

ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว
บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ตุลาคม 2558

ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว
บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด



การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตุลาคม 2558

ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว
บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

พิมพ์พิศา กัลยาณจारी

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา



..... ประธานกรรมการ

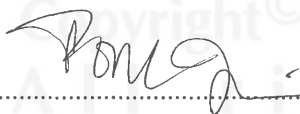
.....

(ดร.ศันสนา สิริตาม)

(อาจารย์ ดร.วรัชยา แจ็งกระจ่าง)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ก้องภู นิมานันท์)



..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.วรัชยา แจ็งกระจ่าง)

5 ตุลาคม 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก อาจารย์ ดร.วรัทยา แจ่มกระจ่าง อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ และอาจารย์ ดร.ศันสนา สิริตาม ประธานกรรมการ การสอบ การค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำในการค้นคว้า ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้ทำการศึกษาขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ก้องกัญ นิมนันท์ ที่กรุณาร่วมเป็นกรรมการสอบการ ค้นคว้าแบบอิสระและให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รวมถึงคณาจารย์ ผู้ร่วมสอนทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาองค์ความรู้ ต่างๆ จนผู้ศึกษาสามารถนำวิชาความรู้ที่ได้ศึกษามาประกอบการจัดทำรายงานการค้นคว้าแบบอิสระ นี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณเพื่อนๆ รุ่น 14 ทุกคนที่ให้กำลังใจและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่าน ที่อำนวยความสะดวกและ ช่วยเหลือประสานงานด้วยดีตลอดมา และเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมาจนทำให้การค้นคว้าแบบ อิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

พิมพ์พิศา กัลยาณจारी

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซ
ปิโตรเลียมเหลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ผู้เขียน นางสาวพิมพ์พิศา กัลยาณจारी

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.วรัทยา แจ่มกระจ่าง

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัดจำกัด โดยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งสอบถามจากผู้มาใช้บริการ จำนวน 420 คน และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี การศึกษา ส่วนระดับการศึกษาเป็นระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้น ส่วนใหญ่ใช้รถยนต์พาหนะรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และเป็นยานพาหนะของตนเองเมื่อใช้บริการกับสถานีบริการบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด และส่วนใหญ่อาศัยในเขตตำบลแม่เหิยะ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่เข้ามาใช้บริการในช่วงเวลา 14.01 - 18.00 น. โดยในแต่ละสัปดาห์จะใช้บริการเฉลี่ย 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 400 บาท ทำการชำระเป็นเงินสด โดยผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่รู้จักและมาใช้บริการสถานีบริการก๊าซด้วยตนเอง โดยเลือกใช้บริการของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปิโตรเลียม จำกัดเป็นสถานีแรกเมื่อต้องการเติมก๊าซ นอกจากนี้เติมก๊าซแล้วผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการห้องน้ำ บริการเติมลมยาง บริการเครื่องดัด และบริการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง เหตุผล เนื่องจาก มีความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นในตราฮีห้อ (ปตท.)

ผลการศึกษา ต่อบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัดจำกัด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านพนักงานผู้ให้บริการและปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด สำหรับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลอยู่ระดับมาก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการให้บริการ และด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัดจำกัด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดแต่ละด้าน มีดังนี้ 1.) ปัจจัยด้านราคา คือ สินค้ามีราคาถูก 2.) ปัจจัยสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ 3.) ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยจาสุภาพในการให้บริการ และความเพียงพอของพนักงานผู้ให้บริการ 4.) ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานี



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Car User Satisfaction Towards Services of Chiang Mai K.K.
Petroleum Company Limited Liquefied Petroleum Gas Station

Author Ms.Pimpisa Kallayanajaree

Degree Master of Business Administration

Advisor Lecturer Dr.Varattaya Jangkrajarng

ABSTRACT

This study aimed at examining car user satisfaction towards services of Chiang Mai K.K. Petroleum Company Limited Liquefied Petroleum Gas Station. Data were collected by the questionnaires distributed to 420 customers. Data obtained were analyzed by the descriptive statistics i.e. frequency, percentage, and mean. Hereafter were presented summary of the study.

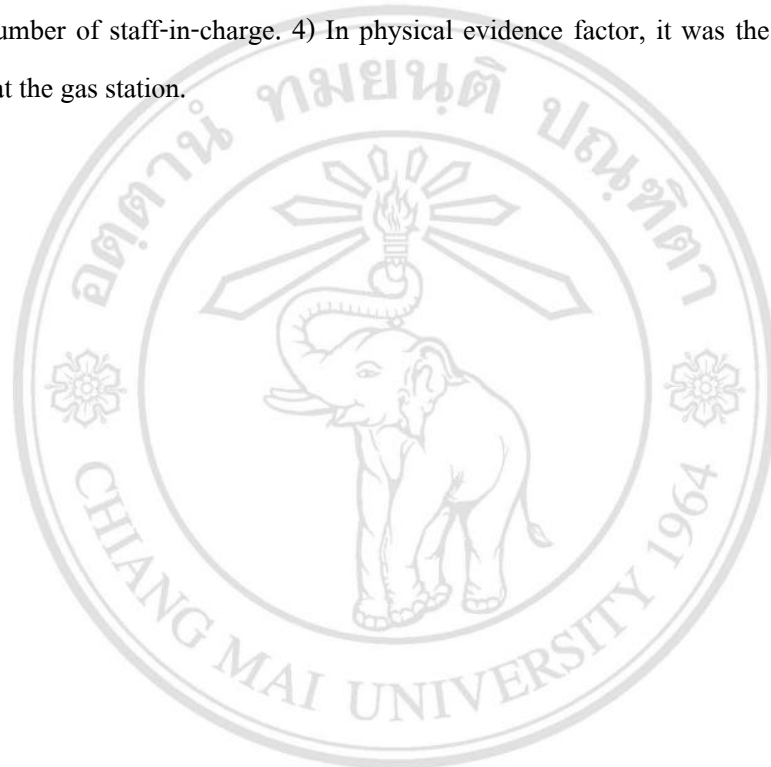
The findings showed that most customers were male in the age of 31-40 years old with Bachelor's degree and self-employed. Their average monthly income was 30,001 baht or higher. The majority used personal car and were the owner of the car. Most of them resided in Mae Hia sub-district area.

In addition, the findings revealed that most of them came to the studied gas station at 14.01-18.00 hrs. at once a week. In each time, they spent over 400 Baht in cash. The majority knew about the studied gas station and decided to take services from it by themselves. Normally, when they needed of the gas, they chose Chiang Mai K.K. Petroleum Company Limited Liquefied Petroleum Gas Station as the first choice. Besides gas up, most respondents took other services i.e. toilet service, pump up service, drinking service, and engine oil service. They took these additional services from the studied gas station because they trusted/were assured to its brand (PTT).

Regarding the study on car user satisfaction towards services of Chiang Mai K.K. Petroleum Company Limited Liquefied Petroleum Gas Station, the results suggested that marketing mix factors affecting their satisfaction at the highest level were people and place factors. Product,

process, and physical evidence factors respectively affected their satisfaction at high level; while promotion factor affected their satisfaction at moderate level.

Hereafter were shown the top elements of each factor affecting the decision to take services from Chiang Mai K.K. Petroleum Company Limited Liquefied Petroleum Gas Station at the highest level. 1) In price factor, it was the cheap rate of product. 2) In place factor, it was the convenient location to access. 3) In people factor, they the cheerful staff who spoke to customers politely and the sufficient number of staff-in-charge. 4) In physical evidence factor, it was the cleanliness and the orderliness at the gas station.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 หลักการและเหตุผล	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ประโยชน์คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	5
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	8
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	14
3.1 ขอบเขตการศึกษา	14
3.2 วิธีการศึกษา	16
3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	18
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ	18
บทที่ 4 ผลการศึกษา	19
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	20
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้บริการ สถานีบริการก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม	24
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของ สถานีบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา (ต่อ)	
ส่วนที่ 4 ข้อมูลแสดงเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ความเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการฯ การเลิกใช้บริการเป็นสถานีฯแรก และเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ กับระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ	37
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	111
5.1 สรุปผลการศึกษา	112
5.2 อภิปรายผล	148
5.3 ข้อค้นพบ	150
5.4 ข้อเสนอแนะ	189
บรรณานุกรม	193
ภาคผนวก	194
แบบสอบถาม	195
ประวัติผู้เขียน	202

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตารางที่ 3.1	แสดงเกณฑ์การให้คะแนนและระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ	17
ตารางที่ 3.2	แสดงเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ	18
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	20
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	20
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	21
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	21
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	22
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยานพาหนะที่ใช้	22
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเป็นเจ้าของยานพาหนะที่เติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	23
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย	23
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ	24
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการใช้บริการ	24
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ	25
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการใช้บริการ	25
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่มาในการใช้บริการ	26

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ	26
ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปีโตรเลียม จำกัดเป็นแห่งแรก	27
ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการอื่นๆ	27
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการเข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	28
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์(Product)	29
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (Price)	30
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	31
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	32
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	33
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	34

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	35
ตารางที่ 4.25 แสดงสรุป ค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(Marketing Mix : 7Ps)	36
ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามเพศ	37
ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านราคา (Price) จำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) จำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)จำแนกตามเพศ	40
ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ(People) จำแนกตามเพศ	41
ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ(Process) จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence) จำแนกตามเพศ	43
ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอายุ	44
ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านราคา(Price) โดยจำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) จำแนกตามอายุ	48

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ	50
ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ(People) จำแนกตามอายุ	51
ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ(Process) จำแนกตามเพศ	53
ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence) จำแนกตามอายุ	55
ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามรายได้	57
ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านราคา (Price) จำแนกตามรายได้	59
ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)จำแนกตามรายได้	61
ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) จำแนกตามรายได้	63
ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ(People) จำแนกตามรายได้	64
ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ(Process) จำแนกตามรายได้	66
ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence) จำแนกตามรายได้	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.47	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	70
ตารางที่ 4.48	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	71
ตารางที่ 4.49	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	72
ตารางที่ 4.50	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด(Promotion) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	73
ตารางที่ 4.51	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	74
ตารางที่ 4.52	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ(Process) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	75
ตารางที่ 4.53	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	76
ตารางที่ 4.54	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมน้ำมัน	77
ตารางที่ 4.55	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมน้ำมัน	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.56	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	81
ตารางที่ 4.57	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	83
ตารางที่ 4.58	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	84
ตารางที่ 4.59	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	86
ตารางที่ 4.60	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	88
ตารางที่ 4.61	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	90
ตารางที่ 4.62	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านราคา (Price) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	91
ตารางที่ 4.63	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	92
ตารางที่ 4.64	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.65	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	94
ตารางที่ 4.66	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	95
ตารางที่ 4.67	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	96
ตารางที่ 4.68	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	97
ตารางที่ 4.69	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านราคา (Price) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	99
ตารางที่ 4.70	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	101
ตารางที่ 4.71	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	103
ตารางที่ 4.72	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	106
ตารางที่ 4.73	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	107

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4.74	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ	109
ตารางที่ 5.1	สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปิโตรเลียม จำกัด	114
ตารางที่ 5.2	แสดงสรุปอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	149
ตารางที่ 5.1	แสดงสรุปอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	104
ตารางที่ 5.3	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ระดับความพึงพอใจส่วนผสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการ	150
ตารางที่ 5.4	แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด ระดับความพึงพอใจส่วนผสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการฯ	151
ตารางที่ 5.5	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	152
ตารางที่ 5.6	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ	154
ตารางที่ 5.7	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	156
ตารางที่ 5.8	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามอายุ	159
ตารางที่ 5.9	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	162
ตารางที่ 5.10	แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามรายได้	165

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 5.11 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะ	168
ตารางที่ 5.12 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้ บริการ	170
ตารางที่ 5.13 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	172
ตารางที่ 5.14 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ	175
ตารางที่ 5.15 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	178
ตารางที่ 5.16 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	180
ตารางที่ 5.17 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับ สถานีฯ	182
ตารางที่ 5.18 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วน ประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับ สถานีฯ	186

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากปัญหาสภาวะราคาน้ำมันตลาดโลกปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ราคาขายปลีกน้ำมันสำเร็จรูปในประเทศไทยได้ปรับตัวสูงขึ้นตาม ทำให้ผู้ใช้ยานพาหนะรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิงมีผลกระทบโดยตรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (นโยบายพลังงานแห่งชาติ, 2553) จึงส่งผลให้ผู้ใช้ยานพาหนะรถยนต์มองหาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันที่มีราคาสูงขึ้น พลังงานทดแทนที่สามารถนำมาใช้กับรถยนต์มีหลากหลายชนิด เช่น แก๊สโซฮอล์ เครื่องยนต์ไฮบริด พลังงานแสงอาทิตย์ ก๊าซธรรมชาติ(NGV) และก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (พลังงานทดแทน, 2548)

พลังงานทดแทนที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยนั่นก็คือก๊าซธรรมชาติ (Natural Gas : NG) และก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied Petroleum Gas : LPG) ซึ่งความแตกต่างของก๊าซทั้งสองชนิดนั้นก็คือ NG หรือ NGV (Natural Gas Vehicles : NGV) หรือที่สากลเรียกว่า Compressed Natural Gas (CNG) คือ ก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ เกิดขึ้นจากการนำก๊าซธรรมชาติ (ส่วนใหญ่เป็นก๊าซมีเทน) มาอัดจนมีความดันสูง ประมาณ 3,000 ปอนด์/ตารางนิ้ว (เป็นแรงดันที่ค่อนข้างสูงมากเท่ากับ 240 เท่าของความดันบรรยากาศ) แล้วนำไปเก็บไว้ในถัง ที่มีความแข็งแรงทนทานสูงเป็นพิเศษ เช่น เหล็กกล้า เพื่อนำมาเป็นเชื้อเพลิงใช้ทดแทนน้ำมันเบนซินหรือดีเซลในรถยนต์ประเภทต่างๆ ส่วนใหญ่ จึงเป็นก๊าซที่มีน้ำหนักเบากว่าอากาศ การขนส่งไปยังผู้ใช้จะขนส่งผ่านทางท่อในรูปก๊าซภายใต้ความดันสูง จึงไม่เหมาะสำหรับการขนส่งไกลๆ หรืออาจบรรจุใส่ถังในรูปก๊าซธรรมชาติอัดโดยใช้ความดันสูง หรือที่เรียกว่า CNG แต่ปัจจุบันมีการส่งก๊าซธรรมชาติในรูปของเหลวโดยทำก๊าซให้เย็นลงถึง -160 องศา เซลเซียส จะได้ของเหลวที่เรียกว่า Liquefied Natural Gas หรือ LNG ซึ่งสามารถขนส่งทางเรือไปที่ไกลๆ ได้ และเมื่อถึงปลายทางก่อนนำมาใช้ก็จะทำให้ของเหลวเปลี่ยนสถานะกลับเป็นก๊าซอย่างเดิม ก๊าซธรรมชาติมีค่า ออกเทนสูงถึง 120 RON จึงสามารถนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงในยานยนต์ได้ ส่วนของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied Petroleum Gas : LPG) เป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอน ซึ่งมีองค์ประกอบของก๊าซโพรเพน (Propane) เป็นส่วนใหญ่จึงเป็นก๊าซที่หนักกว่าอากาศโดยตัว ก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) เองไม่มีสีไม่มีกลิ่นเช่นเดียวกับก๊าซธรรมชาติแต่เนื่องจากเป็นก๊าซที่หนักกว่าอากาศ จึงมีการผสมและลูกใหม่ได้ง่าย ดังนั้น จึงมีข้อกำหนดให้เติมสารมีกลิ่นเพื่อเป็นการเตือนภัย

หากเกิดการรั่วไหลก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ส่วนใหญ่จะใช้เป็นเชื้อเพลิงในครัวเรือนและกิจการอุตสาหกรรม โดยบรรจุเป็นของเหลวใส่ถังที่ทนความดันเพื่อให้ขนถ่ายง่าย นอกจากนี้ยังนิยมใช้แทนน้ำมันเบนซินในรถยนต์ เนื่องจากราคาถูกกว่าและมีค่าออกเทนสูงถึง 105 RON (การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย, 2543)

