

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษา ทักษะคิดของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรและไม่เคยใช้บัตรบางจากร้อยละ 50.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.1 เพศชาย ร้อยละ 46.9 มีอายุระหว่าง 31–40 ปี ร้อยละ 35.6 และมีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 62.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 39.4 สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีและปริญญาตรีเท่ากัน หรือร้อยละ 44.1 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 50.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.1 เพศชาย ร้อยละ 46.9 มีอายุระหว่าง 31–40 ปี ร้อยละ 45.6 และมีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 67.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 39.4 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 45.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 52.5 ส่วนใหญ่เลือกรับสิทธิประโยชน์ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก ร้อยละ 60.9 มีความถี่ในการใช้บัตรบางจาก 1 – 3 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 48.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.1 เพศชาย ร้อยละ 46.9 มีอายุระหว่าง 41–50 ปี ร้อยละ 33.1 และมีสถานภาพสมรสแล้ว ร้อยละ 57.5 ส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 39.4 สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีร้อยละ 45.0 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 48.8 สาเหตุที่ไม่ใช้บัตรบางจาก เพราะการคืนส่วนลดสะสมนานและไม่น่าสนใจ ร้อยละ 20.8

ส่วนที่ 2 ทักษะคิดของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อ โครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย

ด้านระดับความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจาก โดยรวมในระดับปานกลาง ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และในเรื่องสะสมส่วนลด 10%

เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า ยกเว้นในเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท และรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้อยู่ในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจาก ในเรื่อง ส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท และเรื่องรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.399, .198, .393 และ .862)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่องอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 – 30 ปี มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องรับส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.109, .258, .439 และ .484)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น เรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่อง ส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจาก ทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ และอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่อง

สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องการรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร แตกต่างกันตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.028) และพบว่าพนักงานบริษัทเอกชน จะมีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์สูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษา ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ ที่มีความรู้ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.369, .502, .062 และ .430)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับมาก เรื่องการสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับมาก และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.369, .502, .062 และ .430)

เมื่อจำแนกจากการเคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่องอยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เรื่อง

สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง แตกต่างกันตามผู้ใช้และไม่เคยใช้บัตร บางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ใช้บัตรบางจาก จะสนใจและมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิต่างๆ สูงกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บัตร

ด้านระดับความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า ยกเว้นเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท และรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความมั่นใจอยู่ในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.454, .249, .564 และ .604)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 20 – 30 ปี มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท ที่มีความมั่นใจอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี และ อายุ 41 – 50 ปี มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลางและเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.103, .470, .387 และ .350)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่มีอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของกิจการ มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท มีความมั่นใจระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอิสระ/รับจ้าง และอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องการสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่องการรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร แตกต่างกันตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.037) และพบว่าพนักงานบริษัทเอกชนจะมีความมั่นใจสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอื่นๆ มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากทุกเรื่อง ในระดับปานกลาง และเรื่องส่วนลดพิเศษทันที จากร้านค้าพันธมิตร ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.672, .412, .781 และ .756)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 30,001 – 50,000 บาท มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก และเรื่องการสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจากในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.672, .412, .781 และ .756)

เมื่อจำแนกตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้น เรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์จากบัตรบางจากในทุกเรื่อง แตกต่างกันตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ที่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีความมั่นใจเกี่ยวกับสิทธิต่างๆ สูงกว่าผู้ไม่เคยใช้บัตรบางจาก

ด้านระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำ และรับบัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.480)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุ มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.521)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ทุกอาชีพ มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำ และรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก แตกต่างกันตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.023) และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้านจะมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจากสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาอื่นๆ มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความรู้เกี่ยวกับ

สถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.793)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงรายได้ มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.793)

เมื่อจำแนกตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีระดับความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจาก แตกต่างกันตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ที่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจากสูงกว่าผู้ไม่เคยใช้บัตรบางจาก

ด้านความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางในทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นและความรู้สึกอยู่ในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นและความรู้สึกในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.813, .758, .479, .928, .990, .840, .709 และ .099)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่อง อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 20-30 ปี 31-40 ปี และตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ใน

ระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นในเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรบางจาก ความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบและสีสันทนของตัวบัตรบางจาก และเรื่องความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก แตกต่างกันตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.047 และ .049) และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี จะมีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความสะดวกในการใช้บัตรบางจาก ความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ และอาชีพ อิสระ/รับจ้าง มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พ่อบ้าน แม่บ้าน มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจในการให้ส่วนลดพิเศษทันที เมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร ความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจในสิทธิประโยชน์ ความพึงพอใจในการให้ส่วนลดพิเศษทันที เมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร ความพึงพอใจของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความพึงพอใจของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.163, .159, .175, .347, .294, .298, .498 และ .109)

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาสูงปริญญาตรี มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก เรื่องความเหมาะสมของรูปแบบและสีสັນของตัวบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีศึกษาระดับอื่นๆ มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในเรื่องความเหมาะสมของสิทธิประโยชน์ อยู่ในระดับมาก และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.212, .165, .104, .578, .636, .451, .911 และ .309)

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่อง ความสะดวกในการใช้บัตรบางจาก ความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจในการให้ส่วนลดพิเศษทันทีเมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร ความเพียงพอของจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในเรื่องความเหมาะสมของสิทธิประโยชน์ ความพึงพอใจในการให้ส่วนลดพิเศษทันทีเมื่อซื้อสินค้าจากร้านค้าพันธมิตร และความสะดวกในการใช้บัตรบางจาก อยู่ในระดับมาก และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.212, .165, .104, .578, .636, .451, .911 และ .309)

เมื่อจำแนกตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้า อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจาก ในเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบและสีสັນของตัวบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากในเรื่องต่างๆ แตกต่างกันตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ที่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากสูงกว่าผู้ไม่เคยใช้บัตรบางจาก

ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางในทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่อง ท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการใช้ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากน้อยเพียงใด แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.036) และพบว่าเพศชายมี พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากสูงกว่าเพศหญิง

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 20 – 30 ปี และ 31 – 40 ปี มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 41 – 50 ปี และตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด เรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านสนใจจะใช้บัตร

บางจากเพื่อรับสิทธิประโยชน์ในอนาคตน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่องท่านสนใจจะใช้บัตรบางจาก เพื่อรับสิทธิประโยชน์ในอนาคตน้อยเพียงใด แตกต่างกันตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.044) และพบว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป จะมีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากสูงสุด

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระ/รับจ้าง และอาชีพอื่นๆ มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด แตกต่างตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.038 และ .024) และพบว่าผู้ที่มีอาชีพเจ้าของกิจการจะมีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด เรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านสนใจจะใช้บัตรบางจากเพื่อรับสิทธิประโยชน์ในอนาคตน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด

อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.730, .942, .286, .480, .066 และ .087)

จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้ 10,000 – 30,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่อง อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องหากมีการแจ้งข้อมูลสิทธิประโยชน์ให้ท่านทราบมากขึ้น จะทำให้ท่านเลือกใช้บัตรบางจากมากน้อยเพียงใด และเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่อง อยู่ในระดับมาก ยกเว้นเรื่องความพึงพอใจในการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจากเป็นปัจจัยในการเลือกใช้บัตรบางจากมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดสะสมจากการซื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากของผู้ตอบแบบสอบถามในเรื่องต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.730, .942, .286, .480, .066 และ .087)

จำแนกตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องหากมีการแจ้งข้อมูลสิทธิประโยชน์ให้ท่านทราบมากขึ้น จะทำให้ท่านเลือกใช้บัตรบางจากมากน้อยเพียงใด และเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก เรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน

ตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ที่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากสูงกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก

ส่วนที่ 3 ปัญหาในการใช้บริการของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในการใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก พบปัญหาในการใช้บัตรบางจากเรื่อง ขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรบางจากน้อยเกินไป มากที่สุด รองลงมาเรื่องการคืนส่วนลดสะสมนานและไม่น่าสนใจ และเรื่องสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการใช้บริการ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบปัญหาในการใช้บัตรบางจากเรื่องขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ มากที่สุด รองลงมาเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรบางจากน้อยเกินไป และเรื่องการคืนส่วนลดสะสมนานและไม่น่าสนใจ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะในการใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในการใช้บัตรบางจาก เรื่องควรเพิ่มสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจากให้มากขึ้น มากที่สุด รองลงมาเรื่องควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาชิกบัตรบางจากให้มากขึ้น และเรื่องควรเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจากให้มากขึ้น ตามลำดับ

ความพึงพอใจกับประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจกับประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากทุกเรื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจาก ทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามเพศที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.322, .173, .766 และ .929)

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุน้อยกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี 31 – 40 ปี และตั้งแต่อายุ 50 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่อง ส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความ

แปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างตามอายุที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.528, .940, .753 และ .402)

เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน อาชีพอิสระ/รับจ้าง อาชีพพ่อบ้านแม่บ้าน และอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพ เจ้าของกิจการ มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า และเรื่องรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร แตกต่างกันตามอาชีพที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.012 และ .023) และพบว่าผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีความพึงพอใจสูงสุด

เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจากในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจากอยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า และเรื่องส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ไปจาก” ครบ 30 บาท แตกต่างกันตามการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.024 และ .011) และพบว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาอื่นๆ จะมีความพึงพอใจสูงสุด

เมื่อจำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 30,000 บาท มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 บาท มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมัน

บางจาก อยู่ในระดับมาก และเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง ไม่แตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.258, .463, .214 และ .238)

เมื่อจำแนกตามผู้เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในทุกเรื่องอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ที่ได้จากการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่า ความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจากในทุกเรื่อง แตกต่างกันตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจากที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 (.000) และพบว่าผู้ที่เคยใช้บัตรบางจากมีความพึงพอใจสูงกว่าผู้ไม่เคยใช้บัตรบางจาก

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาศักดิ์ศติของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย อภิปรายผลการศึกษิตตาม ทฤษฎีองค์ประกอบของทัศนคติ อันมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ องค์ประกอบทางการรับรู้ (Cognitive or Perceptual Component) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบทางการรับรู้ (Cognitive or Perceptual Component)

หมายถึง องค์ประกอบในเรื่องของความเชื่อ ความรู้ และความคิดเห็น เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากการรับรู้ในข้อมูลต่างๆ ที่แต่ละบุคคลได้มาจากประสบการณ์จากการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความรู้ในเรื่องสะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก อยู่ในระดับมาก แต่มีความมั่นใจว่าจะได้รับสิทธิประโยชน์ในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับน้อย และมีความรู้และความมั่นใจกับสิทธิประโยชน์ในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความรู้และความมั่นใจกับสิทธิประโยชน์ในทุกเรื่อง อยู่ในระดับน้อย

ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่าสมาชิกกลุ่มที่เคยใช้บัตรบางจาก จะมีการรับข้อมูลต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดความเชื่อ ความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนแรกของการเกิดความรู้ ความเข้าใจ ก่อนการตัดสินใจใช้บัตรบางจากของสมาชิกกลุ่มนี้ ส่วนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก จะไม่มีการรับข้อมูลต่างๆ ย่อมไม่เกิดความเชื่อ ความรู้ ความเข้าใจ และนำไปสู่การไม่ใช้บัตรบางจาก

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านนี้ มีข้อน่าสนใจในสมาชิกกลุ่มที่เคยใช้บัตรบางจาก เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก ว่าสมาชิกมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับมาก แต่มีความมั่นใจในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับน้อย อาจเป็นเพราะสมาชิกบัตรบางจากทราบถึงสิทธิประโยชน์ แต่ไม่แน่ใจว่าจะได้รับผลประโยชน์นั้นหรือไม่ หรือได้รับเมื่อใด จึงมีความมั่นใจในระดับน้อย

2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component)

