

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในบทนี้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามที่แจกให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 321 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ ซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ก๊าซหุงต้มในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของปัญหาที่ผู้ใช้บริการเคยประสบจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้ก๊าซหุงต้ม และข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มจำแนกตาม เพศ ระดับรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้ก๊าซหุงต้มของผู้ตอบแบบสอบถาม

## ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	67	20.90
หญิง	254	79.10
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 321 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 79.10 และเพศชายคิดเป็นร้อยละ 20.90

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	16	5.00
21-25 ปี	38	11.80
26-30 ปี	95	29.60
31-35 ปี	94	29.30
36-40 ปี	32	10.00
40 ปีขึ้นไป	46	14.30
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26–30 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.60 รองลงมาได้แก่ อายุ 31–35 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.30 อายุ 40 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.30 อายุ 21–25 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.80 อายุ 36–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และ อายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	จำนวน	ร้อยละ
1 คน	5	1.60
2 คน	34	10.60
3 คน	67	20.90
4 คน	89	27.70
5 คน	75	23.40
6 คน	32	10.00
7 คน	11	3.40
มากกว่า 7 คน	8	2.50
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสมาชิกในครัวเรือน 4 คนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.70 รองลงมามีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.40 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนมากกว่า 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1.60

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมด  
ในครัวเรือนต่อเดือน

ระดับรายได้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000	36	11.20
10,001 - 15,000	86	26.80
15,001 - 30,000	96	29.90
30,001 - 45,000	52	16.20
45,001 - 60,000	29	9.00
มากกว่า 60,000	22	6.90
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือน 15,000–30,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.90 รองลงมามีระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือน 10,001–15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.80 ระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือน 30,001–45,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 16.20 ระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.20 ระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือน 45,000–60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.00 และระดับรายได้เฉลี่ยทั้งหมดในครัวเรือนต่อเดือนมากกว่า 60,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.90

**ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ก๊าซหุงต้มในครัวเรือนของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละของก๊าซหุงต้มยี่ห้อต่าง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อก๊าซหุงต้ม	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	224	69.78
ปิคนิค	39	12.15
สยามแก๊ส	34	10.59
ยูนิคแก๊ส	46	14.33
Caltex	1	0.31
V 2 gas	-	-
World gas	12	3.72
อื่นๆ	1	0.31
<b>รวม</b>	<b>357</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 321 ราย

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ ปตท.คิดเป็นร้อยละ 69.78 รองลงมา ได้แก่ ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ ยูนิคแก๊ส คิดเป็นร้อยละ 14.33 ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ ปิคนิค คิดเป็นร้อยละ 12.15 ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ สยามแก๊ส คิดเป็นร้อยละ 10.59 ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ World gas คิดเป็นร้อยละ 3.72 ก๊าซหุงต้มยี่ห้อ Caltex และก๊าซหุงต้มยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ยี่ห้อ Shell คิดเป็นร้อยละ 0.31

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของถังบรรจุก๊าซที่ใช้  
อยู่ในปัจจุบัน

ขนาดถังบรรจุก๊าซ	จำนวนครัวเรือน	ร้อยละ
ขนาด 4.0 กิโลกรัม	69	21.50
ขนาด 11.5 กิโลกรัม	13	4.05
ขนาด 13.5 กิโลกรัม	25	7.79
ขนาด 15.0 กิโลกรัม	244	76.01
ขนาด 48.0 กิโลกรัม	6	1.87
รวม	357	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 321 ราย

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ถังบรรจุก๊าซหุงต้มขนาด 15 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 76.01 รองลงมาได้แก่ถังบรรจุก๊าซหุงต้มขนาด 4 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 21.50 ถังบรรจุก๊าซหุงต้มขนาด 13.5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 7.79 ถังบรรจุก๊าซหุงต้มขนาด 11.5 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 4.05 และถังบรรจุก๊าซหุงต้มขนาด 48 กิโลกรัม คิดเป็นร้อยละ 1.85

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนของถังบรรจุก๊าซที่ใช้อยู่ในครัวเรือน

ขนาดถังบรรจุก๊าซ	จำนวนถังบรรจุก๊าซหุงต้ม						รวม	
	1 ถัง	ร้อยละ	2 ถัง	ร้อยละ	3 ถัง	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด 4 กก.	62	19.31	7	2.18	-	-	69	21.50
ขนาด 11.5 กก.	13	4.05	-	-	-	-	13	4.05
ขนาด 13.5 กก.	17	5.30	8	2.49	-	-	25	7.79
ขนาด 15 กก.	189	58.88	52	16.20	3	0.93	244	76.01
ขนาด 48 กก.	5	1.56	1	0.31	-	-	6	1.87
<b>รวม</b>	<b>286</b>	<b>80.11</b>	<b>68</b>	<b>19.05</b>	<b>3</b>	<b>0.84</b>	<b>357</b>	<b>100.00</b>

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 321 ราย

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีถังบรรจุก๊าซหุงต้มในครัวเรือนจำนวน 1 ถังคิดเป็นร้อยละ 80.11 จำนวน 2 ถัง คิดเป็นร้อยละ 19.05 และจำนวน 3 ถัง คิดเป็นร้อยละ 0.84

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงระยะเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มบ่อยที่สุด

ช่วงระยะเวลาที่ใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
6.00-9.00 น.	40	12.46
9.01-12.00 น.	46	14.33
12.01-15.00 น.	14	4.36
15.01-18.00 น.	41	12.77
18.01-21.00 น.	22	6.85
แล้วแต่สะดวก	158	49.22
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มตามความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.22 รองลงมาได้แก่เวลา 9.01–12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 14.33 เวลา 15.01–18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 12.77 เวลา 6.00–9.00 น.คิดเป็นร้อยละ 12.46 เวลา 18.01–21.00 น. คิดเป็นร้อยละ 6.85 และเวลา 12.01–15.00 น.คิดเป็นร้อยละ 4.36

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม

วิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการส่งถึงบ้าน	238	74.14
ไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซ	37	11.53
ทั้ง 2 วิธี	46	14.33
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อก๊าซหุงต้ม โดยใช้บริการจัดส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 74.14 รองลงมาได้แก่ ซื้อก๊าซหุงต้ม โดยการใช้ทั้งบริการจัดส่งถึงบ้าน และไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซ คิดเป็นร้อยละ 14.33 และซื้อก๊าซหุงต้ม โดยการไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มคิดเป็น ร้อยละ11.53



ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียกเก็บค่าบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน

ความคิดเห็นในการเรียกเก็บค่าบริการจัดส่ง	จำนวน	ร้อยละ
ใช้บริการ	115	35.83
ไม่ใช้บริการ	206	64.17
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ใช้บริการจัดส่งหากมีการเรียกเก็บค่าบริการจัดส่ง คิดเป็นร้อยละ 64.17 และ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังคงใช้บริการจัดส่งอยู่แม้จะมีการเรียกเก็บค่าบริการจัดส่งคิดเป็นร้อยละ 35.83

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินยอมจ่ายเงินค่าบริการจัดส่งจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราค่าบริการจัดส่งที่เหมาะสม

อัตราค่าบริการจัดส่ง	จำนวน	ร้อยละ
5 บาท	8	6.96
10 บาท	45	39.13
15 บาท	6	5.22
20 บาท	42	36.52
30 บาท	3	2.60
40 บาท	4	3.48
50 บาท	7	6.09
รวม	115	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยินยอมจ่ายเงินค่าบริการจัดส่งมีความคิดเห็นว่าค่าบริการจัดส่งที่เหมาะสมคืออัตรา 10 บาทต่อถัง มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.13 รองลงมาได้แก่อัตรา 20 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 36.52 อัตรา 5 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 6.96 อัตรา 50 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 6.05 อัตรา 15.00 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 5.22 อัตรา 40 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 3.48 และอัตรา 30 บาทต่อถังคิดเป็นร้อยละ 2.60

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม  
ที่ใช้บริการ

จำนวนร้าน	จำนวน	ร้อยละ
ร้านประจำเพียง 1 ร้านโดยไม่เปลี่ยนไปซื้อ ร้านอื่นเลย	190	59.20
ร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมี การเปรียบเทียบราคาและบริการจากร้านอื่น ในบางโอกาส	111	34.60
หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา และบริการ	20	6.20
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน  
โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมาได้แก่ ใช้บริการจากร้านประจำเพียง  
1 ร้าน แต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและบริการจากร้านอื่นบ้างในบางโอกาสคิดเป็นร้อยละ 34.60  
และใช้บริการจากหลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา และบริการคิดเป็นร้อยละ 6.20

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการใช้ก๊าซหุงต้ม 1 ถึง

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	-	-
1 สัปดาห์	-	-
2 สัปดาห์	23	7.17
3 สัปดาห์	44	13.71
4 สัปดาห์	84	26.17
5 สัปดาห์	68	21.18
6 สัปดาห์	53	16.51
มากกว่า 6 สัปดาห์	49	15.26
รวม	321	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ก๊าซ 1 ถึงเป็นระยะเวลา 4 สัปดาห์ มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.17 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 5 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 21.18 ระยะเวลา 6 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 16.51 ระยะเวลามากกว่า 6 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.26 ระยะเวลา 3 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.71 และระยะเวลา 2 สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 7.17

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนร้อยละของของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงระยะเวลาในการใช้  
ก๊าซหุงต้ม

ช่วงระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
00.01 - 03.00 น.	-	-
03.01 - 06.00 น.	26	8.10
06.01 - 09.00 น.	183	57.00
09.01 - 12.00 น.	87	27.10
12.01 - 15.00 น.	78	24.30
15.01 - 18.00 น.	68	21.18
18.01 - 21.00 น.	193	60.12
21.01 - 24.00 น.	29	9.03
รวม	664	100.00

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 321 ราย

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้ก๊าซหุงต้มในช่วงเวลา 18.01–21.00 น.  
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.12 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 06.01–09.00 น. คิดเป็นร้อยละ 57.00  
ช่วงเวลา 09.01–12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 27.10 ช่วงเวลา 12.01–15.00 น. คิดเป็นร้อยละ 24.30  
ช่วงเวลา 15.01–18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 21.18 ช่วงเวลา 21.01–24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.03  
และช่วงเวลา 03.01 –06.00 น. คิดเป็นร้อยละ 8.01

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน และร้อยละของของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงระยะเวลา  
ในการจัดส่งก๊าซที่เหมาะสม

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ควรเกิน 10 นาที	57	17.76
ไม่ควรเกิน 20 นาที	96	29.91
ไม่ควรเกิน 30 นาที	103	32.09
ไม่ควรเกิน 40 นาที	16	4.98
ไม่ควรเกิน 50 นาที	19	5.92
ไม่ควรเกิน 60 นาที	28	8.72
อื่นๆ	2	0.62
<b>รวม</b>	<b>321.00</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่ระยะเวลาในการจัดส่ง  
ก๊าซหุงต้มที่เหมาะสมคือไม่ควรใช้เวลาจัดส่งเกิน 30 นาที มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.09  
รองลงมาได้แก่ไม่ควรใช้เวลาเกิน 20 นาที คิดเป็นร้อยละ 29.91 ไม่ควรใช้เวลาเกิน 10 นาที คิดเป็น  
ร้อยละ 17.76 ไม่ควรใช้เวลาเกิน 60 นาที คิดเป็นร้อยละ 8.72 ไม่ควรใช้เวลาเกิน 50 นาที คิดเป็น  
ร้อยละ 5.92 ไม่ควรใช้เวลาเกิน 40 นาที คิดเป็นร้อยละ 4.98

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละของของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความแตกต่างของราคาขายปลีกที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซร้านอื่น

ความแตกต่างของราคาขายปลีก	จำนวน	ร้อยละ
5 บาท	35	10.90
10 บาท	64	19.94
15 บาท	26	8.10
20 บาท	104	32.40
25 บาท	70	21.81
อื่นๆ	22	6.85
<b>รวม</b>	<b>321</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซร้านอื่นหากราคาจำหน่ายแตกต่างกัน 20 บาท มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.40 รองลงมาได้แก่ ราคาจำหน่ายแตกต่างกัน 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.81 ราคาจำหน่ายแตกต่างกัน 10 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.94 ราคาจำหน่ายแตกต่างกัน 5 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.90 และราคาจำหน่ายแตกต่างกัน 15 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.10

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซนำเชือถือ	73 (22.74)	98 (30.53)	133 (41.43)	14 (4.36)	3 (0.93)	321 (100)	3.70	มาก
ถึงก๊าซได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย	166 (51.71)	124 (38.63)	31 (9.66)	- -	- -	321 (100)	4.42	มาก
ถึงก๊าซได้รับการตรวจสอบปรับปรุง	144 (44.86)	116 (36.14)	40 (12.46)	20 (6.23)	1 (0.31)	321 (100)	4.19	มาก
น้ำหนักที่บรรจุในก๊าซหุงต้มได้มาตรฐาน	141 (43.93)	123 (38.32)	51 (15.89)	3 (0.93)	3 (0.93)	321 (100)	4.23	มาก
มีการทำความสะอาดถึงให้สะอาดอยู่เสมอ	112 (34.89)	112 (34.89)	73 (22.74)	23 (7.17)	1 (0.31)	321 (100)	3.97	มาก
มีบริการจัดส่งก๊าซให้ถึงที่บ้าน	136 (42.37)	133 (41.43)	39 (12.15)	7 (2.18)	6 (1.87)	321 (100)	4.20	มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ทุกปัจจัยในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือถึงบรรจุก๊าซได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 4.42 รองลงมาได้แก่ น้ำหนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มได้มาตรฐาน มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้านมีค่าเฉลี่ย 4.20 ถึงก๊าซหุงต้มได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลาที่กำหนดมีค่าเฉลี่ย 4.19 มีการทำความสะอาดถึงก๊าซหุงต้มให้สะอาดอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.97 และชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มนำเชือถือ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา  
ที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ราคาจำหน่ายต่ำกว่า ราคาท้องตลาด	69 (21.50)	99 (30.84)	113 (35.20)	28 (8.72)	12 (3.74)	321 (100)	3.58	มาก
เก็บค่านัดจำถึงก๊าซใน ระดับที่เหมาะสม	60 (18.69)	101 (31.46)	128 (39.88)	26 (8.10)	6 (1.87)	321 (100)	3.57	มาก
ไม่คิดค่าบริการจัดส่ง	169 (52.65)	60 (18.69)	68 (21.18)	15 (4.67)	9 (2.80)	321 (100)	4.14	มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัย  
ในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือไม่คิดค่าบริการ  
จัดส่งมีค่าเฉลี่ย 4.14 รองลงมา ได้แก่ ราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มต่ำกว่าราคาตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.58 และ  
การเก็บเงินค่านัดจำถึงก๊าซหุงต้ม ในระดับที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ย 3.57



ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้าน  
ช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
สถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน	147 (45.79)	119 (37.07)	40 (12.46)	9 (2.80)	6 (1.87)	321 (100)	4.22	มาก
การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ	111 (34.58)	111 (34.58)	80 (24.92)	11 (3.43)	8 (2.49)	321 (100)	3.95	มาก
มีปริมาณถังก๊าซเพียงพอกับความต้องการ	163 (50.78)	104 (32.40)	42 (13.08)	12 (3.74)	- -	321 (100)	4.30	มาก
มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว	146 (45.48)	132 (41.15)	28 (8.72)	12 (3.74)	3 (0.93)	321 (100)	4.26	มาก
มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	184 (7.32)	82 (25.55)	37 (11.53)	14 (4.36)	4 (1.25)	321 (100)	4.33	มาก
ร้านจำหน่ายก๊าซมีระบบความปลอดภัยที่ดี	140 (43.61)	85 (26.48)	67 (20.87)	22 (6.85)	7 (2.18)	321 (100)	4.02	มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาได้แก่ การมีปริมาณถังเพียงพอกับความต้องการสามารถสั่งซื้อได้ทันที มีค่าเฉลี่ย 4.30 มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.26 สถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน มีค่าเฉลี่ย 4.22 ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มมีระบบความปลอดภัยที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.02 และการเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.95

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัย  
ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ	28 (8.72)	74 (23.05)	138 (42.99)	53 (16.51)	28 (8.72)	321 (100)	3.07	ปานกลาง
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และความเป็นกันเอง	109 (33.96)	90 (28.04)	101 (31.46)	21 (6.54)	- -	321 (100)	3.89	มาก
มีการจัดรายการส่งเสริม การขายตามโอกาส	57 (17.76)	61 (19.00)	103 (32.09)	67 (20.87)	33 (10.28)	321 (100)	3.13	ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ กิจการ	40 (12.46)	72 (22.43)	127 (39.56)	60 (18.69)	22 (6.85)	321 (100)	3.15	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดในด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และความเป็นกันเองในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเรื่องอื่นๆ ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการมีค่าเฉลี่ย 3.15 มีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส เช่น การลด แลก แจก แถม มีค่าเฉลี่ย 3.13 และมีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.07

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	140 (43.61)	4.26 (40.20)	49 (15.26)	3 (0.93)	- (-)	321 (100)	4.26	มาก
ปัจจัยด้านราคา	76 (23.68)	3.78 (35.52)	119 (37.07)	9 (2.80)	3 (0.93)	321 (100)	3.78	มาก
ปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่าย	139 (43.30)	4.29 (40.81)	39 (12.15)	12 (3.74)	- (-)	321 (100)	4.29	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	51 (15.89)	3.28 (20.88)	140 (43.61)	48 (14.95)	15 (4.67)	321 (100)	3.28	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกือบทุกด้านในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัจจัยด้านทางด้านการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาได้แก่ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.26 ปัจจัยทางด้านราคามีค่าเฉลี่ย 3.78 และปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ย 3.28

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับของปัญหาที่ผู้ใช้บริการเคยประสบจากการใช้บริการ  
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของปัญหา  
ที่พบในด้านผลิตภัณฑ์

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ถึงก๊าซหุงต้มชำรุดไม่ได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลา	41 (12.77)	88 (27.41)	93 (28.97)	72 (22.43)	27 (8.41)	321 (100)	3.14	ปานกลาง
น้ำหนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มไม่ได้มาตรฐานตามที่ระบุไว้	41 (12.77)	74 (23.05)	102 (31.78)	81 (25.23)	23 (7.17)	321 (100)	3.09	ปานกลาง
ถึงก๊าซที่นำมาเปลี่ยนสกรปรกไม่ได้รับการดูแลทำความสะอาด	27 (8.41)	87 (27.10)	124 (38.63)	55 (17.13)	28 (8.72)	321 (100)	3.09	ปานกลาง
ไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน	24 (7.48)	39 (12.15)	69 (21.50)	113 (35.20)	76 (23.68)	321 (100)	2.45	น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาบ่งชี้ข้อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือถึงก๊าซหุงต้มชำรุดไม่ได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลามีค่าเฉลี่ย 3.14 รองลงมาได้แก่ น้ำหนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มไม่ได้มาตรฐานตามที่ระบุไว้ และถึงก๊าซที่นำมาเปลี่ยนสกรปรกไม่ได้รับการดูแลทำความสะอาด มีค่าเฉลี่ย 3.09 ส่วนปัญหาในบ่งชี้ข้อย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีในระดับน้อยคือ ไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 2.45

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของปัญหา  
ที่พบในด้านราคา

ปัญหาด้านราคา	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
ราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มสูงกว่า ราคาท้องตลาด	19 (5.92)	94 (29.28)	117 (36.45)	72 (22.43)	19 (5.92)	321 (100)	3.07	ปานกลาง
เรียกเก็บเงินค่ามัดจำตั้งก๊าซ หุงต้ม ในระดับที่ไม่เหมาะสม	15 (4.67)	82 (25.55)	83 (25.86)	95 (29.60)	46 (14.33)	321 (100)	2.77	ปานกลาง
คิดค่าบริการจัดส่งในราคา ที่ไม่เหมาะสม	23 (7.17)	53 (16.51)	91 (28.35)	96 (29.91)	58 (18.07)	321 (100)	2.65	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยย่อยด้านราคาในระดับปานกลาง  
ทุกปัจจัย ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เรื่องราคาจำหน่าย  
ก๊าซหุงต้มสูงกว่าราคาท้องตลาดคิดเป็นมีค่าเฉลี่ย 3.07 รองลงมาได้แก่ เรียกเก็บเงินค่ามัดจำ  
ตั้งก๊าซหุงต้มในระดับที่ไม่เหมาะสมคิดเป็น มีค่าเฉลี่ย 2.77 และคิดค่าบริการจัดส่งในราคา  
ที่ไม่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 2.65

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของปัญหา  
ที่พบในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัญหาด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ						ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในจุด ที่ไม่สะดวกในการใช้บริการ	22 (6.85)	67 (20.87)	102 (31.78)	93 (28.97)	37 (11.53)	321 (100)	2.83	ปานกลาง
มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้ม ไม่ เพียงพอกับความต้องการของ ลูกค้า	12 (3.74)	49 (15.26)	103 (32.09)	115 (35.83)	42 (13.08)	321 (100)	2.61	ปานกลาง
ใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนาน	18 (5.61)	88 (27.41)	109 (33.96)	75 (23.36)	31 (9.66)	321 (100)	2.96	ปานกลาง
ช่วงเวลาเปิดทำการสั้น	16 (4.98)	58 (18.07)	107 (33.33)	96 (29.91)	44 (13.71)	321 (100)	2.71	ปานกลาง
โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องรอนักงานรับสายนาน	16 (4.98)	43 (13.40)	93 (28.97)	113 (35.20)	56 (17.45)	321 (100)	2.53	ปานกลาง
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม ไม่มี ระบบความปลอดภัยที่ดี	34 (10.59)	69 (21.50)	82 (25.55)	103 (32.09)	33 (10.28)	321 (100)	2.90	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
ในระดับปานกลางทุกปัจจัย ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี  
ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือใช้เวลาในการจัดส่งนาน มีค่าเฉลี่ย 2.96 รองลงมาได้แก่ ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม  
ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี มีค่าเฉลี่ย 2.90 สถานที่ตั้งของร้านอยู่ในจุดที่ไม่สะดวกใน  
การให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 2.83 ช่วงเวลาเปิดทำการสั้น มีค่าเฉลี่ย 2.71 มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้ม  
ไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.61 และ โทรศัพท์ติดต่อยากต้องรอนักงาน  
รับสายนาน มีค่าเฉลี่ย 2.53

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความถี่ของปัญหา  
ที่พบในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ						ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม		
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	22 (6.85)	68 (21.18)	124 (38.63)	72 (22.43)	35 (10.90)	321 (100)	2.91	ปานกลาง
พนักงานไม่มีความรู้ ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์ ไม่สามารถให้คำแนะนำ หรือแก้ปัญหาได้	24 (7.48)	61 (19.00)	120 (37.38)	85 (26.48)	31 (9.66)	321 (100)	2.88	ปานกลาง
พนักงานบริการไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	22 (6.85)	44 (13.71)	93 (28.97)	118 (36.76)	44 (13.71)	321 (100)	2.63	ปานกลาง
มีการจัดรายการ ส่งเสริมการขายน้อยเกินไป	23 (7.17)	66 (20.56)	102 (31.78)	78 (24.30)	52 (16.20)	321 (100)	2.78	ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด  
ในระดับปานกลางทุกปัจจัย ซึ่งในรายละเอียดพบว่าปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ย  
มากที่สุดคือ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.91 รองลงมาได้แก่ พนักงานไม่  
มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์ และไม่สามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาได้มีค่าเฉลี่ย 2.88  
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป มีค่าเฉลี่ย 2.78 และพนักงานให้บริการไม่สุภาพ  
ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 2.63

ส่วนที่ 5 ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้ก๊าซหุงต้ม และข้อมูลปัญหาที่พบจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มจำแนกตาม เพศ ระดับรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน และพฤติกรรมการใช้ก๊าซหุงต้มของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มจำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
ชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม	3.70 สำคัญมาก	3.70 สำคัญมาก
ถังก๊าซได้มาตรฐานและมีความปลอดภัย	4.27 สำคัญมาก	4.46 สำคัญมาก
ถังก๊าซได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลาที่กำหนด	3.87 สำคัญมาก	4.28 สำคัญมาก
น้ำหนักที่บรรจุในก๊าซหุงต้มได้มาตรฐานตามที่ระบุไว้	4.13 สำคัญมาก	4.26 สำคัญมาก
มีการทำความสะอาดถังให้สะอาดอยู่เสมอ	3.99 สำคัญมาก	3.96 สำคัญมาก
มีบริการจัดส่งก๊าซให้ถึงที่บ้าน	4.09 สำคัญมาก	4.23 สำคัญมาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากทุกข้อ



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสม  
ทางการตลาดด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและเพศ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ราคาจำหน่ายต่ำกว่าราคาท้องตลาด	3.49 ปานกลาง	3.60 มาก
เก็บค่ามัดจำถึงก๊าซในระดับที่เหมาะสม	3.46 ปานกลาง	3.60 มาก
ไม่คิดค่าบริการจัดส่ง	4.00 มาก	4.17 มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านไม่คิด  
ค่าบริการจัดส่งในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่าราคาท้องตลาด และเก็บค่ามัดจำ  
ถึงก๊าซในระดับที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับ  
มาก

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและเพส

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพส	
	ชาย	หญิง
สถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน	4.22 มาก	4.22 มาก
การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ	3.93 มาก	3.96 มาก
มีปริมาตรถังก๊าซเพียงพอกับความต้องการ	4.09 มาก	4.36 มาก
มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว	4.19 มาก	4.28 มาก
มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์	4.10 มาก	4.39 มาก
ร้านจำหน่ายก๊าซมีระบบความปลอดภัยที่ดี	3.67 มาก	4.12 มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยุ่ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและเพศ

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ	3.03 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง	3.72 มาก	3.94 มาก
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส	2.94 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการ	2.81 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ และความเป็นกันเองในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านการโฆษณาทางสื่อต่างๆ มีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์  
ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือน  
ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000
ชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซ นำเชื่อถือ	3.72 มาก	3.67 มาก	3.73 มาก	3.63 มาก	4.03 มาก	3.32 ปานกลาง
ถึงก๊าซได้มาตรฐานและ มีความปลอดภัย	4.36 มาก	4.44 มาก	4.39 มาก	4.42 มาก	4.69 มากที่สุด	4.23 มาก
ถึงก๊าซได้รับการตรวจสอบ ปรับปรุง	3.97 มาก	4.24 มาก	4.13 มาก	4.08 มาก	4.62 มากที่สุด	4.32 มาก
น้ำหนักที่บรรจุในก๊าซหุงต้มได้ มาตรฐาน	4.00 มาก	4.43 มาก	4.15 มาก	4.17 มาก	4.34 มาก	4.23 มาก
มีการทำความสะอาดถึงให้ สะอาดอยู่เสมอ	3.47 ปานกลาง	3.87 มาก	4.00 มาก	4.19 มาก	4.38 มาก	3.95 มาก
มีบริการจัดส่งก๊าซให้ถึงที่บ้าน	3.83 มาก	4.14 มาก	4.19 มาก	4.42 มาก	4.52 มากที่สุด	4.18 มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001–15,000 บาท รายได้  
15,001 –30,000 บาท รายได้ 30,001–45,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์  
ทุกปัจจัยในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย  
ด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมากยกเว้นปัจจัยย่อยด้านมีการทำความสะอาดถึงให้สะอาด  
อยู่เสมอ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001–60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อย  
ด้านถึงก๊าซได้มาตรฐานและความปลอดภัย ถึงก๊าซได้รับการตรวจสอบปรับปรุง และมีบริการจัดส่ง  
ให้ถึงที่บ้านในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซนำเชื่อถือ น้ำหนักที่  
บรรจุในก๊าซหุงต้มได้มาตรฐาน และมีการทำความสะอาดถึงให้สะอาดอยู่เสมอให้ความสำคัญใน  
ระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เกือบทุกปัจจัยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านชื่อเสียงของร้านจำหน่ายก๊าซนำเชื้อถือให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 —15,000	15,001 —30,000	30,001 —45,000	45,001 —60,000	มากกว่า 60,000
ราคาจำหน่ายต่ำกว่าราคา ท้องตลาด	3.97 มาก	3.47 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.79 มาก	3.45 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง
เก็บค่ามัดจำถังก๊าซในระดับ ที่เหมาะสม	3.58 มาก	3.53 มาก	3.83 มาก	3.42 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
ไม่คิดค่าบริการจัดส่ง	3.78 มาก	4.19 มาก	4.20 มาก	4.13 มาก	4.24 มาก	4.14 มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001—15,000 บาท และรายได้ 15,001—30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านเก็บค่ามัดจำถังในระดับที่เหมาะสม และไม่คิดค่าบริการจัดส่ง ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่าท้องตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001— 60,000 บาท และรายได้มากกว่า 60,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านไม่คิดค่าบริการจัดส่ง ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านเก็บค่ามัดจำถังในระดับที่เหมาะสม และราคาจำหน่ายต่ำกว่าท้องตลาดให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาทุกปัจจัยในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001—45,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านราคาจำหน่ายต่ำกว่าท้องตลาดและไม่คิดค่าบริการจัดส่ง ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านเก็บค่ามัดจำถังในระดับที่เหมาะสม ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน (บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000
สถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน	4.33 มาก	4.14 มาก	4.36 มาก	3.96 มาก	4.28 มาก	4.27 มาก
การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ	3.92 มาก	4.08 มาก	4.03 มาก	3.85 มาก	3.72 มาก	3.73 มาก
มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มเพียงพอ กับความต้องการ	4.11 มาก	4.35 มาก	4.15 มาก	4.38 มาก	4.52 มากที่สุด	4.64 มากที่สุด
มีบริการจัดส่งที่รวดเร็ว	3.94 มาก	4.29 มาก	4.13 มาก	4.29 มาก	4.76 มากที่สุด	4.59 มากที่สุด
มีบริการรับคำสั่งซื้อ ทางโทรศัพท์	4.00 มาก	4.43 มาก	4.25 มาก	4.29 มาก	4.38 มาก	4.91 มากที่สุด
ร้านจำหน่ายมีระบบ ความปลอดภัยที่ดี	3.72 มาก	4.06 มาก	4.13 มาก	3.85 มาก	4.07 มาก	4.32 มาก

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท รายได้ 15,001 – 30,000 บาท และรายได้ 30,001 – 45,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทุกปัจจัยในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001 – 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มเพียงพอกับความต้องการสามารถสั่งซื้อได้ทันที และมีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มที่รวดเร็ว ในระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถเพียงพอ มีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ และร้านจำหน่ายมีระบบความปลอดภัยที่ดี ให้ความสำคัญในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้มากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านมีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มเพียงพอกับความต้องการสามารถสั่งซื้อได้ทันที มีบริการจัดส่ง

ก๊าซหุงต้มที่รวดเร็ว และมีบริการรับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้บ้าน การเดินทางสะดวกมีที่จอดรถเพียงพอ และร้านจำหน่ายมีระบบความปลอดภัยที่ดี ให้ความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มและรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000
มีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ	3.00 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง	3.89 มาก	3.58 มาก	4.17 มาก	3.83 มาก	4.03 มาก	3.91 มาก
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาส	2.86 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.62 มาก	3.27 ปานกลาง
มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการ	3.00 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.02 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับรายได้ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ น้อยกว่า 10,000บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-45,000 บาทและรายได้มากกว่า 60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลาง ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 45,001–60,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์และความเป็นกันเอง และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายตามโอกาสในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านมีการโฆษณาทางสื่อต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจการให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ความถี่ของปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม และเพศ

ปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ถึงก๊าซหุงต้มชำรุดไม่ได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลา	2.78 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง
น้ำหนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มไม่ได้มาตรฐานตามที่ระบุไว้	2.94 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
ถึงก๊าซหุงต้มที่นำมาเปลี่ยนสลิปกไม่ได้รับการดูแลทำความสะอาด	2.99 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
ไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน	2.16 น้อย	2.52 ปานกลาง
ราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มสูงกว่าราคาท้องตลาด	2.88 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง
เรียกเก็บเงินค่ามัดจำถึงก๊าซหุงต้มในระดับที่ไม่เหมาะสม	2.52 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
คิดค่าบริการจัดส่งในราคาที่ไม่เหมาะสม	2.46 น้อย	2.70 ปานกลาง
สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในจุดที่ไม่สะดวกในการใช้บริการ	2.54 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง
มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า	2.27 น้อย	2.70 ปานกลาง
ใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนาน	2.27 น้อย	2.70 ปานกลาง
ช่วงเวลาเปิดทำการสั้น	2.54 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง
โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องโทรพนักงานรับสายนาน	2.28 น้อย	2.60 ปานกลาง



ตารางที่ 34 (ต่อ)

ปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มไม่มีระบบความปลอดภัยที่ดี	2.75 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	2.78 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์และไม่สามารถให้คำแนะนำ หรือแก้ปัญหาได้	2.64 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง
พนักงานให้บริการไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	2.37 น้อย	2.70 ปานกลาง
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป	2.78 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง
รวม	2.75 ปานกลาง	2.86 ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มในด้านถึงก๊าซหุงต้มชำรุดไม่ได้รับการตรวจสอบปรับปรุงตามระยะเวลา น้ำหนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มไม่ได้มาตรฐานตามที่ระบุไว้ ถึงก๊าซหุงต้มที่นำมาเปลี่ยนสกริปกไม่ได้รับการดูแลทำความสะอาด ราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มสูงกว่าราคาท้องตลาด เรียกเก็บเงินค่ามัดจำถึงก๊าซหุงต้มในระดับที่ไม่เหมาะสม สถานที่ตั้งของร้านอยู่ในจุดที่ไม่สะดวกในการใช้บริการ ช่วงเวลาเปิดทำการสั้น ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มไม่มีระบบความปลอดภัยที่ดี การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีจำนวนน้อย พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์และไม่สามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาได้ และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป ในระดับปานกลาง ในส่วนของปัญหาด้านไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน คิดค่าบริการจัดส่งในราคาที่ไม่เหมาะสม มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า ใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนาน โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องทนรอพนักงานรับสายนาน และพนักงานให้บริการไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพบปัญหาในระดับสำคัญน้อย

ส่วนเพศหญิงพบปัญหาจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มทุกปัจจัยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ความถี่ของปัญหาในส่วนประสมทางการตลาดของผู้ตอบแบบสอบถาม และรายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน

ปัญหาด้านส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000
ถึงก๊าซหุงต้มชำรุดไม่ได้รับการตรวจสอบ ปรับปรุงตามระยะเวลาที่กำหนด	3.14 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
นำนักก๊าซที่บรรจุในก๊าซหุงต้มไม่ได้ มาตรฐานตามที่ระบุไว้	2.72 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง
ถึงก๊าซหุงต้มที่นำมาเปลี่ยนสกรปรก ไม่ได้รับการดูแลทำความสะอาด	3.19 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง
ไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน	2.44 น้อย	2.63 ปานกลาง	2.28 น้อย	2.46 น้อย	2.55 ปานกลาง	2.27 น้อย
ราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มสูงกว่าราคา ท้องตลาด	2.89 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง
เรียกเก็บเงินค่ามัดจำถึงก๊าซหุงต้ม ในระดับที่ไม่เหมาะสม	2.72 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง	2.09 น้อย
คิดค่าบริการจัดส่งในราคา ที่ไม่เหมาะสม	2.47 น้อย	2.90 ปานกลาง	2.52 ปานกลาง	2.65 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.36 น้อย
สถานที่ตั้งของร้านตั้งอยู่ในจุดที่ไม่ สะดวกในการใช้บริการ เช่น ตั้งอยู่ในที่ การจราจรหนาแน่น ที่จอดรถไม่ เพียงพอ	2.64 ปานกลาง	2.92 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง	2.94 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง
มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มไม่เพียงพอกับ ความต้องการของลูกค้า	2.28 น้อย	2.67 ปานกลาง	2.57 ปานกลาง	2.81 ปานกลาง	2.66 ปานกลาง	2.50 น้อย
ใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนาน	2.83 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.96 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	2.50 น้อย
ช่วงเวลาเปิดทำการสั้น	2.78 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.53 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง
โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องโทรพนักงานรับสายนาน	2.36 น้อย	2.62 ปานกลาง	2.54 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.55 ปานกลาง	2.18 น้อย

## ตารางที่ 35 (ต่อ)

ปัญหาตามส่วนประสมทางการตลาด	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)					
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มไม่มีระบบความปลอดภัยที่ดี	2.64 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง
การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ มีจำนวนน้อย	3.00 ปานกลาง	2.80 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง	2.59 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง
พนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์และไม่สามารถให้คำแนะนำหรือ แก้ปัญหาได้	3.00 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	2.75 ปานกลาง	3.12 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.45 น้อย
พนักงานให้บริการไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์	2.36 น้อย	2.59 ปานกลาง	2.68 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.59 ปานกลาง
มีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป	2.22 น้อย	2.98 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	2.77 ปานกลาง
ร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มไม่มีระบบความปลอดภัยที่ดี	2.64 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.95 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	2.73 ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>2.69</b> ปานกลาง	<b>2.92</b> ปานกลาง	<b>2.77</b> ปานกลาง	<b>2.92</b> ปานกลาง	<b>2.65</b> ปานกลาง	<b>2.63</b> ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 สำคัญน้อยที่สุด 1.50-2.49 สำคัญน้อย 2.50-3.49 สำคัญปานกลาง 3.50-4.49 สำคัญมาก 4.50-5.00 สำคัญมากที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-45,000 บาท และรายได้ 45,001-60,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มทุกปัจจัยย่อยในระดับปานกลาง

สำหรับผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาทพบปัญหาเกือบทุกปัจจัยในระดับปานกลางยกเว้นปัจจัยย่อยด้านไม่มีบริการจัดส่งก๊าซหุงต้มให้ถึงที่บ้าน คิดค่าบริการจัดส่งในราคาที่ไม่เหมาะสม มีปริมาณถึงก๊าซหุงต้มไม่เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องโทรพนักงานรับสายนาน พนักงานให้บริการไม่สุภาพ ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ และมีการจัดรายการส่งเสริมการขายน้อยเกินไป ที่พบปัญหาในระดับสำคัญน้อย

ความต้องการของลูกค้า ใช้ระยะเวลาในการจัดส่งนาน โทรศัพท์ติดต่อยาก ต้องทรมานพนักงานรับสายนาน และพนักงานไม่มีความรู้ความชำนาญในตัวผลิตภัณฑ์และไม่สามารถให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหาได้ พบปัญหาในระดับสำคัญน้อย

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านจำหน่าย  
ก๊าซหุงต้มที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการกับเพศ

จำนวนร้าน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านประจำเพียง 1 ร้านโดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย	50 74.63	140 55.12	190 59.19
ร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและบริการจากร้านอื่นในบางโอกาส	16 23.88	95 37.40	111 34.58
หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคาและบริการ	1 1.49	19 7.48	20 6.23
<b>รวม</b>	<b>67</b> <b>100.00</b>	<b>254</b> <b>100.00</b>	<b>321</b> <b>100.00</b>

จากตารางที่ 36 พบว่าเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่จะใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มร้านประจำเพียง 1 ร้านโดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลยโดยเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 74.63 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 55.12 รองลงมาได้แก่ใช้บริการจากร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและบริการจากร้านอื่นในบางโอกาส โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 23.88 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 37.40 สำหรับผู้ที่ใช้บริการจากหลายๆ ร้าน เพื่อเปรียบเทียบราคาและบริการ โดย เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 1.49 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 7.48

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจัดส่งจำแนกตาม  
ความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตราการคิดค่าบริการจัดส่งที่เหมาะสมกับเพศ

อัตราการคิดค่าบริการจัดส่ง	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
5 บาท	3 15.79	5 5.21	8 6.96
10 บาท	9 47.37	36 37.50	45 39.13
15 บาท	- -	6 6.25	6 5.22
20 บาท	5 26.32	37 38.54	42 36.52
30 บาท	- -	3 3.13	3 2.61
40 บาท	1 5.26	3 3.13	4 3.48
50 บาท	1 5.26	6 6.25	7 6.09
รวม	19 100.00	96 100.00	115 100.00

จากตารางที่ 37 พบว่าเพศชายมีความคิดเห็นว่าค่าบริการจัดส่งที่เหมาะสมคือ 10 บาทต่อถัง มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.37 สำหรับเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าค่าบริการจัดส่งที่เหมาะสมคือ 20 บาทต่อถังมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.54

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ตอบ  
แบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาจัดส่งก๊าซที่เหมาะสมกับเพศ

ระยะเวลาในการจัดส่งก๊าซที่เหมาะสม	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ไม่ควรเกิน 10 นาที	10	47	57
	14.93	18.50	17.76
ไม่ควรเกิน 20 นาที	17	79	96
	25.37	31.10	29.91
ไม่ควรเกิน 30 นาที	22	81	103
	32.84	31.89	32.09
ไม่ควรเกิน 40 นาที	4	12	16
	5.97	4.72	4.98
ไม่ควรเกิน 50 นาที	8	11	19
	11.94	4.33	5.92
ไม่ควรเกิน 60 นาที	4	24	28
	5.97	9.45	8.72
อื่น ๆ	2	-	2
	2.99	-	0.62
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>254</b>	<b>321</b>
	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 38 พบว่าทั้งเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นว่าระยะเวลาในการจัดส่ง  
ก๊าซหุงต้มที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 30 นาที แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าเพศหญิงมี  
ความคิดเห็นใกล้เคียงกันมากกว่าระหว่าง ระยะเวลาจัดส่งไม่เกิน 30 นาที และระยะเวลาจัดส่งไม่เกิน  
20 นาที โดยคิดเป็นร้อยละ 31.89 และ 31.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความแตกต่างของราคากับเพศ

ความแตกต่างของราคาขายปลีก	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
5 บาท	1	34	35
	1.49	13.39	10.90
10 บาท	17	47	64
	25.37	18.50	19.94
15 บาท	8	18	26
	11.94	7.09	8.10
20 บาท	18	86	104
	26.87	33.86	32.40
25 บาท	15	55	70
	22.39	21.65	21.81
อื่นๆ	8	14	22
	11.94	5.51	6.85
<b>รวม</b>	<b>67</b>	<b>254</b>	<b>321</b>
	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าถ้าราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มแตกต่างกัน 20 บาทต่อถัง ผู้ตอบแบบสอบถามจะเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้มร้านอื่น โดยเพศชายคิดเป็นร้อยละ 26.87 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 33.86 แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าเพศชายมีความคิดเห็นใกล้เคียงกันมากระหว่างระดับราคา 20 บาทต่อถัง และราคา 10 บาทต่อถัง โดยคิดเป็นร้อยละ 26.87 และร้อยละ 25.37 ตามลำดับ

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน และ ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามตามวิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม  
กับรายได้รวมของครัวเรือนต่อเดือน

วิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)						รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000	
ใช้บริการส่ง ถึงบ้าน	23 63.89	57 66.28	73 76.04	38 73.08	25 86.21	22 100.00	238 74.14
ไปรับเองจาก ร้านจำหน่ายก๊าซ	4 11.11	24 27.91	6 6.25	3 5.77	- -	- -	37 11.53
ทั้งสองวิธี	9 25.00	5 5.81	17 17.71	11 21.15	4 13.79	- -	46 14.33
รวม	36 100.00	86 100.00	96 100.00	52 100.00	29 100.00	22 100.00	321 100.00

จากตารางที่ 40 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทุกช่วงระดับรายได้  
ซื้อก๊าซหุงต้มโดยใช้บริการจัดส่งถึงบ้านแต่เมื่อมองในรายละเอียดของผู้ตอบแบบสอบถามที่มี  
ระดับรายได้ในช่วง 45,001–60,000 บาท และระดับรายได้มากกว่า 60,000 บาทต่อเดือน พบว่าไม่มี  
การซื้อก๊าซหุงต้ม โดยไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซเลย



ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนร้านที่ใช้บริการ  
กับรายได้รวมของครัวเรือนต่อเดือน

จำนวนร้าน	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)						รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000	
ร้านประจำเพียง 1 ร้าน โดย ไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย	19 52.78	63 73.26	59 61.46	26 50.00	10 34.48	13 59.09	190 59.19
ร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมี การเปรียบเทียบราคา และบริการ จากร้านอื่นในบางโอกาส	13 36.11	23 26.74	29 30.21	18 34.62	19 65.52	9 40.91	111 34.58
หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา และบริการ	4 11.11	-	8 8.33	8 15.38	-	-	20 6.23
รวม	36 100.00	86 100.00	96 100.00	52 100.00	29 100.00	22 100.00	321 100.00

จากตารางที่ 41 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับรายได้จะใช้บริการ  
จากร้านประจำเพียง 1 ร้าน โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลย ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ระหว่าง  
45,001–60,000 บาท ส่วนใหญ่จะใช้บริการจากร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมีการเปรียบเทียบ  
ราคาและบริการจากร้านอื่นในบางโอกาส และเมื่อมองในรายละเอียดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี  
รายได้ 10,001–15,000 บาท รายได้ 45,001–60,000 บาท และรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไปจะ  
ไม่มีการเปรียบเทียบราคาและบริการจากร้านอื่นๆ เลย

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความแตกต่างของราคาขายปลีกที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซร้านอื่นกับรายได้รวมของครัวเรือนต่อเดือน

ความแตกต่าง ของราคาขายปลีก	รายได้เฉลี่ยรวมของครัวเรือนต่อเดือน(บาท)						รวม
	น้อยกว่า 10,000	10,001 – 15,000	15,001 – 30,000	30,001 – 45,000	45,001 – 60,000	มากกว่า 60,000	
5 บาท	3	12	12	4	-	4	35
	8.33	13.95	12.50	7.69	-	18.18	10.90
10 บาท	13	8	26	12	3	2	64
	36.11	9.30	27.08	23.08	10.34	9.09	19.94
15 บาท	-	7	6	8	4	1	26
	-	8.14	6.25	15.38	13.79	4.55	8.10
20 บาท	13	27	34	16	9	5	104
	36.11	31.40	35.42	30.77	31.03	22.73	32.40
25 บาท	2	24	13	11	10	10	70
	5.56	27.91	13.54	21.15	34.48	45.45	21.81
อื่นๆ	5	8	5	1	3	-	22
	13.89	9.30	5.21	1.92	10.34	-	6.85
รวม	36	86	96	52	29	22	321
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 42 พบว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท พบว่าจะเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายอื่นหากราคาจำหน่ายก๊าซต่างกันประมาณ 10-20 บาท ต่อถัง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับรายได้ 10,001–15,000 บาท รายได้ 15,001–30,000 และรายได้ 30,001–45,000 จะเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายอื่นหากราคาจำหน่ายก๊าซต่างกัน 20 บาทต่อถัง สำหรับผู้ที่มีระดับรายได้ 45,001–60,000 บาท และมีรายได้มากกว่า 60,000 บาทขึ้นไป จะเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่ายอื่นหากราคาจำหน่ายก๊าซต่างกัน 25 บาทต่อถัง

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาในการจัดส่งก๊าซ  
ที่เหมาะสมกับวิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม

ระยะเวลาในการจัดส่งก๊าซ ที่เหมาะสม	วิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม			รวม
	ใช้บริการส่ง ถึงบ้าน	ไปรับเองจาก ร้านจำหน่ายก๊าซ	ทั้ง 2 วิธี	
ไม่ควรเกิน 10 นาที	42	6	9	57
	17.65	16.22	19.57	17.76
ไม่ควรเกิน 20 นาที	76	1	19	96
	31.93	2.70	41.30	29.91
ไม่ควรเกิน 30 นาที	86	9	8	103
	36.13	24.32	17.39	32.09
ไม่ควรเกิน 40 นาที	6	-	10	16
	2.52	-	21.74	4.98
ไม่ควรเกิน 50 นาที	10	9	-	19
	4.20	24.32	-	5.92
ไม่ควรเกิน 60 นาที	16	12	-	28
	6.72	32.43	-	8.72
อื่นๆ	2	-	-	2
	0.84	-	-	0.62
รวม	238	37	46	321
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อก๊าซหุงต้มโดยวิธีใช้บริการจัดส่งถึงบ้านมี  
ความคิดเห็นว่าระยะเวลาในการจัดส่งที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 30 นาที ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่  
ซื้อก๊าซหุงต้มโดยวิธีไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซคิดว่าระยะเวลาในการจัดส่งที่เหมาะสม  
ไม่ควรเกิน 60 นาที สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อก๊าซหุงต้มโดยใช้ทั้ง 2 วิธีส่วนใหญ่คิดว่าระยะ  
เวลาในการจัดส่งที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 20 นาที

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม  
กับจำนวนร้านจำหน่ายก๊าซที่ใช้บริการ

วิธีการซื้อก๊าซหุงต้ม	จำนวนร้านจำหน่ายก๊าซที่ใช้บริการ			รวม
	ร้านประจำเพียง 1 ร้าน	ร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมีการเทียบราคาจากร้านอื่นในบางโอกาส	หลายๆ ร้านเพื่อเปรียบเทียบราคา	
ใช้บริการส่งถึงบ้าน	152 80.00	76 68.47	10 50.00	238 74.14
ไปรับเองจากร้านจำหน่ายก๊าซ	21 11.05	12 10.81	4 20.00	37 11.53
ทั้ง 2 วิธี	17 8.95	23 20.72	6 30.00	46 14.33
<b>รวม</b>	<b>190</b> <b>100.00</b>	<b>111</b> <b>100.00</b>	<b>20</b> <b>100.00</b>	<b>321</b> <b>100.00</b>

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากร้านจำหน่ายก๊าซประจำเพียงแห่งเดียวส่วนใหญ่จะสั่งซื้อก๊าซหุงต้มโดยวิธีใช้บริการส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือไปรับเองจากร้านคิดเป็นร้อยละ 11.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน แต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาจากร้านอื่นจะซื้อก๊าซหุงต้มโดยวิธีใช้บริการจัดส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 68.47 รองลงมาคือซื้อโดยใช้ทั้ง 2 วิธี คิดเป็นร้อยละ 20.72 สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการจากหลายๆ ร้าน เพื่อเปรียบเทียบราคาและบริการจะซื้อก๊าซหุงต้มโดยวิธีใช้บริการจัดส่งถึงบ้าน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือจะซื้อโดยใช้ทั้ง 2 วิธี คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำแนกตามความแตกต่าง  
ของราคาขายปลีกที่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเปลี่ยนไปใช้บริการจากร้านจำหน่าย  
ก๊าซร้านอื่นกับจำนวนร้านจำหน่ายก๊าซที่ใช้บริการ

ความแตกต่างของ ราคาขายปลีก	จำนวนร้านจำหน่ายก๊าซที่ใช้บริการ			รวม
	ร้านประจำเพียง 1 ร้าน	ร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่มีการเทียบ ราคาจากร้านอื่น	หลาย ๆร้านเพื่อ เปรียบเทียบ ราคา	
5 บาท	26	6	3	35
	13.68	5.41	15.00	10.90
10 บาท	38	23	3	64
	20.00	20.72	15.00	19.94
15 บาท	11	12	3	26
	5.79	10.81	15.00	8.10
20 บาท	49	46	9	104
	25.79	41.44	45.00	32.40
25 บาท	49	21	-	70
	25.79	18.92	-	21.81
อื่นๆ	17	3	2	22
	8.95	2.70	10.00	6.85
รวม	190	111	20	321
	100.00	100.00	100.00	100.00

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะเปลี่ยนไปใช้บริการร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม  
ร้านอื่นถ้าราคาจำหน่ายก๊าซหุงต้มแตกต่างกัน 20 บาทต่อถังมากที่สุดโดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อ  
ก๊าซหุงต้มจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน โดยไม่เปลี่ยนไปซื้อร้านอื่นเลยคิดเป็นร้อยละ 25.79 ผู้ตอบ  
แบบสอบถามที่ซื้อก๊าซหุงต้มจากร้านประจำเพียง 1 ร้านแต่อาจมีการเปรียบเทียบราคาและบริการ  
จากร้านอื่นในบางโอกาส คิดเป็นร้อยละ 41.44 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ซื้อก๊าซหุงต้มโดยใช้ทั้ง  
2 วิธีคิดเป็นร้อยละ 45.00