ก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) เป็นพลังงานทดแทนที่ได้รับความนิยมของผู้ที่ใช้รถยนต์ในปัจจุบัน ในปี 2556 จำนวนรถยนต์ที่จดทะเบียนทั่วประเทศ 33,781,957 คัน เป็นรถยนต์ที่ใช้ก๊าซ LPG 25,809 คัน ก๊าซLPGและเบนซิน 1,043,898 คัน, ก๊าซLPGและดีเซล 5,576 คัน (กรมขนส่งทางบก, 2556) เมื่อเปรียบเทียบกับเชื้อเพลิงที่ป็นพลังงานทดแทนการใช้พลังงานพบว่าก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ได้รับความนิยมมากที่สุด แม้ว่าก๊าซธรรมชาติ (NGV) ซึ่งมีคุณสมบัติที่เบาอากาศเมื่อรั่วไหลจะจากตัวขึ้นอยู่บรรยากาศอย่างรวดเร็ว การติดไฟยากและอุณหภูมิติดไฟจะสูงกว่าเชื้อเพลิงชนิดอื่น มีความปลอดภัยมากกว่าเมื่อเทียบกับก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ซึ่งมีก๊าซโพรเพนและบิวเทนเป็นส่วน ประกอบหลัก ซึ่งมีคุณสมบัติที่หนักกว่าอากาศเมื่อรั่วไหลมีการสะสมตัวอยู่ตามพื้นล่าง และติดไฟง่ายกว่า แต่ก็ไม่สามารถ ปฏิเสธได้ว่าผู้ใช้รถยนต์ก็ยังนิยมใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) เนื่องจากมีสถานีบริการมากกว่า จึงสามารถเติมง่ายสะดวกรวดเร็วใช้เวลาสั้นๆ อีกทั้งยังมีต้นทุนการติดตั้งที่ถูกกว่าการติดตั้งก๊าซธรรมชาติ (NGV) แต่ภาครัฐก็มีการส่งเสริมการใช้ก๊าซธรรมชาติ (NGV) มากกว่าเนื่องจากก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) นั้นเรียกชื่ออีกอย่างว่า ก๊าซหุงต้ม ที่นำมาใช้ประกอบอาหารในครัวเรือนและเป็นสิ่งจำเป็นที่ประชาชนในประเทศใช้ในการประกอบอาหาร หากก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ขาดตลาดไป ประชาชนในประเทศก็จะเดือดร้อน (PTG ENERGY, ออนไลน์)

ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพการแข่งขันที่สูงของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ในแต่ละปีจังหวัดเชียงใหม่มีสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์เพิ่มขึ้นปีละ 1-2 สถานี ซึ่งในปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 41 สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ (กรมธุรกิจพลังงาน, 2557) อีกทั้งจากราคาน้ำมันโลกที่ปรับปรับราคาลดลง อาจส่งผลให้จำนวนผู้ที่คิดติดตั้งเครื่องยนต์เพื่อใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) รายใหม่มีจำนวนน้อยลง มีผลให้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน อีกทั้งรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและฐานลูกค้าเดิมไว้ ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมากในการสนับสนุนและส่งเสริมการให้บริการแก่ลูกค้าเป้าหมายของตนเองอย่างทั่วถึง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) สำหรับรถยนต์ของ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ และเพื่อรักษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการทางบริษัทจึงต้องมีการตรวจสอบและติดตามความพึงพอใจของลูกค้าผู้ที่ใช้บริการอยู่เสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลนำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขและปรับปรุงต่อการให้บริการ ในฐานะที่สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG)สำหรับรถยนต์ เป็นธุรกิจประเภทบริการ การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงการพัฒนาระบบการบริการให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ผู้ทำการศึกษาจึงสนใจในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อนำผลการศึกษามารวบรวม วิเคราะห์ และประเมินผลในการหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข พัฒนาการให้บริการตลอดจนการวางแผนทางด้านกิจกรรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าผู้ที่ใช้บริการ เพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

2. ทำให้ได้ทราบถึงความพึงพอใจต่อส่วนผสมทางการตลาดบริการ (Marketing Mix :7P's) ของผู้ใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

3. นำข้อมูลที่ได้รับไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจและปรับปรุงการให้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายความว่า ความรู้สึกดี ที่ชอบ ที่พอใจ ประทับใจ หรือทัศนคติหลังจากการใช้บริการซึ่งเกิดจากการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการความรู้สึกทางบวกที่มีผลต่อการใช้บริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ผู้ใช้งาน หมายความว่า ผู้ใช้งานที่เข้ามาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาดบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 7 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

การให้บริการ หมายความว่า ให้ความหมายของบริการ คือ พฤติกรรม กิจกรรม การกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้อีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบ

สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied Petroleum Gas:LPG) หมายความว่า สถานีบริการจำหน่ายเชื้อเพลิง และ/หรือสถานีบริการจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ตามกฎหมายว่าด้วยการค้าน้ำมันเชื้อเพลิงและตามกฎหมายว่าด้วยการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.450-2525) ได้กำหนดไว้ว่า ก๊าซปิโตรเลียมเหลว หมายถึง ก๊าซไฮโดรคาร์บอน 4 ชนิด คือ โพรเพน (PROPANE) โพรพีน (PROPENE) บิวเทน (BUTANE) บิวทีน (BUTENE) ใดๆอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างผสมกันได้ อย่างไรก็ตาม ก๊าซปิโตรเลียมเหลวที่ใช้กันทั่วไปนั้นจะมีโพรเพนกับบิวเทนเพียงสองอย่างเท่านั้นเป็นส่วนประกอบหลัก โดยอาจมีอัตราส่วนระหว่างโพรเพนกับบิวเทนตั้งแต่ 30 ต่อ 70 ไปจนถึง 70 ต่อ 30

บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด หมายถึง สถานีบริการแก๊สแอลพีจี ซึ่งเป็นสถานีที่มีไว้ในครอบครองแก๊สแอลพีจีที่เป็นจุดเก็บรวม หรือจุดถ่ายแก๊สแอลพีจี เพื่อให้บริการ หรือจำหน่ายแก๊สแอลพีจี แก่ยานพาหนะ ตั้งอยู่ที่ 322 หมู่ 1 ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ 50230

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) บริษัท เชิงงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ผู้ศึกษาได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี ตำรา เอกสารงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ
- 2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ให้ความหมายความพึงพอใจว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” มีความหมายโดยทั่วไปว่า ระดับความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความหมายของความพึงพอใจในการบริการคือ ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกในทางบวกเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข จะเห็นได้ว่า ความสุขเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนและมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่า ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ จึงสรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้ เมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่งและลดลงเมื่อจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนอกจากผู้บริหารจะดำเนินการให้ผู้ปฏิบัติงานให้บริการเกิดความพึงพอใจในการทำงานแล้ว ยังจำเป็นต้องดำเนินการที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจด้วย เพราะความเจริญเติบโตของงานบริการ ปัจจัยที่เป็นตัวบ่งชี้ คือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้น ผู้บริหารที่ชาญ

ฉลาด จึงควรอย่างยิ่งที่จะศึกษาให้ลึกซึ่งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การวัดระดับความพึงพอใจ ที่กล่าวมาข้างต้น ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการให้บริการขององค์กรประกอบกับระดับความรู้สึกรับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล

ความพึงพอใจในการบริการ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกของผู้ใช้ที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้เกิดจากความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง (สมิต สัจฉกร, 2542:18) ซึ่งหากพิจารณาถึงความพึงพอใจของการบริการว่าจะเกิดความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด ถ้าได้รับการบริการต่ำกว่าความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ แต่ถ้าระดับผลของการบริการสูงกว่าความคาดหวัง ผู้ใช้ก็จะเกิดความประทับใจ ก็จะส่งผลให้ผู้ใช้กลับไปใช้บริการซ้ำอีก จึงกล่าวได้ว่า ความพึงพอใจในการบริการ หมายถึง ความถึง ภาวการณ์ แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบ การรับรู้สิ่งที่ได้รับจากการบริการ ไม่ว่าจะเป็นการรับบริการหรือการให้บริการในระดับที่ตรงกับการรับรู้สิ่งที่คาดหวัง เกี่ยวกับการบริการนั้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ให้บริการระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดี มีความสุขของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกินความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกปลาบปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการเกินความคาดหวังที่มีอยู่

การวัดระดับความพึงพอใจ

1 การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โยการขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนด

2. การสัมภาษณ์ ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ตอบคำถามตอบตามข้อเท็จจริง

3. การสังเกต เป็นการสังเกตพฤติกรรมทั้งก่อนการรับบริการ ขณะรับบริการและหลังการรับบริการ การวัดโดยวิธีนี้จะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอนจะเห็นได้ว่าการวัดความพึงพอใจต่อการให้บริการนั้นสามารถกระทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับความสะดวก เหมาะสม ตลอดจนจุดมุ่งหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพและน่าเชื่อถือได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคอันจะนำไปสู่ความพึงพอใจตามความต้องการ ตามความคิดและตามประสบการณ์ (Philip Kotler, 2003)

Philip Kotler (อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์ให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นการวิจัยหรือค้นหาเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อหรือการใช้ของผู้บริโภคโดยใช้คำถามช่วยในการวิเคราะห์เพื่อค้นหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W1H ซึ่งประกอบไปด้วย

1. **ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)** เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 4 ด้าน คือ ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์

2. **ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the consumer buy?)** เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่ง que ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Object) คือ ต้องการคุณสมบัติหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive differentiation)

3. **ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why does the consumer buy?)** เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการ ด้านร่างกาย และด้านจิตวิทยา

4. **ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)** เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

5. **ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)** เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ซื้อช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน ซื้อในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ

6. **ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)** เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และความรู้สึกหลังการซื้อ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เมื่อพูดถึงส่วนประสมทางการตลาดโดยทั่วไปผู้บริหารและนักการตลาด ก็มักจะนึกถึง 4P's อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่เนื่องจากปัญหาและลักษณะเฉพาะของการบริการที่ได้กล่าวมาทั้งหมด ทำให้ 4P's ไม่เพียงพออีกต่อไป เมื่อพูดถึงส่วนประสมการตลาดสำหรับกิจการบริการ Bernard H. Booms และ Mary Jo Bitner ซึ่งเป็นนักวิชาการชาวอเมริกัน แนะนำว่าควรต้องพิจารณาเพิ่มอีก 3P's อันได้แก่ กระบวนการให้บริการ (Process) พนักงานผู้ให้บริการ (People) และ ลักษณะทางกายภาพที่เป็นดัชนีชี้คุณภาพการบริการ (Physical Evidence) ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการ จึงประกอบด้วย 7P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นหลักกลยุทธ์ทางการตลาดสำคัญของสถานบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) เพื่อให้บริการแก่ผู้รับบริการ แบ่งตามหลักส่วนประสมทางการตลาดหรือ 7P's ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2545, หน้า 448-452)

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ถูกนำสู่ตลาด เพื่อนำเสนอขายและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ สถานที่ องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้ ในการกำหนด กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 พิจารณาองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component) เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ราคาสินค้า และอื่นๆ

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและคุณค่าในสายตาลูกค้าเป้าหมาย

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and Improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product Line) สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG)ถือเป็นธุรกิจบริการประเภทหนึ่ง มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นหัวใจสำคัญ คือ การให้บริการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) ด้วยอุปกรณ์ที่มีคุณภาพ ปลอดภัย เมื่อลูกค้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ชื่อเสียงของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลวก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพราะจะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่นได้ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวถึงนี้ ถือเป็นผลิตภัณฑ์หรือเป็นการบริการที่ลูกค้าคาดหวังและต้องการได้รับจากการเข้ารับบริการ หากธุรกิจสามารถมอบผลิตภัณฑ์และสร้างการบริการที่ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าได้แล้ว ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการขายได้อย่างแท้จริง โดยไม่ต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆ มากนัก

2. ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาเป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดรายรับกับธุรกิจ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการกับราคา ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ขายจึงต้องคำนึงถึง คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้น รวมถึงต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องจากการซื้อสินค้าและบริการ และด้านการแข่งขัน นอกเหนือจากในเรื่องของราคาตามปกติที่ผู้บริหารจะต้องตัดสินใจเหมือนกับราคาของสินค้าแบบเดิมแล้ว ผู้บริหารยังจะต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงิน เวลาที่ลูกค้าต้องเสียไปกับการมาใช้บริการ ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจที่อาจออกมาในแง่ลบ ความไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ เนื่องจากบริการไม่ได้เป็นไปตามที่คาดหมายไว้(อุทิส ศิริวรรณ, 2549)

การกำหนดราคาในธุรกิจสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งไม่ให้สูงหรือต่ำเกินไปจนเกินไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels) (อุทิส ศิริวรรณ, 2549, p. 276) กล่าวว่าการขายบริการความสะดวกเป็นเรื่องสำคัญของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ต้องตั้งอยู่ในทำเลที่ลูกค้าสามารถเดินทางเข้ามาใช้บริการได้สะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้บริหารต้องคอยตัดสินใจ เพื่อแข่งกันเสนอบริการที่สะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้าให้ได้ดีที่สุด

4. **ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ และเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** หมายถึง เจ้าหน้าที่พนักงานทุกคนขององค์กร รวมถึง ด้านความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกายของเจ้าหน้าที่ การให้คำแนะนำในการเข้ารับบริการ การยิ้มแย้มแจ่มใสและความเป็นกันเอง การตอบข้อซักถาม กิริยามารยาทในการพูดจา การเอาใจใส่และการเตรียมพร้อมในการบริการ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ความรวดเร็วในการทำงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. **ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)** เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. **ด้านกระบวนการ (Process)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้บริการเกิดความประทับใจ

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รุจิราพร เตชะเทพ (2553) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการสถานีบริการน้ำมันเอกชัยเพิ่มทรัพย์ปิโตรเลียม” ประชากรในการศึกษารั้งนี้ คือค ผู้ที่มาใช้บริการเติมน้ำมัน ณ สถานีบริการน้ำมันเอกชัยเพิ่มทรัพย์ปิโตรเลียม จำนวน 300 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นชาย อายุ 30-39 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนคือ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีความถี่ในการเติมน้ำมันคือ 4 ครั้งต่อเดือน ประเภทรถที่นำมาใช้บริการมากที่สุดคือรถยนต์ส่วนบุคคล ชนิดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เติมมากที่สุดคือ Gasohol 91 รูปแบบการเติมน้ำมันมากที่สุดคือ เติม ปตท. บั้มประจำเพียง

ปัมเดียว การจ่ายเงินเฉลี่ยในการเติมน้ำมันแต่ละครั้งมากที่สุดคือ ไม่เกิน 500 บาท และวิธีการชำระ
เงินมากที่สุดคือ เงินสด

ผลการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานบริการ
น้ำมัน เอกชัยเพิ่มทรัพย์ปี โตรเลียม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจทุกปัจจัยในระดับมาก
เรียงลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน
สิ่งเสนอทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านบุคคล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรก
คือ การมีธนาคารกรุงศรีอยุธยาให้บริการ รองลงมา กว้างง่ายทันสมัยและปลอดภัยเมื่อใช้บริการ และ
การมีร้านค้าแอฟ Amazon ให้บริการ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ลำดับแรกคือ ราคา
น้ำมันมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับผู้ให้บริการปตท.รายอื่น รองลงมาให้บริการ ชำระค่าน้ำมันด้วย
บัตรเครดิต และป้ายแสดงราคาน้ำมันได้ชัดเจน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก อันดับ
แรกคือเปิด 24 ชั่วโมง รองลงมา หัวจ่ายน้ำมันมีจำนวนเพียงพอ และมีป้ายบอกสถานที่ชัดเจน เช่น มิ
นิต มาร์ท จุดเติมลม และป้ายแสดงราคาน้ำมันเห็นชัดเจน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
ลำดับแรกคือมีบริการเสริม เช่นการเติมลมยาง และเช็คระจก รองลงมาการโฆษณาผ่านป้ายโฆษณา
และเอกสารคำแนะนำข้อมูลในการรับบริการต่างๆมีความทันสมัย

ปัจจัยด้านบุคคลกร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรกคือ
พนักงานให้บริการ การที่ดีและน่าประทับใจ รองลงมา ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ได้ในการ
ให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงิน เป็นต้น และพนักงานสามารถตอบปัญหาหรือข้อข้องใจให้
ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
ลำดับแรกคือความรวดเร็วและความถูกต้องในการเติมน้ำมันถูกต้อง รองลงมาความรวดเร็วและความ
ถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน และขั้นตอนในการรับและทอนเงินมีความรวดเร็วและถูกต้อง

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก
ลำดับแรกคือความมีชื่อเสียงของน้ำมัน ปตท. รองลงมาสถานที่จอดรถปลอดภัย และสถานที่จอดรถ
สำหรับลูกค้ากว้างขวาง

งานพงศ์ คงคาน้อย (2553) ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร” การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษาเป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบด้วยค่าสถิติ T (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA หรือ F-test) และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ LSD (Least Significant Difference)

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25 - 30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ความถี่ในการเติมน้ำมันอยู่ที่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินที่เติมต่อครั้ง 300 - 500 บาท ส่วนใหญ่เติมน้ำมันประเภท ดีเซล ชำระเงินโดยเงินสด เหตุผลหลักที่เข้ามาใช้บริการ คือใกล้แหล่งธุรกิจ/ที่พักอาศัย ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริมคือ ซื้อสินค้าในมินิมาร์ท และส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมมีระดับความพึงพอใจมาก โดยมีความพึงพอใจค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีความพึงพอใจในระดับมาก ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.84) มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.81) มีความพึงพอใจระดับมาก ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีระดับความพึงพอใจระดับมาก ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.63) มีระดับความพึงพอใจมาก ส่วนความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.54) น้อยที่สุด มีระดับความพึงพอใจ มาก และพบว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน การศึกษาชี้ให้เห็นว่าควรมีการศึกษาเพิ่มเติมจากสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่อื่นๆด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าในภาพรวมของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการและพนักงานเป็นสิ่งสำคัญเพื่อปรับปรุงการบริการซึ่งคาดว่าจะเพิ่มระดับความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

วิทยาลัย ตรีชะฎา (2551) ได้ศึกษา “ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการต่อ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดสมุทรสาคร ” โดยใช้วิธีการศึกษาการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 392 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดสมุทรสาคร มีความพึงพอใจโดยรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากทุกปัจจัย ยกเว้นด้านการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจระดับปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีปัจจัยย่อยการใช้เทคโนโลยีทันสมัย เพื่อบริการแก่ลูกค้าได้สะดวกรวดเร็วขึ้น อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจบริการชำระค่าน้ำมันด้วยบัตรเครดิต อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนราคาน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.มีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางต่อด้านการจัดจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ ด้านทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมอยู่ในบริเวณเส้นทางหลักและชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ต่อด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเอกสารคำแนะนำข้อมูลในการรับบริการบริการต่างๆ มีความทันสมัย มีบริการเสริม เช่น เดิมลมยาง และเช็คกระจก อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านบุคคล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากต่อด้านบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจพนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี และพนักงานหน้าลานใช้วาจาที่สุภาพอ่อนโยน อยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านหลักฐานทางกายภาพ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจความมีชื่อเสียงของน้ำมัน ปตท.และป้ายโลโก้ ที่เห็นชัดเจน อยู่ในระดับมากที่สุด

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ในครั้งนี้มีรายละเอียดของมีวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

3.1 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

แผนการดำเนินงาน

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด มีขั้นตอนดังนี้

1.การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี บทความวิชาการ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารสิ่งพิมพ์จากแหล่งข้อมูลห้องสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และข้อมูลระบบอินเทอร์เน็ต

2. สร้างแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

3. เก็บรวบรวมข้อมูล โดยข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นบข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5. จัดทำและนำเสนอรายงาน

ขอบเขตการศึกษา

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยความพึงพอใจต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด โดยนำแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix7 P's) มาเป็นกรอบในการศึกษา

3.1.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ลูกค้ำผู้ที่มาใช้บริการ สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่มาใช้บริการที่แน่นอน

3.1.3 ขนาดตัวอย่างและวิธีการคัดเลือกตัวอย่าง

จากการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบสัดส่วนของประชากร โดยใช้สูตรการคำนวณของ (Ken Black, 2007) ดังนี้

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \hat{\sigma}^2}{E^2}$$

โดย n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
 $Z_{\alpha/2}$ = ค่าความเชื่อมั่นที่กำหนด (ณ ระดับที่ความเชื่อมั่น 95% = 1.96)
 $\hat{\sigma}$ = เป็นค่าประมาณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร =
(ค่าสูงสุด - ค่าต่ำสุด)/4 เมื่อ Scale ที่ใช้เป็นช่วงคะแนน 1 - 5
 $\hat{\sigma} = (5-1)/4 = 1$
 E = เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดที่ยอมรับได้ (Maximum allowable error) กำหนดให้เท่ากับ 0.10 จาก scale 1 - 5

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{(1.96)^2 (1)^2}{(0.1)^2} = 388 \text{ ตัวอย่าง}$$

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 388 ราย ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงกำหนดได้ปรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 420 ราย จากลูกค้ำที่ใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีไม่อาศัย

ความน่าจะเป็น (Nonprobability sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างโดยไม่คำนึงว่าตัวอย่างแต่ละหน่วยมีโอกาสถูกเลือกมากน้อยเท่าไรทำให้ไม่ทราบความน่าจะเป็นที่แต่ละหน่วยในประชากรจะถูกเลือกโดยใช้วิธี การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากรตามเวลาที่เข้ามาใช้บริการโดยแบ่งเป็น 4 ช่วงเวลาตั้งแต่ 06.00 ถึง 22.00 น. วันจันทร์ถึงวันอาทิตย์

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามจากผู้ที่มาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด จำนวน 420 ราย

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย เอกสารอ้างอิงต่างๆ วิทยานิพนธ์ รายงานทางวิชาการและเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือในการสำรวจครั้งนี้เลือกใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล จำนวน 420 ชุด โดยโครงสร้างของแบบสอบถาม (Questionnaire) มีคำถามที่เน้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้รถยนต์ต่อค่าบริการของสถานีก๊าซรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ เขตที่อยู่ และรายได้เฉลี่ย

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมของผู้ที่มาใช้บริการของสถานีก๊าซรถยนต์บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเรื่อง ใครคือตลาดเป้าหมาย ตลาดซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อค่าบริการของสถานีก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างกระบวนการทำงาน และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการให้บริการของสถานีก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม

3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม จำนวน 420 ชุด ซึ่งจะนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยาย โดยสำหรับลักษณะของแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและศึกษาพฤติกรรมวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ และร้อยละ

ส่วนที่ 3 โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานีก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.พี.โตรเลียม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละลำดับและระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2546:75) ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 แสดงเกณฑ์การให้คะแนนและระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ

คะแนน	ระดับที่มีผลต่อความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแปลงผล โดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายของคะแนนทั้ง 5 ระดับค่าเฉลี่ย ด้วยวิธีการคำนวณอัตราภาคชั้นเพื่อแบ่งช่วงระดับค่าเฉลี่ย (กัลยา วาณิชปัญษา, 2547:29)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอัตราภาคชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

กำหนดเกณฑ์การแปลงผลจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจในแต่ละระดับ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงเกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ

ค่าเฉลี่ย	แปลผล
4.21 - 5.00	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	ระดับความพึงพอใจมาก
2.61 - 3.40	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
1.81 - 2.60	ระดับความพึงพอใจน้อย
1.00 - 1.80	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 สถานที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแก่ผู้ที่มาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) สำหรับรถยนต์ ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการ

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลาดำเนินการทั้งสิ้น 4 เดือน แบ่งเป็น การรวบรวมข้อมูลสร้างแบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล และ จัดทำและนำเสนอรายงานตั้งแต่เดือน กรกฎาคม ถึง กันยายน 2558

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ผู้ศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มาใช้บริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) จำนวน 420 ราย โดยวิธีไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) จากข้อมูลดังกล่าวสามารถนำเสนอข้อมูลผลการศึกษาแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของผู้มาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทยานพาหนะที่ใช้ ความเป็นเจ้าของยานพาหนะ เขตที่อยู่อาศัย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ(Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ยานพาหนะต่อการบริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ประกอบด้วย ช่วงเวลาที่เข้ามาใช้บริการ จำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ วิธีการชำระเงินในการให้บริการ แหล่งที่มาในการใช้บริการ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ พฤติกรรมการเลือกใช้บริการบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด เป็นแห่งแรก การใช้บริการอื่นๆ และเหตุผลสำคัญที่เข้ามาใช้บริการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ยานพาหนะต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด โดยวัดความพึงพอใจของส่วนประสมการตลาดบริการ (Marketing Mix :7P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ โดยนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean)

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ความเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการฯ การเลือกใช้เป็นสถานีแรก และเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ กับ ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	274	65.2
หญิง	146	34.8
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 65.2 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 34.8

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	11	2.6
21 – 30 ปี	86	20.5
31 – 40 ปี	154	36.7
41 – 50 ปี	85	20.2
51 – 60 ปี	56	13.3
มากกว่า 61 ปีขึ้นไป	28	6.7
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.5 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.2 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.3 มากกว่า 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.7 และ ไม่เกิน 20 ปีคิดเป็นร้อยละ 2.6

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	37	8.8
อนุปริญญา	59	14.0
ปริญญาตรี	230	54.8
สูงกว่าปริญญาตรี	94	22.4
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 22.4 อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 14.0 และมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 8.8

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	20	4.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	87	20.7
พนักงานบริษัทเอกชน	100	23.8
ธุรกิจส่วนตัว	145	34.5
รับจ้าง	41	9.8
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	6	1.4
ข้าราชการบำนาญ	21	5.0
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมา พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.8 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 20.7 รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 9.8 ข้าราชการบำนาญ คิดเป็นร้อยละ 5.0 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ พ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 1.4

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	44	10.5
10,001 – 20,000 บาท	112	26.7
20,001 – 30,000 บาท	122	29.0
30,001 บาทขึ้นไป	142	33.8
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.0 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 และ ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยานพาหนะที่ใช้

ประเภทยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	382	91.0
รถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ)	23	5.5
รถรับจ้าง	15	3.5
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ประเภทยานพาหนะรถยนต์นั่งส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 91.0 รองลงมา รถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ) คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ รถรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 3.5

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความเป็นเจ้าของ ยานพาหนะที่เติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ความเป็นเจ้าของยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	385	91.7
ไม่ใช่	35	8.3
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ยานพาหนะของตนเองเมื่อใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 91.7 และ ไม่ใช้ยานพาหนะของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเขตที่อยู่อาศัย

เขตที่อยู่อาศัย	จำนวน	ร้อยละ
หนองควาย	62	14.8
แม่เหิยะ	84	20.0
สุเทพ	45	10.7
หางดง บ้านแหวน	42	10.0
สันป่าตอง	30	7.1
สารภี ลำพูน	49	11.7
อำเภอเมือง เชียงใหม่	65	15.5
ต่างจังหวัดอื่นๆ และ กรุงเทพมหานคร	20	4.8
สันทราย ดอยสะเก็ด	11	2.6
สันกำแพง	12	2.9
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อาศัยในเขตตำบลแม่เหิยะ คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา อำเภอเมือง เชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 15.5 หนองควาย คิดเป็นร้อยละ 14.8 สารภี ลำพูน คิดเป็นร้อยละ 11.7 สุเทพ คิดเป็นร้อยละ 10.7 และ หางดง บ้านแหวน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปิโตรเลียม จำกัด

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ

ช่วงเวลาในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
06.00 - 10.00 น.	105	25.0
10.01 - 14.00 น.	69	16.4
14.01 - 18.00 น.	127	30.2
18.01 - 22.00 น.	119	28.3
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการใช้บริการ 14.01 - 18.00 น. คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมา 18.01 - 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 28.3 06.00 - 10.00 น. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 10.01 - 14.00 น. คิดเป็นร้อยละ 16.4

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ในการใช้บริการ

จำนวนครั้ง/สัปดาห์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	33	7.9
1 ครั้ง	115	27.4
2 ครั้ง	112	26.7
3 ครั้ง	82	19.5
4 ครั้ง	34	8.1
5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์	44	10.5
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมา 2 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 26.7 3 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 19.5

5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.5 4 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 8.1 และน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 7.9

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 200 บาท	10	2.4
201 - 300 บาท	54	12.9
301 - 400 บาท	115	27.4
มากกว่า 400 บาท	241	57.4
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมา 301 - 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.4 201 - 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.9 และ น้อยกว่า 200 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินในการใช้บริการ

วิธีการชำระเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เงินสด	292	69.5
ใช้บัตรเครดิต	107	25.5
ใช้บัตรเดบิต	21	5.0
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการชำระเงินในการใช้บริการใช้เงินสด คิดเป็นร้อยละ 69.5 รองลงมา ใช้บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 25.5 และ ใช้บัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 5.0

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่มาในการใช้บริการ

แหล่งที่มาในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	363	86.4
เพื่อน	34	8.1
บุคคลในครอบครัว	23	5.5
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักสถานบริการจากแหล่ง โดยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมา เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 8.1 และ บุคคลในครอบครัว คิดเป็น ร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	338	80.5
บุคคลในครอบครัว	42	10.0
เพื่อน/คนรู้จัก	40	9.5
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ คือตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.5 รองลงมา บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ เพื่อน/คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 9.5

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามพฤติกรรมการเลือกใช้
 สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปีโตเลียม จำกัดเป็นแห่งแรก

ผู้ที่มีส่วนร่วมในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	362	86.2
ไม่ใช่	58	13.8
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการ
 ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปีโตเลียม จำกัดเป็นแห่งแรก ร้อยละ 86.2
 และไม่ได้เลือกใช้ ร้อยละ 13.8

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้บริการอื่นๆ

บริการ	จำนวน	ร้อยละ
บริการห้องน้ำ	305	72.6
บริการเติมลมยาง	211	50.2
บริการเครื่องคั้ม	128	30.4
บริการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง	45	10.7

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอื่นๆ ของสถานีบริการ ได้แก่
 บริการห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 72.6 รองลงมา บริการเติมลมยาง คิดเป็นร้อยละ 50.2 บริการเครื่องคั้ม
 คิดเป็นร้อยละ 30.4 และ บริการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 10.7

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลสำคัญที่สุดในการเข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

เหตุผล	จำนวน	ร้อยละ
ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นในตราหือ (ปตท.)	212	50.5
ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร	140	33.3
ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	25	6.0
ความสะอาดของสถานที่/ห้องน้ำ	5	1.2
ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายแสดงราคา ของสถานีมีความชัดเจน	11	2.6
พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ	9	2.1
ราคากับคุณภาพ	18	4.3
รวม	420	100.0

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการสถานีบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นในตราหือ (ปตท.) คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา คือ ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร คิดเป็นร้อยละ 33.3 ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) คิดเป็นร้อยละ 6.0 ราคากับคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายแสดงราคา ของสถานีมีความชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 2.6 พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ คิดเป็น ร้อยละ 2.1 และความสะอาดของสถานที่/ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 1.2

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปลผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG)	145 34.5	237 56.4	38 9.0	- -	- -	4.25 (มากที่สุด)	1
จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	102 24.3	263 62.6	50 11.9	5 1.2	- -	4.10 (มาก)	4
ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	130 31.0	246 58.6	44 10.5	- -	- -	4.20 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัด ปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	126 30.0	249 59.3	43 10.2	2 .5	- -	4.19 (มาก)	3
รวม						4.19 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.19

ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ย 4.25 ความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมา คือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ย 4.19 และ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ย 4.10

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา (Price)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG)	204 48.6	156 37.1	55 13.1	3 .7	2 .5	4.33 (มากที่สุด)	1
ราคาสินค้าน้ำดื่ม	50 11.9	194 46.2	158 37.6	10 2.4	8 1.9	3.64 (มาก)	2
ราคาน้ำมันหล่อลื่น	51 12.1	178 42.4	168 40.0	13 3.1	10 2.4	3.59 (มาก)	3
รวม						3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาใน
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85

ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว
(LPG) มีค่าเฉลี่ย 4.33 และ ระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงมา
ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ย 3.59

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการ เดินทาง มาใช้บริการ	190 45.2	179 42.6	49 11.7	2 .5	-	4.33 (มากที่สุด)	1
ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ	152 36.2	216 51.4	50 11.9	2 .5	-	4.23 (มากที่สุด)	3
ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	171 40.7	198 47.1	49 11.7	2 .5	-	4.28 (มากที่สุด)	2
รวม						4.28 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ หรือ
ช่องทางการจัดจำหน่ายในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.28

ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ
ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี
บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.28 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้
บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ของแถมจากการเติมน้ำมัน	79	122	124	54	41	3.34	1
ปีโตรเลียมเหลว (น้ำดี้ม)	18.8	29.0	29.5	12.9	9.8	(ปานกลาง)	
รวม						3.34 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริม
การตลาด ในภาพรวมและปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านพนักงานผู้ให้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา สุภาพในการให้บริการ	175 41.7	201 47.9	44 10.5	-	-	4.32 (มากที่สุด)	1
พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	156 37.1	207 49.3	57 13.6	-	-	4.24 (มากที่สุด)	4
พนักงานมีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	171 40.7	213 50.7	32 7.6	2 .5	2 .5	4.30 (มากที่สุด)	3
ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการ	172 41.0	208 49.5	37 8.8	3 .7	-	4.31 (มากที่สุด)	2
รวม						4.29 (มากที่สุด)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านพนักงานผู้
ให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.29

ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้ม
แจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มี
ค่าเฉลี่ย 4.31 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย 4.30 และ พนักงานมีการ
แต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย 4.24

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการในการให้บริการ

ด้านกระบวนการใน การให้บริการ (Process)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การให้สัญญาณ โภกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	119 28.3	187 44.5	103 24.5	9 2.1	2 .5	3.98 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการให้บริการ	164 39.0	210 50.0	44 10.5	2 .5	-	4.29 (มากที่สุด)	1
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน สด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	153 36.4	213 50.7	51 12.1	3 .7	-	4.23 (มากที่สุด)	3
ความรวดเร็วในการออก ใบเสร็จรับเงิน	121 28.8	218 51.9	75 17.9	6 1.4	-	4.08 (มาก)	4
ความถูกต้องในการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	164 39.0	208 49.5	48 11.4	-	-	4.28 (มากที่สุด)	2
รวม						4.17 (มาก)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการใน
การให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17

ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ความ
รวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มี
ค่าเฉลี่ย 4.28 และ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ย 4.23 ระดับความพึง
พอใจในระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.08 รองลงมา การให้สัญญาณ โภก
รถเข้า–ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแปรผล และการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจปัจจัยส่วน
ประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ลำดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานบริการ	162 38.6	217 51.7	40 9.5	1 .2	-	4.29 (มากที่สุด)	1
ความสะอาดของห้องน้ำ	135 32.1	226 53.8	58 13.8	1 .2	-	4.18 (มาก)	3
การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	140 33.3	223 53.1	54 12.9	3 .7	-	4.19 (มาก)	2
เดิมลม	124 29.5	185 44.0	95 22.6	12 2.9	4 1.0	3.98 (มาก)	4
รวม						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกายภาพและ
รูปแบบการให้บริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16

ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการที่มีระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ
ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 ระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การ
แยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมา ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย 4.18 และ เดิมลม
มีค่าเฉลี่ย 3.98

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย การแปลผล ระดับความพึงพอใจปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านในภาพรวม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.29	มากที่สุด	1
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	มากที่สุด	2
ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	มาก	3
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.17	มาก	4
ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ	4.16	มาก	5
ด้านราคา	3.85	มาก	6
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.34	ปานกลาง	7
รวม	4.04	มาก	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ภาพรวมระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย มีดังนี้ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมา ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.28 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.85 และ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.34

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ความเป็นเจ้าของ ยานพาหนะที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการ การเลือกใช้เป็นสถานีแรก และเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานี กับ ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.24 (0.592)	มากที่สุด 1	4.29 (0.643)	มากที่สุด 1
2.จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว	4.09 (0.637)	มาก 4	4.12 (0.627)	มาก 4
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว	4.18 (0.600)	มาก 3	4.25 (0.630)	มากที่สุด 2
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.19 (0.600)	มาก 2	4.18 (0.664)	มาก 3
รวม	4.17	มาก	4.21	มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา ระดับมาก คือความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความปลอดภัย ในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซ

ปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามเพศ

ด้านราคา (Price)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.36 (0.758)	มากที่สุด 1	4.20 (0.773)	มาก 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.61 (0.749)	มาก 2	3.68 (0.877)	มาก 2
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.57 (0.806)	มาก 3	3.63 (0.879)	มาก 3
รวม	3.84	มาก	3.86	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ระดับมาก คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเพศ

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.27 (0.702)	มากที่สุด 1	4.42 (0.673)	มากที่สุด 1
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ	4.19 (0.650)	มาก 3	4.32 (0.694)	มากที่สุด 3
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.21 (0.689)	มากที่สุด 2	4.41 (0.650)	มากที่สุด 2
รวม	4.22	มากที่สุด	4.38	มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และ ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ของแถมจากการเติมน้ำมัน (น้ำดื่ม)	3.32 (1.1170)	ปานกลาง	3.38 (1.266)	ปานกลาง
รวม	3.32	ปานกลาง	3.38	ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำมัน (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำมัน (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามเพศ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ	4.25 (0.649)	มากที่สุด 1	4.43 (0.642)	มากที่สุด 2
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.18 (0.664)	มาก 4	4.34 (0.679)	มากที่สุด 4
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.24 (0.658)	มากที่สุด 2	4.42 (0.684)	มากที่สุด 3
4.ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	4.23 (0.645)	มากที่สุด 3	4.44 (0.664)	มากที่สุด 1
รวม	4.22	มากที่สุด	4.41	มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.การให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ	3.93 (0.802)	มาก 4	4.08 (0.823)	มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.26 (0.652)	มากที่สุด 1	4.32 (0.682)	มากที่สุด 2
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต	4.15 (0.685)	มาก 3	4.38 (0.646)	มากที่สุด 1
4.ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน	4.02 (0.708)	มาก 4	4.20 (0.730)	มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.25 (0.642)	มากที่สุด 2	4.31 (0.680)	มากที่สุด 3
รวม	4.12	มาก	4.25	มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามเพศ

ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ	4.23 (0.632)	มากที่สุด 1	4.38 (0.646)	มากที่สุด 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.14 (0.654)	มาก 3	4.25 (0.673)	มากที่สุด 3
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	4.16 (0.666)	มาก 2	4.26 (0.690)	มากที่สุด 2
4.เติมลม	3.95 (0.854)	มาก 4	4.05 (0.841)	มาก 4
รวม	4.12	มาก	4.23	มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ เพศชาย จำนวน 274 คน หญิง 146 คน

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ระดับมาก คือ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.15 (0.583) มาก 1	4.23 (0.645) มากที่สุด 1	4.38 (0.577) มากที่สุด 1	4.29 (0.593) มากที่สุด 1
2.จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.03 (0.653) มาก 4	4.11 (0.567) มาก 4	4.22 (0.643) มากที่สุด 4	4.04 (0.702) มาก 4
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.12 (0.617) มาก 2	4.20 (0.598) มาก 2	4.28 (0.629) มากที่สุด 2	4.23 (0.608) มากที่สุด 3
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.11 (0.575) มาก 3	4.14 (0.651) มาก 3	4.27 (0.643) มากที่สุด 3	4.27 (0.588) มากที่สุด 2
รวม	4.10 มาก	4.17 มาก	4.29 มากที่สุด	4.20 มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน

41 – 50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมาก คือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมากจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) โดยจำแนกตามอายุ

ด้านราคา (Price)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.14 (0.736) มาก 1	4.40 (0.690) มากที่สุด 1	4.35 (0.896) มากที่สุด 1	4.38 (0.759) มากที่สุด 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.74 (0.794) มาก 2	3.54 (0.793) มาก 2	3.69 (0.859) มาก 2	3.64 (0.722) มาก 3
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.70 (0.793) มาก 3	3.44 (0.832) มาก 3	3.66 (0.946) มาก 3	3.65 (0.720) มาก 3
รวม	3.86 มาก	3.79 มาก	3.90 มาก	3.89 มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31–40 ปี จำนวน 154 คน

41–50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไปจำนวน 84 คน

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา ราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา ระดับมาก ราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก ราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามอายุ

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.15 (0.727) มาก 2	4.31 (0.710) มากที่สุด 1	4.46 (0.699) มากที่สุด 1	4.43 (0.587) มากที่สุด 1
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้บริการ	4.09 (0.708) มาก 3	4.23 (0.645) มากที่สุด 3	4.32 (0.694) มากที่สุด 3	4.31 (0.620) มากที่สุด 2
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.20 (0.671) มาก 1	4.26 (0.703) มากที่สุด 2	4.45 (0.627) มากที่สุด 2	4.25 (0.692) มากที่สุด 3
รวม	4.14 มาก	4.26 มากที่สุด	4.40 มากที่สุด	4.32 มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31–40 ปี จำนวน 154 คน

41–50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไปจำนวน 84 คน

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ของแถมจากการเติมน้ำดื่ม ปีโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)	3.41 (1.106) มาก	3.23 (1.214) ปานกลาง	3.34 (1.359) ปานกลาง	3.46 (1.124) มาก
รวม	3.41 มาก	3.23 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง	3.46 มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน
41 – 50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมน้ำดื่มปีโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำดื่มปีโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำดื่มปีโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมน้ำดื่มปีโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน
พนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามอายุ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา สภาพในการให้บริการ	4.21 (0.594) มากที่สุด 3	4.21 (0.723) มากที่สุด 3	4.47 (0.589) มากที่สุด 4	4.45 (0.589) มากที่สุด 1
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.11 (0.643) มาก 4	4.18 (0.733) มาก 4	4.48 (0.569) มากที่สุด 3	4.25 (0.638) มากที่สุด 2
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.22 (0.649) มากที่สุด 2	4.27 (0.669) มากที่สุด 2	4.58 (0.497) มากที่สุด 1	4.20 (0.788) มาก 4
4.ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการ	4.23 (0.563) มากที่สุด 1	4.29 (0.685) มากที่สุด 1	4.52 (0.629) มากที่สุด 2	4.23 (0.700) มากที่สุด 3
รวม	4.19 มาก	4.24 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด	4.28 มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน

41 – 50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	3.88 (0.767) มาก 5	3.97 (0.816) มาก 5	4.12 (0.793) มาก 5	3.98 (0.864) มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.19 (0.712) มาก 3	4.28 (0.652) มากที่สุด 1	4.36 (0.592) มากที่สุด 1	4.30 (0.690) มากที่สุด 2
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน สด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	4.16 (0.687) มาก 4	4.25 (0.662) มากที่สุด 3	4.33 (0.625) มากที่สุด 3	4.15 (0.752) มาก 3
4.ความรวดเร็วในการออก ใบเสร็จรับเงิน	4.20 (0.651) มาก 2	3.99 (0.767) มาก 4	4.13 (0.686) มาก 4	4.08 (0.732) มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.22 (0.680) มากที่สุด	4.26 (0.698) มากที่สุด 2	4.35 (0.592) มากที่สุด 2	4.32 (0.604) มากที่สุด 1
รวม	4.12 มาก	4.15 มาก	4.25 มากที่สุด	4.16 มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน

41 – 50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความรวดเร็วในการชำระหนี้สด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความรวดเร็วในการรับชำระหนี้สด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความรวดเร็วในการรับชำระหนี้สด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา ระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา ระดับมาก คือ ความรวดเร็วในการรับชำระหนี้สด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน
 กายภาพและรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence) จำแนกตามอายุ

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ	4.15 (0.682) มาก 1	4.30 (0.678) มากที่สุด 1	4.44 (0.566) มากที่สุด 1	4.26 (0.562) มากที่สุด 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.13 (0.589) มาก 3	4.14 (0.705) มาก 3	4.31 (0.673) มากที่สุด 2	4.18 (0.643) มาก 2
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	4.14 (0.635) มาก 2	4.21 (0.711) มากที่สุด 2	4.29 (0.669) มากที่สุด 3	4.10 (0.652) มาก 3
4.เดิมลม	3.98 (0.777) มาก 4	3.92 (0.840) มาก 4	4.08 (0.916) มาก 4	4.01 (0.885) มาก 4
รวม	4.10 มาก	4.13 มาก	4.27 มากที่สุด	4.13 มาก

ผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ ไม่เกิน 30 ปี จำนวน 97 คน 31 – 40 ปี จำนวน 154 คน

41 – 50 ปี จำนวน 85 คน และ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 84 คน

จากตารางที่ 4.39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ เดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ระดับมาก คือ เดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ เดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามรายได้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.14 (0.594) มาก 2	4.37 (0.585) มากที่สุด 1	4.23 (0.614) มากที่สุด 1	4.23 (0.623) มากที่สุด 1
2.จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.09 (0.676) มาก 4	4.18 (0.604) มาก 4	4.05 (0.601) มาก 4	4.08 (0.668) มาก 4
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.11 (0.655) มาก 3	4.29 (0.564) มากที่สุด 2	4.18 (0.617) มาก 2	4.18 (0.626) มาก 3
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.20 (0.594) มาก 1	4.24 (0.589) มากที่สุด 3	4.15 (0.651) มาก 3	4.18 (0.634) มาก 2
รวม	4.13 มาก	4.27 มากที่สุด	4.15 มาก	4.16 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน

10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้าน ภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามรายได้

ด้านราคา (Price)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.20 (0.701) มาก 1	4.33 (0.702) มากที่สุด 1	4.25 (0.745) มากที่สุด 1	4.42 (0.836) มากที่สุด 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.82 (0.657) มาก 2	3.77 (0.759) มาก 2	3.60 (0.810) มาก 2	3.51 (0.831) มาก 2
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.77 (0.677) มาก 3	3.71 (0.753) มาก 3	3.53 (0.845) มาก 3	3.48 (0.905) มาก 3
รวม	3.93 มาก	3.93 มาก	3.79 มาก	3.80 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน
10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามรายได้

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้น ไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้ บริการ	4.39 (0.689) มากที่สุด 1	4.29 (0.680) มากที่สุด 1	4.26 (0.731) มากที่สุด 2	4.40 (0.695) มากที่สุด 1
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และ สถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ	4.14 (0.668) มาก 3	4.22 (0.694) มากที่สุด 2	4.25 (0.647) มากที่สุด 3	4.26 (0.670) มากที่สุด 3
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี บริการ	4.30 (0.701) มากที่สุด 2	4.21 (0.677) มากที่สุด 3	4.30 (0.639) มากที่สุด 1	4.32 (0.718) มากที่สุด 2
รวม	4.27 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด	4.26 มากที่สุด	4.32 มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน
10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ตารางที่ 4.43 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามรายได้

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้น ไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล
1.ของแถมจากการเติมน้ำดื่ม (น้ำดื่ม)	3.68 (1.029) มาก	3.26 (1.168) ปานกลาง	3.40 (1.169) ปานกลาง	3.25 (1.296) ปานกลาง
รวม	3.68 มาก	3.26 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน
10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ตารางที่ 4.44 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามรายได้

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจาสุภาพในการให้บริการ	4.23 (0.642) มากที่สุด 1	4.24 (0.688) มากที่สุด 2	4.35 (0.629) มากที่สุด 1	4.36 (0.645) มากที่สุด 3
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.18 (0.786) มาก 4	4.19 (0.691) มาก 4	4.23 (0.627) มากที่สุด 4	4.30 (0.661) มากที่สุด 4
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.23 (0.565) มากที่สุด 2	4.27 (0.684) มากที่สุด 1	4.29 (0.649) มากที่สุด 3	4.38 (0.712) มากที่สุด 2
4.ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	4.23 (0.642) มากที่สุด 3	4.22 (0.707) มากที่สุด 3	4.32 (0.564) มากที่สุด 2	4.39 (0.693) มากที่สุด 1
รวม	4.21 มากที่สุด	4.22 มากที่สุด	4.29 มากที่สุด	4.35 มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน

10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.44 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ตารางที่ 4.45 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามรายได้

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ
1.การให้สัญญาณ โภกรณเข้า – ออก ภายใน สถานบริการ	4.05 (0.806) มาก 5	3.94 (0.797) มาก 5	3.94 (0.806) มาก 5	4.03 (0.833) มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.11 (0.754) มาก 4	4.27 (0.644) มากที่สุด 1	4.23 (0.653) มากที่สุด 3	4.37 (0.648) มากที่สุด 1
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/ บัตรเครดิต/บัตรเครดิต	4.20 (0.668) มาก 2	4.13 (0.686) มาก 3	4.24 (0.644) มากที่สุด 2	4.31 (0.706) มากที่สุด 2
4.ความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน	4.18 (0.620) มาก 3	4.06 (0.688) มาก 4	4.06 (0.647) มาก 4	4.08 (0.829) มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG)	4.23 (0.605) มากที่สุด 1	4.21 (0.659) มากที่สุด 2	4.25 (0.659) มากที่สุด 1	4.37 (0.659) มากที่สุด 3
รวม	4.15 มาก	4.11 มาก	4.14 มาก	4.23 มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน

10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.5145 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ตารางที่ 4.46 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามรายได้

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อยของ สถานบริการ	4.12 (0.722) มาก 2	4.26 (0.668) มากที่สุด 1	4.27 (0.604) มากที่สุด 1	4.37 (0.614) มากที่สุด 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.11 (0.722) มาก 3	4.22 (0.625) มากที่สุด 2	4.16 (0.608) มาก 3	4.18 (0.718) มาก 3
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	4.14 (0.765) มาก 1	4.21 (0.636) มากที่สุด 3	4.19 (0.621) มาก 2	4.19 (0.724) มาก 2
4.เติมลม	4.02 (0.927) มาก 4	4.00 (0.827) มาก 4	4.04 (0.743) มาก 4	3.91 (0.929) มาก 4
รวม	4.09 มาก	4.17 มาก	4.16 มาก	4.16 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 44 คน

10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 122 คน 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 142 คน

จากตารางที่ 4.46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ระดับมาก คือ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.47 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.27 (0.611)	มากที่สุด 1	4.11 (0.583)	มาก 4
2.จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.09 (0.642)	มาก 4	4.26 (0.505)	มากที่สุด 1
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.21 (0.615)	มากที่สุด 2	4.17 (0.568)	มาก 2
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.19 (0.632)	มาก 3	4.17 (0.514)	มาก 3
รวม	4.18	มาก	4.17	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ตารางที่ 4.48 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านราคา (Price)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.34 (0.767)	มากที่สุด 1	4.20 (0.719)	มาก 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.63 (0.803)	มาก 2	3.74 (0.701)	มาก 2
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.58 (0.844)	มาก 3	3.69 (0.676)	มาก 3
รวม	3.84	มาก	3.87	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และ ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 4.49 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.35 (0.687)	มากที่สุด 1	4.09 (0.742)	มาก 2
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ	4.25 (0.673)	มากที่สุด 3	4.06 (0.591)	มาก 3
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.29 (0.687)	มากที่สุด 2	4.20 (0.632)	มาก 1
รวม	4.29	มากที่สุด	4.11	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ตารางที่ 4.50 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ของแถมจากการเติมน้ำมันปั๊ม (น้ำมัน)	3.35 (1.216)	ปานกลาง	3.23 (1.060)	ปานกลาง
รวม	3.35	ปานกลาง	3.23	ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมน้ำมันมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของแถมจากการเติมน้ำมันปั๊ม (น้ำมัน) ที่มีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมน้ำมันมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของแถมจากการเติมน้ำมันปั๊ม (น้ำมัน) ที่มีค่าเฉลี่ย 3.23

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.51 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ	4.32 (0.652)	มากที่สุด 1	4.26 (0.657)	มากที่สุด 1
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.24 (0.669)	มากที่สุด 4	4.20 (0.719)	มาก 2
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นบริการรวดเร็ว	4.32 (0.680)	มากที่สุด 2	4.17 (0.568)	มาก 3
4.ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	4.32 (0.654)	มากที่สุด 3	4.11 (0.676)	มาก 4
รวม	4.30	มากที่สุด	4.18	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก้ำกัซมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก้ำกัซมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ตารางที่ 4.52 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน กระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.การให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออกภายในสถานีบริการ	3.98 (0.816)	มาก 5	4.00 (0.767)	มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.29 (0.656)	มากที่สุด 1	4.14 (0.733)	มาก 3
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	4.23 (0.682)	มากที่สุด 3	4.20 (0.677)	มาก 1
4.ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	4.08 (0.728)	มาก 4	4.06 (0.639)	มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.29 (0.655)	มากที่สุด 2	4.17 (0.664)	มาก 2
รวม	4.17	มาก	4.11	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของ จำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และ การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 4.53 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ	4.29 (0.637)	มากที่สุด 1	4.20 (0.677)	มาก 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.18 (0.669)	มาก 3	4.19 (0.584)	มาก 2
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	4.19 (0.670)	มาก 2	4.14 (0.733)	มาก 3
4.เติมลม	4.00 (0.842)	มาก 4	3.80 (0.933)	มาก 4
รวม	4.16	มาก	4.08	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ เป็นเจ้าของ จำนวน 385 คน ไม่ใช่เจ้าของจำนวน 35 คน

จากตารางที่ 4.53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ ความสะอาดและความ

เรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ตารางที่ 4.54 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.34 (0.648) มากที่สุด 1	4.22 (0.615) มากที่สุด 1	4.25 (0.591) มากที่สุด 1	4.20 (0.591) มาก 1
2.จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.16 (0.622) มาก 4	4.17 (0.541) มาก 2	4.08 (0.612) มาก 4	4.03 (0.707) มาก 4
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.22 (0.635) มากที่สุด 3	4.12 (0.631) มาก 4	4.24 (0.563) มากที่สุด 2	4.19 (0.628) มาก 2
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.28 (0.628) มากที่สุด 2	4.13 (0.592) มาก 3	4.17 (0.592) มาก 3	4.16 (0.664) มาก 3
รวม	4.25 มากที่สุด	4.16 มาก	4.19 มาก	4.14 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการฯ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

ตารางที่ 4.55 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านราคา (Price)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.28 (0.803) มากที่สุด 1	4.22 (0.725) มากที่สุด 1	4.38 (0.712) มากที่สุด 1	4.38 (0.802) มากที่สุด 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.72 (0.727) มาก 2	3.77 (0.689) มาก 3	3.59 (0.780) มาก 2	3.54 (0.909) มาก 2
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.65 (0.747) มาก 3	3.78 (0.683) มาก 2	3.56 (0.813) มาก 3	3.45 (0.972) มาก 3
รวม	3.88 มาก	3.92 มาก	3.84 มาก	3.79 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการฯ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 4.55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน ก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำมันดีเซล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน ก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และราคาสินค้าน้ำมันดีเซล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน ก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำมันดีเซล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน ก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำมันดีเซล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.56 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.38 (0.671) มากที่สุด 1	4.13 (0.746) มาก 3	4.33 (0.724) มากที่สุด 1	4.39 (0.639) มากที่สุด 1
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้บริการ	4.26 (0.680) มากที่สุด 3	4.20 (0.608) มาก 2	4.20 (0.702) มาก 3	4.27 (0.660) มากที่สุด 3
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.28 (0.672) มากที่สุด 2	4.32 (0.653) มากที่สุด 1	4.27 (0.648) มากที่สุด 2	4.28 (0.747) มากที่สุด 2
รวม	4.30 มากที่สุด	4.21 มากที่สุด	4.26 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

จากตารางที่ 4.56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเรือที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ ท่าเรือที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเรือที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเรือที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ตารางที่ 4.57 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล	แปลผล	แปลผล	แปลผล
1.ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดี้ม)	3.43 (1.099) มาก	3.48 (1.196) มาก	3.33 (1.189) ปานกลาง	3.20 (1.306) ปานกลาง
รวม	3.43 มาก	3.48 มาก	3.33 ปานกลาง	3.20 ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการฯ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน
10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

จากตารางที่ 4.57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดี้ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดี้ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดี้ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัย

ข้อย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำมันปีโตรเลียมเหลว (น้ำดีม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

ตารางที่ 4.58 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมน้ำมัน

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	ช่วงเวลาในการเติมน้ำมัน			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา สภาพในการให้บริการ	4.30 (0.695) มากที่สุด 4	4.41 (0.577) มากที่สุด 1	4.27 (0.660) มากที่สุด 2	4.31 (0.648) มากที่สุด 2
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.34 (0.677) มากที่สุด 3	4.28 (0.662) มากที่สุด 4	4.15 (0.702) มาก 4	4.21 (0.636) มากที่สุด 4
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.37 (0.637) มากที่สุด 1	4.30 (0.626) มากที่สุด 2	4.28 (0.744) มากที่สุด 1	4.29 (0.653) มากที่สุด 3
4.ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการ	4.36 (0.681) มากที่สุด 2	4.29 (0.688) มากที่สุด 3	4.26 (0.669) มากที่สุด 3	4.32 (0.610) มากที่สุด 1
รวม	4.34 มากที่สุด	4.32 มากที่สุด	4.24 มากที่สุด	4.28 มากที่สุด

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการฯ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

จากตารางที่ 4.58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา ระดับมากที่สุดคือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ตารางที่ 4.59 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ	แปรผล อันดับ
1.การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	4.01 (0.838) มาก 5	3.96 (0.830) มาก 5	3.94 (0.794) มาก 5	4.02 (0.802) มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.30 (0.735) มากที่สุด 1	4.23 (0.645) มากที่สุด 3	4.28 (0.613) มากที่สุด 2	4.28 (0.663) มากที่สุด 2
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน สด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	4.26 (0.651) มากที่สุด 3	4.25 (0.651) มากที่สุด 1	4.20 (0.691) มาก 3	4.23 (0.718) มากที่สุด 3
4.ความรวดเร็วในการออก ใบเสร็จรับเงิน	4.19 (0.681) มาก 4	4.16 (0.656) มาก 4	3.98 (0.740) มาก 4	4.05 (0.757) มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.28 (0.658) มากที่สุด 2	4.24 (0.645) มากที่สุด 2	4.29 (0.644) มากที่สุด 1	4.29 (0.678) มากที่สุด 1
รวม	4.21 มากที่สุด	4.16 มาก	4.13 มาก	4.17 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการฯ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

ตารางที่ 4.60 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน
 กายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)	ค่าเฉลี่ย (SD.)
	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ	แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ	4.26 (0.665) มากที่สุด 1	4.29 (0.666) มากที่สุด 1	4.33 (0.605) มากที่สุด 1	4.26 (0.644) มากที่สุด 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.17 (0.627) มาก 3	4.26 (0.678) มากที่สุด 3	4.18 (0.648) มาก 2	4.13 (0.700) มาก 3
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	4.18 (0.647) มาก 2	4.28 (0.662) มากที่สุด 2	4.14 (0.687) มาก 3	4.20 (0.696) มาก 2
4.เติมลม	4.05 (0.892) มาก 4	4.06 (0.745) มาก 4	3.91 (0.830) มาก 4	3.97 (0.892) มาก 4
รวม	4.16 มาก	4.22 มากที่สุด	4.13 มาก	4.14 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงเวลาในการใช้บริการ 6.00 – 10.00 น. จำนวน 105 คน

10.00 – 14.00 น. จำนวน 69 คน 14.00 – 18.00 น. จำนวน 127 คน และ 18.00 – 22.00 น. จำนวน 119 คน

จากตารางที่ 4.60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก คือ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ตารางที่ 4.61 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.27 (0.614)	มากที่สุด 1	4.14 (0.576)	มาก 2
2.จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.10 (0.650)	มาก 4	4.10 (0.519)	มาก 3
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.22 (0.616)	มากที่สุด 2	4.09 (0.571)	มาก 4
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.19 (0.636)	มาก 3	4.17 (0.534)	มาก 1
รวม	4.19	มาก	4.12	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่ใช้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.61 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ระดับมาก คือความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือคุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ตารางที่ 4.62 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านราคา (Price)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.35 (0.751)	มากที่สุด 1	4.21 (0.833)	มากที่สุด 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.64 (0.811)	มาก 2	3.62 (0.697)	มาก 2
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.59 (0.848)	มาก 3	3.55 (0.730)	มาก 3
รวม	3.86	มาก	3.79	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ให้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่เลือกใช้เป็นสถานีแรก จำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.62 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ระดับมากคือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ตารางที่ 4.63 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.36 (0.688)	มากที่สุด 1	4.14 (0.712)	มาก 2
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ	4.26 (0.672)	มากที่สุด 3	4.09 (0.629)	มาก 3
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.30 (0.691)	มากที่สุด 2	4.16 (0.616)	มาก 1
รวม	4.30	มากที่สุด	4.13	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่ใช้เป็นสถานีแรก จำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.63 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ตารางที่ 4.64 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)	3.37 (1.230)	ปานกลาง	3.19 (1.017)	ปานกลาง
รวม	3.37	ปานกลาง	3.19	ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรก จำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่ใช้บริการเป็นสถานีแรก จำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.64 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.65 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ	4.34 (0.652)	มากที่สุด 1	4.12 (0.623)	มาก 3
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.26 (0.670)	มากที่สุด 4	4.07 (0.672)	มาก 4
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.33 (0.663)	มากที่สุด 2	4.14 (0.712)	มาก 2
4.ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	4.32 (0.665)	มากที่สุด 3	4.17 (0.596)	มาก 1
รวม	4.32	มากที่สุด	4.12	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่เลือกใช้เป็นสถานีแรกจำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.65 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 4.66 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	3.99 (0.814)	มาก 5	3.91 (0.801)	มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.29 (0.659)	มากที่สุด 2	4.17 (0.679)	มาก 1
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	4.25 (0.685)	มากที่สุด 3	4.10 (0.640)	มาก 2
4.ความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน	4.09 (0.737)	มาก 4	4.05 (0.605)	มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.31 (0.655)	มากที่สุด 1	4.09 (0.629)	มาก 3
รวม	4.18	มาก	4.06	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรก 362 คนและไม่ใช่ผู้ที่ใช้เป็นสถานีแรก 58 คน

จากตารางที่ 4.66 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความรวดเร็วในการออก

ใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการให้สัญญาณ โบกจรดเข้า – ออก ภายในสถานึบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ตารางที่ 4.67 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence) จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก			
	ใช่		ไม่ใช่	
	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.)	แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ	4.30 (0.659)	มากที่สุด 1	4.17 (0.500)	มาก 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.20 (0.670)	มาก 3	4.02 (0.591)	มาก 3
3.การแยกห้องน้ำชาย/ หญิง/ผู้พิการ	4.22 (0.676)	มากที่สุด 2	4.03 (0.648)	มาก 2
4.เดิมลม	3.99 (0.852)	มาก 4	3.95 (0.847)	มาก 4
รวม	4.18	มาก	4.05	มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้ใช้บริการเป็นสถานีแรกจำนวน 362 คน และ ไม่ใช่ผู้ที่เลือกใช้เป็นสถานีแรก จำนวน 58 คน

จากตารางที่ 4.67 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 การแยกห้องน้ำชาย/ หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเดิมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความสะอาดและความเรียบร้อยของ

สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตารางที่ 4.68 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์(Product) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.30 (0.603) มากที่สุด 1	4.20 (0.614) มาก 1	4.40 (0.577) มากที่สุด 3	3.94 (0.639) มาก 1
2.จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.12 (0.600) มาก 4	4.09 (0.651) มาก 4	4.36 (0.569) มากที่สุด 4	3.56 (0.784) มาก 4
3.ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.22 (0.618) มากที่สุด 2	4.16 (0.595) มาก 3	4.48 (0.586) มากที่สุด 1	3.78 (0.548) มาก 3
4.ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัด ปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.21 (0.627) มากที่สุด 3	4.18 (0.615) มาก 2	4.44 (0.583) มากที่สุด 2	3.89 (0.471) มาก 2
รวม	4.21 มากที่สุด	4.16 มาก	4.42 มากที่สุด	3.79 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน

ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.68 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมัน ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือคุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคาคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4.69 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านราคา (Price) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านราคา (Price)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ
1.ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG)	4.32 (0.773) มากที่สุด 1	4.17 (0.786) มาก 1	4.64 (0.638) มากที่สุด 1	4.78 (0.548) มากที่สุด 1
2.ราคาสินค้าน้ำดื่ม	3.71 (0.778) มาก 2	3.56 (0.850) มาก 2	3.76 (0.723) มาก 2	3.06 (0.639) ปานกลาง 3
3.ราคาน้ำมันหล่อลื่น	3.67 (0.816) มาก 3	3.49 (0.852) มาก 3	3.64 (0.907) มาก 3	3.11 (0.676) ปานกลาง 2
รวม	3.90 มาก	3.74 มาก	4.01 มาก	3.65 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน ใกล้บ้านที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.69 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมัน ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมา ระดับ ปานกลาง คือราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.70 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ
1.ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	4.29 (0.733) มากที่สุด 1	4.39 (0.631) มากที่สุด 1	4.40 (0.707) มากที่สุด 3	4.17 (0.707) มาก 1
2.ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้บริการ	4.21 (0.720) มากที่สุด 3	4.24 (0.583) มากที่สุด 3	4.44 (0.651) มากที่สุด 2	4.16 (0.618) มาก 2
3.ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	4.27 (0.661) มากที่สุด 2	4.31 (0.709) มากที่สุด 2	4.52 (0.510) มากที่สุด 1	4.00 (0.840) มาก 3
รวม	4.26 มากที่สุด	4.31 มากที่สุด	4.45 มากที่สุด	4.11 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน
ใกล้บ้านที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ
จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.70 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมัน ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอร์รมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอร์รมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอร์รมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอร์รมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 4.71 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)	3.31 (1.234) ปานกลาง	3.43 (1.120) มาก	3.60 (1.225) มาก	2.72 (1.127) ปานกลาง
รวม	3.31 ปานกลาง	3.43 มาก	3.60 มาก	2.72 ปานกลาง

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน ใกล้บ้านที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรงจำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.71 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือของแถมจากการเติมน้ำดื่ม (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่อง ใกล้เคียงบ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือของแถมจากการเติมน้ำดื่ม (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายน้ำดื่ม ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือของแถมจากการเติมน้ำดื่ม (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือของแถมจากการเติมน้ำดื่ม (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.72 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน พนักงานผู้ให้บริการ (People) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา สภาพในการให้บริการ	4.34 (0.624) มากที่สุด 1	4.32 (0.638) มากที่สุด 1	4.68 (0.627) มากที่สุด 1	3.96 (0.725) มาก 1
2.พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย	4.25 (0.647) มากที่สุด 4	4.23 (0.682) มากที่สุด 4	4.56 (0.651) มากที่สุด 4	3.72 (0.669) มาก 4
3.พนักงานมีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	4.32 (0.654) มากที่สุด 3	4.28 (0.690) มากที่สุด 2	4.60 (0.645) มากที่สุด 3	3.94 (0.725) มาก 3
4.ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการ	4.33 (0.646) มากที่สุด 2	4.27 (0.677) มากที่สุด 3	4.67 (0.557) มากที่สุด 2	3.95 (0.639) มาก 2
รวม	4.31 มากที่สุด	4.27 มากที่สุด	4.63 มากที่สุด	3.89 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน

ใกล้บ้านที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.72 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ตารางที่ 4.73 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปรผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้านที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปรผล อันดับ
1.การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	4.00 (0.817) มาก 5	4.01 (0.763) มาก 5	4.20 (0.764) มาก 5	3.61 (0.698) มาก 5
2.ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.27 (0.652) มากที่สุด 1	4.27 (0.687) มากที่สุด 2	4.56 (0.583) มากที่สุด 2	3.94 (0.639) มาก 1
3.ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน สด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต	4.25 (0.650) มากที่สุด 3	4.19 (0.709) มาก 3	4.52 (0.586) มากที่สุด 3	3.92 (0.725) มาก 3
4.ความรวดเร็วในการออก ใบเสร็จรับเงิน	4.10 (0.687) มาก 4	4.05 (0.752) มาก 4	4.44 (0.651) มากที่สุด 4	3.67 (0.686) มาก 4
5.ความถูกต้องในการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	4.26 (0.657) มากที่สุด 2	4.29 (0.629) มากที่สุด 1	4.64 (0.490) มากที่สุด 1	3.93 (0.725) มาก 2
รวม	4.18 มาก	4.16 มาก	4.47 มากที่สุด	3.82 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น 212 คน

ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ 25 คน และ ราคาถังคุณภาพ 18 คน

จากตารางที่ 4.73 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมั่น ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และการให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่อง ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา ระดับมาก คือการให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคาถังคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และการให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ตารางที่ 4.74 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลผล และอันดับ ระดับความพึงพอใจด้าน
 กายภาพและรูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence) จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานี

ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ (Physical Evidence)	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้าน/ที่ ทำงาน/เส้นทาง ที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่าย ก๊าซฯ	ราคากับ คุณภาพ
	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ	ค่าเฉลี่ย (SD.) แปลผล อันดับ
1.ความสะอาดและความ เรียบร้อยของสถานีบริการ	4.29 (0.644) มากที่สุด 1	4.29 (0.638) มากที่สุด 1	4.60 (0.500) มากที่สุด 1	4.00 (0.594) มาก 1
2.ความสะอาดของห้องน้ำ	4.24 (0.656) มากที่สุด 2	4.11 (0.643) มาก 3	4.36 (0.638) มากที่สุด 2	3.94 (0.639) มาก 2
3.การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้ พิการ	4.23 (0.666) มากที่สุด 3	4.19 (0.652) มาก 2	4.20 (0.707) มาก 3	3.93 (0.637) มาก 3
4.เติมลม	3.97 (0.865) มาก 4	4.10 (0.780) มาก 4	3.84 (0.898) มาก 4	3.67 (1.029) มาก 4
รวม	4.18 มาก	4.17 มาก	4.25 มากที่สุด	3.89 มาก

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการใช้บริการฯ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น จำนวน 212 คน
 ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร จำนวน 140 คน ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ จำนวน 25 คน และ ราคากับคุณภาพ
 จำนวน 18 คน

จากตารางที่ 4.74 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานี่บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมาก คือเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานี่บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา ระดับมาก คือการแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด คือความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานี่บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ระดับมาก คือการแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานี่บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาคำพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ในครั้งนี้ได้นำแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix 7 P's) ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างกระบวนการทำงานและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพมาเป็นกรอบในการศึกษา และทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียม(LPG) สำหรับรถยนต์ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด จำนวน 420 ชุด ซึ่งจะนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) นำเสนอในรูปแบบของตาราง ประกอบคำบรรยาย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค. ปิโตรเลียม จำกัด
- ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด
- ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ความเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการฯ การเลือกใช้เป็นสถานีแรก และเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ กับระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 65.2 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 20.5 รองลงมา มีอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 20.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 54.8 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 34.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 33.8 ใช้ประเภทยานพาหนะรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ร้อยละ 91.0 และเป็นยานพาหนะของตนเองเมื่อใช้บริการกับสถานีบริการบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ร้อยละ 91.7 และส่วนใหญ่อาศัยในเขตตำบลแม่เหิยะ ร้อยละ 20 รองลงมา อำเภอเมืองเชียงใหม่ ร้อยละ 15.5

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้เข้ามาใช้บริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียม ของ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด โดยวิเคราะห์ด้วย ทฤษฎี 6W1H พบว่า

1.กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง31-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป ใช้ประเภทยานพาหนะรถยนต์นั่งส่วนบุคคล อาศัยในเขตตำบลแม่เหิยะ

2.ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร นอกจากเติมก๊าซแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการอื่นๆ ได้แก่ บริการห้องน้ำ รองลงมา บริการเติมลมยาง บริการเครื่องดื่ม และ บริการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง

3.ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการใช้บริการสถานีบริการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นในตราชื่อ (ปตท.) รองลงมา คือ ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร และ ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

4.ใครบ้างมีส่วนในการตัดสินใจซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักและมาใช้บริการสถานีบริการก๊าซด้วยตนเอง

5.ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงเวลาในการใช้บริการ 14.01 - 18.00 น.และส่วนใหญ่ ใช้บริการ 1 ครั้งต่อสัปดาห์

6.ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่โดยเลือกใช้บริการของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัดเป็นสถานีแรกเมื่อต้องการเติมก๊าซ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ทางสถานบริการฯ มีบริการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต แต่ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้เงินสดในการชำระค่าบริการมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการมากกว่า 400 บาท ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ภาพรวมระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย มีดังนี้ ในระดับมากที่สุด คือ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 4.28 ระดับมาก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.19 ด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 4.16 ด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.85 และ ระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ย 3.34



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.1 สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซระยยนต์(LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยย่อยในแต่ละระดับค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.19)	ระดับมากที่สุด - คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ระดับมาก - ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) - ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) - จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
ปัจจัยด้านราคา	ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85)	ระดับมากที่สุด - ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ระดับมาก - ราคาสินค้าน้ำมัน - ราคาน้ำมันหล่อลื่น
ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28)	ระดับมากที่สุด - ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ - ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ - ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) - สถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34)	ระดับปานกลาง - ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ตารางที่ 5.1 (ต่อ) สรุประดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานบริการก๊าซระยยนต์(LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

ปัจจัย	ระดับความพึงพอใจ	ปัจจัยย่อยในแต่ละระดับค่าเฉลี่ย
ปัจจัยด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ	ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.29)	ระดับมากที่สุด <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาสุภาพในการให้บริการ - ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ - พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว - พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย
ปัจจัยด้านกระบวนการ ในการให้บริการ	ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.17)	ระดับมากที่สุด <ul style="list-style-type: none"> - ความรวดเร็วในการให้บริการ - ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) - ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน - การให้สัญญาณ โบกธงเข้า-ออก ภายในสถานบริการ
ปัจจัยด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16)	ระดับมากที่สุด <ul style="list-style-type: none"> - ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ ระดับมาก <ul style="list-style-type: none"> - การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ - ความสะอาดของห้องน้ำ - เติมลม

ส่วนที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ความเป็นเจ้าของ ยานพาหนะที่ใช้บริการ ช่วงเวลาในการใช้บริการฯ การเลือกใช้เป็นสถานีแรก และเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ กับ ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม เพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาใน

รายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 พนักงานมีความเอาใจ

ใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศชาย มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ผู้ตอบแบบสอบถาม เพศหญิง มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม อายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และจำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา ระดับมาก ราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก ราคาสินค้า น้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ท่ารถที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 - 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมา คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และการให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุไม่เกิน 30 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 รองลงมา คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 31 – 40 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 41 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุดไปต่ำสุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม รายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้าน ภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพอใจในด้านภาพรวมด้านราคาในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา คือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมและปัจจัยย่อยการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.27 รองลงมาคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมาคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/ บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 การให้สัญญาฉบับกรวดเข้า – ออก ภายในสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การให้สัญญาฉบับกรวดเข้า – ออก ภายในสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมา คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ระดับมาก คือ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปมีระดับความพึงพอใจในด้านภาพรวมกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ เดิมถม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม ความเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านภาพรวมผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมาคือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และ ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านราคา ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และ ราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุด คือท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และ สถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ที่มีค่าเฉลี่ย 3.35

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ที่มีค่าเฉลี่ย 3.23

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เติมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านพนักงานผู้ให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตาม

อันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และความพึงพอใจของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ การให้สัญญาณ โบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการในการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และ การให้สัญญาณ โบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมากที่สุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้เดิมก๊าซมีระดับความพึงพอใจด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ระดับมาก คือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 4.19 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม ช่วงเวลาในการใช้บริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 รองลงมา ระดับมาก คือความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมา ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ท่ารถที่ตั้งสะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซ

ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้าน สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมาก ไปน้อยมีดังนี้ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา คือ ความสะดวก ในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ระดับมาก คือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และ สถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้าน สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมาก ไปน้อยมีดังนี้ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา คือ ความสะดวก ในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณา ในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อย ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าซ เวลา 14.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจุบันด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัย

ย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมน้ำมันปั๊ม 3.20

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมา ระดับมากที่สุดคือพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเติมน้ำมัน เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมาพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าช เวลา 6.00 – 10.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 รองลงมา คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าช เวลา 10.00 – 14.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา คือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก คือ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าช เวลา 14.00 – 18.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ระดับมาก คือ ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้ช่วงเวลาเดิมก๊าช เวลา 18.00 – 22.00 น. มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ยเรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ระดับมาก การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และ เติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ระดับมาก คือความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา คือคุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ระดับมากคือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.36 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 รองลงมา ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และการให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการให้สัญญาณ โบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 รองลงมา ระดับมาก คือความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ไม่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา การแยกห้องน้ำชาย/หญิง/ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดบริการจำแนกตาม เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับ
สถานีฯ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่น ในการ
ใช้บริการสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้
คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว
(LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 4.21 รองลงมา ระดับมาก คือจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.12

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้
บริการสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อ
พิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้
คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 รองลงมาความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัด
ปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว
(LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริการ
สถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อ
พิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้
ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของ
มิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 และจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริการสถานี มีระดับความ
พึงพอใจในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า
ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว
(LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 และจำนวน
ของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมัน ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่อง ใกล้เคียงบ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 รองลงมา ระดับมาก คือราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.78 รองลงมา ระดับ ปานกลาง คือราคาน้ำมันหล่อลื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.11 และราคาสินค้าน้ำดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06

ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื้อมัน ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ท่ารถที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมา ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมา ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานีที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.31

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 เมื่อ

พิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำคั้น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง คือของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำคั้น) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านพนักงานผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ พนักงานยิ้มแย้ม

แจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมา ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และพนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความน่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และการให้สัญญาณ โภภครณเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา ระดับมาก คือความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และการให้สัญญาณ โภภครณเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 รองลงมา ระดับมาก คือการให้สัญญาณ โภภครณเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริหารสถานี มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกระบวนการในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมา ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียม

เหลว (LPG) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และการให้สัญญาณ โภกรณเข้า – ออก ภายในสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความ น่าเชื่อถือ / เชื่อมั่น ในการใช้บริการสถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของ สถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมา ระดับมาก คือเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ในการใช้บริการ สถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.17 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา ระดับมาก คือการแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 ความสะอาดของห้องน้ำ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ในการใช้บริการ สถานี่ มีระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไปน้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ความสะอาดของห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา ระดับมาก คือการแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และเติมลม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้เหตุผลสำคัญเรื่องราคากับคุณภาพ ในการใช้บริการสถานี่ มีระดับความพึง พพอใจในปัจจัยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาใน รายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ที่มีค่าเฉลี่ย เรียงตามอันดับจากมากไป น้อยมีดังนี้ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 รองลงมา ความสะอาดของ ห้องน้ำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 และเติมลม มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.67

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซบีโตรเลียม เพลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.บีโตรเลียม จำกัด สามารถอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้ดังนี้

ผลการศึกษา ภาพรวมระดับความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย มีดังนี้ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านราคา และ ด้านการส่งเสริมการตลาด

สอดคล้องกับการศึกษาของ รุจิราพร เตะเทพ (2553) ที่ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการสถานีบริการน้ำมันเอกชัยเพิ่มทรัพย์ปิโตรเลียม” พบว่าในส่วนของภาพรวมระดับความพึงพอใจในระดับ มาก

สอดคล้องกับการวิจัยของ ภาณุพงศ์ คงคาน้อย (2553) ที่ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่ตจว. กรุงเทพมหานคร” ในส่วนภาพรวมระดับความพึงพอใจในระดับมาก และสอดคล้องในปัจจัยรายด้านที่มีระดับความพึงพอใจในลำดับสุดท้ายได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

แต่ไม่สอดคล้อง วรรณญา ตรีชะฎา (2551) ที่ได้ศึกษา “ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการต่อสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดสมุทรสาคร” ในส่วนภาพรวมที่ระดับความพึงพอใจของวรรณญาที่มีภาพรวมระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่สอดคล้องในปัจจัยรายด้านที่มีระดับความพึงพอใจในลำดับที่สามและลำดับที่หกได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.2 แสดงสรุปอภิปรายผลการศึกษากับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ส่วนประสมทางการตลาด	พิมพ์พิศา (2558)	รุจิราพร (2553)	ภาณุพงศ์ (2552)	วิรัชญา (2551)
	ระดับที่มีผล/ ลำดับที่	ระดับที่มีผล/ ลำดับที่	ระดับที่มีผล/ ลำดับที่	ระดับที่มีผล/ ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	มาก (3)	มาก (1)	มาก (1)	มาก (3)
ด้านราคา	มาก (6)	ปานกลาง (2)	มาก (5)	ปานกลาง (6)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดการจำหน่าย	มาก (2)	มาก (3)	มาก (3)	มาก (7)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ปานกลาง (7)	ปานกลาง (4)	มาก (7)	ปานกลาง (2)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	มากที่สุด (1)	ปานกลาง (7)	มาก (4)	ปานกลาง (4)
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	มาก (4)	ปานกลาง (6)	มาก (2)	ปานกลาง (5)
ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ	มาก (5)	มาก (5)	มาก (6)	ปานกลาง (1)
ผลค่าเฉลี่ยรวม	มาก	มาก	มาก	ปานกลาง

5.3 ข้อค้นพบ

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการฯ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

ตารางที่ 5.3 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยสูงสุด ระดับความพึงพอใจส่วนผสมทางการตลาดบริการของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้บริการฯ

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	ด้านราคา	4.33	มากที่สุด
2	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ	ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4.33	มากที่สุด
3	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.32	มากที่สุด
4	ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.31	มากที่สุด
5	พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว	ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.30	มากที่สุด
6	ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ	ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ	4.29	มากที่สุด
7	ความรวดเร็วในการให้บริการ	ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.29	มากที่สุด
8	ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ	ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย	4.28	มากที่สุด
9	ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.28	มากที่สุด
10	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อบริการย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ปัจจัยย่อยลำดับถัดมาคือทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ และพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ

ตารางที่ 5.4 แสดงสรุป 10 ลำดับค่าเฉลี่ยต่ำสุด ระดับความพึงพอใจส่วนผสมทางการตลาดบริการ
ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการให้บริการฯ

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ของแถมจากการเติม ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)	ด้านส่งเสริมการตลาด	3.34	ปานกลาง
2	ราคาน้ำมันหล่อลื่น	ด้านราคา	3.59	มาก
3	ราคาสินค้าน้ำดื่ม	ด้านราคา	3.64	มาก
4	เติมลม	ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	3.98	มาก
5	การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ	ด้านกระบวนการในการให้บริการ	3.98	มาก
6	ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.08	มาก
7	จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	มาก
8	ความสะอาดของห้องน้ำ	ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	4.18	มาก
9	การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ	ด้านกายภาพและรูปแบบกา ให้บริการ	4.19	มาก
10	ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	มาก

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนประสม
การตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด 3 อันดับแรก คือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำ
ดื่ม) ปัจจัยย่อยรองลงมาคือ ราคาน้ำมันหล่อลื่น และราคาสินค้าน้ำดื่ม

ตารางที่ 5.5 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.24 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.29 : มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.36 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.20 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้งสะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ (4.27 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ (4.42 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.32 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.38 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานมีความเอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.24 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของพนักงาน ในการให้บริการ (4.44 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการใน การให้บริการ	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.26 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/ บัตรเครดิต/บัตรเครดิต (4.38 : มากที่สุด)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.23 : มากที่สุด)	ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.38 : มากที่สุด)

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ

ตารางที่ 5.6 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.09 : มาก)	จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.12 : มาก)
ด้านราคา	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.57 : มาก)	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.63 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย	ช่องเติมน้ำมันปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมา ใช้บริการ (4.19 : มาก)	ช่องเติมน้ำมันปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมา ใช้บริการ (4.32 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของแถมจากการเติมน้ำมันปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.32 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมน้ำมันปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.38 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.18 : มาก)	พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.34 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ (3.93 : มาก)	การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ (4.08 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	ดีมลม (3.95 : มาก)	ดีมลม (4.05 : มาก)

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือราคาน้ำมันหล่อลื่น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำมันหล่อลื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศชาย ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เติมลม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศหญิง ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เติมลม

ตารางที่ 5.7 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.15 : มาก)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.23 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.38 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.29 : มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.14 : มาก)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.40 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.35 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.38 : มากที่สุด)
ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัด จำหน่าย	ความสะดวกในการ เข้า-ออก สถานี บริการ (4.20 : มาก)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.31 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.46 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.43 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถมจากการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.41 : มาก)	ของแถมจากการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.23 : ปานกลาง)	ของแถมจากการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.34 : ปานกลาง)	ของแถมจากการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (น้ำดื่ม) (3.46 : มาก)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	ความเพียงพอของ พนักงานในการ ให้บริการ (4.23 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของ พนักงานในการ ให้บริการ (4.29 : มากที่สุด)	พนักงานมีความ เอาใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.58 : มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ (4.45 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการ ในการให้บริการ	ความถูกต้องในการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (4.22 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการ ให้บริการ (4.28 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วใน การให้บริการ (4.36 : มากที่สุด)	ความถูกต้องใน การเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.32 : มากที่สุด)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการ ให้บริการ	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.15 : มาก)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.30 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.44 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.26 : มากที่สุด)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ

ตารางที่ 5.8 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.03 : มาก)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.11 : มาก)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.22 : มากที่สุด)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.04 : มาก)
ด้านราคา	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.70 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.44 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.66 : มาก)	ราคาสินค้าน้ำดื่ม (3.64 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว และสถานที่จอด รถมีเพียงพอใน การมาใช้บริการ (4.09 : มาก)	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว และสถานที่จอด รถมีเพียงพอใน การมาใช้บริการ (4.23 : มากที่สุด)	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว และสถานที่จอด รถมีเพียงพอใน การมาใช้บริการ (4.32 : มากที่สุด)	ความสะดวกในการ เข้า-ออก สถานี บริการ (4.25 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.41 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.23 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.34 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.46 : มาก)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.11 : มาก)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.18 : มาก)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พูดยา สุภาพในการ ให้บริการ (4.47 : มากที่สุด)	พนักงานมีความเอา ใจใส่และ กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.20 : มาก)
ด้านกระบวนการใน การให้บริการ	การให้สัญญาณบอก รถเข้า – ออก ภายใน สถานีบริการ (3.88 : มาก)	การให้สัญญาณบอก รถเข้า – ออก ภายใน สถานีบริการ (3.97 : มาก)	การให้สัญญาณบอก รถเข้า – ออก ภายใน สถานีบริการ (4.12 : มาก)	การให้สัญญาณบอก รถเข้า – ออก ภายใน สถานีบริการ (3.98 : มาก)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	ดีมลม (3.98 : มาก)	ดีมลม (3.92 : มาก)	ดีมลม (4.08 : มาก)	ดีมลม (4.01 : มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกธงเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31 – 40 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 – 50 ปี ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.9 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	ความน่าเชื่อถือของ มิเตอร์ ที่วัดปริมาณ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (4.20 : มาก)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.37 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.23 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.23 : มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.20 : มาก)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.33 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว () (4.25 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.42 : มากที่สุด)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.39 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.29 : มากที่สุด)	ความสะดวกใน การเข้า-ออก สถานีบริการ (4.30 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.40 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.68 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.26 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.40 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.25 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ (4.23 : มากที่สุด)	พนักงานมีความเอา ใจใส่กระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.27 : มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ (4.35 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของ พนักงานในการ ให้บริการ (4.39 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการใน การให้บริการ	ความถูกต้องใน การเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.23 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วใน การให้บริการ (4.27 : มากที่สุด)	ความถูกต้องใน การเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.25 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการ ให้บริการ (4.37 : มากที่สุด)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	การแยกห้องน้ำ ชาย / หญิง / ผู้พิการ (4.14 : มาก)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.26 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.27 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.37 : มากที่สุด)

มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจาสุภาพในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พูจาสุภาพในการให้บริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานบริการ

ตารางที่ 5.10 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	รายได้ (บาท)			
	ไม่เกิน 10,000	10,001 – 20,000	20,001 – 30,000	30,001 ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของผู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.09 : มาก)	จำนวนของผู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.18 : มาก)	จำนวนของผู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.05 : มาก)	จำนวนของผู้จ่ายและ หัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.08 : มาก)
ด้านราคา	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.82 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.71 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.53 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.48 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอ ในการมาใช้บริการ (4.14 : มาก)	ความสะดวกใน การเข้า-ออก สถานีบริการ (4.21 : มากที่สุด)	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอ ในการมาใช้บริการ (4.25 : มากที่สุด)	ช่องเดิมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่ จอดรถมีเพียงพอ ในการมาใช้บริการ (4.26 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.68 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.26 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.40 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.25 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.18 : มาก)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.19 : มาก)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.23 : มากที่สุด)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.30 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการใน การให้บริการ	ความรวดเร็วใน การให้บริการ (4.11 : มาก)	ความรวดเร็วในการ ออกใบเสร็จรับเงิน (4.06 : มาก)	ความรวดเร็วในการ ออกใบเสร็จรับเงิน (4.06 : มาก)	ความรวดเร็วในการ ออกใบเสร็จรับเงิน (4.08 : มาก)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	ดีมลม (4.02 : มาก)	ดีมลม (4.00 : มาก)	ดีมลม (4.04 : มาก)	ดีมลม (3.91 : มาก)

รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ของแถมจากการเติมน้ำมันปั๊ม (น้ำมัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงาน ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้าน กระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการ ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย ต่ำสุดคือ ความรวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความ รวดเร็วในการออกไปเสิร์ฟรับเงิน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพ และรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้าน กายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม และในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มี ค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม

ตารางที่ 5.11 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	
	ใช่	ไม่ใช่
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.27 : มากที่สุด)	จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.26 : มากที่สุด)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.34 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.20 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางมาใช้ บริการ (4.35 : มากที่สุด)	ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี บริการ (4.20 : มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.35 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.23 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ (4.32 : มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพ ในการให้บริการ (4.26 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.29 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/ บัตรเครดิต/บัตรเครดิต (4.20 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	ความสะอาดและความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.29 : มากที่สุด)	ความสะอาดและความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.20 : มาก)

จากตารางที่ 5.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเครดิต/บัตรเครดิต

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ

ตารางที่ 5.12 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	การเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ	
	ใช่	ไม่ใช่
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.09 : มาก)	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.11 : มาก)
ด้านราคา	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.58 : มาก)	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.69 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการ จัดจำหน่าย	ช่องเติมน้ำมันปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ (4.25 : มากที่สุด)	ช่องเติมน้ำมันปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ (4.06 : มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของแถมจากการเติมน้ำมัน ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.35 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมน้ำมัน ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.23 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.24 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของพนักงานในการ ให้บริการ (4.11 : มาก)
ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ (3.98 : มาก)	การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีบริการ (4.00 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	ดีมีลม (4.00 : มาก)	ดีมีลม (3.80 : มาก)

จากตารางที่ 5.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำมันหล่อลื่น ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ราคาน้ำมันหล่อลื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมีเพียงพอในการมาใช้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เติมน้ำมัน ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เป็นเจ้าของยานพาหนะ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เติมน้ำมัน

ตารางที่ 5.13 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.34 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.22 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.25 : มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.20 : มาก)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.28 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.22 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.38 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.38 : มากที่สุด)
ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัด จำหน่าย	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการ เดินทาง มาใช้บริการ (4.38 : มากที่สุด)	ความสะดวกในการเข้า- ออก สถานีบริการ (4.32 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการ เดินทาง มาใช้บริการ (4.33 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการ เดินทาง มาใช้บริการ (4.39 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.43 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.48 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.33 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.20 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานมีความเอาใจ ใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.37 : มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพใน การให้บริการ (4.41 : มากที่สุด)	พนักงานมีความเอาใจ ใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว (4.28 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของ พนักงานในการ ให้บริการ (4.32 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการ ในการให้บริการ	ความรวดเร็วในการ ให้บริการ (4.30 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการ รับชำระเงินสด/บัตร เดบิต/บัตรเครดิต (4.25 : มากที่สุด)	ความถูกต้องในการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG) (4.29 : มากที่สุด)	ความถูกต้องในการ เติมก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG) (4.29 : มากที่สุด)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการ ให้บริการ	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.26 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.29 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.33 : มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อยของ สถานีบริการ (4.26 : มากที่สุด)

ในการเติมก๊าซ 18.00 – 22.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 6.00 – 10.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 10.00 – 14.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ ในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 14.00 – 18.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว และในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 18.00 – 22.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 6.00 – 10.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 10.00 – 14.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต ในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 14.00 – 18.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 18.00 – 22.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 6.00 – 10.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 10.00 – 14.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 14.00 – 18.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ และในขณะที่ใช้ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ 18.00 – 22.00 น. ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ

ตารางที่ 5.14 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามช่วงเวลาในการเติมก๊าซ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	ช่วงเวลาในการเติมก๊าซ			
	6.00 – 10.00 น.	10.00 – 14.00 น.	14.00 – 18.00 น.	18.00 – 22.00 น.
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของตู้จ่ายและ หัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (4.16 : มาก)	ความปลอดภัยในการ จ่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (4.12 : มาก)	จำนวนของตู้จ่ายและ หัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (4.08 : มาก)	จำนวนของตู้จ่ายและ หัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (4.03 : มาก)
ด้านราคา	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.65 : มาก)	ราคาสินค้าน้ำดื่ม (3.77 : มาก)	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.56 : มาก)	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.45 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ช่องเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้ บริการ (4.26 : มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวกใน การเดินทาง มาใช้ บริการ (4.13 : มาก)	ช่องเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้ บริการ (4.20 : มาก)	ช่องเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้ บริการ (4.27 : มากที่สุด)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.43 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.48 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.33 : ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.20 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจาสุภาพใน การให้บริการ (4.30 : มากที่สุด)	พนักงานมีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย (4.28 : มากที่สุด)	พนักงานมีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย (4.15 : มาก)	พนักงานมีการแต่งกาย สะอาด เรียบร้อย (4.21 : มากที่สุด)
ด้านกระบวนการใน การให้บริการ	การให้สัญญาณ โบก ธงเข้า-ออก ภายใน สถานีบริการ (4.01 : มาก)	การให้สัญญาณ โบก ธงเข้า-ออก ภายใน สถานีบริการ (3.96 : มาก)	การให้สัญญาณ โบก ธงเข้า-ออก ภายใน สถานีบริการ (3.94 : มาก)	การให้สัญญาณ โบก ธงเข้า-ออก ภายใน สถานีบริการ (4.02 : มาก)
ด้านกายภาพและ รูปแบบการให้บริการ	ดีมลม (4.05 : มาก)	ดีมลม (4.06 : มาก)	ดีมลม (3.91 : มาก)	ดีมลม (3.97 : มาก)

ตารางที่ 5.15 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	
	ใช่	ไม่ใช่
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG) (4.27 : มากที่สุด)	ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัด ปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.17 : มาก)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG) (4.35 : มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียม เหลว (LPG) (4.21 : มากที่สุด)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัด จำหน่าย	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการ เดินทาง มาใช้บริการ (4.36 : มากที่สุด)	ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ (4.16 : มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.37 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.19 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจา สุภาพในการให้บริการ (4.34 : มากที่สุด)	ความเพียงพอของพนักงานใน การให้บริการ (4.17 : มาก)
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	ความถูกต้องในการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.31 : มากที่สุด)	ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.17 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.30 : มากที่สุด)	ความสะอาดและความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.17 : มาก)

จากตารางที่ 5.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ ในขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ได้เลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ

ตารางที่ 5.16 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามการเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	การเลือกใช้บริการเป็นสถานีแรก	
	ใช่	ไม่ใช่
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่าย ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.10 : มาก)	ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (LPG) (4.09 : มาก)
ด้านราคา	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.59 : มาก)	ราคาน้ำมันหล่อลื่น (3.55 : มาก)
ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัด จำหน่าย	ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้บริการ (4.26 : มากที่สุด)	ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถมี เพียงพอในการมาใช้บริการ (4.09 : มาก)
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.37 : ปานกลาง)	ของแถมจากการเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม) (3.19 : ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.26 : มากที่สุด)	พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.07 : มาก)
ด้านกระบวนการในการให้บริการ	การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ (3.99 : มาก)	การให้สัญญาณโบกรถเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ (3.91 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบการ ให้บริการ	เดิมลม (3.99 : มาก)	เดิมลม (3.95 : มาก)

ตารางที่ 5.17 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ เส้นทางที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่ายก๊าซ ฯ	ราคากับคุณภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.30 :มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.20 : มาก)	ความปลอดภัยใน การจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.48 :มากที่สุด)	คุณภาพของก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (3.94 : มาก)
ด้านราคา	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.32 :มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.17 : มาก)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.64 :มากที่สุด)	ราคาจำหน่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.78 :มากที่สุด)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มาใช้บริการ (4.29 :มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.39 :มากที่สุด)	ความสะดวกใน การเข้า-ออก สถานีบริการ (4.52 :มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.17 : มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.31:ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.43 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.60 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (2.72:ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจา สุภาพในการ ให้บริการ (4.34 :มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจา สุภาพในการ ให้บริการ (4.32 :มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจา สุภาพในการ ให้บริการ (4.68 :มากที่สุด)	พนักงานยิ้มแย้ม แจ่มใส พุดจา สุภาพในการ ให้บริการ (3.96 : มาก)
ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	ความรวดเร็วใน การให้บริการ (4.27 :มากที่สุด)	ความถูกต้องใน การเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.29 :มากที่สุด)	ความถูกต้องใน การเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.64 :มากที่สุด)	ความรวดเร็วใน การให้บริการ (3.94 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบ การให้บริการ	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.29 :มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.29 :มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.60 :มากที่สุด)	ความสะอาดและ ความเรียบร้อย ของสถานีบริการ (4.00 : มาก)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีกีฬา คือ ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นให้ระดับที่มีผลต่อ ปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีกีฬา ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีกีฬา คือ ใกล้เคียงบ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีกีฬา ในขณะที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีกีฬา คือ ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีกีฬา และในขณะที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีกีฬา คือ ราคาดีกับคุณภาพ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีกีฬา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 5.18 แสดงสรุปค่าเฉลี่ยต่ำสุดและระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด
บริการ จำแนกตามเหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ

ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีฯ			
	ความน่าเชื่อถือ/ เชื่อมั่น	ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/ เส้นทางที่ใช้สัญจร	ความเที่ยงตรง/ จำนวนหัวจ่ายก๊าซ	ราคากับคุณภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.12 : มาก)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.09 : มาก)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (4.36 :มากที่สุด)	จำนวนของตู้จ่าย และหัวจ่ายก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว (3.56 : มาก)
ด้านราคา	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.67 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.49 : มาก)	ราคา น้ำมันหล่อลื่น (3.64 : มาก)	ราคาลินค้ำน้ำดื่ม (3.06 : ปานกลาง)
ด้านสถานที่หรือช่อง ทางการจัดจำหน่าย	ช่องเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว และสถานที่จอด รถมีเพียงพอใน การมาใช้บริการ (4.21 :มากที่สุด)	ช่องเติมก๊าซ ปิโตรเลียมเหลว และสถานที่จอด รถมีเพียงพอใน การมาใช้บริการ (4.24 :มากที่สุด)	ทำเลที่ตั้ง สะดวก ในการเดินทาง มา ใช้บริการ (4.40 :มากที่สุด)	ความสะดวกใน การเข้า-ออก สถานีบริการ (4.00 : มาก)
ด้านการส่งเสริม การตลาด	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.31:ปานกลาง)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.43 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (3.60 : มาก)	ของแถม (น้ำดื่ม) (2.72:ปานกลาง)
ด้านพนักงานผู้ ให้บริการ	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.25 :มากที่สุด)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.23 :มากที่สุด)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (4.56 :มากที่สุด)	พนักงานมีการ แต่งกายสะอาด เรียบร้อย (3.72 : มาก)
ด้านกระบวนการในการ ให้บริการ	การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานี บริการ (4.00 : มาก)	การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานี บริการ (4.01 : มาก)	การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานี บริการ (4.20 : มาก)	การให้สัญญาณ โบกรถเข้า – ออก ภายในสถานี บริการ (3.61 : มาก)
ด้านกายภาพและรูปแบบ การให้บริการ	ดีมลม (3.97 : มาก)	ดีมลม (4.10 : มาก)	ดีมลม (3.84 : มาก)	ดีมลม (3.67 : มาก)

ในขณะที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีคือความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซฯ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม และในขณะที่เหตุผลสำคัญในการใช้บริการกับสถานีคือราคากับคุณภาพ ให้ระดับที่มีผลต่อปัจจัยย่อยด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เดิมลม

5.4 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ทางผู้ศึกษาขอเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว ตามข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ดังต่อไปนี้

จากการศึกษาพบว่า การให้บริการด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7Ps) ของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด นั้น แม้จะมีระดับ มาก เฉลี่ย 4.03 แต่ยังไม่เพียงพอ ซึ่งอาจต้องพิจารณาเพิ่มเติมแยกออกมาในแต่ละปัจจัยย่อยที่น้อยกว่า 4.00 และควรปรับปรุงเพื่อให้มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยโดยรวมอย่างน้อยควรอยู่ในระดับ 4.5 ขึ้นไป และควรเน้นจุดแข็งของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลวให้มากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะด้านพนักงานผู้ให้บริการ มีบริการที่ดี และเชี่ยวชาญในการให้บริการ ผู้ศึกษาขอเสนอแนะโดยแยกในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ชื่อสถานีบริการ โดยการสร้างภาพลักษณ์ หาชื่อเรียกของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) ให้เป็นที่รู้จัก หรือเมื่อนึกถึงชื่อของสถานีบริการก๊าซรถยนต์ปิโตรเลียมเหลว (LPG)ของบริษัทฯเป็นอันดับแรก

2. นอกจากนั้นเมื่อเทียบจำนวนของผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลวกับสถานีบริการที่อื่นแล้ว จำนวนหัวจ่ายของบริษัทฯ ถือว่ามีค่อนข้างมาก แต่ระดับความพึงพอใจได้เพียงระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าในบางครั้งลูกค้าต้องรอหรือต่อคิวนาน ฉะนั้นในอนาคตถ้าสถานีบริการมีการปรับปรุง ควรมีการวางแผนเพิ่มจำนวนผู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลวเพิ่มเติม

3. จากการศึกษาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชายมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นที่สังเกตว่าถึงแม้ว่ากลุ่มลูกค้าเพศหญิงมาใช้บริการกับสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) น้อยกว่าเพศชาย ซึ่งส่วนนี้ก็เป็นส่วน

สำคัญที่จะต้องการทำการตลาด จึงควรนำเสนอให้ลูกค้ารับทราบว่าทางสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียม มีพนักงานผู้หญิงอยู่ให้บริการทุกช่วงเวลา

4. จากการศึกษาจากการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อย คือ จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) เจ้าของยานพาหนะอยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ไม่ใช่เจ้าของยานพาหนะอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการคือผู้ที่เป็นเจ้าของยานพาหนะ ต้องการจำนวนตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซเพิ่มเติม

ด้านราคา

1. จากการศึกษาพบว่า ราคาสินค้าอื่นๆ เช่น น้ำดื่ม และน้ำมันหล่อลื่น ถึงแม้ว่าไม่ใช่สินค้าหลักของทางบริษัทฯ แต่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้า ดังนั้นควรมีการกำหนดราคาสินค้าที่สอดคล้องกับราคาตลาด เพื่อกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นให้กับสถานีบริการก๊าซรถยนต์ของบริษัทฯ โดยการจัดเป็นรายการส่งเสริมการตลาดเมื่อใช้บริการเติมก๊าซกับบริษัทฯ ก็สามารถซื้อในราคาพิเศษ หรือทำป้ายผลิตภัณฑ์ ที่มีรูป คุณสมบัติที่ชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าสังเกตเห็นขณะรอเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว

2. นอกจากนั้น ทางสถานีบริการก๊าซรถยนต์ของบริษัทฯ ควรมีการกำหนดเงื่อนไขระยะเวลาเครดิตการค้า ให้กับลูกค้าที่เป็นบริษัทที่มีรถที่ติดตั้งใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว ซึ่งเป็นการเพิ่มยอดขายและฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น

3. จากการศึกษาจากการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ พบว่า ปัจจัยย่อย คือ ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG) เจ้าของยานพาหนะอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผู้ไม่ใช่เจ้าของยานพาหนะอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการคือผู้ที่เป็นเจ้าของยานพาหนะ รู้สึกพึงพอใจกับราคา ที่ทางสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลวได้กำหนดไว้

ด้านสถานที่หรือ ช่องทางการจัดการจำหน่าย

1. ควรพิจารณาการปรับปรุงเพิ่มจำนวนห้องน้ำ ซึ่งปัจจุบัน อาจมีความไม่เพียงพอในบางช่วงเวลา ที่มีผู้มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าและเพื่อรองรับจำนวนผู้มาใช้บริการในอนาคตที่เพิ่มขึ้น

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ เพียงพอในการมาใช้บริการ มีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดย

พบว่าเพศชายมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เป็นที่สังเกตว่ากลุ่มลูกค้าของสถานบริการเป็นกลุ่มที่มีเพศชายเป็นส่วนใหญ่ จึงควรปรับปรุงสถานบริการ ก๊าซปิโตรเลียมจะวางตำแหน่งช่องการเติมก๊าซปิโตรเลียมที่สะดวกและมีเนื้อที่ให้การจอดรถเพิ่มมากขึ้นเพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าที่มาใช้บริการ

3. จากการจากการศึกษาจากการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างการเป็นเจ้าของยานพาหนะที่ใช้บริการ พบว่า ผู้เป็นเจ้าของยานพาหนะ มีผลค่าเฉลี่ยระดับดีมาก แต่ผู้ที่ไม่ใช่เจ้าของยานพาหนะมีค่าเฉลี่ยระดับมาก ในปัจจัยย่อย คือ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางมาใช้บริการ/ ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด และความทันสมัย / ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG)และสถานที่จอดรถมีความพอเพียงในการใช้บริการ ซึ่งส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาใช้บริการคือผู้ที่เป็นเจ้าของยานพาหนะ รู้สึกพึงพอใจกับด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ควรให้ความสำคัญในเรื่องการจัดโปรโมชันอย่างคว่นที่สุด เนื่องจากผลการวิจัย พบว่าผู้ที่เข้ามาใช้บริการมีความพึงพอใจ ปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 ซึ่งน้อยกว่ามาตรฐาน ที่ทางสถานบริการ กำหนด ในการสร้างการรับรู้หรือความประทับใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ ควรมีการแจกน้ำดื่มที่มีชื่อสถานบริการอย่างต่อเนื่อง

2. ควรมีการส่งเสริมการขายเพิ่มเติม เช่นการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกประจำปี เช่น การชิงโชค เพื่อชิงของรางวัล หรือการสะสมแต้มเพื่อแลกส่วนลดในการใช้บริการ เป็นต้น

ด้านพนักงานให้บริการ

1. แม้ว่าระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด แต่หัวใจของการบริการ คือพนักงาน ฉะนั้นทางบริษัทควรมีการฝึกอบรม ปลูกจิตสำนึก และทัศนคติที่ดีต่องานด้านการขายและบริการ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานมีความกระตือรือร้น และสามารถให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่ เป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

2. ควรให้พนักงานทุกคนสามารถที่จะออกใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้ เพราะในเวลาที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก การออกใบเสร็จรับเงินอาจจะล่าช้า เมื่อพนักงานทุกคนสามารถออกใบเสร็จได้ก็จะเป็นการลดเวลาที่ลูกค้ารอ

3.จากการศึกษาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า พนักงานมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย มีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชายมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ในขณะที่เพศหญิงมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดท้าย เป็นที่สังเกตว่าหากทางสถานีก๊าซปิโตรเลียมต้องการกลุ่มลูกค้าที่สถานีบริการต้องการทำการตลาด เป็นกลุ่มที่มีเพศชายเป็นส่วนใหญ่ จึงควรปรับปรุงการแต่งกายของพนักงานให้เรียบร้อยมากยิ่งขึ้น

ด้านกระบวนการให้บริการ

1. ควรจัดพนักงานในการอำนวยความสะดวกให้ผู้มารับบริการเกิดความประทับใจ เช่น การให้สัญญาณโบกรถเข้า-ออก ภายในสถานีเพื่อความสะดวกของลูกค้าเวลาเข้าออกสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว และควรเพิ่มพนักงานในช่วงเวลาที่มีลูกค้าเข้ารับบริการค่อนข้างมาก เพื่อความปลอดภัย

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด / บัตรเครดิต/ บัตรเดบิต มีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชายมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดท้าย เป็นที่สังเกตว่าหากทางสถานีก๊าซปิโตรเลียมต้องการกลุ่มลูกค้าที่สถานีบริการต้องการทำการตลาด เป็นกลุ่มที่มีเพศชายเป็นส่วนใหญ่ จึงควรปรับปรุงระบบเรื่องความเร็วในการรับชำระเงิน โดยการต้องฝึกอบรมให้พนักงานเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว(LPG)ให้ทุกคน สามารถทำการรับชำระเงินได้ เพื่อช่วยพนักงานเก็บเงินในกรณีที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเติมก๊าซปิโตรเลียม(LPG) เป็นจำนวนมากเพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการบริการ

ด้านกายภาพ

1. จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การจัดให้มีพนักงานคอยอำนวยความสะดวกในการบริการเติมลม โดยเฉพาะลูกค้าที่เป็นเพศหญิง ซึ่งเป็นเพิ่มการบริการให้แก่ลูกค้าเมื่อเข้ามาใช้บริการภายในสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว เพื่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจ

2. จากการศึกษาเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า ความสะอาดของห้องน้ำ และการแยกชาย/หญิง/ผู้พิการ มีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยพบว่าเพศชายมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ในขณะที่เพศหญิงมีผลค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดท้าย เป็นที่สังเกตว่าหากทางสถานีก๊าซปิโตรเลียมมีกลุ่มลูกค้าที่มีเพศชายเป็นส่วนใหญ่ จึงควรปรับปรุงความสะอาดและจำนวนห้องน้ำชายให้มีความเพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชปัญญา. (2547). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. (2543). *ก๊าซธรรมชาติและก๊าซหุงต้มแตกต่างกันอย่างไร*
สืบค้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม, 2558, จาก www.pttplc.com
- กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2556). *สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลวสำหรับรถยนต์*
สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 15 มกราคม, 2558, จาก <http://www.doeb.go.th>
- กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน. (2548). *พลังงานทดแทน* สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 15 มกราคม,
2558, จาก <http://www.doeb.go.th>
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2545). *การตลาดธุรกิจบริการ*. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
วิโรฒประสานมิตร.
- นโยบายพลังงานแห่งชาติ. (2553). *มติคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2553*
(ครั้งที่ 131) สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 15 มกราคม, 2558, จาก <http://www.eppo.go.th/>
- ภานุพงศ์ คงคาน้อย. (2553). *การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน*
ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานคร สืบค้นเมื่อวันที่ วันที่ 15 มกราคม, 2558, จาก
<http://dspace2.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/433>
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2554). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุจิราพร เตชะเทพ. (2553). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการสถานีบริการ*
น้ำมัน ณ สถานีบริการน้ำมันเอกชัยเพิ่มทรัพย์ปิโตรเลียม สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม, 2558,
จาก <http://cmuir.cmu.ac.th/handle/6653943832/8917>
- วรัญญา ตรีชะฎา. (2551). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการต่อสถานีบริการน้ำมัน*
ปตท. ในจังหวัดสมุทรสาคร สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม, 2558,
จาก <http://repository.cmu.ac.th/handle/6653943832/9173>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร : ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สมิต สัจฉกร. (2542). *การต้อนรับและบริการเป็นเลิศ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชนะ.
- อุทิศ ศิริวรรณ. (2549). *การจัดการการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์ต่อการบริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
สำหรับรถยนต์ บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นการหาข้อมูลเพื่อการศึกษา สำหรับการค้นคว้าแบบอิสระเพื่อสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และต้องการนำข้อมูลที่ได้จากลูกค้าไปพัฒนาโครงการบ้านจัดสรรให้ดีขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด แบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นจึงขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นอิสระและเป็นความจริงมากที่สุด

ผู้ศึกษาขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูง ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

นางสาวพิมพ์พิศา กัลยาณจรี

นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจงรายละเอียดของแบบสอบถามชุดนี้ แบ่งออกเป็น

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียมจำกัด
- ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียมจำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านต้องการเลือกหรือเขียนข้อความตัวเลขลงในช่องว่าง

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ไม่เกิน 20 ปี () 2. 21 – 30 ปี
() 3. 31 – 40 ปี () 4. 41 – 50 ปี
() 5. 51 – 60 ปี () 6. มากกว่า 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- () 1. มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า () 2. อนุปริญญา
() 3. ปริญญาตรี () 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () 1. นักเรียน/นักศึกษา () 2. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() 3. พนักงานบริษัทเอกชน () 4. ธุรกิจส่วนตัว
() 5. รับจ้าง () 6. พ่อบ้าน/แม่บ้าน
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 10,000 บาท () 2. 10,001 – 20,000 บาท
() 3. 20,001 – 30,000 บาท () 4. 30,001 บาทขึ้นไป

6. ประเภทยานพาหนะที่ใช้

- () 1. รถยนต์นั่งส่วนบุคคล () 2. รถบรรทุกส่วนบุคคล (รถกระบะ)
() 3. รถรับจ้าง () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ

7. ยานพาหนะที่ท่านใช้ในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในขณะนี้ เป็นของท่านเองหรือไม่

- () 1. ใช่ () 2. ไม่ใช่

8. เขตที่อยู่อาศัย

- () 1. ตำบลหนองควาย () 2. ตำบลแม่เหียะ
() 3. ตำบลสุเทพ () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ))

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการใช้สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

9. ท่านใช้บริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ในช่วงเวลาใดมากที่สุด (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- () 1. 06.00 - 10.00 น. () 2. 10.01 - 14.00 น.
() 3. 14.01 - 18.00 น. () 4. 18.01 - 22.00 น.

10. ท่านใช้บริการสถานีบริการปิโตรเลียมเหลว (LPG) ที่ครั้งต่อสัปดาห์

- () 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง () 2. 1 ครั้ง
() 3. 2 ครั้ง () 4. 3 ครั้ง
() 5. 4 ครั้ง () 6. 5 ครั้งขึ้นไปต่อสัปดาห์

11. ท่านใช้จ่ายในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) โดยเฉลี่ยต่อครั้งเป็น จำนวนเงินเท่าใด

- () 1. น้อยกว่า 200 บาท () 2. 201 - 300 บาท
() 3. 301 - 400 บาท () 4. มากกว่า 400 บาท

12. ท่านใช้วิธีการชำระเงินค่าก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ด้วยรูปแบบใดมากที่สุด

- () 1. ใช้เงินสด () 2. ใช้บัตรเครดิต
() 3. ใช้บัตรเดบิต () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

13. ท่านรู้จักสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของบริษัทเชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด ได้อย่างไร

- () 1. ตนเอง () 2. เพื่อน
() 3. บุคคลในครอบครัว () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

14. ใครมีส่วนร่วมกับท่านในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) มากที่สุด

- () 1. ตนเอง () 2. บุคคลในครอบครัว เช่น พ่อ แม่ ญาติ
() 3. เพื่อน/คนรู้จัก () 4. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

15. เมื่อถึงเวลาที่ท่านต้องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ท่านเลือกที่จะใช้บริการที่บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด เป็นสถานีบริการแรกหรือไม่

- () 1. ใช่ () 2. ไม่ใช่

16. นอกจากท่านใช้บริการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) แล้วและท่านใช้บริการอื่นๆหรือไม่ (ตอบ ได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. บริการห้องน้ำ () 2. บริการเติมลมยาง
() 3. บริการเครื่องดื่ม () 4. บริการจำหน่ายน้ำมันเครื่อง

17. เหตุผลสำคัญที่สุดที่ท่านเข้ามาใช้บริการที่สถานีบริการก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)

- () 1. ความน่าเชื่อถือ/เชื่อมั่นในตราหือ (ปตท.)
() 2. ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/เส้นทางที่ใช้สัญจร
() 3. ความเที่ยงตรง/จำนวนหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
() 4. ความสะอาดของสถานที่/ห้องน้ำ
() 5. ป้ายสัญลักษณ์ ป้ายแสดงราคา ของสถานีมีความชัดเจน
() 6. พนักงานให้บริการอย่างสุภาพ
() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการก๊าซรถยนต์ (LPG) ของบริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ตามระดับความสำคัญที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ		ระดับความพึงพอใจ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)						
1.	คุณภาพของก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
2.	จำนวนของตู้จ่ายและหัวจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
3.	ความปลอดภัยในการจ่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
4.	ความน่าเชื่อถือของมิเตอร์ ที่วัดปริมาณก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
ด้านราคา (Price)						
1.	ราคาจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
2.	ราคาสินค้าน้ำดื่ม					
3.	ราคาน้ำมันหล่อลื่น					
ด้านสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)						
1.	ทำเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทาง มาใช้บริการ					
2.	ความสะดวกในการเข้า-ออกสถานีบริการฯ					
3.	ช่องเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) และสถานที่จอดรถ มีเพียงพอในการมาใช้บริการ					
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)						
1.	ของแถมจากการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (น้ำดื่ม)					

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ (People)					
1. พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ					
2. พนักงานมีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย					
3. พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว					
4. ความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ					
ด้านกระบวนการในการให้บริการ (Process)					
1. การให้สัญญาณ โบกจรเข้า – ออก ภายในสถานีบริการ					
2. ความรวดเร็วในการให้บริการ					
3. ความรวดเร็วในการรับชำระเงินสด/บัตรเดบิต/บัตรเครดิต					
4. ความรวดเร็วในการออกไปเสร็จรับเงิน					
5. ความถูกต้องในการเติมก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)					
ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ(Physical Evidence)					
1. ความสะอาดและความเรียบร้อยของสถานีบริการ					
2. ความสะอาดของห้องน้ำ					
3. การแยกห้องน้ำชาย / หญิง / ผู้พิการ					
4. เติมลม					

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือเสียสละเวลาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นางสาวพิมพ์พิศา กัลยามจรี
วัน เดือน ปีเกิด	3 กุมภาพันธ์ 2530
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ปีการศึกษา 2548 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีศึกษาศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปีการศึกษา 2553
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2553 – ปัจจุบัน กรรมการผู้จัดการ บริษัท กรุงเทพกลการ (1994) จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอราวัณเครน ห้างหุ้นส่วนจำกัด เค.เค.แอลพีจี บริษัท เชียงใหม่ เค.เค.ปิโตรเลียม จำกัด



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
© by Chiang Mai University
rights reserved