หมายถึง สิ่งที่เกี่ยวข้องอารมณ์ ความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่า ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ซึ่งจะมีความแตกต่างกันตามบุคลิกภาพ ประสบการณ์ในอดีตตลอดจนกลุ่มอ้างอิงและเงื่อนไขอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ซึ่งสมาชิกกลุ่มที่เคยใช้บัตรบางจาก มีทัศนคติในด้านความรู้สึก อยู่ในระดับปานกลางในทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลด เมื่อซื้อสินค้า ที่สมาชิกรู้สึกว่าจะอยู่ในระดับน้อย ส่วนสมาชิกบัตรบางจาก ผู้ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีทัศนคติในด้านความรู้สึก ในเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบและสีสันทของบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนที่สองของกระบวนการตัดสินใจใช้บัตรบางจาก ที่สมาชิกได้รับข่าวสารเกิดอารมณ์และความรู้สึกต่อสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ เช่น สนใจ พอใจ เชื่อมั่น มีทัศนคติที่ดี สมาชิกก็จะใช้บัตรบางจากเพื่อรับสิทธิประโยชน์ ส่วนสมาชิกที่ไม่สนใจ ไม่พอใจ ไม่เชื่อมั่น ก็ไม่สนใจที่จะใช้บัตรบางจาก

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านนี้พบประเด็นที่น่าสนใจคือ กลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีความรู้สึกต่อบัตรบางจากเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบ และสีสันทของบัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง และในเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ดังนั้นต้องปรับปรุงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ผู้ใช้ เพื่อให้ผู้ใช้มีความรู้สึกที่ดีต่อบัตรบางจากมากขึ้น และจะนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากต่อไป

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)

หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะเกิดพฤติกรรมหรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรมหรือผลของความรูสึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทำให้เกิดการวางแผนว่าจะทำอะไรต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าสมาชิกกลุ่มที่เคยใช้บัตรบางจาก มีทัศนคติในด้านพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องหากมีการแจ้งข้อมูลสิทธิประโยชน์ให้ทราบมากขึ้น จะทำให้ท่านเลือกใช้บัตรบางจากมากขึ้นเพียงใด และเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการชื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะชื้อน้ำมันบางจากมากขึ้นเพียงใด อยู่ในระดับมาก และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นเรื่องท่านใช้บัตรบางจากเพื่อส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากขึ้นเพียงใด อยู่ในระดับน้อย และกลุ่มสมาชิกที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ในเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการชื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะชื้อน้ำมันบางจากมากขึ้นเพียงใด อยู่ในระดับปานกลาง และเรื่องอื่นๆ อยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนที่สามคือ สมาชิกที่เกิดความเชื่อ ความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในด้านต่างๆ ก็จะเกิดความสนใจ พอใจ เชื่อมั่น และมีทัศนคติที่ดี และเกิดพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก ส่วนสมาชิกที่ไม่มีความเชื่อ ไม่มีความรู้ ย่อมไม่เกิดความสนใจ พอใจ หรือเกิดทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก

จากการศึกษาองค์ประกอบด้านนี้พบประเด็นที่น่าสนใจ คือ กลุ่มสมาชิกที่ไม่ใช้บัตรบางจาก มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่อง หากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการชื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะชื้อน้ำมันบางจากมากขึ้นเพียงใดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพอสรุปได้ว่าหากมีการเพิ่มส่วนลดจากการชื้อน้ำมันมากขึ้น จะทำให้กลุ่มที่ไม่ใช้บัตรบางจาก สนใจใช้บัตรบางจากมากขึ้น

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาทัศนคติของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้

1. กลุ่มสมาชิกที่เคยใช้บัตรบางจาก ใช้สิทธิประโยชน์ในด้าน สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก มากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่อง สะสมส่วนลด 10% เมื่อชื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า ทำให้ทราบลำดับความสำคัญของสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกเลือกใช้ และนำมาเป็นประเด็นหลักในการกำหนดกลยุทธ์และยุทธวิธี เพื่อเพิ่มยอดขายต่อไป
2. กลุ่มสมาชิกที่เคยใช้บัตรบางจาก มีความถี่ในการใช้บัตรบางจาก 1 – 3 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด พบว่ามีความถี่น้อยมาก จะทำอย่างไร เพื่อเพิ่มความถี่ในการใช้มากขึ้น

3. สาเหตุที่ทำให้สมาชิกบัตรบางจาก ไม่สนใจใช้บัตรบางจาก คือ เรื่องการคืนส่วนลด สะสมนานและไม่น่าสนใจ มากที่สุด รองลงมาได้แก่เรื่องไม่สามารถใช้บัตรบางจากร่วมกับบัตร เครดิตอื่นๆได้ และเรื่องจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจากไม่เพียงพอ

4. ทักษะคติของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย จากการศึกษาพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง หากแยกจากสมาชิกที่เคยใช้และไม่เคยใช้บัตรบางจาก พบว่า สมาชิกที่เคยใช้บัตรบางจาก มีทัศนคติต่อบัตรบางจากอยู่ในระดับ ปานกลาง และสมาชิกที่ไม่เคยใช้บัตรบางจาก มีทัศนคติต่อบัตรบางจากอยู่ในระดับน้อย ซึ่งจาก การศึกษาทัศนคติของสมาชิก มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ และเป็นประเด็นที่ควรทำการศึกษาเพิ่มเติม ต่อไปดังนี้

4.1 สมาชิกที่เคยใช้บัตรบางจาก เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก ว่าสมาชิกมีความรู้ในเรื่องดังกล่าวอยู่ในระดับมาก แต่มีความมั่นใจในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสมาชิกบัตรบางจากทราบถึงสิทธิ ประโยชน์ แต่ไม่แน่ใจว่าจะได้รับผลประโยชน์นั้นหรือไม่ หรือได้รับเมื่อใด

4.2 กลุ่มสมาชิกบัตรบางจาก ที่มีอาชีพเป็นเจ้าของกิจการ เหตุใดจึงมีความรู้เรื่อง สิทธิประโยชน์ มากที่สุด และสมาชิกที่มีอาชีพข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ เหตุใดจึง มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์น้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการเป็นเจ้าของกิจการจะต้อง คำนึงเรื่องผลตอบแทนของกิจการ การสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายทำให้มีต้นทุนต่ำลง และ มีกำไรสูงขึ้น นอกจากนี้การเป็นเจ้าของกิจการจะต้องการน้ำมันในปริมาณที่สูงกว่ากลุ่มที่ มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ซึ่งใช้เพื่อการเดินทางส่วนตัวหรือครอบครัวเท่านั้น

4.3 กลุ่มสมาชิกบัตรบางจาก ที่มีรายได้ 30,001 – 50,000 และมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป เหตุใดจึงมีความรู้ในเรื่อง สะสมส่วนลด 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมัน บางจาก อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้กลุ่มดังกล่าวส่วนใหญ่น่าจะใช้รถยนต์ เป็นประจำ จึงสนใจสิทธิประโยชน์ด้านนี้มากกว่าผู้มีรายได้ระดับอื่นๆ

4.4 กลุ่มสมาชิกที่ไม่ใช้บัตรบางจาก มีพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากในเรื่อง หากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากขึ้น เพียงใด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพอสรุปได้ว่าหากมีการเพิ่มส่วนลดจากการซื้อน้ำมัน มากขึ้น จะทำให้กลุ่มที่ไม่ใช้บัตรบางจาก สนใจใช้บัตรบางจากมากขึ้น

5. จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) พบว่าผลที่น่าสนใจดังนี้

5.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับบัตรบางจากจะแตกต่างกันตามอาชีพ ซึ่งพบว่า พนักงานบริษัทเอกชนจะมีความรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากมากที่สุด เจ้าของกิจการจะมีความมั่นใจในสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากมากที่สุด และพ่อบ้าน/แม่บ้าน จะมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ทำและรับบัตรบางจากมากที่สุด

5.2 ด้านความคิดเห็นและความรู้สึกต่อบัตรบางจากจะแตกต่างกันตามอายุ ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีอายุ 31 – 40 ปี จะมีความคิดเห็นและความรู้สึกเรื่องความเหมาะสมของรูปแบบและสีต้นของบัตรบางจากสูงสุด และผู้ที่มีอายุ 20 – 30 ปี จะมีความคิดเห็นและความรู้สึกเรื่องความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรสูงสุด

5.3 ด้านพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากจะแตกต่างกันตามเพศ อายุ และอาชีพ ซึ่งพบว่า เพศชายจะมีพฤติกรรมเรื่อง หากมีการแจ้งข้อมูลสิทธิประโยชน์ให้ท่านทราบมากขึ้น จะทำให้ท่านเลือกใช้บัตรบางจากมากขึ้นเพียงใด มากที่สุด ด้านอายุพบว่า ผู้ที่มีอายุ 20 – 30 ปี จะมีพฤติกรรมเรื่อง ท่านสนใจจะใช้บัตรบางจาก เพื่อรับสิทธิประโยชน์ในอนาคตเพียงใด มากที่สุด และด้านอาชีพพบว่า พนักงานบริษัทเอกชนจะมีพฤติกรรมเรื่อง ท่านใช้บัตรบางจาก เพื่อรับส่วนลดสะสมจากการชื้อน้ำมันบ่อยมากน้อยเพียงใด และเจ้าของกิจการจะมีพฤติกรรมเรื่องท่านใช้บัตรบางจาก เพื่อรับส่วนลดจากร้านค้าพันธมิตรบ่อยมากน้อยเพียงใด มากที่สุด

6. ปัญหาที่สมาชิกผู้ที่เคยใช้บัตรบางจากพบคือ เรื่องขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ และสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้บัตรบางจากน้อยเกินไป มากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องการคืนส่วนลดสะสมนานและไม่น่าสนใจ และเรื่องสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกในการใช้บริการ ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่สมาชิกผู้ที่ไม่เคยใช้บัตรบางจากพบคือ เรื่องขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ รองลงมา เป็นเรื่องสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากบัตรบางจากน้อยเกินไป และเรื่องการคืนส่วนลดสะสมนานและไม่น่าสนใจ ตามลำดับ พบว่าปัญหาในอันดับแรกคือ เรื่องการประชาสัมพันธ์ และรองลงมาคือเรื่องสินค้า ซึ่งหากแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้ ย่อมสร้างความพึงพอใจให้สมาชิก และนำไปสู่พฤติกรรมการใช้บัตรบางจากมากขึ้น

7. ข้อเสนอแนะของสมาชิก ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย คือ ควรเพิ่มสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรบางจากให้มากขึ้น เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ควรประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องสิทธิประโยชน์ให้แก่สมาชิกบัตรบางจากให้มากขึ้น และควรเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจากให้มากขึ้น ตามลำดับ จากข้อเสนอแนะพบว่า สมาชิกยังคงให้

ความสนใจกับสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้บัตรบางจาก มากกว่าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ น้ำมัน หรือการบริการของสถานีบริการน้ำมัน

8. ความพึงพอใจของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย พบว่า สมาชิกพึงพอใจในเรื่อง ส่วนลดสะสม 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก มากที่สุด ส่วนในเรื่องสะสมส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่า ส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท และรับส่วนลดพิเศษทันทีจากร้านค้าพันธมิตร เป็นเรื่อง ที่สำคัญในอันดับรองลงไป และจากการวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Anova) ของความพึงพอใจกับสิทธิประโยชน์ต่างๆ ที่ได้รับจากบัตรบางจาก พบว่าแตกต่างกันตามอาชีพ และการศึกษา คือ อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน และผู้ที่มีการศึกษาระดับอื่นๆ จะพึงพอใจกับการสะสม ส่วนลด 10% เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องบางจากกรีน่ามากที่สุด ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จะพึงพอใจในส่วนลด 1 บาท เมื่อซื้อสินค้าจากร้าน “ใบจาก” ครบ 30 บาท มากที่สุด และพนักงาน บริษัทเอกชนจะพึงพอใจในการรับส่วนลดพิเศษทันที จากร้านค้าพันธมิตรมากที่สุด

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาทัศนคติของสมาชิกบัตรบางจากในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อโครงการ “บัตรบางจาก” เชื่อมโยงไทย มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้อง กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผลิตภัณฑ์ในที่นี้คือ บริการต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเป็นสมาชิกบัตรบางจาก และส่วนลดจากการซื้อสินค้ากับ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และร้านค้าสมาชิก ต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า สาเหตุหลักๆ ที่ทำให้สมาชิกไม่สนใจใช้บัตรบางจากเพราะการคืน ส่วนลดสะสม นานและไม่น่าสนใจ เป็นอันดับแรก รองลงมาเรื่องไม่สามารถใช้บัตรบางจากร่วมกับบัตรเครดิตอื่นๆ ได้ และเรื่องจำนวนสถานีบริการน้ำมันบางจากไม่เพียงพอตามลำดับ ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ก็คือ ส่วนลดที่ได้รับหากเปลี่ยนจากการให้ส่วนลดสะสม เป็นการลดทันที จะทำให้สมาชิกสนใจใช้บัตรบางจากมากขึ้น ในเรื่องไม่สามารถใช้บัตรบางจากร่วมกับบัตรเครดิตอื่นๆ ได้ หากแก้ไขให้สามารถใช้บัตรบางจากร่วมกันกับบัตรเครดิตของธนาคารพาณิชย์ หรืออาจรวมบัตร บางจากและบัตรเครดิตในใบเดียวกันได้ คาดว่าจะได้รับความสนใจจากสมาชิกมากยิ่งขึ้น

ส่วนในเรื่องทัศนคติของสมาชิกต่อบัตรบางจาก ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง และในตัวบัตรบางจาก ข้อเสนอแนะของสมาชิกในการให้ปรับปรุงรูปแบบของบัตร อยู่ในลำดับท้ายๆ ของข้อเสนอแนะ ทำให้ทราบว่าสมาชิกไม่ได้ให้ความสนใจในรูปลักษณ์ของบัตรมากไปกว่าสิทธิประโยชน์ที่ได้รับ เพราะข้อเสนอแนะข้อแรกที่สมาชิกแนะนำ คือ ควรเพิ่มสิทธิประโยชน์จากการใช้บัตรให้มากขึ้น และสิทธิประโยชน์ที่สมาชิกสนใจมากที่สุด คือ เรื่องการได้รับส่วนลดสะสม 10 สตางค์/ลิตร เมื่อเติมน้ำมันบางจาก ฉะนั้นการเพิ่มสิทธิประโยชน์ในส่วนนี้ จึงเป็นที่สนใจของสมาชิกมากกว่าสิทธิประโยชน์ในส่วนอื่นๆ

ส่วนพฤติกรรมการใช้บัตรบางจาก มีความแตกต่างกันตามเพศในเรื่องหากได้ส่วนลดมากขึ้นจากการซื้อน้ำมันแต่ละครั้ง ท่านคิดว่าจะซื้อน้ำมันบางจากมากขึ้นเพียงใด ซึ่งพบว่าเพศชายมีพฤติกรรมในเรื่องดังกล่าวมากกว่าเพศหญิง ซึ่งหากบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จะดำเนินการในเรื่องดังกล่าว ควรมุ่งที่กลุ่มเพศชายมากกว่าเพศหญิง

ส่วนในเรื่องความสนใจจะใช้บัตรบางจาก เพื่อรับสิทธิประโยชน์ในอนาคต พบว่ากลุ่มช่วงอายุ 20 - 30 ปี มีพฤติกรรมในเรื่องดังกล่าวสูงสุด ฉะนั้น การหาสมาชิกเพิ่มจึงควรให้ความสนใจในคนกลุ่มนี้ ซึ่งอาจจะร่วมมือกับมหาวิทยาลัย เพื่อใช้บัตรบางจากเป็นบัตรส่วนลดและบัตรประจำตัวนักศึกษาด้วย หรืออาจแจกบัตรบางจากให้กับนักศึกษาที่เพิ่งสำเร็จการศึกษา จะเป็นการขยายจำนวนสมาชิกที่น่าจะได้ผลดี และจะเพิ่มยอดจำหน่ายได้ในอนาคต

2. ด้านราคา

ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน เช่น ค่าบัตรสมาชิก จากการศึกษา พบว่า สมาชิกบัตรบางจากที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ เป็นสมาชิกที่ผ่านเครือข่ายทั้งหมด ฉะนั้นในเรื่องค่าบัตรสมาชิกที่บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) เรียกเก็บนั้น ทางเครือข่ายจะหักกับยอดส่วนลดสะสมของสมาชิกในเดือนแรกที่ใช้บัตร สมาชิกไม่ได้จ่ายเงินค่าบัตรโดยตรง ดังนั้นจากการศึกษาครั้งนี้ สมาชิกจึงไม่มีข้อเสนอแนะในเรื่องค่าบัตรสมาชิกบางจาก ฉะนั้นหากมีการเรียกเก็บเงินค่าบัตรจากสมาชิกโดยตรง อาจทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกในคุณค่าของบัตรมากขึ้น เนื่องจากมีการจ่ายเงินค่าบัตรออกไป

ส่วนในเรื่องราคาน้ำมัน จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ทุกยี่ห้อจะมีราคาน้ำมันที่ใกล้เคียงกัน และเป็นปัจจัยในการเลือกเติมน้ำมันในลำดับรองเท่านั้น สำหรับปัจจัยที่มีความสำคัญอันดับแรก คือเรื่องการบริหารที่รวดเร็ว

3. ด้านสถานที่

การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบไปด้วยสถาบันและกิจกรรมที่ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์หรือบริการจากองค์กรไปยังตลาด เช่น ที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันบางจาก และที่ตั้งของร้านค้าสมาชิกต่างๆ ที่สามารถใช้บัตรบางจากได้

จากการศึกษาพบว่า สมาชิกมีทัศนคติต่อส่วนประสมด้านนี้ ในเรื่อง ความสะดวกในการใช้บัตรบางจาก อยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องความเพียงพอของจำนวนปั้มน้ำมันบางจากที่รับบัตรบางจาก และในเรื่องของความเพียงพอของจำนวนร้านค้าพันธมิตรที่ให้ส่วนลด เมื่อซื้อสินค้าอยู่ในระดับน้อย จากข้อเสนอแนะของสมาชิกบัตรบางจาก พบว่า ข้อเสนอแนะในเรื่องการเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมัน และร้านค้าที่รับบัตรบางจาก เป็นข้อเสนอแนะในลำดับต้นๆ ฉะนั้น บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จึงควรขยายจำนวนสถานีบริการและร้านค้าที่รับบัตรบางจากออกไปให้ครอบคลุมทุกจังหวัดในประเทศไทย เพื่อให้สมาชิกบัตรบางจากจะสามารถใช้บริการได้ทั่วถึงและสะดวกต่อไป โดยเน้นในสถานีบริการน้ำมันที่อยู่บนถนนสายหลักที่เข้า-ออกได้สะดวกก่อน เนื่องจากผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกเติมน้ำมันจากสถานีบริการที่ติดถนนใหญ่เข้า-ออกได้สะดวก และไม่เจาะจงสถานี เน้นสถานีบริการที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ การให้พนักงานออกไปแนะนำด้านการบริการ เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นปัญหาอันดับแรก ของสมาชิกบัตรบางจากที่พบ คือ การขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ ฉะนั้นบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จึงควรมีการแจ้งข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์แก่สมาชิกให้มากขึ้น เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีของสมาชิกบัตรบางจาก ซึ่งจะก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้บัตรบางจากต่อไป ซึ่งอาจจัดส่งข่าวสาร ความเคลื่อนไหว ของโครงการให้แก่สมาชิกทางไปรษณีย์ เป็นประจำทุกเดือน การติดป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์โครงการที่สถานีบริการน้ำมัน หรือจัดพนักงานออกเยี่ยมเครือข่าย เพื่อแนะนำสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพิ่มเติม

5. ด้านบุคลากร

บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานผู้ให้บริการ อาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการให้บริการ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท เป็นต้น

จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่สมาชิกพบมากที่สุดคือ เรื่องขาดข่าวสารด้านสิทธิประโยชน์ ฉะนั้นพนักงานบริการในสถานบริการ จึงควรเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในสิทธิประโยชน์ของบัตรบางจากมากที่สุด พร้อมทั้งจะแนะนำลูกค้าเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์ของบัตรบางจากได้อย่างละเอียด และให้พนักงานสอบถามลูกค้าทุกครั้งที่เดิมนำมันว่ามีบัตรบางจากหรือไม่ เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจให้แก่คนที่ยังไม่ได้เป็นสมาชิก ให้เกิดความสนใจในโครงการ และจากการศึกษางานวิจัยพบว่าพนักงานบริการที่สุภาพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เป็นอันดับที่สอง รองจากเรื่อง การบริการที่รวดเร็ว ซึ่งมีอิทธิพลสูงที่สุด

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง กระบวนการในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับผู้บริโภคได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้า (Customer satisfaction) เช่น ความรวดเร็วในการให้บริการ ความสะดวกสบายในการใช้บริการ ความเสมอภาคในการให้บริการ ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล เป็นต้น การศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า การให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง