญ่เติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันเติมเป็นบางครั้งแล้วแต่สะดวก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ

ให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญปานกลาง ตามลำดับ

ส่วนปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพ น้ำมัน ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ท่าเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ป้ายประชาสัมพันธ์ บริเวณทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน และปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงเป็นอันดับแรกคือ ความสะดวกในการเข้า-ออก ของสถานีบริการน้ำมัน

Independent Study Title Services Marketing Mix Factors Affecting Consumers Selection
of Gasoline Stations on Rama II Road, Samut Sakhon Province

Author Mr. Worarat Panupas

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Dr. Ravi Lonkani

Chairperson

Lecturer Ek Bunchua

Member

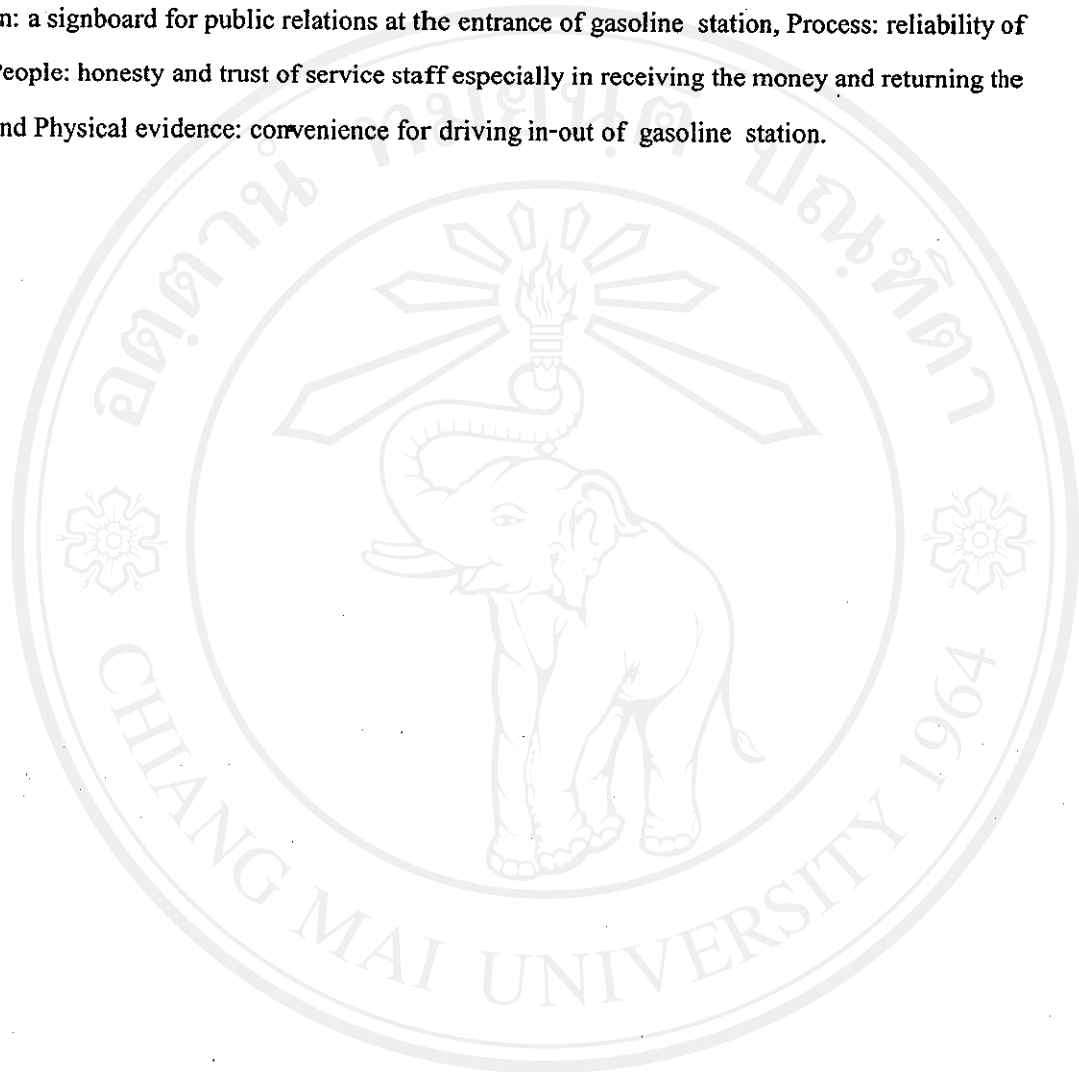
ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the factors affecting the consumers' decision in selection of gasoline station located on Rama II Road, Samut Sakhon Province. The samples of the study were 330 drivers of private cars and pick-up trucks who used services in 6 gasoline stations located on both sides of Rama II Road, Samut Sakhon Province. The descriptive statistics derived from questionnaires were analyzed by using frequency, percentage and mean.

The results showed that most respondents were male, aged between 31-40 years old, married and most of them held bachelor degrees. Their main careers were company employees with revenue between 10,001-20,000 baht per month. Most respondents used private benzene cars, filling gas 4-5 times per month, with a spending for gas of 700 – 1,000 baht per each visit. The payment was almost in cash and most of the respondents were occasional rather than regular visitors.

The average level of service marketing mix factors were considered in selection of gasoline service station which can be prioritized as follows: place, process, physical evidence, people, price, product and promotion respectively.

The sub – factors rated at the highest average score were as follows. Product: belief in quality of gas, Price: suitable of price compared with quality, Place: convenience for traveling, Promotion: a signboard for public relations at the entrance of gasoline station, Process: reliability of service, People: honesty and trust of service staff especially in receiving the money and returning the change, and Physical evidence: convenience for driving in-out of gasoline station.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved