

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ ผู้ศึกษาคำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ตัวอย่าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ได้ผลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทรถต่างๆ (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 13)

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 14 ถึง ตารางที่ 20)

2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามประเภทของรถ (ตารางที่ 21 ถึง ตารางที่ 27)

2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามเพศ (ตารางที่ 28 ถึง ตารางที่ 34)

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 35 ถึง ตารางที่ 41)

2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 42 ถึง ตารางที่ 48)

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน (ตารางที่ 49)

3.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามประเภทรถ (ตารางที่ 50)

3.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามเพศ (ตารางที่ 51)

3.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 52)

3.4 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 53)

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 54)

4.1 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามประเภทของรถ (ตารางที่ 55)

4.2 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 56)

4.3 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 57)

4.4 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามระดับการศึกษา (ตารางที่ 58)

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามเพศ

เพศ	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	53	53.0	67	67.0	88	44.0
หญิง	47	47.0	33	33.0	112	56.0
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 47.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 67.0 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 33.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.0 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 44.0

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามอายุ

อายุ	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	3	3.0	4	4.0	28	14.0
20 - 30 ปี	54	54.0	46	46.0	107	53.5
31 - 40 ปี	38	38.0	44	44.0	61	30.5
41 - 50 ปี	3	3.0	5	5.0	4	2.0
51 - 60 ปี	2	2.0	1	1.0	-	-
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 38.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 3.0 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 3.0 และมีอายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลมีอายุ 20 – 30 ปีมากที่สุดร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 44.0 อายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 5.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 4.0 และอายุ 51 – 60 ปี ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 30 ปี ร้อยละ 53.5 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 30.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 14.0 และอายุ 41 – 50 ปี ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	5	5.0	8	8.0	61	30.5
5,001 - 10,000 บาท	22	22.0	22	22.0	88	44.0
10,001 - 15,000 บาท	30	30.0	26	26.0	37	18.5
15,001 - 20,000 บาท	15	15.0	19	19.0	10	5.0
20,001 - 30,000 บาท	8	8.0	9	9.0	1	0.5
มากกว่า 30,000 บาท	20	20.0	16	16.0	3	1.5
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 30.0 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 22.0 มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 20.0 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 15.0 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 8.0 และไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท ร้อยละ 22.0 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 19.0 มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 16.0 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 9.0 และไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ ไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 30.5 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 18.5 15,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 5.0 มากกว่า 30,000 บาท ร้อยละ 1.5 และ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	-	-	7	7.0	12	6.0
มัธยมศึกษาตอนต้น	2	2.0	5	5.0	17	8.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	6	6.0	12	12.0	44	22.0
อนุปริญญา, ปวส.	13	13.0	11	11.0	41	20.5
ปริญญาตรี	55	55.0	50	50.0	79	39.5
สูงกว่าปริญญาตรี	24	24.0	15	15.0	7	3.5
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 24.0 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 13.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 6.0 และมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 12.0 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 11.0 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 5.0 และประถมศึกษา ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 22.0 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 20.5 มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 8.5 ประถมศึกษา ร้อยละ 6.0 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	11	11.0	9	9.0	59	29.5
ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	17	17.0	22	22.0	13	6.5
พนักงานบริษัทเอกชน	41	41.0	29	29.0	73	36.5
กิจการส่วนตัว/ค้าขาย	26	26.0	26	26.0	17	8.5
รับจ้างทั่วไป	2	2.0	14	14.0	34	17.0
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	3	3.0	-	-	4	2.0
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 26.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 17.0 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 11.0 พ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 3.0 และรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ กิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 26.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 22.0 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 14.0 และนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.5 รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 17.0 กิจการส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 8.5 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 6.5 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามประเภทของน้ำมันที่เติม

ประเภทของน้ำมัน	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้ำมันเบนซิน 95	15	15.0	1	1.0	22	11.0
น้ำมันเบนซิน 91	23	23.0	-	-	76	38.0
น้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 95	45	45.0	1	1.0	55	27.5
น้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 91	13	13.0	-	-	45	22.5
น้ำมันดีเซล	2	2.0	86	86.0	2	1.0
น้ำมันไบโอดีเซล	2	2.0	12	12.0	-	-
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติมน้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 95 มากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ น้ำมันเบนซิน 91 ร้อยละ 23.0 น้ำมันเบนซิน 95 ร้อยละ 15.0 น้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 91 ร้อยละ 13.0 น้ำมันดีเซล ร้อยละ 2.0 และน้ำมันไบโอดีเซล ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เติมน้ำมันเบนซิน ร้อยละ 86.0 รองลงมาคือ น้ำมันไบโอดีเซล ร้อยละ 12.0 น้ำมันเบนซิน 95 ร้อยละ 1.0 และน้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 95 ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เติมน้ำมันเบนซิน 91 มากที่สุด ร้อยละ 38.0 รองลงมาคือ น้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 95 ร้อยละ 27.5 น้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 91 ร้อยละ 22.5 น้ำมันเบนซิน 95 ร้อยละ 11.0 และน้ำมันดีเซล ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามยี่ห้อ สถานีบริการน้ำมัน

ยี่ห้อสถานีบริการน้ำมัน	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	48	48.0	59	59.0	90	45.0
บางจาก	13	13.0	4	4.0	33	16.5
เชลล์	9	9.0	12	12.0	29	14.5
เจ็ท	15	15.0	13	13.0	28	14.0
คาลเท็กซ์	3	3.0	4	4.0	10	5.0
เอสโซ่	12	12.0	8	8.0	10	5.0
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติมน้ำมันจาก สถานีบริการน้ำมันยี่ห้อ ปตท. มากที่สุด ร้อยละ 48.0 รองลงมาคือ เจ็ท ร้อยละ 15.0 บางจาก ร้อยละ 13.0 เอสโซ่ ร้อยละ 12.0 เชลล์ ร้อยละ 9.0 และคาลเท็กซ์ ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เติมน้ำมันจากสถานีบริการ น้ำมันยี่ห้อ ปตท. ร้อยละ 59.0 รองลงมาคือ เจ็ท ร้อยละ 13.0 เชลล์ ร้อยละ 12.0 เอสโซ่ ร้อยละ 8.0 บางจาก ร้อยละ 4.0 และคาลเท็กซ์ ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันยี่ห้อ ปตท. ร้อยละ 45.0 มากที่สุด รองลงมาคือ บางจาก ร้อยละ 16.5 เชลล์ ร้อยละ 14.5 เจ็ท ร้อยละ 14.0 คาลเท็กซ์ ร้อยละ 5.0 และเอสโซ่ ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามเวลาที่เติมน้ำมันเป็นประจำ

เวลาที่เติมน้ำมัน	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเช้า	24	24.0	29	29.0	74	37.0
เมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงกลางวัน	6	6.0	12	12.0	11	5.5
เมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น-ค่ำ	46	46.0	41	41.0	82	41.0
เมื่อประกาศว่าราคาน้ำมันจะขึ้นในวันรุ่งขึ้น	14	14.0	8	8.0	17	8.5
ช่วงเวลาไหนก็ได้ที่น้ำมันใกล้จะหมด	10	10.0	10	10.0	16	8.0
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น – ค่ำ มากที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ เติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเช้า ร้อยละ 24.0 เติมน้ำมันเมื่อตอนประกาศว่าราคาน้ำมันจะขึ้นในวันรุ่งขึ้น ร้อยละ 14.0 เติมน้ำมันช่วงเวลาไหนก็ได้ที่น้ำมันใกล้จะหมด ร้อยละ 10.0 และเติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงกลางวัน ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลเติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น – ค่ำ ร้อยละ 41.0 มากที่สุด รองลงมาคือ เติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเช้า ร้อยละ 29.0 เติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงกลางวัน ร้อยละ 12.0 เติมน้ำมันช่วงเวลาไหนก็ได้ที่น้ำมันใกล้จะหมด ร้อยละ 10.0 และเติมน้ำมันเมื่อตอนประกาศว่าราคาน้ำมันจะขึ้นในวันรุ่งขึ้น ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น – ค่ำ ร้อยละ 41.0 มากที่สุดรองลงมาคือ เติมน้ำมันเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเช้า ร้อยละ 37.0 เติมน้ำมัน

ตอนประกาศว่าราคาน้ำมันจะขึ้นในวันรุ่งขึ้น ร้อยละ 8.5 เดิมช่วงเวลาไหนก็ได้ที่น้ำมันใกล้จะหมด ร้อยละ 8.0 และเติมเมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงกลางวัน ร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามเหตุผลที่เติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมัน

เหตุผล	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	41	41.0	29	29.0	105	52.5
ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	10	10.0	16	16.0	43	21.5
ชอบในตราฮีโร่	10	10.0	11	11.0	6	3.0
ชอบในการบริการของพนักงาน	6	6.0	4	4.0	11	5.5
ห้องน้ำสะอาด	3	3.0	3	3.0	2	1.0
มีร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร	6	6.0	8	8.0	11	5.5
มีรายการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ	9	9.0	6	6.0	2	1.0
เชื่อในคุณภาพน้ำมัน	15	15.0	23	23.0	19	9.5
เป็นจุดนัดพบ	-	-	-	-	1	0.5
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเลือกเติมน้ำมันจากสถานีบริการเพราะใกล้บ้านมากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ เชื่อในคุณภาพน้ำมัน ร้อยละ 15.0 ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 10.0 ชอบในตราฮีโร่ ร้อยละ 10.0 มีรายการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ ร้อยละ 9.0 ชอบในการบริการของพนักงาน ร้อยละ 6.0 มีร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร ร้อยละ 6.0 และห้องน้ำสะอาด ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลเลือกเติมน้ำมันจากสถานีบริการเพราะใกล้บ้านมากที่สุด ร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ เชื่อในคุณภาพน้ำมัน ร้อยละ 23.0 ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 16.0 ชอบในตราฮีโร่ ร้อยละ 11.0 มีร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร ร้อยละ 8.0

มีรายการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ ร้อยละ 6.0 ชอบในการบริการของพนักงาน ร้อยละ 4.0 และ
ห้องน้ำสะอาด ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เลือกเติมน้ำมันจากสถานีบริการ
เพราะใกล้บ้าน ร้อยละ 52.5 รองลงมาคือ ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา ร้อยละ 21.5 เชื่อในคุณภาพ
น้ำมัน ร้อยละ 9.5 ชอบในการบริการของพนักงาน ร้อยละ 5.5 มีร้านสะดวกซื้อ/ร้านอาหาร ร้อยละ
5.5 ชอบในตราหือ ร้อยละ 3.0 ห้องน้ำสะอาด ร้อยละ 1.0 มีรายการส่งเสริมการขายอยู่เสมอ
ร้อยละ 1.0 และเป็นจุดนัดพบ ร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตาม
จำนวนครั้งเฉลี่ยในการเติมน้ำมันต่อเดือน

จำนวนครั้งเฉลี่ย	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ครั้ง	5	5.0	7	7.0	7	3.5
3 – 4 ครั้ง	25	25.0	9	9.0	36	18.0
5 – 6 ครั้ง	41	41.0	27	27.0	65	32.5
มากกว่า 6 ครั้ง	29	29.0	57	57.0	92	46.0
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติมน้ำมันเฉลี่ย
เดือนละ 5 – 6 ครั้ง มากที่สุด ร้อยละ 41.0 รองลงมาคือ มากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 29.0 3 – 4 ครั้ง
ร้อยละ 25.0 และ 1 – 2 ครั้ง ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละ
มากกว่า 6 ครั้ง ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ 5 – 6 ครั้ง ร้อยละ 27.0 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 9.0 และ 1 – 2
ครั้ง ร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เติมน้ำมันเฉลี่ยเดือนละมากกว่า 6 ครั้ง มาก
ที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมาคือ 5 – 6 ครั้ง ร้อยละ 32.5 3 – 4 ครั้ง ร้อยละ 18.0 และ 1 – 2 ครั้ง ร้อย
ละ 3.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถบรรทุกส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง

จำนวนเงินเฉลี่ย	ประเภทของรถ			
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	-	-	-	-
100 - 300 บาท	8	8.0	8	8.0
301 - 500 บาท	25	25.0	25	25.0
501 - 700 บาท	10	10.0	12	12.0
701 - 900 บาท	13	13.0	6	6.0
มากกว่า 900 บาท	44	44.0	49	49.0
รวม	100	100.0	100	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเติมน้ำมันเฉลี่ยครั้งละมากกว่า 900 บาท มากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 301 – 500 บาท ร้อยละ 25.0 701 – 900 บาท ร้อยละ 13.0 501 – 700 บาท ร้อยละ 10.0 และ 100 – 300 บาท ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลเติมน้ำมันเฉลี่ยครั้งละมากกว่า 900 บาท มากที่สุด ร้อยละ 49.0 รองลงมาคือ 301 – 500 บาท ร้อยละ 25.0 501 – 700 ร้อยละ 12.0 100 – 300 บาท ร้อยละ 8.0 และ 701 – 900 บาท ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์จำแนกตามจำนวนเงินเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง

จำนวนเงินเฉลี่ย	ประเภทของรถ	
	รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 40 บาท	3	1.5
40 – 50 บาท	55	27.5
51 – 60 บาท	19	9.5
61 – 70 บาท	17	8.5
71 – 80 บาท	25	12.5
มากกว่า 80 บาท	81	40.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์เติมน้ำมันเฉลี่ยครั้งละมากกว่า 80 บาทมากที่สุด ร้อยละ 40.5 รองลงมาคือ 40-50 บาท ร้อยละ 27.5 71-80 บาท ร้อยละ 12.5 51-60บาท ร้อยละ 9.5 และ 61-70 ร้อยละ 8.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถประเภทต่างๆ จำแนกตามธุรกิจเสริมภายในสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการบ่อยที่สุด

ธุรกิจเสริม	ประเภทของรถ					
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล		รถบรรทุกส่วนบุคคล		รถจักรยานยนต์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องรถ	4	4.0	5	5.0	8	4.0
ร้านกาแฟสด	4	4.0	8	8.0	3	1.5
ร้านอาหาร	1	1.0	2	2.0	3	1.5
ร้านสะดวกซื้อ	82	82.0	77	77.0	165	82.5
บริการตู้เอทีเอ็ม	6	6.0	3	3.0	12	6.0
บริการล้างรถ	3	3.0	5	5.0	9	4.5
รวม	100	100.0	100	100.0	200	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าธุรกิจเสริมภายในสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 82.0 รองลงมาคือ บริการตู้เอทีเอ็ม ร้อยละ 6.0 บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องรถ ร้อยละ 4.0 ร้านกาแฟสด ร้อยละ 4.0 บริการล้างรถ ร้อยละ 3.0 และร้านอาหาร ร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ธุรกิจเสริมภายในสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ร้านกาแฟสด ร้อยละ 8.0 บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องรถ ร้อยละ 5.0 บริการล้างรถ ร้อยละ 5.0 บริการตู้เอทีเอ็ม ร้อยละ 3.0 และร้านอาหาร ร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ธุรกิจเสริมภายในสถานีบริการน้ำมันที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 82.5 รองลงมาคือ บริการตู้เอทีเอ็ม ร้อยละ 6.0 บริการล้างรถ ร้อยละ 4.5 บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องรถ ร้อยละ 4.0 ร้านกาแฟสด ร้อยละ 1.5 และร้านอาหาร ร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2: ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ตราหือของสถานบริการน้ำมัน	87 (21.8)	161 (40.3)	134 (33.5)	15 (3.75)	3 (0.75)	400	3.79	มาก	6
ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	137 (34.3)	163 (40.8)	93 (23.3)	5 (1.3)	2 (0.5)	400	4.07	มาก	4
มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ล้างรถยนต์	35 (8.8)	99 (24.8)	156 (39.0)	74 (18.5)	36 (9.0)	400	3.06	ปานกลาง	9
มีบริการเช็คกระจกกรวดโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	53 (13.3)	107 (26.8)	137 (34.3)	64 (16.0)	39 (9.8)	400	3.18	ปานกลาง	8
มีบริการเติมลมโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	69 (17.3)	129 (32.3)	128 (32.0)	49 (12.3)	25 (6.3)	400	3.42	ปานกลาง	7

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 91 เบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	172 (43.0)	142 (35.5)	72 (18.0)	9 (2.3)	5 (1.3)	400	4.17	มาก	1
ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	142 (35.5)	166 (41.5)	76 (19.0)	12 (3.0)	4 (1.0)	400	4.08	มาก	3
มีห้องน้ำไว้บริการ	145 (36.3)	170 (42.5)	72 (18.0)	9 (2.3)	4 (1.0)	400	4.11	มาก	2
เวลาเปิด - ปิดของสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสม	101 (25.3)	197 (49.3)	89 (22.3)	10 (2.5)	3 (0.8)	400	3.96	มาก	5

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องตราชื่อของสถานบริการน้ำมัน เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องเวลาเปิด – ปิดของสถานบริการน้ำมันที่เหมาะสม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีสบริการน้ำมัน

ด้านราคา	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	78 (19.5)	116 (29.0)	103 (25.8)	54 (13.5)	49 (12.3)	400	3.30	ปานกลาง	2
รับชำระเงินด้วยเงินสด	36 (9.0)	92 (23.0)	122 (30.5)	52 (13.0)	98 (24.5)	400	2.79	ปานกลาง	3
ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีสบริการน้ำมันอื่น	147 (36.8)	108 (27.0)	116 (29.0)	20 (5.0)	9 (2.3)	400	3.91	มาก	1

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านราคาในเรื่องราคาน้ำมันมากกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	158 (39.5)	154 (38.5)	82 (20.5)	5 (1.3)	1 (0.3)	400	4.16	มาก	1
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/ สถานศึกษา	121 (30.3)	174 (43.5)	88 (22.0)	14 (3.5)	3 (0.8)	400	3.99	มาก	2

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องสถานบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	86 (21.5)	102 (25.5)	135 (33.8)	47 (11.8)	30 (7.5)	400	3.42	ปานกลาง	1
การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	77 (19.3)	103 (25.8)	129 (32.3)	54 (13.5)	37 (9.3)	400	3.32	ปานกลาง	2
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	47 (11.8)	103 (25.8)	170 (42.5)	57 (14.3)	23 (5.8)	400	3.24	ปานกลาง	4
การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	43 (10.8)	113 (28.3)	176 (44.0)	49 (12.3)	19 (4.8)	400	3.28	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย และเรื่องกรให้ข้อมูลข่าวสารของสถานบริการน้ำมัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านคนที่มผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน

ด้านคน	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
พนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การเติมน้ำมันครบตามปริมาณที่ต้องการและประเภทน้ำมันที่ถูกต้อง	153 (38.3)	164 (41.0)	69 (17.3)	7 (1.8)	7 (1.8)	400	4.12	มาก	3
พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	179 (44.8)	130 (32.5)	73 (18.3)	10 (2.5)	8 (2.0)	400	4.16	มาก	2
พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ	166 (41.5)	152 (38.0)	63 (15.8)	11 (2.8)	8 (2.0)	400	4.14	มาก	3
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	160 (40.0)	142 (35.5)	76 (19.0)	16 (4.0)	6 (1.5)	400	4.09	มาก	4
พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ เช่น การรับเงินและการทอนเงิน การเติมในราคาที่ถูกต้อง	172 (43.0)	154 (38.5)	63 (15.8)	5 (1.3)	6 (1.5)	400	4.20	มาก	1

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	138 (34.5)	168 (42.0)	83 (20.8)	8 (2.0)	3 (0.8)	400	4.08	มาก	1
ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	115 (28.8)	199 (49.8)	75 (18.8)	8 (2.0)	3 (0.8)	400	4.04	มาก	3
มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน	93 (23.3)	219 (54.8)	71 (17.8)	15 (3.8)	2 (0.5)	400	3.97	มาก	4
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถในการมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายในสถานีบริการน้ำมัน	98 (24.5)	200 (50.0)	82 (20.5)	17 (4.3)	3 (0.8)	400	3.93	มาก	5
ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	134 (33.5)	170 (42.5)	80 (20.0)	13 (3.3)	3 (0.8)	400	4.05	มาก	2

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่ง
นำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3
ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและ
เพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน

ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้องรวดเร็ว	168 (42.0)	154 (38.5)	65 (16.3)	8 (2.0)	5 (1.3)	400	4.18	มาก	1
ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้องรวดเร็ว	164 (41.0)	160 (40.0)	63 (15.8)	6 (1.5)	7 (1.8)	400	4.17	มาก	2
ขั้นตอนในการออกใบเสร็จถูกต้องรวดเร็ว	139 (34.8)	151 (37.8)	89 (22.3)	11 (2.8)	10 (2.5)	400	4.00	มาก	4
ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมีความถูกต้องรวดเร็ว	134 (33.5)	134 (33.5)	89 (22.3)	27 (6.8)	16 (4.0)	400	3.86	มาก	5
พนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ	147 (36.8)	150 (37.5)	87 (21.8)	10 (2.5)	6 (1.5)	400	4.06	มาก	3
ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน	144 (36.0)	160 (40.0)	80 (20.0)	8 (2.0)	8 (2.0)	400	4.06	มาก	3

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงิน และทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว เรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจําแนกตามประเภทของรถ
 ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสําคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จําแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ตราหือของสถานีบริการน้ำมัน	3.93 มาก	3.86 มาก	3.68 มาก	3.79 มาก
ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	4.14 มาก	4.17 มาก	3.99 มาก	4.07 มาก
มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยนถ่าย น้ำมันเครื่อง/ล้างรถยนต์	3.03 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	2.98 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
มีบริการเช็กระจกรโดย พนักงานของสถานี โดยไม่เสีย ค่าใช้จ่าย	3.30 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
มีบริการเติมลมโดยพนักงานของ สถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.53 มาก	3.41 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 91 เบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	4.12 มาก	4.26 มาก	4.15 มาก	4.17 มาก
ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ ให้บริการ	4.23 มาก	4.12 มาก	3.98 มาก	4.08 มาก
มีห้องน้ำไว้บริการ	4.05 มาก	4.25 มาก	4.07 มาก	4.11 มาก
เวลาเปิด - ปิดของสถานีบริการ น้ำมันที่เหมาะสม	4.00 มาก	3.96 มาก	3.94 มาก	3.96 มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ รองลงมาคือเรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน และเรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่อง มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวมแปลผล
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุกส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.73 มาก	3.49 ปานกลาง	2.99 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
รับชำระเงินด้วยเงินสด	2.89 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.88 มาก	3.83 มาก	3.97 มาก	3.91 มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญ อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านช่องทางการให้บริการ	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.20 มาก	4.03 มาก	4.20 มาก	4.16 มาก
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/ สถานศึกษา	3.99 มาก	3.93 มาก	4.02 มาก	3.99 มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุกส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	3.68 มาก	3.38 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.62 มาก	3.29 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	3.29 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	3.32 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการแจกของแถม และเรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการ น้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านคน	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การเติมน้ำมันครบตามปริมาณที่ต้องการและประเภทน้ำมันที่ถูกต้อง	4.26 มาก	4.17 มาก	4.03 มาก	4.12 มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	4.34 มาก	4.24 มาก	4.02 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ	4.24 มาก	4.26 มาก	4.04 มาก	4.14 มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.18 มาก	4.18 มาก	3.99 มาก	4.09 มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ เช่น การรับเงินและการทอนเงิน การเติมในราคาที่ถูกต้อง	4.29 มาก	4.29 มาก	4.12 มาก	4.20 มาก
พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาไทย	3.93 มาก	4.04 มาก	4.01 มาก	4.00 มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน	4.16 มาก	4.14 มาก	4.02 มาก	4.08 มาก
พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.32 มาก	4.22 มาก	4.05 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของน้ำมัน	3.96 มาก	4.07 มาก	3.89 มาก	3.95 มาก

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านคน	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุกส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
มีเครื่องแบบพนักงานเป็นมาตรฐาน	3.68 มาก	3.79 มาก	3.79 มาก	3.76 มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ และเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ และเรื่องพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	4.15 มาก	4.23 มาก	3.96 มาก	4.08 มาก
ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออก ของสถานีบริการน้ำมัน	4.09 มาก	4.05 มาก	4.01 มาก	4.04 มาก
มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วน ระหว่างการใช้บริการเติมน้ำมันและ บริการเสริมภายในสถานีบริการ น้ำมัน	3.99 มาก	4.08 มาก	3.90 มาก	3.97 มาก
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถใน การมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายใน สถานีบริการน้ำมัน	4.02 มาก	3.95 มาก	3.88 มาก	3.93 มาก
ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	4.05 มาก	4.15 มาก	4.00 มาก	4.05 มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องมีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการใช้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการ	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุกส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	
ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.28 มาก	4.32 มาก	4.06 มาก	4.18 มาก
ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	4.22 มาก	4.31 มาก	4.08 มาก	4.17 มาก
ขั้นตอนในการออกไปเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว	4.05 มาก	4.05 มาก	3.94 มาก	4.00 มาก
ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.10 มาก	3.98 มาก	3.68 มาก	3.86 มาก
พนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ	4.12 มาก	4.11 มาก	4.00 มาก	4.06 มาก
ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน	4.16 มาก	4.13 มาก	3.98 มาก	4.06 มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมัน มีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจําแนกตามเพศ
 ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสําคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จําแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
ตราห้ของสถานีบริการน้ำมัน	3.79 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก
ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	4.01 มาก	4.14 มาก	4.07 มาก
มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ ล้างรถยนต์	3.02 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
มีบริการเช็คกระดาษกรองโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.21 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
มีบริการเติมลมโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.37 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 91 เบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	4.20 มาก	4.13 มาก	4.17 มาก
ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	4.12 มาก	4.03 มาก	4.08 มาก
มีห้องน้ำไว้บริการ	4.16 มาก	4.05 มาก	4.11 มาก
เวลาเปิด – ปิดของสถานีบริการน้ำมัน ที่เหมาะสม	3.96 มาก	3.96 มาก	3.96 มาก

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และ เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่อง ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องมี ห้องน้ำไว้บริการ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.39 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
รับชำระเงินด้วยเงินสด	2.95 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.90 มาก	3.92 มาก	3.91 มาก

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาเรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านช่องทางการให้บริการ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.11 มาก	4.21 มาก	4.16 มาก
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	3.94 มาก	4.05 มาก	3.99 มาก

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	3.40 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.35 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	3.25 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	3.25 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย เรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ น้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านคน	เพศ		ค่าเฉลี่ย รวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
พนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การเติมน้ำมันครบตามปริมาณที่ต้องการและประเภทน้ำมันที่ถูกต้อง	4.07 มาก	4.18 มาก	4.12 มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	4.08 มาก	4.23 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ	4.08 มาก	4.21 มาก	4.14 มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.00 มาก	4.18 มาก	4.09 มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ เช่น การรับเงินและการทอนเงิน การเติมในราคาที่ต้องการ	4.18 มาก	4.23 มาก	4.20 มาก
พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาไทย	3.94 มาก	4.06 มาก	4.00 มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน	4.00 มาก	4.17 มาก	4.08 มาก
พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.13 มาก	4.18 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของน้ำมัน	3.91 มาก	3.99 มาก	3.95 มาก
มีเครื่องแบบพนักงานเป็นมาตรฐาน	3.73 มาก	3.80 มาก	3.76 มาก

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความสุขภาพ มีมารยาทในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความสุขภาพ มีมารยาทในการบริการ

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	4.10 มาก	4.05 มาก	4.08 มาก
ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	4.08 มาก	3.99 มาก	4.04 มาก
มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.95 มาก	3.98 มาก	3.97 มาก
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถในการมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.92 มาก	3.94 มาก	3.93 มาก
ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	4.08 มาก	4.02 มาก	4.05 มาก

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการ	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.19 มาก	4.17 มาก	4.18 มาก
ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	4.15 มาก	4.19 มาก	4.17 มาก
ขั้นตอนในการออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว	3.99 มาก	4.00 มาก	4.00 มาก
ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมีความถูกต้อง รวดเร็ว	3.90 มาก	3.81 มาก	3.86 มาก
พนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ	4.06 มาก	4.05 มาก	4.06 มาก
ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน	4.04 มาก	4.08 มาก	4.06 มาก

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ส่วนที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ตราหือของสถานบริการน้ำมัน	3.55 มาก	3.79 มาก	3.85 มาก	3.98 มาก	3.83 มาก	3.82 มาก	3.79 มาก
ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	3.89 มาก	4.04 มาก	4.05 มาก	4.36 มาก	4.33 มาก	4.10 มาก	4.07 มาก
มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยน ถ่าน้ำมันเครื่อง/ล้างรถยนต์	2.99 ปานกลาง	3.09 ปานกลาง	3.01 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
มีบริการเช็คกระดาษรถโดยพนักงาน ของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	2.99 ปานกลาง	3.17 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีบริการเติมลมโดยพนักงาน ของ สถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.15 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.61 มาก	3.62 มาก	3.42 ปานกลาง
มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่ายได้แก่ ดีเซล เบนซิน 91 เบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	4.03 มาก	4.19 มาก	4.12 มาก	4.34 มาก	4.22 มาก	4.26 มาก	4.17 มาก
ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ ให้บริการ	3.73 มาก	4.05 มาก	4.12 มาก	4.32 มาก	4.44 มาก	4.28 มาก	4.08 มาก
มีห้องน้ำไว้บริการ	3.84 มาก	4.16 มาก	4.08 มาก	4.32 มาก	4.22 มาก	4.23 มาก	4.11 มาก

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
เวลาเปิด - ปิดของสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสม	3.69 มาก	4.01 มาก	4.03 มาก	4.11 มาก	3.94 มาก	3.95 มาก	3.96 มาก

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน รองลงมา คือ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ รองลงมา คือ เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ รองลงมา คือ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.96 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.82 มาก	4.06 มาก	3.64 มาก	3.30 ปานกลาง
รับชำระเงินด้วยเงินสด	2.65 ปานกลาง	2.84 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	2.78 ปานกลาง	2.74 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.64 มาก	4.14 มาก	3.82 มาก	3.98 มาก	4.00 มาก	3.77 มาก	3.91 มาก

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านช่องทางการให้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.03 มาก	4.20 มาก	4.11 มาก	4.18 มาก	4.39 มาก	4.26 มาก	4.16 มาก
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/ สถานศึกษา	3.77 มาก	4.09 มาก	3.92 มาก	4.07 มาก	4.17 มาก	4.05 มาก	3.99 มาก

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	3.05 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.73 มาก	3.33 ปานกลาง	3.64 มาก	3.42 ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.95 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.84 มาก	3.56 มาก	3.41 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	3.08 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.59 มาก	3.22 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	3.07 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.64 มาก	3.33 ปานกลาง	3.05 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องมีการแจกของแถม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย และเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย รองลงมาคือ เรื่องมีการแจกของแถม และเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการแจกของแถม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านคน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานมีความถูกต้องในการ ให้บริการ เช่น การเติมน้ำมันครบ ตามปริมาณที่ต้องการและประเภท น้ำมันที่ถูกต้อง	3.88 มาก	4.11 มาก	4.15 มาก	4.34 มาก	4.44 มาก	4.18 มาก	4.12 มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็ว ในการบริการ	3.82 มาก	4.13 มาก	4.17 มาก	4.41 มาก	4.61 มากที่สุด	4.33 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาท ในการบริการ	3.81 มาก	4.11 มาก	4.16 มาก	4.48 มาก	4.44 มาก	4.33 มาก	4.14 มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการ ให้บริการ	3.72 มาก	4.05 มาก	4.14 มาก	4.27 มาก	4.39 มาก	4.41 มาก	4.09 มาก

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านคน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจ ได้ในการให้บริการ เช่น การรับเงิน และการทอนเงิน การเติมในราคาที่ถูก ถูกต้อง	3.96 มาก	4.17 มาก	4.25 มาก	4.48 มาก	4.39 มาก	4.28 มาก	4.20 มาก
พนักงานมีความสามารถในการ สื่อสารด้วยภาษาไทย	3.72 มาก	4.07 มาก	3.96 มาก	4.23 มาก	4.06 มาก	4.08 มาก	4.00 มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่า เทียมกัน	3.82 มาก	4.06 มาก	4.11 มาก	4.25 มาก	4.39 มาก	4.26 มาก	4.08 มาก
พนักงานมีความเต็มใจในการ ให้บริการ	3.76 มาก	4.19 มาก	4.14 มาก	4.39 มาก	4.50 มากที่สุด	4.44 มาก	4.16 มาก

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านคน	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับประเภท ของน้ำมัน	3.65 มาก	3.95 มาก	3.94 มาก	4.18 มาก	4.44 มาก	4.08 มาก	3.95 มาก
มีเครื่องแบบพนักงานเป็นมาตรฐาน	3.61 มาก	3.75 มาก	3.74 มาก	4.09 มาก	3.83 มาก	3.72 มาก	3.76 มาก

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ และเรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคน เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงาน มีความเต็มใจในการให้บริการ ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความสะอาดของสถานบริการน้ำมัน	3.76 มาก	4.02 มาก	4.15 มาก	4.34 มาก	4.33 มาก	4.28 มาก	4.08 มาก
ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออก ของสถานบริการน้ำมัน	3.80 มาก	4.02 มาก	4.08 มาก	4.23 มาก	4.39 มาก	4.08 มาก	4.04 มาก
มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วน ระหว่างการใช้บริการเติมน้ำมันและ บริการเสริมภายในสถานบริการ น้ำมัน	3.65 มาก	3.95 มาก	4.06 มาก	4.20 มาก	4.28 มาก	3.97 มาก	3.97 มาก

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถในการมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายในสถานบริการน้ำมัน	3.62 มาก	3.97 มาก	3.98 มาก	4.14 มาก	4.22 มาก	3.92 มาก	3.93 มาก
ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	3.64 มาก	4.15 มาก	4.05 มาก	4.27 มาก	4.22 มาก	4.13 มาก	4.05 มาก

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องมีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องมีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องมีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการให้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า-ออกของสถานบริการน้ำมัน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความ ถูกต้อง รวดเร็ว	3.86 มาก	4.18 มาก	4.19 มาก	4.36 มาก	4.61 มากที่สุด	4.33 มาก	4.18 มาก
ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงิน ถูกต้อง รวดเร็ว	3.82 มาก	4.21 มาก	4.20 มาก	4.30 มาก	4.67 มากที่สุด	4.23 มาก	4.17 มาก
ขั้นตอนในการออกไปเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว	3.78 มาก	3.96 มาก	4.02 มาก	4.14 มาก	4.33 มาก	4.13 มาก	4.00 มาก
ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมี ความถูกต้อง รวดเร็ว	3.54 มาก	3.74 มาก	3.91 มาก	4.16 มาก	4.56 มากที่สุด	4.05 มาก	3.86 มาก
พนักงานมีความรู้และทักษะการ ให้บริการ	3.72 มาก	4.07 มาก	4.15 มาก	4.18 มาก	4.39 มาก	4.13 มาก	4.06 มาก

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ด้านกระบวนการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการ เติมน้ำมัน	3.72 มาก	4.05 มาก	4.19 มาก	4.09 มาก	4.33 มาก	4.26 มาก	4.06 มาก

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายเฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องขั้นตอนในการออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง และเรื่องพนักงานมีความรู้ และทักษะการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมีความถูกต้อง รวดเร็ว ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน และเรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง

ส่วนที่ 2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันจําแนกตามระดับการศึกษา
 ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสําคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จําแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ย รวม แปลผล
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ตราหือของสถานีบริการน้ำมัน	3.85 มาก	3.74 มาก	3.79 มาก
ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	4.06 มาก	4.08 มาก	4.07 มาก
มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ ล้างรถยนต์	3.09 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.06 ปานกลาง
มีบริการเช็คกระจกรดโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.15 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
มีบริการเติมลมโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.27 ปานกลาง	3.53 มาก	3.42 ปานกลาง
มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 91 เบนซิน 95 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไป โอดีเซล	4.15 มาก	4.18 มาก	4.17 มาก
ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	3.94 มาก	4.17 มาก	4.08 มาก
มีห้องน้ำไว้บริการ	4.09 มาก	4.12 มาก	4.11 มาก
เวลาเปิด - ปิดของสถานีบริการน้ำมัน ที่เหมาะสม	3.89 มาก	4.00 มาก	3.96 มาก

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมา คือ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย รองลงมาคือ เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ และเรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านราคา	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.11 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
รับชำระเงินด้วยเงินสด	2.79 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.93 มาก	3.90 มาก	3.91 มาก

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา เรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านช่องทางการให้บริการ	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.09 มาก	4.21 มาก	4.16 มาก
สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	3.86 มาก	4.09 มาก	3.99 มาก

จากตารางที่ 44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด คือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ยแปลผล	ค่าเฉลี่ยแปลผล	แปลผล
มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	3.18 ปานกลาง	3.60 มาก	3.42 ปานกลาง
การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.09 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	3.28 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง
การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	3.29 ปานกลาง	3.27 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องการโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน และเรื่องมีการแจกของแถม

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เรื่องมีการแจกของแถม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านคน	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
พนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เช่น การเติมน้ำมันครบตามปริมาณที่ต้องการและประเภทน้ำมันที่ถูกต้อง	4.04 มาก	4.19 มาก	4.12 มาก
พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	3.94 มาก	4.31 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ	3.97 มาก	4.27 มาก	4.14 มาก
พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	3.89 มาก	4.23 มาก	4.09 มาก
พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ เช่น การรับเงินและการทอนเงิน การเติมในราคาที่ต้องการ	4.06 มาก	4.31 มาก	4.20 มาก
พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาไทย	3.95 มาก	4.03 มาก	4.00 มาก
พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน	4.01 มาก	4.13 มาก	4.08 มาก
พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.01 มาก	4.27 มาก	4.16 มาก
พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของน้ำมัน	3.86 มาก	4.01 มาก	3.95 มาก
มีเครื่องแบบพนักงานเป็นมาตรฐาน	3.84 มาก	3.70 มาก	3.76 มาก

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ เรื่องพนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน และเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	3.95 มาก	4.17 มาก	4.08 มาก
ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	3.99 มาก	4.07 มาก	4.04 มาก
มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการใช้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.89 มาก	4.02 มาก	3.97 มาก
ความเพียงพอของสถานที่จอดรถในการมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.84 มาก	4.00 มาก	3.93 มาก
ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	3.97 มาก	4.10 มาก	4.05 มาก

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านกระบวนการ	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ย รวม
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	แปลผล
ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.02 มาก	4.30 มาก	4.18 มาก
ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	4.04 มาก	4.27 มาก	4.17 มาก
ขั้นตอนในการออกไปเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว	3.85 มาก	4.10 มาก	4.00 มาก
ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมี ความถูกต้อง รวดเร็ว	3.72 มาก	3.96 มาก	3.86 มาก
พนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ	3.93 มาก	4.15 มาก	4.06 มาก
ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการ เติมน้ำมัน	3.94 มาก	4.15 มาก	4.06 มาก

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อย่อยของปัจจัยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว เรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ				
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพน้ำมัน ความ น่าเชื่อถือ	168 42.0	159 39.8	69 17.3	2 0.5	2 0.5	400	4.22	มาก	1
ด้านราคา เช่น ราคา รูปแบบการชำระเงิน	133 33.3	162 40.5	98 24.5	5 1.3	2 0.5	400	4.05	มาก	5
ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น สถานที่ตั้ง	130 32.5	188 47.0	68 17.0	13 3.3	1 0.3	400	4.08	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของ แถม	73 18.3	140 35.0	131 32.8	40 10.0	16 4.0	400	3.54	มาก	6
ด้านคน เช่น การให้บริการที่ถูกต้อง	138 34.5	166 41.5	84 21.0	9 2.3	3 0.8	400	4.07	มาก	3

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เช่น ความ สะอาด	138 34.5	166 41.5	80 20.0	12 3.0	4 1.0	400	4.06	มาก	4
ด้านกระบวนการ เช่น ขั้นตอนการ ให้บริการ	131 (32.8)	179 (44.8)	74 (18.5)	13 (3.3)	3 (0.8)	400	4.06	มาก	4

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการให้บริการ และคน



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3.1 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามประเภทรถ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทของรถ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ	ประเภทของรถ		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุกส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพน้ำมัน ความน่าเชื่อถือ	4.32 มาก	4.29 มาก	4.14 มาก
ด้านราคา เช่น ราคา รูปแบบการ ชำระเงิน	4.10 มาก	4.10 มาก	4.00 มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น สถานที่ตั้ง	4.18 มาก	4.11 มาก	4.02 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของแถม	3.69 มาก	3.53 มาก	3.46 ปานกลาง
คน เช่น การให้บริการที่ถูกต้อง	4.13 มาก	4.15 มาก	4.00 มาก
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความสะอาด	4.19 มาก	4.18 มาก	3.93 มาก
ด้านกระบวนการ เช่น ขั้นตอนการ ให้บริการ	4.13 มาก	4.15 มาก	3.97 มาก

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.32 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.19 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.18 ปัจจัยด้านคน 4.13 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.13 ปัจจัยด้านราคา 4.10 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.69

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงตามลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.29 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.18 ปัจจัยด้านคน 4.15 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.15 ปัจจัยช่องทางการให้บริการ 4.11 ปัจจัยด้านราคา 4.10 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงตามลำดับจากมากที่สุด ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.14 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.02 ปัจจัยด้านราคา 4.00 ปัจจัยด้านคน 4.00 ปัจจัยด้านกระบวนการ 3.97 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3.93 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.46

ส่วนที่ 3.2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการ
เลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
ที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ	เพศ	
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพน้ำมัน ความ น่าเชื่อถือ	4.20 มาก	4.25 มาก
ด้านราคา เช่น ราคา รูปแบบการชำระเงิน	4.03 มาก	4.06 มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น สถานที่ตั้ง	4.06 มาก	4.10 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของ แถม	3.46 ปานกลาง	3.61 มาก
ด้านคน เช่น การให้บริการที่ถูกต้อง	4.01 มาก	4.13 มาก
ด้านสิ่งนำเสนอภายนอก เช่น ความสะอาด	3.99 มาก	4.13 มาก
ด้านกระบวนการ เช่น ขั้นตอนการให้บริการ	4.01 มาก	4.10 มาก

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วน
 ประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาด
 สำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุด ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.20 ปัจจัยด้านช่อง
 ทางการให้บริการ 4.06 ปัจจัยด้านราคา 4.03 ปัจจัยด้านด้านคน 4.01 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.01
 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3.99 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับ
 ธุรกิจบริการ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับ
 จากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.25 ปัจจัยด้านคน 4.13 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทาง
 กายภาพ 4.13 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.10 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.10 ปัจจัยด้านราคา
 4.06 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.61

ส่วนที่ 3.3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (n = 39)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพน้ำมัน ความน่าเชื่อถือ	4.01 มาก	4.15 มาก	4.28 มาก	4.45 มาก	4.50 มากที่สุด	4.33 มาก
ด้านราคา เช่น ราคา รูปแบบการชำระเงิน	3.82 มาก	4.05 มาก	3.98 มาก	4.27 มาก	4.33 มาก	4.23 มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น สถานที่ตั้ง	3.78 มาก	4.10 มาก	4.06 มาก	4.30 มาก	4.39 มาก	4.26 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจกของแถม	3.26 ปานกลาง	3.57 มาก	3.62 มาก	3.77 มาก	3.17 ปานกลาง	3.64 มาก

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,001 – 10,000 บาท (n = 132)	10,001 – 15,000 บาท (n = 93)	15,001 – 20,000 บาท (n = 44)	20,001 – 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป (n = 39)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านคนเช่น การให้บริการที่ถูกต้อง	3.78 มาก	4.13 มาก	4.04 มาก	4.18 มาก	4.11 มาก	4.31 มาก
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความสะอาด	3.58 มาก	4.13 มาก	4.05 มาก	4.34 มาก	4.22 มาก	4.31 มาก
ด้านกระบวนการ เช่น ขั้นตอนการให้บริการ	3.64 มาก	4.10 มาก	4.15 มาก	4.18 มาก	4.33 มาก	4.21 มาก

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.01 ปัจจัยด้านราคา 3.82 ปัจจัย ด้านช่องทางการให้บริการ 3.78 ปัจจัยด้านคน 3.78 ปัจจัยด้านกระบวนการ 3.64 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3.58 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการเรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.15 ปัจจัยด้านคน 4.13 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.13 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.10 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.10 ปัจจัยด้านราคา 4.05 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.28 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.15 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.06 ปัจจัยช่องทางการให้บริการ 4.06 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.05 ปัจจัยด้านราคา 3.98 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.62

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.45 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.34 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.30 ปัจจัยด้านราคา 4.27 ปัจจัยด้านคน 4.18 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.18 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ปัจจัยด้านด้านผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้านอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับมากและปานกลางโดยปัจจัยการตลาดเรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.50 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.39 ปัจจัยด้านราคา 4.33 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.33 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.22 ปัจจัยด้านคน 4.11 ปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาด 3.17

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการเรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.33 ปัจจัยด้านคน 4.31 สิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.31 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.26 ปัจจัยด้านราคา 4.23 ปัจจัยด้านกระบวนการ 4.21 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.64



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3.4 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด สำหรับธุรกิจบริการ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพน้ำมัน ความน่าเชื่อถือ	4.15 มาก	4.27 มาก
ด้านราคา เช่น ราคา รูปแบบการชำระเงิน	4.04 มาก	4.06 มาก
ด้านช่องทางการให้บริการ เช่น สถานที่ตั้ง	4.02 มาก	4.13 มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การแจก ของแถม	3.46 ปานกลาง	3.59 มาก
ด้านคน เช่น การให้บริการที่ถูกต้อง	3.99 มาก	4.13 มาก
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ เช่น ความสะอาด	3.95 มาก	4.13 มาก
ด้านกระบวนการ เช่น ขั้นตอนการให้บริการ	3.96 มาก	4.12 มาก

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.15 ปัจจัยด้านราคา 4.04 ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ 4.02 ปัจจัยด้านคน 3.99 ปัจจัยด้านกระบวนการ 3.96 ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3.95 และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.46

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการด้านการตลาดทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยส่วนประสม

การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ เรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 4.27 ปัจจัยด้าน
ช่องทางการให้บริการ 4.13 ด้านคน 4.13 ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 4.13 ปัจจัยด้านกระบวนการ
4.12 ปัจจัยด้านราคา 4.06 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 3.59



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4: ปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

ปัญหา	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ไม่มีธุรกิจเสริมบริการภายในสถานี บริการน้ำมัน	52 (13.0)	118 (29.5)	154 (38.5)	50 (12.5)	26 (6.5)	400	3.30	ปาน กลาง	14
ห้องน้ำไม่สะอาด	124 (31.0)	138 (34.5)	90 (22.5)	38 (9.5)	10 (2.5)	400	3.82	มาก	6
น้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊ส โซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	137 (34.3)	143 (35.8)	73 (18.3)	30 (7.5)	17 (4.3)	400	3.88	มาก	2
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ	78 (19.5)	150 (37.5)	117 (29.3)	41 (10.3)	14 (3.5)	400	3.59	มาก	13
น้ำมันกับความต้องการเติมน้ำมันมี ปริมาณไม่เพียงพอ	111 (27.8)	156 (39.0)	81 (20.3)	38 (9.5)	14 (3.5)	400	3.78	มาก	8

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน (ต่อ)

ปัญหา	ระดับความสำคัญ					จำนวน รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
บริเวณสถานีบริการน้ำมันสกปรก	125 (31.3)	148 (37.0)	70 (17.5)	40 (10.0)	17 (4.3)	400	3.81	มาก	7
ราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมัน อื่น	164 (41.0)	109 (27.3)	74 (18.5)	36 (9.0)	17 (4.3)	400	3.92	มาก	1
ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	68 (17.0)	103 (25.8)	120 (30.0)	68 (17.0)	41 (10.3)	400	3.22	ปาน กลาง	15
ทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกใน การเดินทาง	112 (28.0)	140 (35.0)	93 (23.3)	38 (9.5)	17 (4.3)	400	3.73	มาก	9
ป้ายทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน มองหาหรือสังเกตได้ยาก	94 (23.5)	149 (37.3)	93 (23.3)	48 (12.0)	16 (4.0)	400	3.64	มาก	12
ไม่มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู	46 (11.5)	101 (25.3)	154 (38.5)	76 (19.0)	23 (5.8)	400	3.18	ปาน กลาง	16

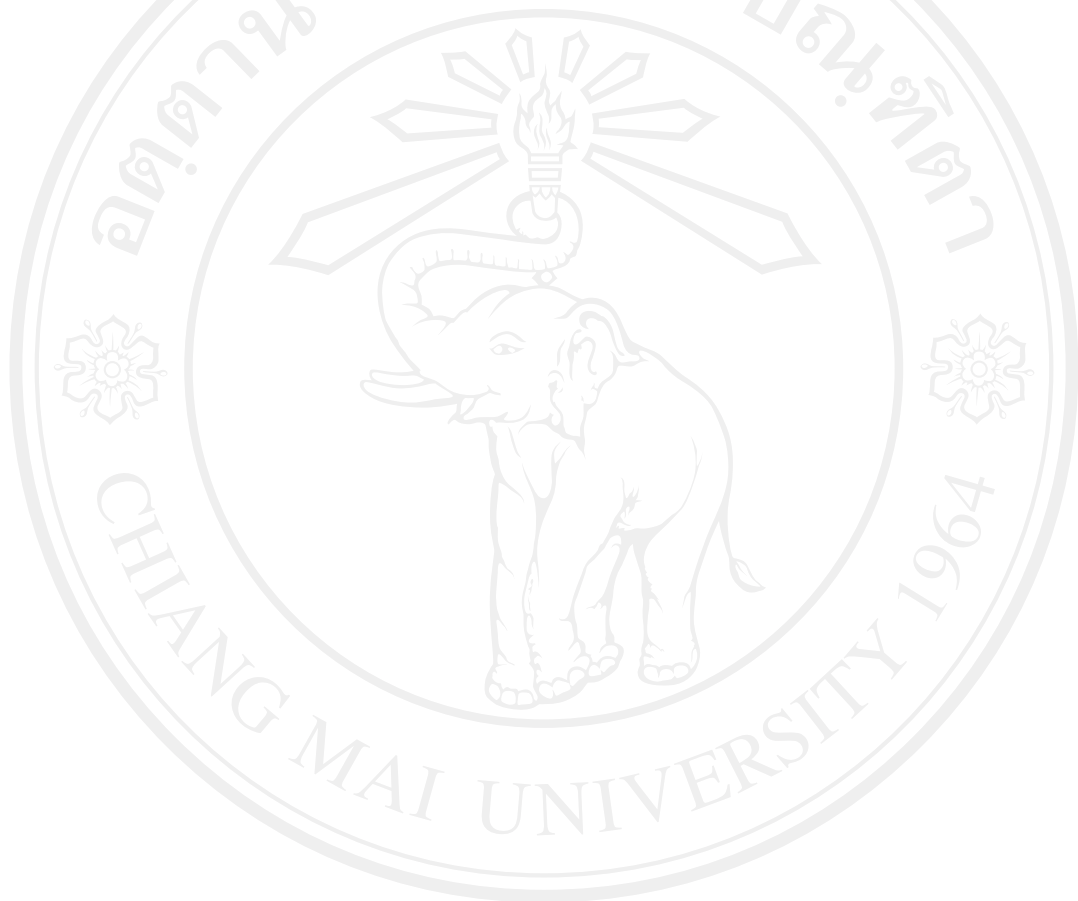
ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน (ต่อ)

ปัญหา	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร ทัศนคติไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ	140 (35.0)	135 (33.7)	67 (16.4)	41 (10.1)	19 (4.9)	400	3.84	มาก	4
พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ เช่น เติมน้ำมันผิดชนิด	148 (37.0)	128 (32.0)	65 (16.3)	43 (10.8)	16 (4.0)	400	3.87	มาก	3
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ	120 (30.0)	151 (37.8)	80 (20.0)	38 (9.5)	11 (2.8)	400	3.83	มาก	5
ไม่มีที่จอดรถในการใช้บริการเสริมธุรกิจภายในสถานี	97 (24.3)	144 (36.0)	96 (24.0)	43 (10.8)	20 (5.0)	400	3.64	มาก	12
ระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมันนาน	126 (31.5)	147 (36.8)	67 (16.8)	47 (11.8)	13 (3.3)	400	3.82	มาก	6
ออกไปเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	126 (31.5)	125 (31.3)	74 (18.5)	53 (13.3)	21 (5.3)	400	3.71	มาก	10

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญและค่าเฉลี่ยของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน (ต่อ)

ปัญหา	ระดับความสำคัญ					จำนวนรวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)				
ความล่าช้าในการรับชำระ - ทอนเงิน	137 (34.3)	137 (34.3)	62 (15.5)	48 (12.0)	16 (4.0)	400	3.83	มาก	5
พนักงานขาดความสามารถในการสื่อสาร เช่น พูดไม่ชัด	106 (26.5)	145 (36.3)	84 (21.0)	42 (10.5)	23 (5.8)	400	3.67	มาก	11

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุดได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้

ปัญหา	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ไม่มีธุรกิจเสริมบริการภายใน สถานีบริการน้ำมัน	3.29 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ห้องน้ำไม่สะอาด	3.92 มาก	3.95 มาก	3.71 มาก	3.82 มาก
น้ำมันมีไม่ครบทุกประเภท จำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	3.95 มาก	3.96 มาก	3.81 มาก	3.88 มาก
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ	3.52 มาก	3.71 มาก	3.57 มาก	3.59 มาก
น้ำมันกับความต้องการเดิม น้ำมันมีปริมาณไม่เพียงพอ	3.84 มาก	3.77 มาก	3.76 มาก	3.78 มาก
บริเวณสถานีบริการน้ำมัน สกปรก	3.78 มาก	3.86 มาก	3.80 มาก	3.81 มาก
ราคาน้ำมันแพงกว่าสถานี บริการน้ำมันอื่น	4.01 มาก	3.84 มาก	3.91 มาก	3.92 มาก
ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	3.56 มาก	3.14 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวก ในการเดินทาง	3.97 มาก	3.75 มาก	3.60 มาก	3.73 มาก
ป้ายทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน มองเห็นหรือสังเกตได้ยาก	3.70 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	3.64 มาก
ไม่มีการแจกของแถม เช่น น้ำ ดื่ม กระดาษทิชชู	3.27 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง

ตารางที่ 55 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ (ต่อ)

ปัญหา	ประเภทของรถ			ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคล (n = 100)	รถบรรทุก ส่วนบุคคล (n = 100)	รถจักรยานยนต์ (n = 200)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อธิบายไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ	3.95 มาก	3.96 มาก	3.73 มาก	3.84 มาก
พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ เช่น เติมน้ำมันผิดชนิด	4.02 มาก	3.90 มาก	3.79 มาก	3.87 มาก
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.89 มาก	3.85 มาก	3.79 มาก	3.83 มาก
ไม่มีที่จอดรถในการใช้บริการเสริมธุรกิจภายในสถานี	3.67 มาก	3.73 มาก	3.58 มาก	3.64 มาก
ระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมันนาน	3.92 มาก	3.77 มาก	3.79 มาก	3.82 มาก
ออกใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	3.80 มาก	3.76 มาก	3.64 มาก	3.71 มาก
ความล่าช้าในการรับชำระเงิน - ทอนเงิน	3.93 มาก	3.75 มาก	3.82 มาก	3.83 มาก
พนักงานขาดความสามารถในการสื่อสาร เช่น พูดไม่ชัด	3.54 มาก	3.73 มาก	3.71 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 55 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่อง พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่อง พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ และเรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซลรองลงมาคือ เรื่องห้องน้ำไม่สะอาด และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องความล่าช้าในการรับชำระ - ทอนเงิน และเรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ไม่มีธุรกิจเสริมบริการภายในสถานีบริการ น้ำมัน	3.32 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ห้องน้ำไม่สะอาด	3.82 มาก	3.82 มาก	3.82 มาก
น้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	3.87 มาก	3.90 มาก	3.88 มาก
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ	3.60 มาก	3.58 มาก	3.59 มาก
น้ำมันกับความต้องการเติมน้ำมันมีปริมาณ ไม่เพียงพอ	3.82 มาก	3.74 มาก	3.78 มาก
บริเวณสถานีบริการน้ำมันสกปรก	3.79 มาก	3.83 มาก	3.81 มาก
ราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.92 มาก	3.92 มาก	3.92 มาก
ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.22 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการ เดินทาง	3.73 มาก	3.73 มาก	3.73 มาก
ป้ายทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน มองหาหรือ สังเกตได้ยาก	3.59 มาก	3.70 มาก	3.64 มาก
ไม่มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษ ทิชชู	3.21 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหา	เพศ		ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ชาย (n = 208)	หญิง (n = 192)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหังการ ไม่ดี ไม่มีความสุข/มารยาทในการบริการ	3.85 มาก	3.83 มาก	3.84 มาก
พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการ ให้บริการ เช่น เติมน้ำมันผิดชนิด	3.88 มาก	3.86 มาก	3.87 มาก
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการ ให้บริการ	3.82 มาก	3.83 มาก	3.83 มาก
ไม่มีที่จอดรถในการใช้บริการเสริมธุรกิจ ภายในสถานี	3.67 มาก	3.60 มาก	3.64 มาก
ระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมัน นาน	3.82 มาก	3.81 มาก	3.82 มาก
ออกใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	3.69 มาก	3.73 มาก	3.71 มาก
ความล่าช้าในการรับชำระเงิน - ทอนเงิน	3.79 มาก	3.86 มาก	3.83 มาก
พนักงานขาดความสามารถในการสื่อสาร เช่น พูดไม่ชัด	3.67 มาก	3.67 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 56 ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,000 - 10,000 บาท (n = 132)	10,001 - 15,000 บาท (n = 93)	15,001 - 20,000 บาท (n = 44)	20,001 - 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ไม่มีธุรกิจเสริมบริการภายใน สถานีบริการน้ำมัน	3.04 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.48 ปานกลาง	3.50 มาก	3.36 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ห้องน้ำไม่สะอาด	3.50 มาก	3.90 มาก	3.71 มาก	3.86 มาก	4.17 มาก	4.21 มาก	3.82 มาก
น้ำมันมีไม่ครบทุกประเภท จำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	3.46 ปานกลาง	3.98 มาก	3.86 มาก	3.91 มาก	4.11 มาก	4.26 มาก	3.88 มาก
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ	3.22 ปานกลาง	3.72 มาก	3.53 มาก	3.73 มาก	3.78 มาก	3.79 มาก	3.59 มาก
น้ำมันกับความต้องการเติม น้ำมันมีปริมาณไม่เพียงพอ	3.46 ปานกลาง	3.92 มาก	3.68 มาก	3.82 มาก	3.89 มาก	4.05 มาก	3.78 มาก

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,000 - 10,000 บาท (n = 132)	10,001 - 15,000 บาท (n = 93)	15,001 - 20,000 บาท (n = 44)	20,001 - 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
บริเวณสถานีบริการน้ำมัน สกปรก	3.38 ปานกลาง	3.93 มาก	3.76 มาก	3.91 มาก	4.06 มาก	4.10 มาก	3.81 มาก
ราคาน้ำมันแพงกว่าสถานี บริการน้ำมันอื่น	3.49 ปานกลาง	4.08 มาก	3.85 มาก	3.89 มาก	4.39 มาก	4.18 มาก	3.92 มาก
ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตร เครดิต	2.81 ปานกลาง	3.23 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.43 ปานกลาง	3.83 มาก	3.51 มาก	3.22 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวก ในการเดินทาง	3.23 ปานกลาง	3.77 มาก	3.72 มาก	3.93 มาก	4.28 มาก	4.10 มาก	3.73 มาก
ป้ายทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน มองเห็นหรือสังเกตได้ยาก	3.26 ปานกลาง	3.82 มาก	3.56 มาก	3.73 มาก	3.89 มาก	3.77 มาก	3.64 มาก
ไม่มีการแจกของแถม เช่น น้ำ ดื่ม กระดาษทิชชู	2.72 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.55 มาก	3.17 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,000 - 10,000 บาท (n = 132)	10,001 - 15,000 บาท (n = 93)	15,001 - 20,000 บาท (n = 44)	20,001 - 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อธิบายไม่ดี ไม่มีภาพ สุภาพ/มารยาทในการบริการ	3.30 ปานกลาง	3.91 มาก	3.87 มาก	4.03 มาก	4.00 มาก	4.24 มาก	3.84 มาก
พนักงานที่ให้บริการไม่มี ความรู้ในการให้บริการ เช่น เติมน้ำมันผิดชนิด	3.42 ปานกลาง	3.96 มาก	3.80 มาก	4.02 มาก	4.28 มาก	4.26 มาก	3.87 มาก
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอ ในการให้บริการ	3.45 ปานกลาง	3.88 มาก	3.89 มาก	3.80 มาก	4.11 มาก	4.13 มาก	3.83 มาก
ไม่มีที่จอดรถในการใช้บริการ เสริมธุรกิจภายในสถานี	3.12 ปานกลาง	3.71 มาก	3.82 มาก	3.64 มาก	4.11 มาก	3.72 มาก	3.64 มาก
ระยะเวลาในการรอรับบริการ เติมน้ำมันนาน	3.35 ปานกลาง	3.89 มาก	3.88 มาก	3.77 มาก	4.17 มาก	4.15 มาก	3.82 มาก

ตารางที่ 57 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน						ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ไม่เกิน 5,000 บาท (n = 74)	5,000 - 10,000 บาท (n = 132)	10,001 - 15,000 บาท (n = 93)	15,001 - 20,000 บาท (n = 44)	20,001 - 30,000 บาท (n = 18)	มากกว่า 30,000 บาท (n = 39)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ออกใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	3.32 ปานกลาง	3.77 มาก	3.76 มาก	3.80 มาก	4.24 มาก	3.77 มาก	3.71 มาก
ความล่าช้าในการรับชำระเงิน - ทอนเงิน	3.50 มาก	3.90 มาก	3.83 มาก	3.82 มาก	4.06 มาก	4.10 มาก	3.83 มาก
พนักงานขาดความสามารถใน การสื่อสาร เช่น พูดไม่ชัด	3.27 ปานกลาง	3.81 มาก	3.68 มาก	3.77 มาก	3.89 มาก	3.74 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 57 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท พบปัญหาเรื่องห้องน้ำไม่สะอาด และเรื่องความล่าช้าในการรับชำระ – ทอนเงิน อยู่ในระดับมาก ส่วนปัญหาอื่นๆ ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาที่พบสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องห้องน้ำไม่สะอาดและเรื่องความล่าช้าในการรับชำระ – ทอนเงิน รองลงมาคือเรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมันนาน และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุขภาพ/มารยาทในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุขภาพ/มารยาทในการบริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล รองลงมาคือ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุขภาพ/มารยาทในการบริการ

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหา	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
ไม่มีธุรกิจเสริมบริการภายในสถานีบริการ น้ำมัน	3.22 ปานกลาง	3.36 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง
ห้องน้ำไม่สะอาด	3.61 มาก	3.97 มาก	3.82 มาก
น้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล	3.66 มาก	4.04 มาก	3.88 มาก
ห้องน้ำมีจำนวนไม่เพียงพอ	3.52 มาก	3.65 มาก	3.59 มาก
น้ำมันกับความต้องการเติมน้ำมันมีปริมาณ ไม่เพียงพอ	3.65 มาก	3.87 มาก	3.78 มาก
บริเวณสถานีบริการน้ำมันสกปรก	3.61 มาก	3.96 มาก	3.81 มาก
ราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.64 มาก	4.12 มาก	3.92 มาก
ไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.02 ปานกลาง	3.37 ปานกลาง	3.22 ปานกลาง
ทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการ เดินทาง	3.44 ปานกลาง	3.94 มาก	3.73 มาก
ป้ายทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน มองหาหรือ สังเกตได้ยาก	3.45 ปานกลาง	3.79 มาก	3.64 มาก
ไม่มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษ ทิชชู	3.16 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง
พนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหิวาศัย ไม่ดี ไม่มีคุณภาพ/มารยาทในการบริการ	3.49 ปานกลาง	4.09 มาก	3.84 มาก

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย ระดับของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัญหา	ระดับการศึกษา		ค่าเฉลี่ยรวม แปลผล
	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n = 170)	ปริญญาตรีขึ้นไป (n = 230)	
	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ค่าเฉลี่ย แปลผล	
พนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ เช่น เติมน้ำมันผิดชนิด	3.53 มาก	4.13 มาก	3.87 มาก
พนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ	3.55 มาก	4.03 มาก	3.83 มาก
ไม่มีที่จอดรถในการใช้บริการเสริมธุรกิจภายในสถานี	3.42 ปานกลาง	3.80 มาก	3.64 มาก
ระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมันนาน	3.59 มาก	3.98 มาก	3.82 มาก
ออกใบเสร็จรับเงินไม่ถูกต้อง	3.41 ปานกลาง	3.93 มาก	3.71 มาก
ความล่าช้าในการรับชำระ - ทอนเงิน	3.59 มาก	4.00 มาก	3.83 มาก
พนักงานขาดความสามารถในการสื่อสาร เช่น พูดไม่ชัด	3.51 มาก	3.79 มาก	3.67 มาก

จากตารางที่ 58 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย ได้แก่ ดีเซล เบนซิน 95 เบนซิน 91 แก๊สโซฮอล์ 95 แก๊สโซฮอล์ 91 ไบโอดีเซล รองลงมาคือ เรื่องน้ำมันกับความถี่ความต้องการเติมน้ำมันมีปริมาณไม่เพียงพอ และเรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป พบปัญหาจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยระดับสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อหยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