

พฤติกรรมลูกค้าที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษา สถานี ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน

ปริญญากร สมบัติรักษ์¹

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ลีลา เตี้ยงสูงเนิน²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการและ พฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ทำอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท ประเภทน้ำมันที่เติมส่วนใหญ่คือ แก๊สโซฮอล์ 95 ซื้อสินค้าจากร้านค้าภายในสถานี คือร้านกาแฟเมซอน และใช้บริการห้องน้ำ โดยมีเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย บางบอนจังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากมีสินค้าและบริการครบวงจร

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการแตกต่างกันมีระดับนัยสำคัญบางส่วน และปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังมีข้อค้นพบเพิ่มเติมที่สำคัญ เช่น การจัดการทางกายภาพที่ดี การเตรียมความพร้อมของพนักงานในด้านกระบวนการให้บริการที่ดี และการให้บริการที่ครบวงจรของสถานีบริการน้ำมันเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ดังนั้นจึงสามารถใช้ผลการศึกษานี้เป็นแนวทางในการพัฒนาหรือปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของสถานีบริการน้ำมันที่ศึกษาหรือสาขาอื่นได้ต่อไปในอนาคต

1. บทนำ

จากสถิติจำนวนรถใหม่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบก ทั้งประเทศ และทุกประเภทรถยนต์ ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 จากกรมการขนส่งทางบกระบุว่าจำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนถึง 3,067,278 คัน ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปี 2559 ที่มีการขยายตัวดีขึ้นจากปัจจัยการสนับสนุนการใช้จ่ายและการลงทุนของภาครัฐและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล และภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้ความต้องการด้านพลังงานการใช้น้ำมันสำเร็จรูปของประเทศ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาหลัก

ไทยในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.0 จากปี 2558 และจากข้อมูลของกรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงานยังระบุว่า ช่วงไตรมาส 3 ปี 2560 ประเทศไทยมีสถานีบริการน้ำมันอยู่ถึง 27,185 แห่ง ซึ่งสามารถจัดอันดับตามจำนวนสาขาได้ดังนี้ อันดับ 1 สถานีบริการน้ำมัน ปตท. จำนวน 1,729 แห่ง มีส่วนแบ่งการตลาด 41% อันดับ 2 สถานีบริการน้ำมัน พีที จำนวน 1,609 แห่ง อันดับ 3 สถานีบริการน้ำมัน บางจาก จำนวน 1,093 แห่ง อันดับ 4 คือ สถานีบริการน้ำมัน เอสโซ่ จำนวน 543 แห่ง และอันดับ 5 สถานีบริการน้ำมัน เซลล์ จำนวน 508 แห่ง

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ และพฤติกรรมของลูกค้าที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษาสถานี ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นสถานีบริการน้ำมันที่เปิดใหม่ เริ่มให้บริการในวันที่ 15 ธันวาคม 2560 จังหวัดสมุทรสาคร เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของดินและแม่น้ำลำคลองเชื่อมโยงถึงกัน จึงเป็นพื้นที่ ที่อยู่อาศัย ที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ การเพาะปลูกพืชนาชนิด ธุรกิจการค้า และอุตสาหกรรม มีโรงงาน อุตสาหกรรม จึงส่งผลให้มีปริมาณรถบนถนนเส้นเอกชัย-บางบอน จำนวนมากถึง 20,000 คันต่อวัน ตั้งแต่เวลา 6:00 – 18:00 น.(ข้อมูลจากแขวงกรทาง จังหวัดสมุทรสาคร)

2. วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อรวบรวมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากสมมติฐานการศึกษาด้านการตลาดจากความต้องการของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัด สมุทรสาคร

3. สมมติฐานในการศึกษา

3.1 ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดธุรกิจบริการ ภาพรวมในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน

3.2 ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน

4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

ผลการศึกษาสามารถสร้างความเข้าใจ ความต้องการของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร ส่งผลให้ลูกค้าได้รับสินค้า บริการ สิ่งแวดล้อม ที่ตรงกับความ ต้องการมากขึ้น และสามารถใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการบริหาร วางแผน พัฒนา ปรับปรุง กลยุทธ์ และ กิจกรรมทางการตลาด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาทำการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่เข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ลูกค้าที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร จำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรของจังหวัดสมุทรสาครของเดือนมกราคม 2560 มีจำนวน 557,512 คน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรจำนวน 400 คน

ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาครั้งนี้ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยจะดำเนินการแจกแบบสอบถามที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร ในเดือนมีนาคม 2561

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เป็นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ที่มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร ในการศึกษาเลือกที่จะศึกษา 6P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ เนื่องจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสินค้าที่มีการกำหนดราคาควบคุม (ตามประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ของสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน ราคาขายปลีกน้ำมัน ฉ.บ.ที่ 1 พ.ศ. 2561 เรื่องการกำหนดสินค้าและบริการควบคุม เล่ม 135 ตอนพิเศษ 16ง หน้า 38-40 23 มกราคม 2561 กำหนดสินค้าควบคุม 42 รายการและบริการควบคุม 5 รายการ ในหมวดผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม ลำดับที่ 14 น้ำมันเชื้อเพลิง) และปัจจัยด้านพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับกระบวนการซื้อโดยมุ่งศึกษาเพียงประเด็นที่เกี่ยวข้องได้แก่ ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการอะไร (What) ลูกค้าซื้อเมื่อไหร่ (When) และเหตุผลที่มาใช้บริการ (Why)

6. ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยเทียบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบบสอบถามเป็นชนิดตรวจรายการ (Check List) และแบบชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยจัดลำดับเนื้อหาตามแบบสอบถามดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบสอบถามประเภทตรวจรายการ ประกอบด้วยหัวข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ จำนวน 25 ข้อ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า ที่นำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการมา 6 ประการต่อไปนี้ คือ ด้านสินค้าและบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

การหาค่าเฉลี่ยของระดับคะแนน แบ่งเป็น 5 ช่อง ตามระดับความเห็นดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายความว่า มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่า มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่า มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายความว่า มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายความว่า มีความสำคัญต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 6 ข้อ ในการพิจารณาพฤติกรรมของลูกค้าโดยใช้คำถามเพื่อหาคำตอบ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ ได้แก่ ลูกค้าซื้อสินค้าหรือใช้บริการอะไร ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเมื่อไรและบ่อยแค่ไหน และลูกค้ามีเหตุผลใดบ้างในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร

ส่วนที่ 4 ข้อแนะนำอื่น ๆ จำนวน 4 ข้อ โดยการให้ผู้กลุ่มตัวอย่างตอบหัวข้อที่ต้องการจะแนะนำเพื่อเป็นแนวทางในการคัดสรรประเภทของธุรกิจค้าปลีกทั้งสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

7. ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อระดับความสำคัญ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ และมีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร สรุปได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 50.70 มีอายุ ระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 69.00 ทำอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 41.25 มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.25 และ ใช้ประเภทรถเก๋งส่วนบุคคลเป็นยานพาหนะ คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีความถี่ในการเข้าใช้บริการที่สถานี บริการน้ำมัน 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 68.00 ในช่วงเวลา 12:00 น. ถึง 15:00 น. คิดเป็น ร้อยละ 37.80 มีสัดส่วนการใช้บริการเติมน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 69.00 ประเภทน้ำมันที่เติมส่วนใหญ่คือ แก๊สโซฮอล์ 95 คิดเป็นร้อยละ 28.25 ซื้อสินค้าจากร้านค้าอื่น ภายในสถานี คือร้านกาแฟเมซอน คิด เป็นร้อยละ 37.60 และใช้บริการห้องน้ำคิดเป็นร้อยละ 77.50 (เนื่องจากสถานีบริการยังอยู่ในช่วงการ ก่อสร้างบริการประเภทอื่น ๆ เช่น บริการเติมน้ำมัน บริการตู้ ATM) โดยมีเหตุผลหลักในการเลือกใช้ บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร เนื่องจากมีสินค้าและบริการ ครบวงจร

ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งมีผลต่อการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดธุรกิจบริการอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยให้ระดับความสำคัญมากที่สุดในด้านลักษณะ ภายนอก รองลงมาคือด้านพนักงานและกระบวนการให้บริการ ส่วนระดับความสำคัญด้านสินค้าและ บริการน้อยที่สุด และพบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมที่แตกต่างกันแบบมี นัยสำคัญบางส่วน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัย ทางการตลาดภาพรวมของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร

ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ลูกค้าที่มีเพศแตกต่างกันจะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลูกค้าที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดภาพรวมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการในภาพรวมของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร แตกต่างกัน ในทุกปัจจัยทั้งด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้

สำหรับข้อค้นพบเพิ่มเติม ลูกค้าส่วนใหญ่ของผู้ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร มีข้อเสนอแนะคือ ต้องการให้เป็นสถานีบริการน้ำมันแบบครบวงจร โดยแนะนำให้มีร้านค้าอื่น ๆ คือต้องการให้มีร้านพิซซ่า คิดเป็นร้อยละ 37.40 รองลงมาคือต้องการให้มีร้าน S&P เบเกอรี่และอาหาร คิดเป็นร้อยละ 28.25 และแนะนำให้มีบริการอื่น ๆ คือต้องการให้มีบริการล้างรถ คิดเป็นร้อยละ 62.40 รองลงมาคือต้องการให้มีร้านบริการซ่อมบำรุงรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 31.50 รวมทั้งลูกค้ายังให้ความสำคัญที่นึกถึงเมื่อมาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร คือสถานีสะอาดเป็นสิ่งแรก คิดเป็นร้อยละ 79.60 รองลงมานึกถึง สถานีกว้างขวาง คิดเป็นร้อยละ 10.20

ทำให้เห็นว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการเข้ามาเติมน้ำมันเท่านั้น แต่เข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการอื่น และมีความคาดหวังให้สถานีบริการน้ำมันเป็น Mini Community Mall ของชุมชน ดังนั้นสถานีบริการน้ำมันควรมีแนวทางการบริหาร การวางแผน พัฒนา ปรับปรุง กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการมากขึ้น และช่วยสร้างสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้นในชุมชนและสังคม

8. อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมลูกค้าที่ใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันจังหวัดสมุทรสาคร กรณีศึกษาสถานี ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร มีประเด็นสำคัญที่ควรนำมาอภิปราย ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ (6P's) จากผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมและรายด้าน เกือบทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด และให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการทั้ง 6 ด้าน มีปัจจัยด้านที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมาคือด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านสินค้าและบริการเป็นด้านที่ให้ความสำคัญน้อยที่สุด การทดสอบสมมติฐาน พบว่าการศึกษาเรื่องนี้ เพศ ที่แตกต่างกันมีผลต่อ

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการภาพรวมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการภาพรวมที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาณุพงศ์ คงคาน้อย (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยพบว่า เพศที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน และอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าโดยรวมแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค จากผลการวิจัยปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. สาขาเอกชัย-บางบอน จังหวัดสมุทรสาคร การทดสอบสมมติฐาน พบว่าการศึกษารื่องนี้เน้น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทรถยนต์ที่ใช้ มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีด้านบุคคลของ นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558) ที่กล่าวไว้ว่า อายุและระยะเวลาของช่วงชีวิต อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคของ วุฒิ สุขเจริญ (2559) ประเภทปัจจัยภายนอก (External Factors) เช่น ชั้นทางสังคม ครอบครัว จะเป็นตัวกำหนดความแตกต่างด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

9. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ควรมีการส่งเสริมการบริหารจัดการทางการตลาดธุรกิจบริการในทุกด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าและบริการที่จะต้องมีส่วนและบริการให้เลือกหลากหลายทั้ง oil และ non oil ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่จะต้องช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังสถานีได้อย่างสะดวก ด้านการส่งเสริมการตลาดที่ควรมีป้ายโฆษณา สินค้าและบริการภายในสถานีอย่างเด่นชัดและทั่วถึง ด้านพนักงานที่จะต้องได้รับการคัดเลือกและอบรมให้เป็นผู้มีใจรักในการบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพที่ไม่เพียงแต่มีโครงสร้างที่สวยงาม สะอาด ทันสมัย แต่จะต้องรักษาภาพที่ดีเช่นนั้นตลอดเวลา ด้านกระบวนการที่จะต้องนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยควบคุมการทำงานของพนักงานให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้องและตรวจทานได้

ควรมีการติดตามและประเมินผลการจัดการทางการตลาดธุรกิจบริการในทุกด้านอย่างต่อเนื่อง เช่น การกำหนดเครื่องมือในการตรวจสอบการทำงานในด้านต่างๆ การกำหนดขั้นตอนการอบรม ทบทวน ประเมินผล ความพึงพอใจของลูกค้ามาเป็นตัวชี้วัดประเมินผลงานของพนักงาน เพื่อให้รางวัลและบทลงโทษได้

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องทำนองนี้กับสถานีบริการน้ำมันในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น

ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องทำนองนี้กับสถานีบริการน้ำมันตราสินค้าอื่น ๆ ในเขตพื้นที่ต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ ที่อาจนำไปซึ่งการพัฒนาแผนการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์ และข้อมูลเพื่อพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร ปี 2560
<http://www.samutsakhon.go.th>
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2558) การจัดการการตลาด กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ภานุพงษ์ คงคาน้อย (2553) ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- รายงานประจำปี บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ปี 2559 <http://www.pttplc.com>
- วิฑูรย์ เวชมงคลการ (2549) ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันบางจาก ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- วุฒิ สุขเจริญ (2559) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร: จี.พี. ไชเบอร์พริ้นท์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
<http://thesisavenue.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- สถิตพงษ์ เงามาม (2548) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. รูปแบบใหม่ PTT Park สาขากล้วยน้ำไทย กรุงเทพมหานคร การศึกษาค้นคว้าอิสระ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- Taro Yamane (1973) *Statistics: An introductory analysis*. Third edition. New York, Harper and Row Publication