

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลทั้งหมดจากแบบสอบถาม นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย โดยเรียงลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษา ประเภทรถยนต์ที่ใช้ ชนิดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เติม ความถี่ในการเติมน้ำมัน รูปแบบการเติมน้ำมัน การจ่ายเงินในการเติมน้ำมัน และการจ่ายเงินค่าน้ำมัน

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของสถานีบริการ น้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ ประเภทรถที่ใช้ และรูปแบบที่ใช้บริการ

ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ ประเภทรถที่ใช้ และรูปแบบที่ใช้บริการ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการสถานีของบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

| เพศ  | จำนวน | ร้อยละ |
|------|-------|--------|
| ชาย  | 184   | 61.33  |
| หญิง | 116   | 38.67  |
| รวม  | 300   | 100.00 |

จากตาราง 1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.33 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 38.67

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

| อายุ          | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 20 ปี | 64         | 21.33         |
| 21 - 30 ปี    | 105        | 35.00         |
| 31 - 40 ปี    | 86         | 28.67         |
| 41 - 50 ปี    | 24         | 8.00          |
| 51 ปีขึ้นไป   | 21         | 7.00          |
| <b>รวม</b>    | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 2 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.67 มีอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.33 มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.00 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.00

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน

| อาชีพปัจจุบัน              | จำนวน      | ร้อยละ        |
|----------------------------|------------|---------------|
| ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ    | 69         | 23.00         |
| นิสิต / นักเรียน           | 68         | 22.67         |
| พนักงานบริษัทเอกชน         | 65         | 21.67         |
| รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ | 41         | 13.67         |
| เจ้าของธุรกิจ              | 37         | 12.33         |
| แม่บ้าน / พ่อบ้าน          | 20         | 6.66          |
| <b>รวม</b>                 | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 3 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเป็นข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมาคือ เป็นนิสิต / นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.67 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 21.67 รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 13.67 เป็นเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 12.33 และเป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 6.66

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | จำนวน      | ร้อยละ        |
|----------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 5,000 บาท    | 84         | 28.00         |
| 5,001 - 10,000 บาท   | 64         | 21.33         |
| 10,001 - 15,000 บาท  | 62         | 20.67         |
| 15,001 - 20,000 บาท  | 41         | 13.67         |
| 20,001 - 30,000 บาท  | 37         | 12.33         |
| 30,001 บาทขึ้นไป     | 12         | 4.00          |
| <b>รวม</b>           | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 4 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดมีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ มีรายได้ 5,001-10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.33 มีรายได้ 10,001-15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.67 มีรายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.67 มีรายได้ 20,001-30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 12.33 และมีรายได้ 30,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.00

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

| ระดับการศึกษา                  | จำนวน      | ร้อยละ        |
|--------------------------------|------------|---------------|
| ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น        | 0          | 0.00          |
| มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า  | 15         | 5.00          |
| มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า | 34         | 11.33         |
| อนุปริญญาหรือเทียบเท่า         | 113        | 37.67         |
| ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า         | 93         | 31.00         |
| สูงกว่าปริญญาตรี               | 45         | 15.00         |
| <b>รวม</b>                     | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 5 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดจบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 37.67 รองลงมาคือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 31.00 จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 15.00 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 11.33 และจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 5.00 และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาดำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

| ประเภทรถยนต์ที่ใช้ | จำนวน      | ร้อยละ        |
|--------------------|------------|---------------|
| รถจักรยานยนต์      | 110        | 36.67         |
| รถเก๋งส่วนบุคคล    | 105        | 35.00         |
| รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล | 85         | 28.33         |
| <b>รวม</b>         | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 6 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดใช้รถจักรยานยนต์ คิดเป็นร้อยละ 36.67 ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 35.00 และใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 28.33

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เติม

| ชนิดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เติม | จำนวน      | ร้อยละ        |
|-----------------------------|------------|---------------|
| ALPHA-X 91                  | 104        | 34.67         |
| ALPHA-X 95                  | 123        | 41.00         |
| DELTA-X (ดีเซล)             | 73         | 24.33         |
| <b>รวม</b>                  | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 7 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเติมน้ำมันเชื้อเพลิงชนิด ALPHA-X 95 คิดเป็นร้อยละ 41.00 เติมน้ำมันเชื้อเพลิงชนิด ALPHA-X 91 คิดเป็นร้อยละ 34.67 และเติมน้ำมันเชื้อเพลิงชนิด DELTA-X (ดีเซล) คิดเป็นร้อยละ 24.33



ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเติมน้ำมัน

| ความถี่ในการเติมน้ำมัน | จำนวน      | ร้อยละ        |
|------------------------|------------|---------------|
| 1 - 3 ครั้งต่อเดือน    | 65         | 21.67         |
| 4 - 5 ครั้งต่อเดือน    | 92         | 30.67         |
| 6 - 7 ครั้งต่อเดือน    | 62         | 20.66         |
| 8 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน  | 81         | 27.00         |
| <b>รวม</b>             | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 8 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเติมน้ำมัน 4-5 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30.67 รองลงมาคือ เติมน้ำมัน 8 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 27.00 เติมน้ำมัน 1-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 21.67 และเติมน้ำมัน 6-7 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 20.66

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเติมน้ำมัน

| รูปแบบการเติมน้ำมัน                   | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---------------------------------------|------------|---------------|
| เติมน้ำมัน ปตท. ป้อมประจำป้อมเดียว    | 25         | 8.33          |
| เติม ปตท. ยี่ห้อเดียว แต่ป้อมไหนก็ได้ | 66         | 22.00         |
| เติม ปตท. และยี่ห้ออื่น ๆ             | 209        | 69.67         |
| <b>รวม</b>                            | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 9 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดเติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 69.67 เติมน้ำมัน ปตท. ยี่ห้อเดียว แต่ป้อมไหนก็ได้ คิดเป็นร้อยละ 22.00 และเติมน้ำมัน ปตท. ป้อมประจำป้อมเดียว คิดเป็นร้อยละ 8.33

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่จ่ายในการเติมน้ำมัน

| จำนวนเงินที่จ่ายในการเติมน้ำมัน | จำนวน      | ร้อยละ        |
|---------------------------------|------------|---------------|
| ไม่เกิน 50 บาท                  | 99         | 33.00         |
| 51- 100 บาท                     | 6          | 2.00          |
| 101 - 300 บาท                   | 111        | 37.00         |
| 301 - 500 บาท                   | 71         | 23.67         |
| 501 บาทขึ้นไป                   | 13         | 4.33          |
| <b>รวม</b>                      | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 10 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่สุดจ่ายเงิน 101-300 บาทในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมาคือ จ่ายเงินไม่เกิน 50 บาทในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.00 จ่ายเงิน 301-500 บาทในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 23.67 จ่ายเงิน 501 บาทขึ้นไปในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.33 และจ่ายเงิน 51-100 บาทในการเติมน้ำมันแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน

| วิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน | จำนวน      | ร้อยละ        |
|--------------------------|------------|---------------|
| เงินสด                   | 227        | 75.67         |
| บัตรเครดิต               | 43         | 14.33         |
| บัตรเดบิต                | 30         | 10.00         |
| <b>รวม</b>               | <b>300</b> | <b>100.00</b> |

จากตาราง 11 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จ่ายเงินค่าน้ำมันเป็นเงินสด คิดเป็นร้อยละ 75.67 จ่ายเงินค่าน้ำมันโดยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 14.33 และจ่ายเงินค่าน้ำมันโดยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของสถานีบริการ  
น้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านผลิตภัณฑ์

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                  | มาก    |     | ปานกลาง |      | น้อย   |            | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|--|--------|-----|---------|------|--------|------------|-----------|------|------------------|----------|
|  | ที่สุด | มาก | กลาง    | น้อย | ที่สุด | น้อยที่สุด |           |      |                  |          |
| 1. ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน           | 117    | 120 | 62      | 1    | -      | -          | 4.18      | 0.76 | มาก              | 1        |
| 2. ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน                 | 116    | 127 | 52      | 5    | -      | -          | 4.18      | 0.77 | มาก              | 1        |
| 3. ความน่าเชื่อถือของ ปตท.                           | 102    | 147 | 50      | 1    | -      | -          | 4.17      | 0.70 | มาก              | 3        |
| 4. การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน | 89     | 122 | 63      | 25   | 1      | 1          | 3.91      | 0.93 | มาก              | 4        |
| 5. การมีบริการล้างอัดฉีด / ถ่ายน้ำมันเครื่อง         | 65     | 128 | 81      | 21   | 5      | 5          | 3.76      | 0.93 | มาก              | 5        |
| 6. การมีบริการเติมลมและเช็คกระจก                     | 50     | 135 | 71      | 36   | 8      | 8          | 3.61      | 0.99 | มาก              | 6        |
| รวม  |        |     |         |      |        |            | 3.96      | 0.71 | มาก              |          |

จากตาราง 12 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 3.61-4.18)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน และความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของ ปตท. ตามลำดับ

ตาราง 13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านราคา

| ปัจจัยด้านราคา                        | การกระจาย   |              |             |           |            | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|---------------------------------------|-------------|--------------|-------------|-----------|------------|-----------|------|------------------|----------|
|                                       | มากที่สุด   | มาก          | ปานกลาง     | น้อย      | น้อยที่สุด |           |      |                  |          |
| 1. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน      | 70<br>23.3% | 156<br>52.0% | 68<br>22.7% | 5<br>1.7% | 1<br>0.3%  | 3.96      | 0.75 | มาก              | 1        |
| 2. ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ | 62<br>20.7% | 162<br>54.0% | 73<br>24.3% | 2<br>0.7% | 1<br>0.3%  | 3.94      | 0.71 | มาก              | 2        |
|                                       | รวม         |              |             |           |            | 3.95      | 0.69 | มาก              |          |

จากตาราง 13 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านราคา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านราคา อยู่ในระดับมากในทุกหัวข้อ (3.94-3.96)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านราคาตามลำดับคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ

ตาราง 14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย | มาก          |              | ปานกลาง     |            | น้อย      |      | ค่า<br>เฉลี่ย | S.D. | ระดับ<br>ความ<br>พึงพอใจ | ลำดับ<br>ที่ |
|------------------------------------|--------------|--------------|-------------|------------|-----------|------|---------------|------|--------------------------|--------------|
|                                    | ที่สุด       | มาก          | กลาง        | น้อย       | ที่สุด    | น้อย |               |      |                          |              |
| 1. ทำเลของสถานีบริการ<br>น้ำมัน    | 107<br>35.7% | 110<br>36.7% | 82<br>27.3% | 1<br>0.3%  | -         | -    | 4.08          | 0.80 | มาก                      | 1            |
| 2. จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน              | 98<br>32.7%  | 121<br>40.3% | 63<br>21.0% | 17<br>5.7% | 1<br>0.3% | 1    | 3.99          | 0.89 | มาก                      | 2            |
| 3. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง        | 77<br>25.7%  | 103<br>34.3% | 83<br>27.7% | 29<br>9.7% | 8<br>2.7% | 8    | 3.71          | 1.04 | มาก                      | 3            |
|                                    | รวม          |              |             |            |           |      | 3.92          | 0.74 | มาก                      |              |

จากตาราง 14 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 3.71-4.08)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน และการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด   | มาก         |              | ปานกลาง     |             | น้อย       |        | ค่าเฉลี่ย | S.D.    | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|--|-------------|--------------|-------------|-------------|------------|--------|-----------|---------|------------------|----------|
|  | ที่สุด      | มาก          | มาก         | กลาง        | น้อย       | ที่สุด |           |         |                  |          |
| 1. ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล                              | 50<br>16.7% | 130<br>43.3% | 82<br>27.3% | 35<br>11.7% | 3<br>1.0%  | 3.63   | 0.93      | มาก     | 1                |          |
| 2. การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ  | 54<br>18.0% | 129<br>43.0% | 74<br>24.7% | 36<br>12.0% | 7<br>2.3%  | 3.62   | 0.99      | มาก     | 2                |          |
| 3. การจัดรายการชิงโชค  | 41<br>13.7% | 104<br>34.7% | 90<br>30.0% | 48<br>16.0% | 17<br>5.7% | 3.35   | 1.08      | ปานกลาง | 4                |          |
| 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ | 63<br>21.0% | 95<br>31.7%  | 98<br>32.7% | 28<br>9.3%  | 16<br>5.3% | 3.54   | 1.09      | มาก     | 3                |          |
|  |             |              |             |             |            | รวม    | 3.53      | 0.89    | มาก              |          |

จากตาราง 15 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.35-3.63)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล รองลงมาคือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ ตามลำดับ



ตาราง 16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในค่านุเคราะห์

| ปัจจัยด้านนุเคราะห์   | ระดับ     |       |         |       |            | ค่าเฉลี่ย   | S.D.        | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|---|-----------|-------|---------|-------|------------|-------------|-------------|------------------|----------|
|   | มากที่สุด | มาก   | ปานกลาง | น้อย  | น้อยที่สุด |             |             |                  |          |
| 1. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน เช่น การเติมน้ำมัน                                   | 23        | 150   | 113     | 13    | 1          | 3.60        | 0.71        | มาก              | 4        |
| ครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น  | 7.7%      | 50.0% | 37.7%   | 4.3%  | 0.3%       |             |             |                  |          |
| 2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน   | 14        | 159   | 109     | 14    | 4          | 3.55        | 0.72        | มาก              | 6        |
|   | 4.7%      | 53.0% | 36.3%   | 4.7%  | 1.3%       |             |             |                  |          |
| 3. ความรู้ ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน   | 12        | 132   | 126     | 29    | 1          | 3.42        | 0.73        | ปานกลาง          | 9        |
|   | 4.0%      | 44.0% | 42.0%   | 9.7%  | 0.3%       |             |             |                  |          |
| 4. ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ   | 46        | 150   | 93      | 9     | 2          | 3.76        | 0.77        | มาก              | 2        |
|   | 15.3%     | 50.0% | 31.0%   | 3.0%  | 0.7%       |             |             |                  |          |
| 5. ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน                           | 26        | 141   | 100     | 32    | 1          | 3.53        | 0.81        | มาก              | 7        |
|   | 8.7%      | 47.0% | 33.3%   | 10.7% | 0.3%       |             |             |                  |          |
| 6. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย                        | 22        | 130   | 109     | 37    | 2          | 3.44        | 0.83        | ปานกลาง          | 8        |
|   | 7.3%      | 43.3% | 36.3%   | 12.3% | 0.7%       |             |             |                  |          |
| 7. ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น | 34        | 158   | 91      | 14    | 3          | 3.69        | 0.77        | มาก              | 3        |
|   | 11.3%     | 52.7% | 30.3%   | 4.7%  | 1.0%       |             |             |                  |          |
| 8. การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน  | 71        | 134   | 65      | 28    | 2          | 3.81        | 0.92        | มาก              | 1        |
|   | 23.7%     | 44.7% | 21.7%   | 9.3%  | 0.7%       |             |             |                  |          |
| 9. บุคลิกภาพของพนักงาน  | 39        | 127   | 104     | 27    | 3          | 3.57        | 0.86        | มาก              | 5        |
|   | 13.0%     | 42.3% | 34.7%   | 9.0%  | 1.0%       |             |             |                  |          |
| <b>รวม</b>  |           |       |         |       |            | <b>3.59</b> | <b>0.57</b> | <b>มาก</b>       |          |

จากตาราง 16 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.42-3.81)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน รองลงมาคือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

| ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ<br>ลักษณะทางกายภาพ              | ระดับ        |              |             |             |                | ค่า<br>เฉลี่ย | S.D. | ระดับ<br>ความ<br>พึงพอ<br>ใจ | ลำดับ<br>ที่ |
|---|--------------|--------------|-------------|-------------|----------------|---------------|------|------------------------------|--------------|
|   | มากที่สุด    | มาก          | ปาน<br>กลาง | น้อย        | น้อย<br>ที่สุด |               |      |                              |              |
| 1. ความสะอาดและเป็นระเบียบ<br>เรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน | 115<br>38.3% | 112<br>37.3% | 68<br>22.7% | 5<br>1.7    | -              | 4.12          | 0.81 | มาก                          | 2            |
| 2. ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการ<br>น้ำมัน               | 110<br>36.7% | 120<br>40.0% | 59<br>19.7% | 11<br>3.7%  | -              | 4.10          | 0.84 | มาก                          | 3            |
| 3. ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี<br>บริการน้ำมัน             | 122<br>40.7% | 96<br>32.0%  | 70<br>23.3% | 12<br>4.0%  | -              | 4.09          | 0.89 | มาก                          | 4            |
| 4. ความสะอาดของห้องน้ำภายใน<br>สถานีบริการน้ำมัน            | 69<br>23.0%  | 146<br>48.7% | 59<br>19.7% | 25<br>8.3%  | 1<br>0.3%      | 3.86          | 0.88 | มาก                          | 6            |
| 5. ความเพียงพอของห้องน้ำ                                    | 87<br>29.0%  | 115<br>38.3% | 73<br>24.3% | 23<br>7.7%  | 2<br>0.7%      | 3.87          | 0.94 | มาก                          | 5            |
| 6. การออกแบบตกแต่งสวนหย่อม<br>ภายในสถานีบริการน้ำมัน        | 84<br>28.0%  | 106<br>35.3% | 74<br>24.7% | 33<br>11.0% | 3<br>1.0%      | 3.78          | 1.01 | มาก                          | 7            |
| 7. ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน                              | 135<br>45.0% | 93<br>31.0%  | 54<br>18.0% | 16<br>5.3%  | 2<br>0.7%      | 4.14          | 0.94 | มาก                          | 1            |
| รวม   |              |              |             |             |                | 3.99          | 0.75 | มาก                          |              |

จากตาราง 17 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอ  
ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านการสร้าง  
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 3.78-4.14)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับ  
แรก คือ ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของ  
สถานีบริการน้ำมัน และที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านกระบวนการให้บริการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ  | มาก    |     | ปานกลาง |      | น้อย   |      | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความพึงพอใจ | ลำดับที่ |
|---|--------|-----|---------|------|--------|------|-----------|------|------------------|----------|
|   | ที่สุด | มาก | กลาง    | น้อย | ที่สุด | น้อย |           |      |                  |          |
| 1. ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน   | 40     | 173 | 75      | 12   | -      | -    | 3.80      | 0.71 | มาก              | 3        |
| 2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน  | 69     | 127 | 91      | 13   | -      | -    | 3.84      | 0.83 | มาก              | 1        |
| 3. ความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน  | 39     | 145 | 99      | 17   | -      | -    | 3.69      | 0.77 | มาก              | 4        |
| 4. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต                                  | 53     | 117 | 107     | 23   | -      | -    | 3.67      | 0.86 | มาก              | 5        |
| 5. การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก | 106    | 82  | 71      | 36   | 5      | 5    | 3.83      | 1.09 | มาก              | 2        |
| รวม   |        |     |         |      |        |      | 3.76      | 0.70 | มาก              |          |

จากตาราง 18 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 3.67-3.84)

กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน รองลงมาคือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก และความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมันตามลำดับ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                  | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย     | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย    | ลำดับที่ |
|--|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีสervisน้ำมัน           | 4.07<br>(มาก)        | 2        | 4.35<br>(มาก)        | 2        |
| 2. ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน                 | 4.09<br>(มาก)        | 1        | 4.32<br>(มาก)        | 3        |
| 3. ความน่าเชื่อถือของ ปตท.                           | 4.02<br>(มาก)        | 3        | 4.40<br>(มาก)        | 1        |
| 4. การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีสervisน้ำมัน | 3.89<br>(มาก)        | 4        | 3.94<br>(มาก)        | 4        |
| 5. การมีบริการล้างอัดฉีด / ถ่ายน้ำมันเครื่อง         | 3.67<br>(มาก)        | 5        | 3.89<br>(มาก)        | 5        |
| 6. การมีบริการเติมลมและเช็คกระบอก                    | 3.53<br>(มาก)        | 6        | 3.73<br>(มาก)        | 6        |
| <b>รวม</b>   | <b>3.87</b><br>(มาก) |          | <b>4.10</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 19 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.87 และ 4.10 ตามลำดับ

เพศชายมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ มีความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีสervisน้ำมัน และความน่าเชื่อถือของ ปตท. ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของ ปตท. รองลงมาคือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีสervisน้ำมัน และความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านราคา                        | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย            | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย           | ลำดับที่ |
|---------------------------------------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| 1. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน      | 3.90<br>(มาก)               | 1        | 4.07<br>(มาก)               | 1        |
| 2. ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ | 3.88<br>(มาก)               | 2        | 4.04<br>(มาก)               | 2        |
| <b>รวม</b>                            | <b>3.88</b><br><b>(มาก)</b> |          | <b>4.05</b><br><b>(มาก)</b> |          |

จากตาราง 20 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านราคา อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.88 และ 4.05 ตามลำดับ

เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคา คือ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านราคาตามลำดับ คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ตามลำดับ

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย            | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย           | ลำดับที่ |
|--------------------------------|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน    | 4.00<br>(มาก)               | 1        | 4.20<br>(มาก)               | 1        |
| 2. จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน          | 3.92<br>(มาก)               | 2        | 4.10<br>(มาก)               | 2        |
| 3. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง    | 3.82<br>(มาก)               | 3        | 3.53<br>(มาก)               | 3        |
| <b>รวม</b>                     | <b>3.91</b><br><b>(มาก)</b> |          | <b>3.94</b><br><b>(มาก)</b> |          |

จากตาราง 21 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 และ 3.94 ตามลำดับ

เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ คือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน และการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด   | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย            | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย           | ลำดับ<br>ที่ |
|--|-----------------------------|----------|-----------------------------|--------------|
| 1. ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล                            | 3.58<br>(มาก)               | 2        | 3.71<br>(มาก)               | 1            |
| 2. การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ  | 3.65<br>(มาก)               | 1        | 3.58<br>(มาก)               | 3            |
| 3. การจัดรายการชิงโชค  | 3.31<br>(ปานกลาง)           | 4        | 3.41<br>(ปานกลาง)           | 4            |
| 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ | 3.51<br>(มาก)               | 3        | 3.59<br>(มาก)               | 2            |
| <b>รวม</b>   | <b>3.51</b><br><b>(มาก)</b> |          | <b>3.56</b><br><b>(มาก)</b> |              |

จากตาราง 22 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.51 และ 3.56 ตามลำดับ

เพศชายมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ รองลงมาคือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัลรองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ และการแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ ตามลำดับ



ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านบุคลากร   | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย     | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย    | ลำดับที่ |
|---|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน<br>เช่น การเติมน้ำมันครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น                  | 3.49<br>(ปานกลาง)    | 5        | 3.78<br>(มาก)        | 2        |
| 2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของ<br>พนักงาน   | 3.41<br>(ปานกลาง)    | 8        | 3.78<br>(มาก)        | 2        |
| 3. ความรู้ ความสามารถในการให้บริการของ<br>พนักงาน   | 3.35<br>(ปานกลาง)    | 9        | 3.52<br>(มาก)        | 8        |
| 4. ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้<br>บริการ   | 3.81<br>(มาก)        | 1        | 3.69<br>(มาก)        | 4        |
| 5. ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการ<br>ต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน                               | 3.48<br>(ปานกลาง)    | 7        | 3.60<br>(มาก)        | 6        |
| 6. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น<br>ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย                             | 3.49<br>(ปานกลาง)    | 5        | 3.36<br>(ปานกลาง)    | 9        |
| 7. ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้<br>บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและ<br>การทอนเงิน เป็นต้น | 3.79<br>(มาก)        | 2        | 3.53<br>(มาก)        | 7        |
| 8. การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการ<br>ของพนักงาน  | 3.76<br>(มาก)        | 3        | 3.91<br>(มาก)        | 1        |
| 9. บุคลิกภาพของพนักงาน  | 3.54<br>(มาก)        | 4        | 3.62<br>(มาก)        | 5        |
| <b>รวม</b>  | <b>3.57</b><br>(มาก) |          | <b>3.64</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 23 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร  
อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.57 และ 3.64 ตามลำดับ

เพศชายมีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น และการเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงานตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน รองลงมาคือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน เช่น การเติมน้ำมัน ครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น กับความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ  
ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ<br>ทางกายภาพ              | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|---|------------------|----------|-------------------|----------|
| 1. ความสะอาดและเป็นระเบียบ<br>เรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน | 4.04<br>(มาก)    | 2        | 4.26<br>(มาก)     | 2        |
| 2. ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการ<br>น้ำมัน               | 4.08<br>(มาก)    | 1        | 4.13<br>(มาก)     | 4        |
| 3. ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี<br>บริการน้ำมัน             | 4.04<br>(มาก)    | 2        | 4.17<br>(มาก)     | 3        |
| 4. ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานี<br>บริการน้ำมัน            | 3.81<br>(มาก)    | 5        | 3.93<br>(มาก)     | 6        |
| 5. ความเพียงพอของห้องน้ำ                                    | 3.72<br>(มาก)    | 7        | 4.11<br>(มาก)     | 5        |
| 6. การออกแบบตกแต่งสวนหย่อม<br>ภายในสถานีบริการน้ำมัน        | 3.78<br>(มาก)    | 6        | 3.79<br>(มาก)     | 7        |
| 7. ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน                              | 4.03<br>(มาก)    | 4        | 4.33<br>(มาก)     | 1        |
| รวม   | 3.92<br>(มาก)    |          | 4.10<br>(มาก)     |          |

จากตาราง 24 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านการสร้าง  
และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.92 และ 4.10  
ตามลำดับ

เพศชายมีความพึงพอใจด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ที่จอดรถและพื้นที่  
ของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน กับความ  
สะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน และความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามเพศ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ  | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย            | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย           | ลำดับที่ |
|---|-----------------------------|----------|-----------------------------|----------|
| 1. ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน   | 3.84<br>(มาก)               | 1        | 3.75<br>(มาก)               | 3        |
| 2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน  | 3.83<br>(มาก)               | 2        | 3.86<br>(มาก)               | 1        |
| 3. ความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน  | 3.69<br>(มาก)               | 4        | 3.68<br>(มาก)               | 5        |
| 4. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต                                  | 3.65<br>(มาก)               | 5        | 3.69<br>(มาก)               | 4        |
| 5. การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก | 3.82<br>(มาก)               | 3        | 3.84<br>(มาก)               | 2        |
| <b>รวม</b>  | <b>3.76</b><br><b>(มาก)</b> |          | <b>3.76</b><br><b>(มาก)</b> |          |

จากตาราง 25 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากันคือ 3.76

เพศชายมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน และการบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก ตามลำดับ

เพศหญิงมีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน รองลงมาคือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก และความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                  | รถจักรยานยนต์        | ลำดับที่ | รถเก๋ง               | ลำดับที่ | รถปิ๊กอัพ            | ลำดับที่ |
|--|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีสervisน้ำมัน           | 4.00<br>(มาก)        | 4        | 4.20<br>(มาก)        | 2        | 4.38<br>(มาก)        | 1        |
| 2. ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน                 | 4.07<br>(มาก)        | 2        | 4.23<br>(มาก)        | 1        | 4.26<br>(มาก)        | 2        |
| 3. ความน่าเชื่อถือของ ปตท.                           | 4.15<br>(มาก)        | 1        | 4.11<br>(มาก)        | 3        | 4.25<br>(มาก)        | 3        |
| 4. การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน | 4.01<br>(มาก)        | 3        | 3.70<br>(มาก)        | 4        | 4.04<br>(มาก)        | 4        |
| 5. การมีบริการล้างอัดฉีด / ถ่ายน้ำมันเครื่อง         | 3.75<br>(มาก)        | 5        | 3.67<br>(มาก)        | 5        | 3.87<br>(มาก)        | 5        |
| 6. การมีบริการเติมลมและเช็คกระบอก                    | 3.56<br>(มาก)        | 6        | 3.51<br>(มาก)        | 6        | 3.79<br>(มาก)        | 6        |
| <b>รวม</b>   | <b>3.92</b><br>(มาก) |          | <b>3.90</b><br>(มาก) |          | <b>4.09</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 26 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.92 3.90 และ 4.09 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของ ปตท. รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน และการมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน และความน่าเชื่อถือของ ปตท. ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน และความน่าเชื่อถือของ ปตท. ตามลำดับ

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านราคา                        | รถจักรยานยนต์        | ลำดับที่ | รถเก๋ง               | ลำดับที่ | รถปิ๊กอัพ            | ลำดับที่ |
|---------------------------------------|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน      | 3.93<br>(มาก)        | 1        | 3.80<br>(มาก)        | 1        | 4.21<br>(มาก)        | 2        |
| 2. ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ | 3.90<br>(มาก)        | 2        | 3.70<br>(มาก)        | 2        | 4.29<br>(มาก)        | 1        |
| <b>รวม</b>                            | <b>3.91</b><br>(มาก) |          | <b>3.74</b><br>(มาก) |          | <b>4.25</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 27 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านราคา อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 3.74 และ 4.25 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถเก๋งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านราคาตามลำดับ คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านราคาตามลำดับ คือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ รองลงมาคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | รถจักรยานยนต์        | ลำดับที่ | รถเก๋ง               | ลำดับที่ | รถปิกอัพ             | ลำดับที่ |
|--------------------------------|----------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน    | 3.92<br>(มาก)        | 2        | 4.04<br>(มาก)        | 1        | 4.33<br>(มาก)        | 1        |
| 2. จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน          | 4.06<br>(มาก)        | 1        | 3.95<br>(มาก)        | 2        | 3.95<br>(มาก)        | 2        |
| 3. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง    | 3.72<br>(มาก)        | 3        | 3.50<br>(มาก)        | 3        | 3.94<br>(มาก)        | 3        |
| <b>รวม</b>                     | <b>3.90</b><br>(มาก) |          | <b>3.83</b><br>(มาก) |          | <b>4.07</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 28 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 3.83 และ 4.07 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน รองลงมาคือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน และการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล และใช้รถปิกอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน และการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตามลำดับ



ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  | รถ                       | ลำดับ | รถเก๋ง                   | ลำดับ | รถปิ๊กอัพ            | ลำดับ |
|---|--------------------------|-------|--------------------------|-------|----------------------|-------|
|   | จักรยานยนต์              | ที่   |                          | ที่   |                      | ที่   |
| 1. ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล                             | 3.58<br>(มาก)            | 1     | 3.51<br>(มาก)            | 1     | 3.84<br>(มาก)        | 3     |
| 2. การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ   | 3.48<br>(ปานกลาง)        | 3     | 3.43<br>(ปานกลาง)        | 2     | 4.05<br>(มาก)        | 1     |
| 3. การจัดรายการชิงโชค   | 3.10<br>(ปานกลาง)        | 4     | 3.28<br>(ปานกลาง)        | 3     | 3.75<br>(มาก)        | 4     |
| 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ | 3.55<br>(มาก)            | 2     | 3.28<br>(ปานกลาง)        | 3     | 3.85<br>(มาก)        | 2     |
| <b>รวม</b>  | <b>3.42</b><br>(ปานกลาง) |       | <b>3.37</b><br>(ปานกลาง) |       | <b>3.87</b><br>(มาก) |       |

จากตาราง 29 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถเก๋งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.42 และ 3.37 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.87

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ และการแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล รองลงมาคือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ และการจัดรายการชิงโชค ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านราคา 3 อันดับแรก คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ และระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล ตามลำดับ

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านบุคลากร   | รถจักรยายนต์             | ลำดับที่ | รถเก๋ง               | ลำดับที่ | รถปิ๊กอัพ            | ลำดับที่ |
|---|--------------------------|----------|----------------------|----------|----------------------|----------|
| 1. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน<br>เช่น การเติมน้ำมันครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น          | 3.54<br>(มาก)            | 4        | 3.55<br>(มาก)        | 4        | 3.75<br>(มาก)        | 3        |
| 2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน   | 3.41<br>(ปานกลาง)        | 6        | 3.53<br>(มาก)        | 6        | 3.75<br>(มาก)        | 3        |
| 3. ความรู้ ความสามารถในการให้บริการของพนักงาน   | 3.35<br>(ปานกลาง)        | 9        | 3.42<br>(ปานกลาง)    | 8        | 3.49<br>(ปานกลาง)    | 9        |
| 4. ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ   | 3.65<br>(มาก)            | 1        | 4.03<br>(มาก)        | 1        | 3.58<br>(มาก)        | 8        |
| 5. ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน                           | 3.36<br>(ปานกลาง)        | 8        | 3.51<br>(มาก)        | 7        | 3.76<br>(มาก)        | 5        |
| 6. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน<br>เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย                     | 3.38<br>(ปานกลาง)        | 7        | 3.34<br>(ปานกลาง)    | 9        | 3.65<br>(มาก)        | 7        |
| 7. ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น | 3.62<br>(มาก)            | 2        | 3.75<br>(มาก)        | 3        | 3.69<br>(มาก)        | 6        |
| 8. การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน  | 3.58<br>(มาก)            | 3        | 3.80<br>(มาก)        | 2        | 4.13<br>(มาก)        | 1        |
| 9. คุณลักษณะของพนักงาน  | 3.42<br>(ปานกลาง)        | 5        | 3.55<br>(มาก)        | 4        | 3.80<br>(มาก)        | 2        |
| <b>รวม</b>  | <b>3.47</b><br>(ปานกลาง) |          | <b>3.61</b><br>(มาก) |          | <b>3.73</b><br>(มาก) |          |

จากตาราง 30 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.61 และ 3.73 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.47

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น และการเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาคือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน รองลงมาคือ บุคลิกภาพของพนักงาน และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน เช่น การเติมน้ำมันครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น ตามลำดับ

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ<br>ลักษณะทางกายภาพ              | รถ<br>จักรยานยนต์    | ลำดับ<br>ที่ | รถแท็กซี่            | ลำดับ<br>ที่ | รถปิกอัพ             | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------|
| 1. ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย<br>ของสถานีบริการน้ำมัน | 3.92<br>(มาก)        | 4            | 4.25<br>(มาก)        | 2            | 4.24<br>(มาก)        | 1            |
| 2. ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการ<br>น้ำมัน               | 4.00<br>(มาก)        | 2            | 4.12<br>(มาก)        | 3            | 4.19<br>(มาก)        | 4            |
| 3. ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี<br>บริการน้ำมัน             | 4.08<br>(มาก)        | 1            | 4.02<br>(มาก)        | 4            | 4.20<br>(มาก)        | 2            |
| 4. ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานี<br>บริการน้ำมัน            | 3.83<br>(มาก)        | 5            | 3.80<br>(มาก)        | 6            | 3.96<br>(มาก)        | 6            |
| 5. ความเพียงพอของห้องน้ำ                                    | 3.80<br>(มาก)        | 7            | 3.91<br>(มาก)        | 5            | 3.92<br>(มาก)        | 7            |
| 6. การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมภายใน<br>สถานีบริการน้ำมัน        | 3.81<br>(มาก)        | 6            | 3.59<br>(มาก)        | 7            | 3.99<br>(มาก)        | 5            |
| 7. ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน                              | 3.95<br>(มาก)        | 3            | 4.30<br>(มาก)        | 1            | 4.20<br>(มาก)        | 2            |
| <b>รวม</b>  | <b>3.91</b><br>(มาก) |              | <b>3.99</b><br>(มาก) |              | <b>4.09</b><br>(มาก) |              |

จากตาราง 31 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถแท็กซี่ส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.91 3.99 และ 4.09 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน และความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถแท็กซี่ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน และที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระดับข้อส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน กับความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมันตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ  | รถ<br>จักรยานยนต์    | ลำดับ<br>ที่ | รถแท็กซี่            | ลำดับ<br>ที่ | รถปิกอัพ             | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------|--------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------|
| 1. ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน   | 3.70<br>(มาก)        | 1            | 3.88<br>(มาก)        | 2            | 3.85<br>(มาก)        | 3            |
| 2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน  | 3.63<br>(มาก)        | 4            | 3.87<br>(มาก)        | 3            | 4.08<br>(มาก)        | 1            |
| 3. ความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน  | 3.66<br>(มาก)        | 2            | 3.71<br>(มาก)        | 4            | 3.68<br>(มาก)        | 5            |
| 4. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต                                  | 3.64<br>(มาก)        | 3            | 3.62<br>(มาก)        | 5            | 3.76<br>(มาก)        | 4            |
| 5. การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก | 3.59<br>(มาก)        | 5            | 3.97<br>(มาก)        | 1            | 3.95<br>(มาก)        | 2            |
| <b>รวม</b>  | <b>3.64</b><br>(มาก) |              | <b>3.80</b><br>(มาก) |              | <b>3.86</b><br>(มาก) |              |

จากตาราง 32 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถแท็กซี่ส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.64 3.80 และ 3.86 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน และความรวดเร็วและถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถแท็กซี่ส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน และความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รศปึกอัฟส่วนบุคคล มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน รองลงมาคือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก และความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์                                  | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                 | ลำดับ |
|--|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|
|  | ปั๊มเดียว            | ที่   | ปั๊มไหนก็ได้         | ที่   | และยี่ห้ออื่น        | ที่   |
| 1. ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน           | 4.68<br>(มาก)        | 4     | 4.44<br>(มาก)        | 1     | 4.03<br>(มาก)        | 3     |
| 2. ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน                 | 4.76<br>(มาก)        | 3     | 4.27<br>(มาก)        | 3     | 4.08<br>(มาก)        | 1     |
| 3. ความน่าเชื่อถือของ ปตท.                           | 4.80<br>(มาก)        | 1     | 4.24<br>(มาก)        | 4     | 4.07<br>(มาก)        | 2     |
| 4. การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน | 4.80<br>(มาก)        | 1     | 4.33<br>(มาก)        | 2     | 3.67<br>(มาก)        | 4     |
| 5. การมีบริการล้างอัดฉีด / ถายน้ำมันเครื่อง          | 4.40<br>(มาก)        | 5     | 4.21<br>(มาก)        | 5     | 3.54<br>(มาก)        | 5     |
| 6. การมีบริการเติมลมและเช็กกระบอก                    | 4.24<br>(มาก)        | 6     | 4.02<br>(มาก)        | 6     | 3.41<br>(มาก)        | 6     |
| <b>รวม</b>   | <b>4.61</b><br>(มาก) |       | <b>4.25</b><br>(มาก) |       | <b>3.79</b><br>(มาก) |       |

จากตาราง 33 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว เติม ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.61 4.25 และ 3.79 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือของ ปตท. กับการมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน และความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของ ปตท. และชื่อเสียง / ภาพพจน์ของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ



ตาราง 34 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านราคา                        | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                 | ลำดับ |
|---------------------------------------|----------------------|-------|----------------------|-------|----------------------|-------|
|                                       | ปั๊มเดียว            | ที่   | ปั๊มไหนก็ได้         | ที่   | และยี่ห้ออื่น        | ที่   |
| 1. ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน      | 4.04<br>(มาก)        | 2     | 4.33<br>(มาก)        | 1     | 3.84<br>(มาก)        | 1     |
| 2. ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ | 4.24<br>(มาก)        | 1     | 4.26<br>(มาก)        | 2     | 3.80<br>(มาก)        | 2     |
| <b>รวม</b>                            | <b>4.14</b><br>(มาก) |       | <b>4.29</b><br>(มาก) |       | <b>3.82</b><br>(มาก) |       |

จากตาราง 34 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว เติม ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านราคา อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.14 4.29 และ 3.82 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว มีความพึงพอใจด้านราคาตามลำดับ คือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ รองลงมาคือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ และที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านราคาตามลำดับ คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ ระดับราคาเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ

ตาราง 35 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ปตท.<br>ปั้มเดียว    | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปั้มไหนก็ได้ | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|--------------------------------|----------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน    | 4.08<br>(มาก)        | 3            | 4.45<br>(มาก)        | 1            | 3.96<br>(มาก)         | 1            |
| 2. จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน          | 4.72<br>(มากที่สุด)  | 1            | 4.17<br>(มาก)        | 2            | 3.85<br>(มาก)         | 2            |
| 3. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง    | 4.64<br>(มากที่สุด)  | 2            | 4.00<br>(มาก)        | 3            | 3.50<br>(มาก)         | 3            |
| <b>รวม</b>                     | <b>4.48</b><br>(มาก) |              | <b>4.20</b><br>(มาก) |              | <b>3.77</b><br>(มาก)  |              |

จากตาราง 35 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มเดียว เติม ปตท. ปั้มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.48 4.20 และ 3.77 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มเดียว มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน รองลงมาคือ การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง และทำเลของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มไหนก็ได้ และที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 3 อันดับแรก คือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน และการเปิดบริการ 24 ชั่วโมง ตามลำดับ

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด  
จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด  | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                 | ลำดับ | ปตท.                     | ลำดับ |
|---|----------------------|-------|----------------------|-------|--------------------------|-------|
|   | ปั๊มเดียว            | ที่   | ปั๊มไหนก็ได้         | ที่   | และยี่ห้ออื่น            | ที่   |
| 1. ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด<br>เพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล                                 | 3.80<br>(มาก)        | 2     | 3.77<br>(มาก)        | 3     | 3.56<br>(มาก)            | 1     |
| 2. การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้<br>บริการ   | 3.64<br>(มาก)        | 3     | 3.92<br>(มาก)        | 2     | 3.53<br>(มาก)            | 2     |
| 3. การจัดรายการชิงโชค   | 3.32<br>(ปานกลาง)    | 4     | 3.61<br>(มาก)        | 4     | 3.27<br>(ปานกลาง)        | 4     |
| 4. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทาง<br>วิทยุโทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้<br>ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ | 4.32<br>(มาก)        | 1     | 3.95<br>(มาก)        | 1     | 3.31<br>(ปานกลาง)        | 3     |
| <b>รวม</b>  | <b>3.77</b><br>(มาก) |       | <b>3.81</b><br>(มาก) |       | <b>3.41</b><br>(ปานกลาง) |       |

จากตาราง 36 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว และที่เติม ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.77 และ 3.81 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.41

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ รองลงมาคือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล และการแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ รองลงมาคือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ และระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาด 3 อันดับแรก คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอดเพื่อรับส่วนลดหรือของรางวัล รองลงมาคือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์ ให้ทราบถึงข่าวสารต่าง ๆ ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 37 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตาม  
รูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านบุคลากร   | ปตท. ปิ้ม         | ลำดับ | ปตท.          | ลำดับ | ปตท.              | ลำดับ |
|---|-------------------|-------|---------------|-------|-------------------|-------|
|   | เดียว             | ที่   | ปิ้มไหนก็ได้  | ที่   | และยี่ห้ออื่น     | ที่   |
| 1. ความถูกต้องในการให้บริการของ<br>พนักงาน เช่น การเติมน้ำมัน<br>ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นต้น            | 3.52<br>(มาก)     | 8     | 3.62<br>(มาก) | 8     | 3.61<br>(มาก)     | 3     |
| 2. ความกระตือรือร้นในการให้บริการ<br>ของพนักงาน   | 3.40<br>(ปานกลาง) | 9     | 3.71<br>(มาก) | 6     | 3.52<br>(มาก)     | 5     |
| 3. ความรู้ ความสามารถในการให้<br>บริการของพนักงาน   | 3.72<br>(มาก)     | 6     | 3.64<br>(มาก) | 7     | 3.31<br>(ปานกลาง) | 9     |
| 4. ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่<br>ให้บริการ   | 4.08<br>(มาก)     | 1     | 3.83<br>(มาก) | 3     | 3.70<br>(มาก)     | 1     |
| 5. ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทใน<br>การต้อนรับและการให้บริการของ<br>พนักงาน                           | 3.88<br>(มาก)     | 4     | 3.61<br>(มาก) | 9     | 3.46<br>(ปานกลาง) | 7     |
| 6. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของ<br>พนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ<br>เข้าใจง่าย                         | 3.60<br>(มาก)     | 7     | 3.77<br>(มาก) | 5     | 3.32<br>(ปานกลาง) | 8     |
| 7. ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการ<br>ให้บริการของพนักงาน เช่น การรับ<br>เงินและการทอนเงิน เป็นต้น | 4.08<br>(มาก)     | 1     | 4.05<br>(มาก) | 2     | 3.53<br>(มาก)     | 4     |
| 8. การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้า<br>ต้องการของพนักงาน  | 4.04<br>(มาก)     | 3     | 4.14<br>(มาก) | 1     | 3.68<br>(มาก)     | 2     |
| 9. คุณภาพของพนักงาน   | 3.84<br>(มาก)     | 5     | 3.80<br>(มาก) | 4     | 3.47<br>(ปานกลาง) | 6     |
| รวม   | 3.79<br>(มาก)     |       | 3.79<br>(มาก) |       | 3.51<br>(มาก)     |       |

จากตาราง 37 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปิ้มเดียว เดิม ปตท. ปิ้มไหนก็ได้ และเดิม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.79 3.79 และ 3.51 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปัมเดียว มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น กับความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาคือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปัมไหนก็ได้ มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน รองลงมาคือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน เป็นต้น และความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ รองลงมาคือ การเสนอบริการได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการของพนักงาน และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน เช่น การเติมน้ำมันครบถ้วนถูกต้อง เป็นต้น ตามลำดับ

ตาราง 38 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอ  
ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ<br>ลักษณะทางกายภาพ              | ปตท.<br>ปีมเดียว     | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปีมไหนก็ได้  | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อย<br>ของสถานีบริการน้ำมัน | 4.00<br>(มาก)        | 7            | 4.26<br>(มาก)        | 2            | 4.10<br>(มาก)         | 1            |
| 2. ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการ<br>น้ำมัน               | 4.08<br>(มาก)        | 6            | 4.24<br>(มาก)        | 3            | 4.05<br>(มาก)         | 2            |
| 3. ความสะดวกในการเข้า-ออก สถานี<br>บริการน้ำมัน             | 4.24<br>(มาก)        | 4            | 4.29<br>(มาก)        | 5            | 4.01<br>(มาก)         | 3            |
| 4. ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานี<br>บริการน้ำมัน            | 4.60<br>(มากที่สุด)  | 1            | 4.02<br>(มาก)        | 6            | 3.72<br>(มาก)         | 6            |
| 5. ความเพียงพอของห้องน้ำ                                    | 4.24<br>(มาก)        | 4            | 4.02<br>(มาก)        | 6            | 3.78<br>(มาก)         | 5            |
| 6. การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมภายใน<br>สถานีบริการน้ำมัน        | 4.32<br>(มาก)        | 3            | 4.23<br>(มาก)        | 4            | 3.58<br>(มาก)         | 7            |
| 7. ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน                              | 4.52<br>(มากที่สุด)  | 2            | 4.48<br>(มาก)        | 1            | 3.99<br>(มาก)         | 4            |
| <b>รวม</b>  | <b>4.28</b><br>(มาก) |              | <b>4.21</b><br>(มาก) |              | <b>3.89</b><br>(มาก)  |              |

จากตาราง 38 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีมเดียว เติม ปตท. ปีมไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.28 4.21 และ 3.89 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีมเดียว มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน และการออกแบบตกแต่งสวนหย่อมภายในสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปี่มโหนก็ได้ มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน และที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และอีหื้ออื่น มีความพึงพอใจด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน และความสะดวกในการเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a traditional Thai oil lamp (Lampang) on its back. The lamp has a flame and radiating lines above it. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตาราง 39 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ  
จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ  | ปตท.<br>ปั๊มเดียว    | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปั๊มไหนก็ได้ | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|---|----------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน   | 4.04<br>(มาก)        | 1            | 4.20<br>(มาก)        | 3            | 3.65<br>(มาก)         | 3            |
| 2. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน  | 4.00<br>(มาก)        | 2            | 4.35<br>(มาก)        | 1            | 3.66<br>(มาก)         | 2            |
| 3. ความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน  | 3.84<br>(มาก)        | 3            | 4.03<br>(มาก)        | 4            | 3.56<br>(มาก)         | 4            |
| 4. ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต                                  | 3.76<br>(มาก)        | 5            | 3.98<br>(มาก)        | 5            | 3.56<br>(มาก)         | 4            |
| 5. การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก | 3.84<br>(มาก)        | 3            | 4.27<br>(มาก)        | 2            | 3.68<br>(มาก)         | 1            |
| <b>รวม</b>  | <b>3.89</b><br>(มาก) |              | <b>4.16</b><br>(มาก) |              | <b>3.62</b><br>(มาก)  |              |

จากตาราง 39 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว เติม ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 4.16 และ 3.62 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มเดียว มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน และความรวดเร็วและถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั๊มไหนก็ได้ มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน รองลงมาคือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถ เข้า-ออก และความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น การจัดการจราจรในสถานบริการ การโบกรถ เข้า-ออก รองลงมาคือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการรับและทอนเงิน และความรวดเร็วและถูกต้องในการเติมน้ำมัน ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามในการใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.  
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 40 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านผลิตภัณฑ์

| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์   | มาก    |       | ปานกลาง |       | น้อย   |      | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับปัญหา | ลำดับที่ |
|--|--------|-------|---------|-------|--------|------|-----------|------|------------|----------|
|  | ที่สุด | มาก   | กลาง    | น้อย  | ที่สุด | น้อย |           |      |            |          |
| 1. คุณภาพน้ำมัน  | 2      | 40    | 65      | 123   | 70     |      |           |      |            |          |
|  | 0.7%   | 13.3% | 21.7%   | 41.0% | 23.3%  | 2.27 | 0.99      | น้อย | 4          |          |
| 2. บริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 1      | 22    | 96      | 125   | 56     |      |           |      |            |          |
|  | 0.3%   | 7.3%  | 32.0%   | 41.7% | 18.7%  | 2.29 | 0.87      | น้อย | 3          |          |
| 3. ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมัน                               | 2      | 30    | 67      | 107   | 94     |      |           |      |            |          |
|  | 0.7%   | 10.0% | 22.3%   | 35.7% | 31.3%  | 2.13 | 0.99      | น้อย | 7          |          |
| 4. บริการเช็กกระบอกและเติมลม                                 | 1      | 25    | 89      | 121   | 64     |      |           |      |            |          |
|  | 0.3%   | 8.3%  | 29.7%   | 40.3% | 21.3%  | 2.26 | 0.90      | น้อย | 5          |          |
| 5. บริการร้านอาหาร   | 4      | 17    | 99      | 128   | 52     |      |           |      |            |          |
|  | 1.3%   | 5.7%  | 33.0%   | 42.7% | 17.3%  | 2.31 | 0.87      | น้อย | 2          |          |
| 6. ร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ                          | 3      | 32    | 74      | 145   | 46     |      |           |      |            |          |
|  | 1.0%   | 10.7% | 24.7%   | 48.3% | 15.3%  | 2.34 | 0.90      | น้อย | 1          |          |
| 7. ห้องน้ำที่ให้บริการ                                       | 1      | 33    | 56      | 130   | 80     |      |           |      |            |          |
|  | 0.3%   | 11.0% | 18.7%   | 43.3% | 26.7%  | 2.15 | 0.95      | น้อย | 6          |          |
|  |        |       |         |       |        | รวม  | 2.24      | 0.77 | น้อย       |          |

จากตาราง 40 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.24)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.13-2.34)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ รองลงมาคือ บริการร้านอาหาร และบริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง ตามลำดับ

ตาราง 41 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านราคา

| ปัญหาด้านราคา   | มาก    |      | ปานกลาง |       | น้อย   |      | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับปัญหา | ลำดับที่ |  |
|---|--------|------|---------|-------|--------|------|-----------|------|------------|----------|--|
|   | ที่สุด | มาก  | ปานกลาง | น้อย  | ที่สุด | น้อย |           |      |            |          |  |
| 1. ราคาน้ำมัน   | 10     | 26   | 86      | 73    | 105    |      |           |      |            |          |  |
|   | 3.3%   | 8.7% | 28.7%   | 24.3% | 35.0%  | 2.21 | 1.12      | น้อย | 2          |          |  |
| 2. ค่าบริการเสริมต่าง ๆ<br>เช่น ถ้างัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 5      | 21   | 87      | 137   | 50     |      |           |      |            |          |  |
|   | 1.7%   | 7.0% | 29.0%   | 45.7% | 16.7%  | 2.31 | 0.89      | น้อย | 1          |          |  |
|   | รวม    |      |         |       |        |      | 2.26      | 0.92 | น้อย       |          |  |

จากตาราง 41 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านราคา อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.26)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านราคา อยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.21-2.31)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านราคาตามลำดับ คือ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ถ้างัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง และราคาน้ำมัน

ตาราง 42 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

| ปัญหาด้านช่องทางการจัด<br>จำหน่าย | มาก    |       | ปานกลาง |       | น้อย   |      | ค่า<br>เฉลี่ย | S.D.    | ระดับ<br>ปัญหา | ลำดับ<br>ที่ |
|-----------------------------------|--------|-------|---------|-------|--------|------|---------------|---------|----------------|--------------|
|                                   | ที่สุด | มาก   | กลาง    | น้อย  | ที่สุด | น้อย |               |         |                |              |
| 1. ทำเลของสถานีบริการ             | 1      | 32    | 84      | 60    | 123    |      |               |         |                |              |
|                                   | 0.3%   | 10.7% | 28.0%   | 20.0% | 41.0%  | 2.09 | 1.07          | น้อย    | 2              |              |
| 2. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง       | 14     | 33    | 111     | 82    | 60     |      |               |         |                |              |
|                                   | 4.7%   | 11.0% | 37.0%   | 27.3% | 20.0%  | 2.53 | 1.07          | ปานกลาง | 1              |              |
|                                   | รวม    |       |         |       |        |      | 2.31          | 0.98    | น้อย           |              |

จากตาราง 42 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย  
อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ คือ การเปิดบริการ 24  
ชั่วโมง และทำเลของสถานีบริการ

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในระดับปานกลางคือมีการ  
เปิดบริการ 24 ชั่วโมง (ค่าเฉลี่ย 2.53) และมีความพึงพอใจในระดับน้อยคือทำเลของสถานีบริการ  
(ค่าเฉลี่ย 2.09)

ตาราง 43 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านการส่งเสริมการตลาด

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | มาก       |            | ปานกลาง      |              | น้อย        |      | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับปัญหา | ลำดับที่ |
|-----------------------------|-----------|------------|--------------|--------------|-------------|------|-----------|------|------------|----------|
|                             | ที่สุด    | มาก        | กลาง         | น้อย         | ที่สุด      | น้อย |           |      |            |          |
| 1. โปรแกรมการส่งเสริมการขาย | 5<br>1.7% | 23<br>7.7% | 97<br>32.3%  | 135<br>45.0% | 40<br>13.3% |      | 2.39      | 0.87 | น้อย       | 2        |
| 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ    | 8<br>2.7% | 15<br>5.0% | 110<br>36.7% | 123<br>41.0% | 44<br>14.7% |      | 2.40      | 0.89 | น้อย       | 1        |
|                             | รวม       |            |              |              |             |      | 2.39      | 0.81 | น้อย       |          |

จากตาราง 43 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.39)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.39-2.40)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และโปรแกรมการส่งเสริมการขาย

ตาราง 44 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านบุคลากร

| ปัญหาด้านบุคลากร                            | มาก    |      | ปานกลาง |       | น้อย   |      | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับปัญหา | ลำดับที่ |
|---|--------|------|---------|-------|--------|------|-----------|------|------------|----------|
|   | ที่สุด | มาก  | กลาง    | น้อย  | ที่สุด | น้อย |           |      |            |          |
| 1. การแต่งกายของพนักงาน                     | 2      | 19   | 100     | 122   | 57     |      |           |      |            |          |
|   | 0.7%   | 6.3% | 33.3%   | 40.7% | 19.0%  | 2.29 | 0.87      | น้อย | 3          |          |
| 2. มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน                  | 2      | 16   | 101     | 130   | 51     |      |           |      |            |          |
|   | 0.7%   | 5.3% | 33.7%   | 43.3% | 17.0%  | 2.29 | 0.83      | น้อย | 3          |          |
| 3. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ | 6      | 17   | 94      | 138   | 45     |      |           |      |            |          |
|   | 2.0%   | 5.7% | 31.3%   | 46.0% | 15.0%  | 2.34 | 0.87      | น้อย | 1          |          |
| 4. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน      | 6      | 14   | 104     | 129   | 47     |      |           |      |            |          |
|   | 2.0%   | 4.7% | 34.7%   | 43.0% | 15.7%  | 2.34 | 0.87      | น้อย | 1          |          |
|   | รวม    |      |         |       |        |      | 2.31      | 0.79 | น้อย       |          |

จากตาราง 44 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านบุคลากร อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.31)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านบุคลากรอยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.29-2.34)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ กับความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ การแต่งกายของพนักงาน กับมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ตามลำดับ

ตาราง 45 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

| ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอ<br>ลักษณะทางกายภาพ     | มากที่สุด | มาก         | ปานกลาง     | น้อย         | น้อยที่สุด  | ค่าเฉลี่ย   | S.D.        | ระดับปัญหา | ลำดับที่ |
|---|-----------|-------------|-------------|--------------|-------------|-------------|-------------|------------|----------|
| 1. ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน                  | 3<br>1.0% | 27<br>9.0%  | 69<br>23.0% | 104<br>34.7% | 97<br>32.3% | 2.12        | 1.00        | น้อย       | 3        |
| 2. ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน | 2<br>0.7% | 35<br>11.7% | 70<br>23.3% | 103<br>34.3% | 90<br>30.0% | 2.19        | 1.01        | น้อย       | 2        |
| 3. ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน                  | -         | 29<br>9.7%  | 74<br>24.7% | 136<br>45.3% | 61<br>20.3% | 2.24        | 0.89        | น้อย       | 1        |
|   |           |             |             |              |             | <b>2.18</b> | <b>0.88</b> | น้อย       |          |

จากตาราง 45 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.18)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.12-2.24)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน และทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ



ตาราง 46 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง  
ในด้านกระบวนการให้บริการ

| ปัญหาด้านกระบวนการ<br>ให้บริการ     | มาก    |      | ปานกลาง |       | น้อย   |             | ค่า<br>เฉลี่ย | S.D. | ระดับ<br>ปัญหา | ลำดับ<br>ที่ |
|-------------------------------------|--------|------|---------|-------|--------|-------------|---------------|------|----------------|--------------|
|                                     | ที่สุด | มาก  | กลาง    | น้อย  | ที่สุด | น้อย        |               |      |                |              |
| 1. การรับและทอนเงิน                 | 1      | 12   | 104     | 136   | 47     |             |               |      |                |              |
|                                     | 0.3%   | 4.0% | 34.7%   | 45.3% | 15.7%  | 2.28        | 0.79          | น้อย | 3              |              |
| 2. การรับชำระเงินด้วย<br>บัตรเครดิต | -      | 21   | 111     | 113   | 55     |             |               |      |                |              |
|                                     | -      | 7.0% | 37.0%   | 37.7% | 18.3%  | 2.33        | 0.85          | น้อย | 2              |              |
| 3. การออกไปเสร็จ                    | -      | 18   | 114     | 127   | 41     |             |               |      |                |              |
|                                     | -      | 6.0% | 38.0%   | 42.3% | 13.7%  | 2.36        | 0.79          | น้อย | 1              |              |
|                                     |        |      |         |       |        | <b>2.32</b> | <b>0.71</b>   | น้อย |                |              |

จากตาราง 46 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ  
อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัญหาในด้านกระบวนการให้  
บริการ อยู่ในระดับน้อยในทุกหัวข้อ (ค่าเฉลี่ย 2.28-2.36)

กลุ่มตัวอย่างมีปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การออกไปเสร็จ  
รองลงมาคือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และการรับและทอนเงิน ตามลำดับ

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์   | ชาย                   |          | หญิง                  |          |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
|  | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับที่ | ค่าเฉลี่ย             | ลำดับที่ |
| 1. คุณภาพน้ำมัน  | 2.33<br>(น้อย)        | 5        | 2.17<br>(น้อย)        | 1        |
| 2. บริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/<br>ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 2.40<br>(น้อย)        | 3        | 2.12<br>(น้อย)        | 3        |
| 3. ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมัน                                   | 2.18<br>(น้อย)        | 7        | 2.04<br>(น้อย)        | 5        |
| 4. บริการเช็คกระจกและเติมลม                                      | 2.38<br>(น้อย)        | 4        | 2.08<br>(น้อย)        | 4        |
| 5. บริการร้านอาหาร   | 2.41<br>(น้อย)        | 2        | 2.16<br>(น้อย)        | 2        |
| 6. ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ                                 | 2.53<br>(ปาน<br>กลาง) | 1        | 2.03<br>(น้อย)        | 6        |
| 7. ห้องน้ำที่ให้บริการ   | 2.26<br>(น้อย)        | 6        | 1.98<br>(น้อย)        | 7        |
| <b>รวม</b>   | <b>2.35</b><br>(น้อย) |          | <b>2.08</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 47 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.35 และ 2.08 ตามลำดับ

เพศชายมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ รองลงมาคือ บริการร้านอาหาร และบริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง ตามลำดับ

เพศหญิงมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ คุณภาพน้ำมัน รองลงมาคือ บริการร้านอาหาร และบริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง ตามลำดับ

ตาราง 48 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านราคา  | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย | ลำดับที่ |
|--|------------------|----------|-------------------|----------|
| 1. ราคาน้ำมัน  | 2.30<br>(น้อย)   | 2        | 2.06<br>(น้อย)    | 2        |
| 2. ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้างอัด<br>ฉีด/ ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 2.37<br>(น้อย)   | 1        | 2.22<br>(น้อย)    | 1        |
| รวม  | 2.33<br>(น้อย)   |          | 2.14<br>(น้อย)    |          |

จากตาราง 48 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านราคา อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.33 และ 2.14 ตามลำดับ

เพศชายและเพศหญิงมีปัญหาในปัจจุบันด้านราคา คือ มีปัญหาในปัจจุบันด้านราคาตามลำดับ คือ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง รองลงมาคือ ราคาน้ำมัน

ตาราง 49 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย      | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย     | ลำดับที่ |
|-------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการ         | 2.24<br>(น้อย)        | 2        | 1.86<br>(น้อย)        | 2        |
| 2. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง   | 2.68<br>(ปานกลาง)     | 1        | 2.29<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>                    | <b>2.45</b><br>(น้อย) |          | <b>2.07</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 49 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.45 และ 2.07 ตามลำดับ

เพศชายและเพศหญิงมีปัญหาในปัจจุบันย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีปัญหาในปัจจุบันย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ คือ การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ทำเลของสถานีบริการน้ำมัน

ตาราง 50 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | ชาย                             | ลำดับที่ | หญิง                         | ลำดับที่ |
|-----------------------------|---------------------------------|----------|------------------------------|----------|
|                             | ค่าเฉลี่ย                       |          | ค่าเฉลี่ย                    |          |
| 1. โปรแกรมการส่งเสริมการขาย | 2.54<br>(ปานกลาง)               | 1        | 2.16<br>(น้อย)               | 2        |
| 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ    | 2.54<br>(ปานกลาง)               | 1        | 2.17<br>(น้อย)               | 1        |
| <b>รวม</b>                  | <b>2.54</b><br><b>(ปานกลาง)</b> |          | <b>2.16</b><br><b>(น้อย)</b> |          |

จากตาราง 50 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.54 ส่วนเพศหญิง มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.16

เพศชายมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด 2 อันดับแรก คือ โปรแกรมการส่งเสริมการขายกับการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

เพศหญิงมีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด 2 อันดับแรก คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ รองลงมาคือ โปรแกรมการส่งเสริมการขาย ตามลำดับ

ตาราง 51 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านบุคลากร                            | ชาย            | ลำดับที่ | หญิง           | ลำดับที่ |
|---|----------------|----------|----------------|----------|
|   | ค่าเฉลี่ย      |          | ค่าเฉลี่ย      |          |
| 1. การแต่งกายของพนักงาน                     | 2.39<br>(น้อย) | 3        | 2.14<br>(น้อย) | 4        |
| 2. มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน                  | 2.38<br>(น้อย) | 4        | 2.16<br>(น้อย) | 2        |
| 3. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ | 2.45<br>(น้อย) | 1        | 2.16<br>(น้อย) | 2        |
| 4. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน      | 2.45<br>(น้อย) | 1        | 2.17<br>(น้อย) | 1        |
| รวม   | 2.41<br>(น้อย) |          | 2.15<br>(น้อย) |          |

จากตาราง 51 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านบุคลากร อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.41 และ 2.15 ตามลำดับ

เพศชายมีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ กับความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ การแต่งกายของพนักงาน ตามลำดับ

เพศหญิงมีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ กับมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ตามลำดับ

ตาราง 52 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ  
ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ<br>ทางกายภาพ         | ชาย<br>ค่าเฉลี่ย      | ลำดับที่ | หญิง<br>ค่าเฉลี่ย     | ลำดับที่ |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน                      | 2.33<br>(น้อย)        | 1        | 1.78<br>(น้อย)        | 3        |
| 2. ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานี<br>บริการน้ำมัน | 2.30<br>(น้อย)        | 3        | 2.01<br>(น้อย)        | 2        |
| 3. ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน                      | 2.33<br>(น้อย)        | 1        | 2.09<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>  | <b>2.31</b><br>(น้อย) |          | <b>1.95</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 52 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.31 และ 1.95 ตามลำดับ

เพศชายมีปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน กับความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

เพศหญิงมีปัญหาด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน และทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 53 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ

| ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ     | ชาย                   | ลำดับที่ | หญิง                  | ลำดับที่ |
|---------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
|                                 | ค่าเฉลี่ย             |          | ค่าเฉลี่ย             |          |
| 1. การรับและทอนเงิน             | 2.40<br>(น้อย)        | 2        | 2.09<br>(น้อย)        | 3        |
| 2. การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | 2.41<br>(น้อย)        | 1        | 2.19<br>(น้อย)        | 2        |
| 3. การออกใบเสร็จ                | 2.35<br>(น้อย)        | 3        | 2.39<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>                      | <b>2.38</b><br>(น้อย) |          | <b>2.22</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 53 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชาย และหญิง มีปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.38 และ 2.22 ตามลำดับ

เพศชายมีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ การรับและทอนเงิน และการออกใบเสร็จ ตามลำดับ

เพศหญิงมีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การออกใบเสร็จ รองลงมาคือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และการรับและทอนเงิน ตามลำดับ



ตาราง 54 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์   | รถ<br>จักรยานยนต์     | ลำดับที่ | รถเก๋ง                | ลำดับที่ | รถปิ๊กอัพ             | ลำดับที่ |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. คุณภาพน้ำมัน  | 2.39<br>(น้อย)        | 2        | 2.31<br>(น้อย)        | 2        | 2.06<br>(น้อย)        | 5        |
| 2. บริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้าง<br>อัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 2.29<br>(น้อย)        | 4        | 2.48<br>(น้อย)        | 1        | 2.06<br>(น้อย)        | 5        |
| 3. ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมัน                                   | 2.25<br>(น้อย)        | 6        | 2.08<br>(น้อย)        | 7        | 2.05<br>(น้อย)        | 7        |
| 4. บริการเช็ดกระจกและเติมลม                                      | 2.29<br>(น้อย)        | 4        | 2.26<br>(น้อย)        | 4        | 2.22<br>(น้อย)        | 3        |
| 5. บริการร้านอาหาร   | 2.37<br>(น้อย)        | 3        | 2.30<br>(น้อย)        | 3        | 2.25<br>(น้อย)        | 2        |
| 6. ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ                                 | 2.42<br>(น้อย)        | 1        | 2.25<br>(น้อย)        | 5        | 2.34<br>(น้อย)        | 1        |
| 7. ห้องน้ำที่ให้บริการ   | 2.15<br>(น้อย)        | 7        | 2.17<br>(น้อย)        | 6        | 2.13<br>(น้อย)        | 4        |
| <b>รวม</b>   | <b>2.30</b><br>(น้อย) |          | <b>2.26</b><br>(น้อย) |          | <b>2.15</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 54 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.30 2.26 และ 2.15 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ รองลงมาคือ คุณภาพน้ำมัน และบริการร้านอาหาร ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ บริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง รองลงมาคือ คุณภาพน้ำมัน และบริการร้านอาหาร ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ รองลงมาคือ บริการร้านอาหาร และบริการเช็ดกระจกและเติมลม ตามลำดับ

ตาราง 55 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านราคา   | รถ<br>จักรยายนต์      | ลำดับที่ | รถเก๋ง                | ลำดับที่ | รถปิกอัพ              | ลำดับที่ |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ราคาน้ำมัน   | 2.30<br>(น้อย)        | 2        | 2.30<br>(น้อย)        | 1        | 1.98<br>(น้อย)        | 2        |
| 2. ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้าง<br>อัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 2.44<br>(น้อย)        | 1        | 2.26<br>(น้อย)        | 2        | 2.22<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>  | <b>2.36</b><br>(น้อย) |          | <b>2.28</b><br>(น้อย) |          | <b>2.10</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 55 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านราคา อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.36 2.28 และ 2.10 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านราคาตามลำดับ คือ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง รองลงมาคือ ราคาน้ำมัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีปัญหาด้านราคาตามลำดับ คือ ราคาน้ำมัน รองลงมาคือ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง

ตาราง 56 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | รถจักรยานยนต์         | ลำดับที่ | รถเก๋ง                | ลำดับที่ | รถปิ๊กอัพ             | ลำดับที่ |
|-------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการ         | 2.32<br>(น้อย)        | 2        | 2.06<br>(น้อย)        | 2        | 1.85<br>(น้อย)        | 2        |
| 2. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง   | 2.52<br>(น้อย)        | 1        | 2.53<br>(น้อย)        | 1        | 2.54<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>                    | <b>2.41</b><br>(น้อย) |          | <b>2.29</b><br>(น้อย) |          | <b>2.19</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 56 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.41 2.29 และ 2.19 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิ๊กอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ คือ การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ทำเลของสถานีบริการ

ตาราง 57 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | รถจักรยานยนต์         | ลำดับที่ | รถเก๋ง                | ลำดับที่ | รถปิกอัพ              | ลำดับที่ |
|-----------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. โปรแกรมการส่งเสริมการขาย | 2.42<br>(น้อย)        | 2        | 2.37<br>(น้อย)        | 2        | 2.39<br>(น้อย)        | 1        |
| 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ    | 2.53<br>(ปานกลาง)     | 1        | 2.53<br>(ปานกลาง)     | 1        | 2.07<br>(น้อย)        | 2        |
| <b>รวม</b>                  | <b>2.47</b><br>(น้อย) |          | <b>2.45</b><br>(น้อย) |          | <b>2.22</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 57 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.47 2.45 และ 2.22 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถเก๋งส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ รองลงมาคือ โปรแกรมการส่งเสริมการขาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ คือ โปรแกรมการส่งเสริมการขาย รองลงมาคือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

ตาราง 58 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามประเภทที่ใช้

| ปัญหาด้านบุคลากร                            | รต<br>จักรยานยนต์     | ลำดับที่ | รตเก่ง                | ลำดับที่ | รตปีกอ๊ฟ                 | ลำดับที่ |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|--------------------------|----------|
| 1. การแต่งกายของพนักงาน                     | 2.32<br>(น้อย)        | 3        | 2.06<br>(น้อย)        | 3        | 2.54<br>(ปานกลาง)        | 2        |
| 2. มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน                  | 2.33<br>(น้อย)        | 2        | 2.06<br>(น้อย)        | 3        | 2.54<br>(ปานกลาง)        | 2        |
| 3. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ | 2.32<br>(น้อย)        | 3        | 2.18<br>(น้อย)        | 2        | 2.55<br>(ปานกลาง)        | 1        |
| 4. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน      | 2.39<br>(น้อย)        | 1        | 2.20<br>(น้อย)        | 1        | 2.46<br>(น้อย)           | 4        |
| <b>รวม</b>                                  | <b>2.33</b><br>(น้อย) |          | <b>2.12</b><br>(น้อย) |          | <b>2.52</b><br>(ปานกลาง) |          |

จากตาราง 58 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถเก่งส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านบุคลากร อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.33 และ 2.12 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปีกอ๊ฟส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.57

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และการแต่งกายของพนักงาน กับความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก่งส่วนบุคคล มีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ และการแต่งกายของพนักงาน กับมนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปีกอ๊ฟส่วนบุคคล มีปัญหาพึงพอใจด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ รองลงมาคือ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และการแต่งกายของพนักงาน ตามลำดับ

ตาราง 59 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ          | รถจักรยานยนต์         | ลำดับที่ | รถเก๋ง                | ลำดับที่ | รถปิกอัพ              | ลำดับที่ |
|--|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน                   | 2.13<br>(น้อย)        | 3        | 2.12<br>(น้อย)        | 1        | 2.09<br>(น้อย)        | 3        |
| 2. ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานี บริการน้ำมัน | 2.20<br>(น้อย)        | 2        | 2.12<br>(น้อย)        | 1        | 2.25<br>(น้อย)        | 2        |
| 3. ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน                   | 2.24<br>(น้อย)        | 1        | 2.07<br>(น้อย)        | 3        | 2.45<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>   | <b>2.18</b><br>(น้อย) |          | <b>2.10</b><br>(น้อย) |          | <b>2.26</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 59 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถเก๋งส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อย เช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.18 2.10 และ 2.26 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน และทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล มีปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน กับป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 60 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้

| ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ     | รถจักรยานยนต์         | ลำดับที่ | รถแท็กซี่             | ลำดับที่ | รถปิกอัพ              | ลำดับที่ |
|---------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. การรับและทอนเงิน             | 2.32<br>(น้อย)        | 2        | 2.13<br>(น้อย)        | 3        | 2.41<br>(น้อย)        | 2        |
| 2. การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต | 2.46<br>(น้อย)        | 1        | 2.16<br>(น้อย)        | 2        | 2.35<br>(น้อย)        | 3        |
| 3. การออกใบเสร็จ                | 2.31<br>(น้อย)        | 3        | 2.30<br>(น้อย)        | 1        | 2.51<br>(ปานกลาง)     | 1        |
| <b>รวม</b>                      | <b>2.36</b><br>(น้อย) |          | <b>2.20</b><br>(น้อย) |          | <b>2.42</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 60 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ รถแท็กซี่ส่วนบุคคล และรถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.36 2.20 และ 2.42 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถจักรยานยนต์ มีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ การรับและทอนเงิน และการออกใบเสร็จ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถแท็กซี่ส่วนบุคคล มีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การออกใบเสร็จ รองลงมาคือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และการรับและทอนเงิน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถปิกอัพส่วนบุคคล มีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การออกใบเสร็จ รองลงมาคือ การรับและทอนเงิน และการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ตามลำดับ

ตาราง 61 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรูปแบบ  
ที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์   | ปตท. ปิ้มเดียว        | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปิ้มไหนก็ได้  | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|--|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. คุณภาพน้ำมัน  | 1.92<br>(น้อย)        | 3            | 2.18<br>(น้อย)        | 4            | 2.34<br>(น้อย)        | 4            |
| 2. บริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการ<br>ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 1.64<br>(น้อย)        | 6            | 2.24<br>(น้อย)        | 3            | 2.38<br>(น้อย)        | 2            |
| 3. ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมัน                                   | 1.80<br>(น้อย)        | 5            | 2.03<br>(น้อย)        | 6            | 2.20<br>(น้อย)        | 7            |
| 4. บริการเช็คกระจกและเติมลม                                      | 1.92<br>(น้อย)        | 3            | 2.33<br>(น้อย)        | 1            | 2.28<br>(น้อย)        | 5            |
| 5. บริการร้านอาหาร   | 2.04<br>(น้อย)        | 1            | 2.14<br>(น้อย)        | 5            | 2.40<br>(น้อย)        | 1            |
| 6. ร้านสะดวกซื้อภายในสถานี<br>บริการ                             | 2.00<br>(น้อย)        | 2            | 2.32<br>(น้อย)        | 2            | 2.38<br>(น้อย)        | 2            |
| 7. ห้องน้ำที่ให้บริการ   | 1.56<br>(น้อย)        | 7            | 2.02<br>(น้อย)        | 7            | 2.26<br>(น้อย)        | 6            |
| <b>รวม</b>   | <b>1.84</b><br>(น้อย) |              | <b>2.17</b><br>(น้อย) |              | <b>2.32</b><br>(น้อย) |              |

จากตาราง 61 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปิ้มเดียว เติม ปตท. ปิ้มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.84 2.17 และ 2.32 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปิ้มเดียว มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ บริการร้านอาหาร รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ และบริการเช็คกระจกและเติมลมตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปิ้มไหนก็ได้ มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ บริการเช็คกระจกและเติมลม รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ และบริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง ตามลำดับ



กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ 3 อันดับแรก คือ บริการร้านอาหาร รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อภายในสถานบริการ กับบริการเสริมต่าง ๆ เช่น บริการล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 62 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านราคา  | ปตท.<br>ปั้มเดียว | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปั้มไหนก็ได้ | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|--|-------------------|--------------|----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. ราคาน้ำมัน  | 1.56<br>(น้อย)    | 2            | 1.92<br>(น้อย)       | 2            | 2.38<br>(น้อย)        | 2            |
| 2. ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น<br>ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง | 2.28<br>(น้อย)    | 1            | 1.95<br>(น้อย)       | 1            | 2.43<br>(น้อย)        | 1            |
| รวม  | 1.92<br>(น้อย)    |              | 1.93<br>(น้อย)       |              | 2.40<br>(น้อย)        |              |

จากตาราง 62 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มเดียว เติม ปตท. ปั้มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านราคา อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.92 1.93 และ 2.40 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มเดียว เติมน้ำมัน ปตท. ปั้มไหนก็ได้ และที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านราคาตามลำดับ คือ ค่าบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล้างอัดฉีด/ถ่ายน้ำมันเครื่อง รองลงมาคือ ราคาน้ำมัน

ตาราง 63 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย | ปตท. บั้มเดียว        | ลำดับที่ | ปตท. บั้มไหนก็ได้     | ลำดับที่ | ปตท. และยี่ห้ออื่น    | ลำดับที่ |
|-------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทำเลของสถานีบริการ         | 2.16<br>(น้อย)        | 2        | 1.73<br>(น้อย)        | 2        | 2.20<br>(น้อย)        | 2        |
| 2. การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง   | 2.52<br>(ปานกลาง)     | 1        | 2.45<br>(น้อย)        | 1        | 2.56<br>(ปานกลาง)     | 1        |
| <b>รวม</b>                    | <b>2.34</b><br>(น้อย) |          | <b>2.09</b><br>(น้อย) |          | <b>2.37</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 63 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว เติมน้ำมัน ปตท. บั้มไหนก็ได้ และเติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.34 2.09 และ 2.37 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว เติมน้ำมัน ปตท. บั้มไหนก็ได้ และที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ คือ การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง รองลงมาคือ ทำเลของสถานีบริการ

ตาราง 64 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม  
รูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด | ปตท.<br>ปีเดียว          | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปีไหนก็ได้    | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|-----------------------------|--------------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. โปรแกรมการส่งเสริมการขาย | 2.60<br>(ปานกลาง)        | 1            | 2.50<br>(ปานกลาง)     | 1            | 2.33<br>(น้อย)        | 2            |
| 2. การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ    | 2.48<br>(น้อย)           | 2            | 2.45<br>(น้อย)        | 2            | 2.37<br>(น้อย)        | 1            |
| <b>รวม</b>                  | <b>2.54</b><br>(ปานกลาง) |              | <b>2.47</b><br>(น้อย) |              | <b>2.35</b><br>(น้อย) |              |

จากตาราง 64 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีเดียว และที่เติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.47 และ 2.35 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เติม ปตท. ปีไหนก็ได้ มีปัญหาในด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 2.54

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีเดียว และเติมน้ำมัน ปตท. ปีไหนก็ได้ มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ คือ โปรแกรมการส่งเสริมการขาย รองลงมาคือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ รองลงมาคือ โปรแกรมการส่งเสริมการขาย

ตาราง 65 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านบุคลากร                            | ปตท.<br>ปีมเดียว      | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>ปีมไหนก็ได้   | ลำดับ<br>ที่ | ปตท.<br>และยี่ห้ออื่น | ลำดับ<br>ที่ |
|---|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|-----------------------|--------------|
| 1. การแต่งกายของพนักงาน                     | 1.92<br>(น้อย)        | 2            | 2.14<br>(น้อย)        | 4            | 2.38<br>(น้อย)        | 2            |
| 2. มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน                  | 1.80<br>(น้อย)        | 4            | 2.26<br>(น้อย)        | 2            | 2.36<br>(น้อย)        | 4            |
| 3. ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ | 2.24<br>(น้อย)        | 1            | 2.21<br>(น้อย)        | 3            | 2.39<br>(น้อย)        | 1            |
| 4. ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน      | 1.84<br>(น้อย)        | 3            | 2.42<br>(น้อย)        | 1            | 2.38<br>(น้อย)        | 2            |
| <b>รวม</b>                                  | <b>1.95</b><br>(น้อย) |              | <b>2.25</b><br>(น้อย) |              | <b>2.37</b><br>(น้อย) |              |

จากตาราง 65 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีมเดียว เติม ปตท. ปีมไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านบุคลากร อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.95 2.25 และ 2.37 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีมเดียว มีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ รองลงมาคือ การแต่งกายของพนักงาน และความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. ปีมไหนก็ได้ มีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงาน รองลงมาคือ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน และความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านบุคลากร 3 อันดับแรก คือ ความกระตือรือร้นของพนักงานที่จะให้บริการ รองลงมาคือ ความถูกต้องในการให้บริการของพนักงานกับการแต่งกายของพนักงาน ตามลำดับ

ตาราง 66 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ         | ปตท. บั้มเดียว        | ลำดับที่ | ปตท. บั้มไหนก็ได้     | ลำดับที่ | ปตท. และยี่ห้ออื่น    | ลำดับที่ |
|---|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน                  | 1.52<br>(น้อย)        | 3        | 2.24<br>(น้อย)        | 1        | 2.15<br>(น้อย)        | 3        |
| 2. ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน | 1.56<br>(น้อย)        | 2        | 1.94<br>(น้อย)        | 3        | 2.34<br>(น้อย)        | 2        |
| 3. ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน                  | 2.00<br>(น้อย)        | 1        | 1.97<br>(น้อย)        | 2        | 2.35<br>(น้อย)        | 1        |
| <b>รวม</b>  | <b>1.69</b><br>(น้อย) |          | <b>2.05</b><br>(น้อย) |          | <b>2.27</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 66 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว เติม ปตท. บั้มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.69 2.05 และ 2.27 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว และเติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน และทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มไหนก็ได้ มีปัญหาด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ 3 อันดับแรก คือ ทางเข้า-ออก สถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน และป้ายแสดงรายละเอียดต่าง ๆ หน้าสถานีบริการน้ำมัน ตามลำดับ

ตาราง 67 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ

| ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ         | ปตท. บั้มเดียว        | ลำดับที่ | ปตท. บั้มไหนก็ได้     | ลำดับที่ | ปตท. และยี่ห้ออื่น    | ลำดับที่ |
|-------------------------------------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|-----------------------|----------|
| 1. การรับและทอนเงิน                 | 1.56<br>(น้อย)        | 3        | 2.05<br>(น้อย)        | 3        | 2.44<br>(น้อย)        | 3        |
| 2. การรับชำระเงินด้วยบัตร<br>เครดิต | 1.84<br>(น้อย)        | 2        | 2.12<br>(น้อย)        | 1        | 2.45<br>(น้อย)        | 2        |
| 3. การออกใบเสร็จ                    | 1.92<br>(น้อย)        | 1        | 2.09<br>(น้อย)        | 2        | 2.50<br>(ปานกลาง)     | 1        |
| <b>รวม</b>                          | <b>1.77</b><br>(น้อย) |          | <b>2.08</b><br>(น้อย) |          | <b>2.46</b><br>(น้อย) |          |

จากตาราง 67 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว เติม ปตท. บั้มไหนก็ได้ และเติม ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาในด้านกระบวนการให้บริการ อยู่ในระดับน้อยเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 1.77 2.08 และ 2.46 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มเดียว และเติมน้ำมัน ปตท. และยี่ห้ออื่น มีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การออกใบเสร็จ รองลงมาคือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต และการรับและทอนเงิน ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างที่เติมน้ำมัน ปตท. บั้มไหนก็ได้ มีปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ 3 อันดับแรก คือ การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต รองลงมาคือ การออกใบเสร็จ และการรับและทอนเงิน ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการสถานีของบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง  
จังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 68 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

| ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ  | จำนวน | ร้อยละ |
|--|-------|--------|
| ควรเปิดบริการ 24 ชั่วโมง                                       | 52    | 17.33  |
| ควรมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ให้มากกว่านี้                       | 23    | 7.67   |
| พนักงานเติมน้ำมันควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่านี้ | 85    | 28.33  |
| เพิ่มความรวดเร็ว และความถูกต้องในการออกใบเสร็จ                 | 16    | 5.33   |

หมายเหตุ : กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีการเรียงเรียงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง 300 ราย

จากตาราง 68 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีข้อเสนอแนะ คิดเป็นร้อยละ 41.34 และเห็นว่าพนักงานเติมน้ำมันควรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 28.33 เห็นว่าควรเปิดบริการ 24 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 17.33 เห็นว่าควรมีการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ให้มากกว่านี้ คิดเป็นร้อยละ 7.67 และเห็นว่าควรเพิ่มความรวดเร็ว และความถูกต้องในการออกใบเสร็จ คิดเป็นร้อยละ 5.33