

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 384 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพหลัก และรายได้ต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 1 – 5

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 6 - 10

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพหลัก รายได้ต่อเดือน โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 11 - 30

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ประกอบด้วย เหตุผลในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ประเภทรถยนต์ที่ใช้ ความถี่ในการเปลี่ยนถ่ายภายในระยะเวลา 1 ปี ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง คุณสมบัติของน้ำมันเครื่องต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ ยี่ห้อของน้ำมันเครื่อง แหล่งที่ซื้อน้ำมันเครื่อง แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 31 - 39

ส่วนที่ 5 ปัญหาการเลือกใช้น้ำมันเครื่องสำหรับรถยนต์ และข้อเสนอแนะจากปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้ หรือซื้อน้ำมันเครื่อง โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 40 - 41

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
1) ชาย	252	65.6
2) หญิง	132	34.4
รวม	384	100.0

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นเพศชาย ร้อยละ 65.6 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 34.4

ตาราง 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่า 20 ปี	15	3.9
2) 20 - 29 ปี	156	40.6
3) 30 - 39 ปี	141	36.7
4) 40 - 49 ปี	59	15.4
5) 50 ปีขึ้นไป	13	3.4
รวม	384	100.0

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุระหว่าง 20 - 29 ปี ร้อยละ 40.6 รองลงมาคือ อายุ 30 - 39 ปี ร้อยละ 36.7 และอายุ 40 - 49 ปี ร้อยละ 15.4

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	180	46.9
2) ปริญญาตรี	180	46.9
3) ปริญญาตรีขึ้นไป	24	6.3
รวม	384	100.0

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีระดับการศึกษาชั้นสูงสุดในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และระดับปริญญาตรี เท่ากัน ร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 6.3

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
1) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	20	5.2
2) พนักงานบริษัทเอกชน	251	65.4
3) ธุรกิจส่วนตัว	79	20.6
4) นิสิต นักศึกษา	25	6.5
5) อื่นๆ ไปรตระนู.....	9	2.3
รวม	384	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และ ค้าขาย

จากตาราง 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 65.4 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.6 และนิสิต นักศึกษา ร้อยละ 6.5

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
1) ไม่เกิน 10,000 บาท	115	29.9
2) 10,001 - 25,000 บาท	170	44.3
3) 25,001 - 40,000 บาท	71	18.5
4) 40,001 - 60,000 บาท	17	4.4
5) 60,001 บาท ขึ้นไป	11	2.9
รวม	384	100.0

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 25,000 บาท ร้อยละ 46.9 รองลงมาคือ ไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 29.9 และ 25,001 - 40,000 บาท ร้อยละ 18.5

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานต้นนั่ง
ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร

ตาราง 6 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ
การเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.61	0.84	มีผลมาก
2) ปัจจัยด้านราคา	3.59	0.92	มีผลมาก
3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.67	0.85	มีผลมาก
4) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	3.19	0.99	มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.49	0.90	มีผลปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.49) โดยปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (3.67) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (3.61) และปัจจัยด้านราคา (3.59) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด (3.19) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.52	0.67	มีผลมากที่สุด
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.51	0.86	มีผลมาก
3) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง	3.53	0.81	มีผลมาก
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	2.79	0.85	มีผลปานกลาง
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	2.95	0.92	มีผลปานกลาง
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.71	0.94	มีผลมาก
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน	4.24	0.82	มีผลมาก
โดยรวม	3.61	0.84	มีผลมาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.61) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.52) และปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.24) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.71) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.53) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.51) และปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.95) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2.79) ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัจจัยด้านราคา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	3.52	0.87	มีผลมาก
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.03	0.78	มีผลมาก
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	3.42	0.98	มีผลปานกลาง
4) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	3.40	1.04	มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.59	0.92	มีผลมาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.59) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.03) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.52) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.42) และราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.40) ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	4.07	0.72	มีผลมาก
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	3.93	0.76	มีผลมาก
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย	3.51	0.85	มีผลมาก
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.60	1.06	มีผลปานกลาง
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.84	0.83	มีผลมาก
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	3.69	0.82	มีผลมาก
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.09	0.91	มีผลมาก
โดยรวม	3.67	0.85	มีผลมาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (3.67) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.09) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.07) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.93) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.84) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.69) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.51) และปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.60) ตามลำดับ

ตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ	3.73	0.81	มีผลมาก
2) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย	3.54	0.89	มีผลมาก
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	3.09	1.12	มีผลปานกลาง
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	3.28	1.01	มีผลปานกลาง
5) มีการจัดชุมนุมแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	3.28	0.96	มีผลปานกลาง
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.88	1.03	มีผลปานกลาง
7) มีการแถมสินค้า	3.06	1.06	มีผลปานกลาง
8) มีการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์	2.65	1.01	มีผลปานกลาง
โดยรวม	3.19	0.99	มีผลปานกลาง

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.19) โดยปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.73) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.54) และปัจจัยย่อยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้าและมีการจัดชุมนุมแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.28) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.09) มีการแถมสินค้า (3.06) มีการแลกรับของรางวัล (2.88) และมีการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.65) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่ง
ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตาราง 11 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่ง
ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.48 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.52 (มาก)	3.50 (มาก)
3) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง	3.52 (มาก)	3.55 (มาก)
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	2.80 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.61 (มาก)	3.90 (มาก)
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน	4.17 (มาก)	4.36 (มาก)
โดยรวม	3.58 (มาก)	3.66 (มาก)

จากตาราง 11 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2 กลุ่ม (3.58 และ 3.66 ตามลำดับ)

เพศชาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.48) ผลិតภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.17) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.90) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่องและตราหือของน้ำมันเครื่อง (3.52) และปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.97) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.80) ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.60) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.36) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.90) ตราหือของน้ำมันเครื่อง (3.55) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.50) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.91) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.77) ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	3.48 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	4.21 (มาก)
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	3.39 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
4) ราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	3.33 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
โดยรวม	3.53 (มาก)	3.70 (มาก)

จากตาราง 12 พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 กลุ่ม (3.53 และ 3.70 ตามลำดับ)

เพศชาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.93) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.48) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.39) และราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.33) ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.21) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.59) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.52) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.47) ตามลำดับ

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของ
ผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	ชาย	หญิง
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	4.02 (มาก)	4.15 (มาก)
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์	3.88 (มาก)	4.03 (มาก)
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัท ผู้จัดจำหน่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.60 (ปานกลาง)	2.61 (ปานกลาง)
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.87 (มาก)	3.80 (มาก)
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	3.65 (มาก)	3.77 (มาก)
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อ มีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.02 (มาก)	4.22 (มาก)
โดยรวม	3.64 (มาก)	3.75 (มาก)

จากตาราง 13 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของ
ผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวม อยู่ในระดับมาก
ทั้ง 2 กลุ่ม (3.64 และ 3.75 ตามลำดับ)

เพศชาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก ซึ่งเท่ากันกับ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.02) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.88) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.87) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.65) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.44) และสามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.60) ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.22) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.15) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.03) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.80) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.77) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.65) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.61) ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ	3.69 (มาก)	3.80 (มาก)
2) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย	3.46 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	2.99 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	3.16 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
5) มีการจัดชมแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	3.23 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.84 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)
7) มีการแถมสินค้า	3.02 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
8) มีการใช้ดาราร หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็น พรีเซ็นเตอร์	2.62 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)
โดยรวม	3.13 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)

จากตาราง 14 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 2 กลุ่ม (3.13 และ 3.30 ตามลำดับ)

เพศชาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.69) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.46) มีการจัดซุ้มแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.23) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.16) มีการแถมสินค้า (3.02) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.99) มีการแลกรับของรางวัล (2.84) และ มีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.62) ตามลำดับ

เพศหญิง พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.80) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.69) และมีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.52) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดซุ้มแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.36) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.28) มีการแถมสินค้า (3.13) มีการแลกรับของรางวัล (2.95) และ มีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.70)

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.87 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.38 (มาก)	4.38 (มาก)
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.73 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.85 (มาก)
3) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง	3.47 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.62 (มาก)
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	3.27 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	3.27 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.89 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.47 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	3.83 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน	4.00 (มาก)	4.32 (มาก)	4.30 (มาก)	3.69 (มาก)	3.69 (มาก)
โดยรวม	3.73 (มาก)	3.65 (มาก)	3.60 (มาก)	3.52 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตาราง 15 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม (3.73, 3.65, 3.60, 3.52 และ 3.52 ตามลำดับ)

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.87) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.00) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.73) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับผลลากสินค้ามีความชัดเจน (3.47) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.27) ตามลำดับ

อายุ 20 - 29 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.63) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.32) ผลลากสินค้ามีความชัดเจน (3.78) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.58) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.51) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.96) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.75) ตามลำดับ

อายุ 30 - 39 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.44) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.30) และผลลากสินค้ามีความชัดเจน (3.83) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.49) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.48) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.89) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.79) ตามลำดับ

อายุ 40 - 49 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.38) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.85) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (3.69) และตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.62) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลลากสินค้ามีความชัดเจน (3.23) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.08) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.77) ตามลำดับ

อายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.38) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.85) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (3.69) และตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.62) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผลลากสินค้ามีความชัดเจน (3.23) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.08) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.77) ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปีขึ้นไป
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	2.53 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.20 (ปานกลาง)	4.12 (มาก)	4.01 (มาก)	4.02 (มาก)	4.08 (มาก)
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	3.00 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
4) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	3.40 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)
โดยรวม	3.03 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.62 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.95 (มาก)

จากตาราง 16 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากสำหรับกลุ่มอายุ 20 – 29 ปี, กลุ่มอายุ 30 – 39 ปี และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป (3.63, 3.62 และ 3.95 ตามลำดับ) มีผลในระดับปานกลางสำหรับกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 40 – 49 ปี (3.03 และ 3.49 ตามลำดับ)

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.40) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.20) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.00) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (2.53)

อายุ 20 - 29 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.12) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.56) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.44) และ มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.40) ตามลำดับ

อายุ 30 - 39 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.01) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.56) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.53) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.38) ตามลำดับ

อายุ 40 - 49 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.02) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.46) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.24) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.22) ตามลำดับ

อายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.08) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (4.00) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.85) และราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.85) ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	3.80 (มาก)	4.10 (มาก)	4.03 (มาก)	4.03 (มาก)	4.46 (มาก)
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	3.07 (ปานกลาง)	4.03 (มาก)	3.89 (มาก)	3.85 (มาก)	4.46 (มาก)
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย	3.07 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.57 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.33 (น้อย)	2.63 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)	2.38 (น้อย)
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.40 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)	3.91 (มาก)	3.78 (มาก)	4.23 (มาก)
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	3.33 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.51 (มาก)	3.69 (มาก)
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	3.67 (มาก)	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.15 (มาก)
โดยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.72 (มาก)	3.68 (มาก)	3.61 (มาก)	3.81 (มาก)

จากตาราง 17 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากสำหรับกลุ่มอายุ 20 – 29 ปี, กลุ่มอายุ 30 – 39 ปี, กลุ่มอายุ 40 – 49 ปี และกลุ่มอายุ 50 ปี ขึ้นไป (3.72, 3.68, 3.61 และ 3.81 ตามลำดับ) มีผลในระดับปานกลางสำหรับกลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี (3.24)

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (3.80) ผู้ชาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.40) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.33) และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.07) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.33) ตามลำดับ

อายุ 20 - 29 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ชาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.14) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.10) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.03) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.81) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.77) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.56) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.63) ตามลำดับ

อายุ 30 - 39 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ชาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.09) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.03) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.91) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.89) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.72) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.57) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางคือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.57) ตามลำดับ

อายุ 40 - 49 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.03) ผู้ชาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.02) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.85) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.78) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.51) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.39) และสามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.69) ตามลำดับ

อายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.46) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (4.23) ผู้ชาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.15) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.69) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางคือ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.31) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อยคือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.38) ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อายุ				
	ต่ำกว่า 20 ปี	20-29 ปี	30-39 ปี	40-49 ปี	50 ปี ขึ้นไป
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/ วิทยุ	3.13 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.77 (มาก)	3.76 (มาก)	3.54 (มาก)
2) มีพนักงานขายแนะนำ จุดขาย	3.27 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.64 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	2.80 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	3.27 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)
5) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	2.93 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)	2.69 (ปานกลาง)
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.53 (ปานกลาง)	3.01 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)
7) มีการแถมสินค้า	2.33 (น้อย)	3.16 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)
8) มีการใช้คารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์	2.60 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)	2.31 (น้อย)
โดยรวม	2.86 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)

จากตาราง 18 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทุกกลุ่ม (2.86, 3.26, 3.20, 3.14 และ 2.79 ตามลำดับ)

อายุต่ำกว่า 20 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.27) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.13) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (2.93) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.80) มีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.60) มีการแลกรับของรางวัล (2.53) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อยคือ มีการแถมสินค้า (2.33) ตามลำดับ

อายุ 20 - 29 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.75) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.58) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.38) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.35) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการแถมสินค้า (3.16) มีการแลกรับของรางวัล (3.01) และมีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.70) ตามลำดับ

อายุ 30 - 39 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.77) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.64) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.26) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.22) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.18) มีการแถมสินค้า (3.00) มีการแลกรับของรางวัล (2.85) และมีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.66) ตามลำดับ

อายุ 40 - 49 ปี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/ วิทยุ (3.76) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.39) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.34) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.32) มีการแถมสินค้า (3.07) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.88) มีการแลกรับของรางวัล (2.81) และมีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.56) ตามลำดับ

อายุ 50 ปีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแถมสินค้า (3.23) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.00) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (2.69) และมีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (2.62) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการแลกรับของรางวัล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.31) ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.47 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.54 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
3) ทรายี่ห่อของน้ำมันเครื่อง	3.59 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มี ความสวยงาม	2.86 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	3.09 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.57 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจาก กรมธุรกิจพลังงาน	4.05 (มาก)	4.40 (มาก)	4.42 (มาก)
โดยรวม	3.60 (มาก)	3.60 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตาราง 19 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มการศึกษา (3.60, 3.60 และ 3.73 ตามลำดับ)

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.47) ผลิตรถยนต์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.05) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.59) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.57) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.09) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตรถยนต์ที่มีความสวยงาม (2.86) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตรถยนต์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.40) และฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.83) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.46) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.81) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตรถยนต์ที่มีความสวยงาม (2.71) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.75) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตรถยนต์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.42) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.79) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.71) และตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.69) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.92) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตรถยนต์ที่มีความสวยงาม (2.88) ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านราคา	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	3.42 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.82 (มาก)	4.21 (มาก)	4.29 (มาก)
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	3.21 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.67 (มาก)
4) ราคาจูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	3.12 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.71 (มาก)
โดยรวม	3.39 (ปานกลาง)	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตาราง 20 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมากสำหรับกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี และกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (3.77 และ 3.78 ตามลำดับ) มีผลในระดับปานกลางสำหรับกลุ่มการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (3.39)

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.82) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.42) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.21) และราคาจูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.12) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.21) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับกับ ราคาจูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.63) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.60) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.29) ราคาจูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.71) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.46) ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานต้นนึ่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	3.97 (มาก)	4.12 (มาก)	4.38 (มาก)
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	4.02 (มาก)	4.21 (มาก)
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.83 (มาก)
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.47 (น้อย)	2.67 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.73 (มาก)	3.91 (มาก)	4.17 (มาก)
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	3.62 (มาก)	3.79 (มาก)	3.50 (มาก)
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถาม เมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.01 (มาก)	4.14 (มาก)	4.29 (มาก)
โดยรวม	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตาราง 21 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่มการศึกษา (3.58, 3.74 และ 3.92 ตามลำดับ)

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.01) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (3.97) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.80) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.73) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.62) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.44) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.47) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.14) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.12) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.02) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.91) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.79) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.53) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.67) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.38) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.29) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.21) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (4.17) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.83) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.50) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางคือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.08)

ตาราง 22 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระดับการศึกษาสูงสุด		
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ	3.66 (มาก)	3.74 (มาก)	4.21 (มาก)
2) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย	3.37 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.83 (มาก)
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	2.83 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.71 (มาก)
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	3.08 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
5) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	3.07 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.71 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
7) มีการแถมสินค้า	2.94 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)
8) มีการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นพรีเซ็นเตอร์	2.64 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)	2.67 (ปานกลาง)
โดยรวม	3.04 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)

จากตาราง 22 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (3.66) มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มการศึกษาระดับปริญญาตรี (3.04 และ 3.27 ตามลำดับ)

การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยู (3.66) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.37) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.08) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.07) มีการแถมสินค้า (2.94) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.83) มีการแลกรับของรางวัล (2.71) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.64) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรี พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยู (3.74) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.42) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.39) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.27) มีการแถมสินค้า (3.10) มีการแลกรับของรางวัล (3.10) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.64) ตามลำดับ

การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยู (4.21) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (4.00) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.83) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.75) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.71) มีการแถมสินค้า (3.58) และมีการแลกรับของรางวัล (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.67)

ตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพหลัก				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา	อื่นๆ
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.45	4.50	4.62	4.68	3.22
	(มาก)	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	(มากที่สุด)	(ปานกลาง)
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.30	3.45	3.76	3.68	3.22
	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(มาก)	(มาก)	(ปานกลาง)
3) ครายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง	3.35	3.44	3.86	3.60	3.44
	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(มาก)	(มาก)	(ปานกลาง)
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ ความสวยงาม	2.55	2.70	2.97	3.08	3.33
	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	2.45	2.87	3.25	3.16	3.00
	(น้อย)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.95	2.75	3.48	3.84	3.67
	(มาก)	(ปานกลาง)	(ปานกลาง)	(มาก)	(มาก)
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจาก กรมธุรกิจพลังงาน	4.45	4.26	4.10	4.24	4.33
	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)	(มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.50	3.42	3.72	3.75	3.46
	(มาก)	(ปานกลาง)	(มาก)	(มาก)	(ปานกลาง)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย

จากตาราง 23 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/วิสาหกิจ กลุ่มอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มอาชีพนิสิตนักศึกษา (3.50, 3.72 และ 3.75 ตามลำดับ) มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย (3.42 และ 3.46 ตามลำดับ)

อาชีพข้าราชการ/วิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.45) และฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.95) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ครายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.35) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.30) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์

มีความสวยงาม (2.55) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.45) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.50) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ผลិតภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.26) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.45) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.44) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.87) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (2.75) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.70) ตามลำดับ

อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.62) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.10) ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.86) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.76) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.48) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.25) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (2.97) ตามลำดับ

อาชีพนิสิต นักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (4.68) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.24) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.84) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.68) และตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.60) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.16) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (3.08) ตามลำดับ

อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.33) และฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.44) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม (3.33) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.22) และความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.00) ตามลำดับ

ตาราง 24 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์
 หนึ่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพหลัก				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา	อื่นๆ
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	3.35 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	4.08 (มาก)	3.90 (มาก)	4.08 (มาก)	4.00 (มาก)
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	2.85 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
4) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	3.05 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
โดยรวม	3.26 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และ ค้าขาย

จากตาราง 24 พบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์หนึ่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มอาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย (3.62, 3.63 และ 3.53 ตามลำดับ) มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพนิสิต นักศึกษา (3.26 และ 3.40 ตามลำดับ)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.80) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.35) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.05) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (2.85) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.08) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.56) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.44) และราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.41) ตามลำดับ

อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (3.90) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.59) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.58) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.46) ตามลำดับ

อาชีพนิสิต นักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.08) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.36) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.16) และราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.00) ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (4.00) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.33) และราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.11) ตามลำดับ

ตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของ
ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพหลัก				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา	อื่นๆ
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	3.80 (มาก)	3.95 (มาก)	3.85 (มาก)	4.04 (มาก)	4.00 (มาก)
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย	3.30 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)	3.52 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.60 (ปานกลาง)	2.53 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.40 (น้อย)	2.33 (น้อย)
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	4.55 (มากที่สุด)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	4.10 (มาก)	3.69 (มาก)	3.58 (มาก)	3.68 (มาก)	3.78 (มาก)
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.30 (มาก)	4.04 (มาก)	4.06 (มาก)	4.44 (มาก)	4.11 (มาก)
โดยรวม	3.81 (มาก)	3.66 (มาก)	3.68 (มาก)	3.66 (มาก)	3.70 (มาก)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย

จากตาราง 25 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม (3.81, 3.66, 3.68, 3.66 และ 3.70 ตามลำดับ)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (4.55) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.30) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (4.10) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.00) และสถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.80) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.30) และสามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.60) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.08) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.04) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.95) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.82) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.69) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.53) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.53) ตามลำดับ

อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.06) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.04) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.85) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.80) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.58) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.52) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.91) ตามลำดับ

อาชีพนิสิต นักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.44) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.04) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.00) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.68) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.40) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.40) ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.33) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.11) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.00) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.78) และสามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.56) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.33) ตามลำดับ

ตาราง 26 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	อาชีพหลัก				
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	นิสิต นักศึกษา	อื่นๆ
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยู	4.10 (มาก)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)	4.04 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
2) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.61 (มาก)	3.76 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	2.20 (น้อย)	3.11 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	2.60 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
5) มีการจัดซุ้มแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	3.60 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.10 (น้อย)	2.91 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)
7) มีการแถมสินค้า	2.25 (น้อย)	3.03 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
8) มีการใช้คารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์	2.15 (น้อย)	2.61 (ปานกลาง)	2.73 (ปานกลาง)	3.96 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)
โดยรวม	2.81 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย

จากตาราง 26 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามอาชีพหลัก มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทุกกลุ่ม (2.81, 3.18, 3.27, 3.41 และ 3.33 ตามลำดับ)

อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยู (4.10) มีการจัดซุ้มแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.60) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.50) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (2.60) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีการแถมสินค้า (2.25) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.20) มีการใช้คาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.15) และมีการแลกรับของรางวัล (2.10) ตามลำดับ

อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.67) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.51) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.33) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.25) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.11) มีการแถมสินค้า (3.03) มีการแลกรับของรางวัล (2.91) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.61) ตามลำดับ

อาชีพทำธุรกิจส่วนตัว พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (3.75) และมีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.61) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแถมสินค้า (3.41) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.33) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.28) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.11) รองลงมาคือ มีการแลกรับของรางวัล (2.94) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.73) ตามลำดับ

อาชีพนิสิต นักศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ (4.04) มีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (3.96) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.76) และมีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.68) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.24) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.00) มีการแลกรับของรางวัล (2.84) และมีการแถมสินค้า (2.76) ตามลำดับ

อาชีพอื่นๆ ได้แก่ อาชีพรับจ้างทั่วไป และค้าขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / วิทยุ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการแถมสินค้า (3.44) มีการแลกรับของรางวัล (3.33) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (3.22) และมีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.11) ตามลำดับ

ตาราง 27 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้งานตั้่ง ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
1) คุณภาพของน้ำมันเครื่อง	4.48 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.76 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
2) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง	3.44 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.64 (มาก)
3) ทรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง	3.54 (มาก)	3.51 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.82 (มาก)	3.82 (มาก)
4) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	2.94 (ปานกลาง)	2.74 (ปานกลาง)	2.63 (ปานกลาง)	2.71 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
5) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์	3.06 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)
6) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน	3.61 (มาก)	3.69 (มาก)	3.89 (มาก)	3.71 (มาก)	3.82 (มาก)
7) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน	4.03 (มาก)	4.29 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)	4.27 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม	3.59 (มาก)	3.61 (มาก)	3.59 (มาก)	3.73 (มาก)	3.73 (มาก)

จากตาราง 27 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม (3.59, 3.61, 3.59, 3.73 และ 3.73 ตามลำดับ)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.48) ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.03) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.61) และทรายี่ห้อของน้ำมันเครื่อง (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.44) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (3.06) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2.94) ตามลำดับ

รายได้ 10,001 - 25,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.50) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลិតภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.29) ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.69) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.56) และตราหือของน้ำมันเครื่อง (3.51) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.98) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2.74) ตามลำดับ

รายได้ 25,001 - 40,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.56) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.39) และฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.89) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ตราหือของน้ำมันเครื่อง (3.48) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.44) ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.76) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2.63) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 - 60,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.76) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.41) ตราหือของน้ำมันเครื่อง (3.82) ระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.76) และฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.71) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.94) และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2.71) ตามลำดับ

รายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คุณภาพของน้ำมันเครื่อง (4.73) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจากกรมธุรกิจพลังงาน (4.27) ตราหือของน้ำมันเครื่อง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ฉลากสินค้ามีความชัดเจน (3.82) และระดับความหลากหลายของน้ำมันเครื่อง (3.64) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (3.18) และ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ (2.64) ตามลำดับ

ตาราง 28 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
1) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด	3.21 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.52 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)
2) ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	3.73 (มาก)	4.09 (มาก)	4.18 (มาก)	4.35 (มาก)	4.64 (มากที่สุด)
3) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า	3.06 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.94 (มาก)	3.82 (มาก)
4) ราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที	2.95 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)	3.58 (มาก)	3.88 (มาก)	4.45 (มาก)
โดยรวม	3.24 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)	3.98 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตาราง 28 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์นั่ง ส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มรายได้ 10,001 - 25,000 บาท กลุ่มรายได้ 25,001 - 40,000 บาท กลุ่มรายได้ 40,001 - 60,000 บาท และกลุ่มรายได้ 60,001 บาท ขึ้นไป (3.69, 3.73, 3.98 และ 4.21 ตามลำดับ) มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท (3.24)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (3.73) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.21) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.06) และราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (2.95) ตามลำดับ

รายได้ 10,001 - 25,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (4.09) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.68) และราคาช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.51) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.49) ตามลำดับ

รายได้ 25,001 - 40,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (4.18) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.63) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.58) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.52) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 - 60,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (4.35) มีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.94) ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (3.88) และราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.76) ตามลำดับ

รายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ (4.64) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาสูงใจให้สามารถตัดสินใจซื้อได้ทันที (4.45) ราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นในท้องตลาด (3.91) และมีส่วนลดด้านราคาของสินค้า (3.82) ตามลำดับ

ตาราง 29 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง ของ
ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
1) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก	3.92 (มาก)	4.05 (มาก)	4.14 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
2) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์	3.79 (มาก)	3.92 (มาก)	3.94 (มาก)	4.65 (มากที่สุด)	4.27 (มาก)
3) สามารถซื้อสินค้าโดยตรงกับทางบริษัทผู้จัดจำหน่าย	3.46 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.82 (มาก)
4) สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต	2.38 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	2.70 (ปานกลาง)	2.24 (น้อย)	3.27 (ปานกลาง)
5) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	3.54 (มาก)	3.95 (มาก)	3.96 (มาก)	4.41 (มาก)	3.73 (มาก)
6) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด	3.45 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.80 (มาก)	3.59 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)
7) ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	3.97 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.41 (มาก)	3.82 (มาก)
โดยรวม	3.50 (มาก)	3.71 (มาก)	3.77 (มาก)	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)

จากตาราง 29 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทุกกลุ่ม (3.50, 3.71, 3.77, 3.96 และ 3.82 ตามลำดับ)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (3.97) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (3.92) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.79) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.46) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.45) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.38) ตามลำดับ

รายได้ 10,001 - 25,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.10) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.05) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.95) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.92) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.83) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.43) และสามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.70) ตามลำดับ

รายได้ 25,001 - 40,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.20) สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.14) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.96) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (3.94) สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.80) และสามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.68) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลางคือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.70) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 - 60,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.65) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (4.41) สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย (3.76) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.59) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อยคือ สามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (2.24) ตามลำดับ

รายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ได้สะดวก (4.36) สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (4.27) สามารถซื้อสินค้าได้โดยตรงกับบริษัทผู้จัดจำหน่าย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ผู้ขาย (ร้านค้า) สามารถตอบข้อซักถามเมื่อมีข้อสงสัยในตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน (3.82) และสถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความน่าเชื่อถือ (3.73) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้ามีความสะอาด (3.45) และสามารถซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.27) ตามลำดับ

ตาราง 30 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน				
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001 - 25,000 บาท	25,001 - 40,000 บาท	40,001 - 60,000 บาท	60,001 บาท ขึ้นไป
1) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.76 (มาก)	4.18 (มาก)	3.82 (มาก)
2) มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย	3.48 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.76 (มาก)	3.91 (มาก)
3) มีการแจกตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้	2.85 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	4.18 (มาก)
4) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า	3.15 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	4.09 (มาก)
5) มีการจัดชั้นแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์	3.23 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.18 (ปานกลาง)	3.64 (มาก)
6) มีการแลกรับของรางวัล	2.72 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.27 (ปานกลาง)
7) มีการแถมสินค้า	2.73 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.94 (มาก)	3.09 (ปานกลาง)
8) มีการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์	2.71 (ปานกลาง)	2.55 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	2.29 (น้อย)	2.36 (น้อย)
โดยรวม	3.07 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.38 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตาราง 30 พบว่า ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้น้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่อยู่ในจังหวัดสมุทรสาคร จำแนกตามรายได้ต่อเดือน มีผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก สำหรับกลุ่มรายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป (3.55) มีผลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับกลุ่มรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท กลุ่มรายได้ 10,001 - 25,000 บาท กลุ่มรายได้ 25,001 - 40,000 บาท และกลุ่มรายได้ 40,001 - 60,000 บาท (3.07, 3.12, 3.45 และ 3.38 ตามลำดับ)

รายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ (3.67) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานขายแนะนำ ณ จุดขาย (3.48) มีการจัดชั้นแสดงผลิตภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.23) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.15) มีการแจกสินค้าตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (2.85) มีการแถมสินค้า (2.73) มีการแลกรับของรางวัล (2.72) และมีการใช้ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.71) ตามลำดับ

รายได้ 10,001 - 25,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก คือ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ (3.71) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย (3.45) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.20) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.18) มีการแถมสินค้า (3.05) มีการแจกสินค้าตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.03) มีการแลกรับของรางวัล (2.77) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.55) ตามลำดับ

รายได้ 25,001 - 40,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย (3.76) และมีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.54) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.46) มีการแถมสินค้า (3.38) มีการแลกรับของรางวัล (3.27) และมีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.90) ตามลำดับ

รายได้ 40,001 - 60,000 บาท พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ (4.18) มีการแถมสินค้า (3.94) และมีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย (3.76) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (3.47) มีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.18) มีการแลกรับของรางวัล (3.12) และมีการแจกสินค้าตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (3.06) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ มีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.29) ตามลำดับ

รายได้ตั้งแต่ 60,001 บาทขึ้นไป พบว่า ปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการแจกสินค้าตัวอย่างสินค้าให้ทดลองใช้ (4.18) มีโบว์ชัวร์แนะนำสินค้า (4.09) มีพนักงานแนะนำ ณ จุดขาย (3.91) มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์/วิทยุ (3.82) และมีการจัดซุ้มแสดงผลภัณฑ์ในงานต่างๆ เช่น มอเตอร์โชว์ (3.64) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการแลกรับของรางวัล (3.27) และมีการแถมสินค้า (3.09) และปัจจัยที่มีผลอยู่ในระดับน้อย คือ มีการใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นพรีเซ็นเตอร์ (2.36) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

เหตุผลในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1) ครบกำหนดตามระยะทาง	293	76.3
2) พบว่ารถยนต์มีปัญหา	6	1.6
3) ครบกำหนดตามระยะเวลา	85	22.1
รวม	384	100.0

จากตาราง 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องเมื่อครบกำหนดตามระยะทาง ร้อยละ 76.3 รองลงมาคือ ทำการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องเมื่อครบกำหนดตามระยะเวลา ร้อยละ 22.1 และทำการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องเมื่อพบว่ารถยนต์มีปัญหา ร้อยละ 1.6

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ประเภทรถยนต์ที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
1) เครื่องยนต์เบนซินรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	166	43.2
2) เครื่องยนต์เบนซินรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	15	3.9
3) เครื่องยนต์ดีเซลรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน	143	37.2
4) เครื่องยนต์ดีเซลรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน	60	15.6
รวม	384	100.0

จากตาราง 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้รถเครื่องยนต์เบนซินรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ร้อยละ 43.2 รองลงมาคือ ใช้รถเครื่องยนต์ดีเซลรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน ร้อยละ 37.2 และใช้รถเครื่องยนต์ดีเซลรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน ร้อยละ 15.6

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเปลี่ยนถ่าย
ภายในระยะเวลา 1 ปี

ความถี่ในการเปลี่ยนถ่ายภายในระยะเวลา 1 ปี	จำนวน	ร้อยละ
1) 1 - 2 ครั้ง	122	31.8
2) 3 - 4 ครั้ง	130	33.9
3) 5 - 6 ครั้ง	61	15.9
4) 7 ครั้ง ขึ้นไป	71	18.5
รวม	384	100.0

จากตาราง 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความถี่ในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ภายใน
ระยะเวลา 1 ปี จำนวน 3 - 4 ครั้ง ร้อยละ 33.9 รองลงมาคือ จำนวน 1 - 2 ครั้ง ร้อยละ 31.8 และ
จำนวน 7 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 18.5

ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยน
น้ำมันเครื่อง

ค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1) ไม่เกิน 500 บาท	38	9.9
2) 501 - 750 บาท	100	26.0
3) 751 - 1,000 บาท	141	36.7
4) 1,001 - 1,250 บาท	58	15.1
5) 1,251 - 1,500 บาท	22	5.7
6) 1,501 บาท ขึ้นไป	25	6.5
รวม	384	100.0

จากตาราง 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง
แต่ละครั้ง จำนวน 751 - 1,000 บาท ร้อยละ 36.7 รองลงมาคือ จำนวน 501 - 750 บาท ร้อยละ 26.0
และ จำนวน 1,001 - 1,250 บาท ร้อยละ 15.1

ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของน้ำมันเครื่องต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ

คุณสมบัติของน้ำมันเครื่องต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
1) ให้การหล่อลื่น ลดแรงเสียดทานของเครื่องยนต์	324	84.4
2) ช่วยรักษาความสะอาดของเครื่องยนต์	279	72.7
3) ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง	159	41.4
4) ช่วยระบายความร้อนของเครื่องยนต์	126	32.8
5) เพิ่มความแข็งแรงให้กับเครื่องยนต์	112	29.2
6) เพิ่มประสิทธิภาพในการเผาไหม้	138	35.9
7) ไม่ก่อให้เกิดควันดำ	128	33.3
8) อื่นๆ โปรดระบุ.....	4	1.0

หมายเหตุ - ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- อื่นๆ ได้แก่ ต้องการยืดอายุการใช้งานของรถ ไม่ได้สนใจ และเพื่อนแนะนำ

จากตาราง 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ตัดสินใจเลือกซื้อน้ำมันเครื่องโดยพิจารณาจากคุณสมบัติของน้ำมันเครื่อง เนื่องจากให้การหล่อลื่น ลดแรงเสียดทานของเครื่องยนต์ ร้อยละ 84.4 รองลงมาคือ ช่วยรักษาความสะอาดของเครื่องยนต์ ร้อยละ 72.7 และ ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 41.4

ตาราง 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำมันเครื่องที่เลือกซื้อเป็นประจำ

ยี่ห้อของน้ำมันเครื่องที่เลือกซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
1) ปตท.	221	57.6
2) คอสตอล	94	24.5
3) บีพี	32	8.3
4) เชลล์	111	28.9
5) เพนซอฮอล์	33	8.6
6) เทรน	12	3.1
7) เอสโซ่	67	17.4
8) คาร์เท็กซ์	39	10.2
9) อื่นๆ โปรดระบุ.....	27	7.0

หมายเหตุ - ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 - อื่นๆ ได้แก่ ยี่ห้อ โตโยต้า บีโทรนาส น้ำมันเครื่องของศูนย์บริการ วิกออย บางจาก บิอาร์เอส คักแฮมส์ แอลซี นิสสัน คิวเอท และยี่ห้อจิวพี

จากตาราง 36 พบว่า ยี่ห้อของน้ำมันเครื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อเป็นประจำ คือ ปตท. ร้อยละ 57.6 รองลงมาคือ เชลล์ ร้อยละ 28.9 และ คอสตอล ร้อยละ 24.5

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อน้ำมันเครื่อง

แหล่งที่ซื้อน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1) ศูนย์บริการรถยนต์	238	62.0
2) ปั้มน้ำมัน	142	37.0
3) อุ้ช่อมรถยนต์	85	22.1
4) ซุปเปอร์มาร์เก็ต / ห้างสรรพสินค้า	30	7.8
5) ร้านค้าทั่วไป	102	26.6
6) ศูนย์ล้างอัดฉีดรถยนต์	57	14.8
7) อื่นๆ โปรดระบุ	7	1.8

หมายเหตุ - ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
 - อื่นๆ ได้แก่ ซื้อที่โรงงานผู้ผลิต ศูนย์โตโยต้า ฝากเพื่อนซื้อ

จากตาราง 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำมันเครื่องจาก ศูนย์บริการรถยนต์ ร้อยละ 62.0 รองลงมาคือ ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 37.0 และ ร้านค้าทั่วไป ร้อยละ 26.6

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง

แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1) เอกสารแผ่นพับ	83	21.6
2) นิตยสาร	93	24.2
3) หนังสือพิมพ์	89	23.2
4) อินเทอร์เน็ต	42	10.9
5) วิทยุ	60	15.6
6) พนักงานขายผลิตภัณฑ์	102	26.6
7) โทรทัศน์	263	68.5
8) คู่มือประจำรถยนต์	133	34.6
9) อื่นๆ โปรดระบุ.....	15	3.9

หมายเหตุ - ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
- อื่นๆ ได้แก่ ป้ายโฆษณา ช่างที่ซ่อมรถ ศูนย์บริการ เพื่อน

จากตาราง 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับน้ำมันเครื่องจาก โทรทัศน์ ร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ คู่มือประจำรถยนต์ ร้อยละ 34.6 และ พนักงานขายผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 26.6

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจเลือกชื่อ "มากที่สุด"

ผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจเลือกชื่อ "มากที่สุด"	จำนวน	ร้อยละ
1) ตัวตนเอง	256	66.7
2)ญาติพี่น้อง	14	3.6
3) ช่างเทคนิค	77	20.1
4) พนักงานขาย	20	5.2
5) เพื่อน	16	4.2
6) อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	0.3
รวม	384	100.0

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ หัวหน้างาน

จากตาราง 39 พบว่า ผู้มีส่วนร่วมต่อการตัดสินใจเลือกชื่อของผู้ตอบแบบสอบถาม "มากที่สุด" คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง ร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ ช่างเทคนิค ร้อยละ 20.1 และพนักงานขาย ร้อยละ 5.2

ส่วนที่ 5 ปัญหาการเลือกใช้น้ำมันเครื่องสำหรับรถยนต์ และข้อเสนอแนะจากปัญหาที่ผู้ตอบ
แบบสอบถามพบจากการใช้ หรือชื้อน้ำมันเครื่อง

ตาราง 40 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง

ปัญหาการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	แปลผล
1) คุณภาพน้ำมันเครื่องไม่ดี	3.40	1.07	ปานกลาง
2) ภาพพจน์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ไม่ดี	3.14	0.84	ปานกลาง
3) ราคาแพง	3.72	0.78	มาก
4) มีการขึ้นราคาของสินค้าอยู่เป็นประจำ	3.73	0.91	มาก
5) สินค้าขาดตลาด	2.89	0.94	ปานกลาง
6) ไม่สะดวกในการซื้อหรือใช้บริการ	3.10	0.91	ปานกลาง
7) ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ ตัวผลิตภัณฑ์	3.21	0.88	ปานกลาง
8) ขาดการโฆษณาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	3.11	0.90	ปานกลาง
9) ไม่ได้รับบริการที่ดีจากพนักงานขาย	3.18	0.95	ปานกลาง
10) การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	3.22	0.91	ปานกลาง
โดยรวม	3.27	0.91	ปานกลาง

จากตาราง 40 พบว่า ปัญหาการเลือกใช้น้ำมันเครื่อง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.27) โดยปัจจัยย่อยที่มีปัญหาอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการขึ้นราคาของสินค้าอยู่เป็นประจำ (3.73) และราคาแพง (3.72) และปัจจัยย่อยที่มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ คุณภาพน้ำมันเครื่องไม่ดี (3.40) การส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ (3.22) ขาดการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (3.21) ไม่ได้รับบริการที่ดีจากพนักงานขาย (3.18) ภาพพจน์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ไม่ดี (3.14) ขาดการโฆษณาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ (3.11) ไม่สะดวกในการซื้อหรือใช้บริการ (3.10) และสินค้าขาดตลาด (2.89) ตามลำดับ

ตาราง 41 สรุปจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้ข้อเสนอแนะจากปัญหาที่พบในการใช้ หรือ
ใช้น้ำมันเครื่องสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ข้อเสนอแนะจากปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้หรือ ใช้น้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
1 ใช้แล้วเลอะเทอะ ถ้าให้สีน่าจะมีบรรจุภัณฑ์แบบที่ไม่ทำให้มือเลอะ	1	0.26
2 โฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อย	5	1.30
3 พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าน้อย	5	1.30
4 ราคาสินค้าในปั้มน้ำมันจะมีราคาแพงกว่าร้านค้าทั่วไป	1	0.26
5 ไม่รู้วาล์วหัดของน้ำมันเครื่องหมายถึงอะไร บอกถึงความหนืด มากน้อยขนาดไหน	1	0.26
6 สินค้ามีราคาแพง	2	0.52
7 การโฆษณาเกินความเป็นจริง	2	0.52
8 การระบุนระยะทางการใช้งานกับเกรดของน้ำมันซึ่งไม่สอดคล้องกับ ศูนย์เปลี่ยนถ่ายทำให้เกิดความสับสนในหมู่ผู้บริโภค	1	0.26
9 ขนาดการบรรจุสินค้าไม่พอดีกับปริมาณการใช้งาน ทำให้เหลือและ สิ้นเปลือง	1	0.26
10 การนำเสนอข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไม่ชัดเจน	3	0.78
11 พนักงานขายมักจะแนะนำสินค้าที่มีมาตรฐานสูงเกินความจำเป็น ทำให้ต้อง เสียค่าใช้จ่ายสูงขึ้น	2	0.52
12 น้ำมันเครื่องบางยี่ห้อใช้แล้ววิ่งไม่ออก	1	0.26
13 น้ำมันเครื่องคุณภาพไม่ดี น้ำมันเครื่องดำเร็ว	5	1.30
14 ต้องการให้น้ำมันเครื่องช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ให้นานมากขึ้น	2	0.52
15 มีน้ำมันเครื่องให้เลือกน้อย	1	0.26

จากตาราง 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อเสนอแนะจากปัญหาที่พบในการใช้ หรือ
ใช้น้ำมันเครื่องสำหรับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ได้แก่ โฆษณาและประชาสัมพันธ์น้อย, พนักงานขาย
มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าน้อย และน้ำมันเครื่องคุณภาพไม่ดี น้ำมันเครื่องดำเร็ว ร้อยละ 1.30 เท่ากัน
ทั้ง 3 ข้อเสนอแนะ