

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์และแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานบริการน้ำมัน

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของสถานบริการน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร

4.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 2 – ตารางที่ 13)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ชาย	227	68.79	1
หญิง	103	31.21	2
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 68.79 และ เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 31.21

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 20 ปี	9	2.73	5
21 – 30 ปี	87	26.36	2
31 – 40 ปี	133	40.30	1
41 – 50 ปี	72	21.82	3
51 ปีขึ้นไป	29	8.79	4
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุช่วง 31 – 40 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมา ได้แก่ ช่วงอายุ 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.36 ช่วงอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.82 อายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.79 และช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 2.73 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
โสด	127	38.72	2
สมรส	199	60.67	1
อื่นๆ	2	0.61	3
รวม	328	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีสถานภาพสมรสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.67 รองลงมา ได้แก่ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 38.72 และสถานภาพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
มัธยมต้นหรือต่ำกว่า	32	9.70	5
มัธยมปลายหรือ ปวช.	59	17.88	2
อนุปริญญาหรือ ปวส.	38	11.52	3
ปริญญาตรี	165	50.00	1
สูงกว่าปริญญาตรี	36	10.90	4
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา ได้แก่ มัธยมปลายหรือ ปวช. คิดเป็นร้อยละ 17.88 อนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 11.52 สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 10.90 และมัธยมต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 9.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 10,000 บาท	52	15.80	3
10,001 – 20,000 บาท	91	27.66	1
20,001 – 30,000 บาท	65	19.76	2
30,001 – 40,000 บาท	45	13.68	5
40,001 – 50,000 บาท	26	7.90	6
50,001 บาทขึ้นไป	50	15.20	4
รวม	329	100.00	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.66 รองลงมา คือ มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 19.76 มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.80 มีรายได้เฉลี่ย 50,001 บาทต่อเดือนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีรายได้เฉลี่ย 30,001 – 40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 13.68 และมีรายได้เฉลี่ย 40,001 – 50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	45	13.64	4
นิสิต/นักศึกษา	14	4.24	5
พนักงานบริษัทเอกชน	140	42.42	1
รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ	58	17.58	3
เจ้าของธุรกิจ	59	17.88	2
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	7	2.12	6
อื่นๆ	7	2.12	6
รวม	330	100.00	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ พยาบาล อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน ครูอนุบาลเอกชน

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพพนักงานบริษัทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.42 รองลงมา ได้แก่ เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.88 อาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 17.58 ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.64 แม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.12 และอื่นๆ ได้แก่ พยาบาล อาจารย์มหาวิทยาลัยเอกชน ครูอนุบาลเอกชน คิดเป็นร้อยละ 2.12 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรถยนต์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้

ประเภทรถยนต์ที่ใช้	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
รถเก๋งส่วนบุคคล	199	60.30	1
รถปิกอัพส่วนบุคคล	131	39.70	2
รวม	330	100.00	

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้รถเก๋งส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 60.30 และรถปิกอัพส่วนบุคคล คิดเป็นร้อยละ 39.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิงที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้

ชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ดีเซล	125	37.88	2
เบนซิน	143	43.33	1
แก๊สโซฮอล์	60	18.18	3
NGV	2	0.61	4
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเติมน้ำมันเบนซินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.33 รองลงมา คือ น้ำมันดีเซล คิดเป็นร้อยละ 37.88 แก๊สโซฮอล์ คิดเป็นร้อยละ 18.18 และ NGV คิดเป็นร้อยละ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน

ความถี่ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
1-3 ครั้ง	55	16.67	3
4-5 ครั้ง	129	39.09	1
6-7 ครั้ง	39	11.82	4
8 ครั้งขึ้นไป	107	32.42	2
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเติมน้ำมัน โดยเฉลี่ย 4-5 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.09 รองลงมาคือ เติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 8 ครั้งขึ้นไปต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 32.42 เติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และเติมน้ำมันโดยเฉลี่ย 6-7 ครั้งต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 11.82 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงินที่เติมเฉลี่ยต่อครั้ง

จำนวนเงินที่เติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ไม่เกิน 400 บาท	41	12.42	4
401 – 700 บาท	98	29.70	2
701 – 1,000 บาท	124	37.58	1
1,001 บาทขึ้นไป	67	20.30	3
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเติมน้ำมันโดยเฉลี่ยครั้งละ 701 – 1,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.58 รองลงมา คือ ครั้งละ 401 – 700 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.70 ครั้งละ 1,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20.30 และครั้งละไม่เกิน 400 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.42 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงินค่าน้ำมัน

วิธีการชำระเงินค่าน้ำมัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
ชำระด้วยเงินสด	217	65.76	1
ชำระด้วยบัตรเครดิต	98	29.70	2
ชำระด้วยบัตรเดบิต	12	3.64	3
อื่นๆ	3	0.90	4
รวม	330	100.00	

หมายเหตุ อื่นๆ ได้แก่ ชำระการลงบัญชี

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้วิธีการชำระเงินค่าน้ำมันด้วยเงินสด คิดเป็นร้อยละ 65.76 รองลงมา คือ ชำระด้วยบัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 29.70 ชำระด้วยบัตรเดบิต คิดเป็นร้อยละ 3.64 และอื่นๆ หมายถึง การชำระด้วยการลงบัญชี คิดเป็นร้อยละ 0.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเดิมสถานที่ใช้บริการ

สถานที่ที่ให้บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับที่
เดิมเป็นประจำ	98	29.70	2
เดิมเป็นบางครั้ง	194	58.79	1
เดิมเป็นครั้งแรก	38	11.51	3
รวม	330	100.00	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดิมนำมันจากสถานบริการน้ำมันเดิมเป็นบางครั้งแล้วแต่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 58.79 รองลงมา คือ เดิมแห่งเดียวเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 29.70 และใช้บริการเดิมน้ำมันเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 11.51 ตามลำดับ

4.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 14 – ตารางที่ 20)

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของตราขี้อี่ห้อที่กำลังใช้บริการ	46 (14.0)	162 (49.2)	117 (35.6)	3 (0.9)	1 (0.3)	3.76 (มาก)	3
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน	67 (20.4)	163 (49.7)	97 (29.6)	1 (0.3)	- (-)	3.90 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน	59 (17.9)	153 (46.4)	105 (31.8)	11 (3.3)	2 (0.6)	3.78 (มาก)	2
มีบริการล้างอัดฉีด / ถ่ายน้ำมันเครื่อง	13 (4.0)	84 (25.7)	132 (40.4)	72 (22.0)	26 (8.0)	2.96 (ปานกลาง)	5
มีบริการเติมลมและเช็คกระบอก	28 (8.6)	89 (27.3)	112 (34.4)	79 (24.2)	18 (5.5)	3.09 (ปานกลาง)	4
รวม						3.50 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 14 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.90)

All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน	56 (17.1)	134 (40.9)	131 (39.9)	6 (1.8)	1 (0.3)	3.73 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น	32 (10.1)	75 (23.6)	182 (57.2)	24 (7.5)	5 (1.6)	3.33 (ปานกลาง)	2
รวม						3.53 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 15 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ปัจจัยด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาน้ำมันเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง	90 (27.4)	172 (52.3)	61 (18.5)	5 (1.5)	1 (0.3)	4.05 (มาก)	1
มีสาขา/จำนวนสถานีบริการมาก	66 (20.4)	141 (43.5)	98 (30.2)	19 (5.9)	- (-)	3.78 (มาก)	2
รวม						3.92 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 16 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันในด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด	20 (6.2)	51 (15.9)	130 (40.5)	88 (27.4)	32 (10.0)	2.81 (ปานกลาง)	3
การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ	29 (9.0)	72 (22.3)	110 (34.1)	81 (25.1)	31 (9.6)	2.96 (ปานกลาง)	2
การจัดรายการชิงโชค	10 (3.1)	38 (11.8)	121 (37.7)	112 (34.9)	40 (12.5)	2.58 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ	7 (2.2)	46 (14.2)	132 (40.7)	103 (31.8)	36 (11.1)	2.65 (ปานกลาง)	4
ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ	24 (7.6)	83 (26.2)	145 (45.7)	54 (17.0)	11 (3.5)	3.17 (ปานกลาง)	1
รวม						2.83 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 17 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน	79 (24.0)	142 (43.2)	91 (27.6)	14 (4.3)	3 (0.9)	3.85 (มาก)	4
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน	75 (22.9)	137 (41.9)	100 (30.6)	13 (4.0)	2 (0.6)	3.83 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	64 (19.7)	110 (33.8)	129 (39.7)	20 (6.2)	2 (0.6)	3.66 (มาก)	6
ความรวดเร็วในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	55 (17.2)	106 (33.2)	126 (39.5)	25 (7.8)	7 (2.2)	3.55 (มาก)	8
ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน	105 (31.9)	145 (44.1)	75 (22.8)	4 (1.2)	- (-)	4.07 (มาก)	1
ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต	97 (30.2)	131 (40.8)	86 (26.8)	6 (1.9)	1 (0.3)	3.99 (มาก)	2
ความถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน	85 (26.2)	131 (40.4)	101 (31.2)	7 (2.2)	- (-)	3.91 (มาก)	3
การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น จัดการจราจรในสถานีบริการ การ โบกธงเข้า-ออก	66 (20.4)	110 (34.0)	100 (30.9)	34 (10.5)	14 (4.3)	3.56 (มาก)	7
รวม						3.80 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
การเสนอบริการของพนักงาน ได้ในแบบที่ลูกค้าต้องการ	39 (11.9)	121 (37.0)	138 (42.2)	25 (7.6)	4 (1.2)	3.51 (มาก)	8
บุคลิกภาพของพนักงาน	44 (13.4)	131 (39.9)	136 (41.5)	16 (4.9)	1 (0.3)	3.61 (มาก)	5
ความกระตือรือร้นในการ ให้บริการของพนักงาน	79 (24.4)	123 (38.0)	105 (32.4)	16 (4.9)	1 (0.3)	3.81 (มาก)	3
ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาท ในการต้อนรับและการ ให้บริการของพนักงาน	82 (24.9)	132 (40.1)	101 (30.7)	13 (4.0)	1 (0.3)	3.85 (มาก)	2
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของ พนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย	71 (21.8)	133 (40.8)	109 (33.4)	13 (4.0)	- (-)	3.80 (มาก)	4
ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ ในการให้บริการของ พนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน	82 (25.0)	139 (42.4)	101 (30.8)	6 (1.8)	- (-)	3.91 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถในการ ให้บริการของพนักงาน	36 (11.0)	125 (38.2)	154 (47.1)	11 (3.4)	1 (0.3)	3.56 (มาก)	7
ความเพียงพอของจำนวน พนักงานที่ให้บริการ	47 (14.5)	131 (40.3)	113 (34.8)	30 (9.2)	4 (1.2)	3.58 (มาก)	6
รวม						3.70 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ปัจจัยด้านบุคลากรของสถานีบริการน้ำมัน ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.91)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก		
	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ	จำนวน ร้อยละ		
ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน	53 (16.2)	140 (42.7)	117 (35.7)	16 (4.9)	2 (0.6)	3.69 (มาก)	5
จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน	57 (17.4)	141 (43.0)	112 (34.1)	17 (5.2)	1 (0.3)	3.72 (มาก)	4
ความสะอาดและเป็นระเบียบ เรียบร้อยของสถานีบริการ น้ำมัน	75 (22.9)	151 (46.0)	85 (25.9)	16 (4.9)	1 (0.3)	3.86 (มาก)	3
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานี บริการน้ำมัน	86 (26.1)	152 (46.2)	78 (23.7)	13 (4.0)	- (-)	3.95 (มาก)	2
ความสะดวกในการเข้า - ออก ของสถานีบริการน้ำมัน	88 (26.9)	157 (48.0)	72 (22.0)	7 (2.1)	3 (0.9)	3.98 (มาก)	1
ความสะอาดของห้องน้ำภายใน สถานีบริการน้ำมัน	70 (21.5)	120 (36.8)	106 (32.5)	25 (7.7)	5 (1.5)	3.69 (มาก)	5
ความเพียงพอของห้องน้ำ	62 (19.1)	120 (37.0)	109 (33.6)	27 (8.3)	6 (1.9)	3.63 (มาก)	7
การออกแบบตกแต่งสวนหย่อม และบรรยากาศภายในสถานี บริการน้ำมัน	37 (11.3)	89 (27.2)	141 (43.1)	49 (15.0)	11 (3.4)	3.28 (ปานกลาง)	8
รวม						3.73 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 20 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพของสถานีบริการน้ำมัน ที่มีผลต่อการ
เลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสะดวกใน
การเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีสาน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.50 (มาก)	6
ปัจจัยด้านราคา	3.53 (มาก)	5
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.92 (มาก)	1
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.83 (ปานกลาง)	7
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.80 (มาก)	2
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.70 (มาก)	4
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.73 (มาก)	3

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 21 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีสาน้ำมันที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับ คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.73) ปัจจัยด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.70) ปัจจัยด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.53) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 2.83)

4.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (ตารางที่ 22 – ตารางที่ 48)

4.3.1 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ (ตารางที่ 22– ตารางที่ 29)

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของตราหี้อีกที่ก่าลั้งใช้ บริการ	3.70 (มาก)	3	3.87 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน	3.88 (มาก)	1	3.95 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานี บริการน้ำมัน	3.75 (มาก)	2	3.83 (มาก)	3
มีบริการล้างอัดฉีด / ถายน้ำมันเครื่อง	3.00 (ปานกลาง)	5	2.86 (ปานกลาง)	5
มีบริการเติมน้ำมันและเช็คกระจก	3.08 (ปานกลาง)	4	3.11 (ปานกลาง)	4
รวม	3.48 (ปานกลาง)		3.52 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 22 พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพของน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จำนวน	ลำดับที่
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน	3.84 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น	3.31 (ปานกลาง)	2	3.38 (ปานกลาง)	2
รวม	3.58 (มาก)		3.62 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 23 พบว่า ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาน้ำมันเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาน้ำมันเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จำนวน	ลำดับที่
ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.01 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1
มีสาขา/จำนวนสถานบริการมาก	3.71 (มาก)	2	3.95 (มาก)	2
รวม	3.86 (มาก)		4.05 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 24 พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.01)

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จำนวน	ลำดับที่
ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด	2.79 (ปานกลาง)	3	2.86 (ปานกลาง)	3
การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ	2.89 (ปานกลาง)	2	3.12 (ปานกลาง)	2
การจัดรายการชิงโชค	2.59 (ปานกลาง)	5	2.57 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ เช่น ใบบลิว แผ่นพับ	2.61 (ปานกลาง)	4	2.73 (ปานกลาง)	4
ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ	3.16 (ปานกลาง)	1	3.20 (ปานกลาง)	1
รวม	2.81 (ปานกลาง)		2.90 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 25 พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.16)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จำนวน	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน	3.85 (มาก)	4	3.86 (มาก)	4
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน	3.83 (มาก)	5	3.81 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.67 (มาก)	6	3.62 (มาก)	6
ความรวดเร็วในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.60 (มาก)	7	3.45 (ปานกลาง)	8
ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน	4.06 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1
ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต	3.96 (มาก)	2	4.04 (มาก)	2
ความถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.87 (มาก)	3	3.98 (มาก)	3
การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า เช่น จัดการจราจรในสถานีบริการ การโบกรถเข้า-ออก	3.55 (มาก)	8	3.56 (มาก)	7
รวม	3.80 (มาก)		3.80 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 26 พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคลากร	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	จำนวน	ลำดับที่
การเสนอบริการของพนักงานได้ในแบบที่ ลูกค้าต้องการ	3.54 (มาก)	6	3.44 (ปานกลาง)	8
บุคลิกภาพของพนักงาน	3.60 (มาก)	5	3.63 (มาก)	7
ความกระตือรือร้นในการให้บริการของ พนักงาน	3.78 (มาก)	3	3.89 (มาก)	2
ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับ และการให้บริการของพนักงาน	3.84 (มาก)	2	3.87 (มาก)	3
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย	3.78 (มาก)	3	3.85 (มาก)	4
ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ ของ พนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน	3.91 (มาก)	1	3.90 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถในการให้บริการของ พนักงาน	3.53 (มาก)	8	3.64 (มาก)	6
ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ให้บริการ	3.54 (มาก)	6	3.65 (มาก)	5
รวม	3.69 (มาก)		3.73 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 27 พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูง ที่สุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ต้นฉบับไม่มีหน้านี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	เพศ			
	ชาย		หญิง	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความทันสมัยของตู้จำหน่ายน้ำมัน	3.66 (มาก)	6	3.76 (มาก)	5
จำนวนหัวจำหน่ายน้ำมัน	3.73 (มาก)	5	3.70 (มาก)	7
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน	3.83 (มาก)	3	3.93 (มาก)	3
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน	3.91 (มาก)	2	4.03 (มาก)	2
ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน	3.94 (มาก)	1	4.06 (มาก)	1
ความสะอาดของห้องนํ้าภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.77 (มาก)	4	3.80 (มาก)	4
ความเพียงพอของห้องนํ้า	3.59 (มาก)	7	3.73 (มาก)	6
การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมและบรรยากาศภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.25 (มาก)	8	3.34 (มาก)	8
รวม	3.71 (มาก)		3.79 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 28 พบว่า ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศชาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.06)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	เพศ	
	ชาย ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	หญิง ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.58 (มาก)	3.62 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.86 (มาก)	4.05 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.81 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.80 (มาก)	3.80 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.69 (มาก)	3.73 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)
รวม	3.56 (มาก)	3.63 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 29 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.05)

4.3.2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามรายได้ (ตารางที่ 30 – ตารางที่ 37)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของคราซีที่หือที่กำลังใช้บริการ	3.63 (มาก)	3	3.81 (มาก)	3	3.83 (มาก)	2	3.62 (มาก)	3	3.73 (มาก)	3	3.84 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน	3.78 (มาก)	1	3.91 (มาก)	1	3.98 (มาก)	1	3.84 (มาก)	1	3.80 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวกซื้อให้บริการในสถานีบริการน้ำมัน	3.71 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2	3.78 (มาก)	3	3.71 (มาก)	2	3.88 (มาก)	1	3.66 (มาก)	3
มีบริการล้างอัดฉีด / ถ่ายน้ำมันเครื่อง	2.73 (ปานกลาง)	5	3.14 (ปานกลาง)	4	2.81 (ปานกลาง)	5	3.09 (ปานกลาง)	5	2.88 (ปานกลาง)	5	2.94 (ปานกลาง)	5
มีบริการเติมลมและเช็คกระบอก	3.12 (ปานกลาง)	4	3.06 (ปานกลาง)	5	3.00 (ปานกลาง)	4	3.20 (ปานกลาง)	4	3.04 (ปานกลาง)	4	3.14 (ปานกลาง)	4
รวม	3.39 (ปานกลาง)		3.56 (มาก)		3.48 (ปานกลาง)		3.49 (ปานกลาง)		3.47 (ปานกลาง)		3.52 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน ราคา	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ราคาเมื่อเทียบกับ คุณภาพน้ำมัน	4.31 (มาก)	1	3.82 (มาก)	1	3.78 (มาก)	1	3.56 (มาก)	1	3.73 (มาก)	1	3.80 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่า สถานีบริการอื่น	3.22 (ปาน กลาง)	2	3.31 (ปาน กลาง)	2	3.38 (ปาน กลาง)	2	3.26 (ปาน กลาง)	2	3.23 (ปาน กลาง)	2	3.50 (มาก)	2
รวม	3.77 (มาก)		3.57 (มาก)		3.58 (มาก)		3.41 (ปาน กลาง)		3.48 (ปาน กลาง)		3.65 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.58) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.41) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้
บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูง
ที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ทำเลที่ตั้งของ สถานีบริการ สะดวกต่อการ เดินทาง	3.88 (มาก)	1	4.02 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	3.93 (มาก)	1	4.12 (มาก)	1	4.38 (มาก)	1
มีสาขาจำนวน สถานีบริการมาก	3.57 (มาก)	2	3.81 (มาก)	2	3.81 (มาก)	2	3.71 (มาก)	2	3.88 (มาก)	2	3.90 (มาก)	2
รวม	3.73 (มาก)		3.92 (มาก)		3.91 (มาก)		3.82 (มาก)		3.96 (มาก)		4.14 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) โดยมีปัจจัยย่อยที่มี
ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.38)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด	2.92 (ปานกลาง)	2	2.79 (ปานกลาง)	3	2.84 (ปานกลาง)	2	2.84 (ปานกลาง)	3	2.69 (ปานกลาง)	3	2.69 (ปานกลาง)	3
การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ	2.76 (ปานกลาง)	3	3.04 (ปานกลาง)	2	2.71 (ปานกลาง)	3	2.86 (ปานกลาง)	2	2.96 (ปานกลาง)	2	3.37 (ปานกลาง)	1
การจัดรายการชิงโชค	2.35 (น้อย)	5	2.69 (ปานกลาง)	5	2.54 (ปานกลาง)	5	2.59 (ปานกลาง)	5	2.44 (น้อย)	5	2.69 (ปานกลาง)	3
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.49 (น้อย)	4	2.76 (ปานกลาง)	4	2.67 (ปานกลาง)	4	2.67 (ปานกลาง)	4	2.65 (ปานกลาง)	4	2.49 (น้อย)	5
ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ	3.00 (ปานกลาง)	1	3.28 (ปานกลาง)	1	3.23 (ปานกลาง)	1	3.07 (ปานกลาง)	1	3.12 (ปานกลาง)	1	3.18 (ปานกลาง)	2
รวม	2.70 (ปานกลาง)		2.91 (ปานกลาง)		2.80 (ปานกลาง)		2.81 (ปานกลาง)		2.77 (ปานกลาง)		2.87 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ให้บริการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ความรวดเร็วใน การเติมน้ำมัน	3.88 (มาก)	2	3.81 (มาก)	4	3.88 (มาก)	4	3.71 (มาก)	5	3.77 (มาก)	2	4.00 (มาก)	4
ความรวดเร็วใน การรับชำระเงิน	3.88 (มาก)	2	3.76 (มาก)	5	3.80 (มาก)	5	3.76 (มาก)	4	3.73 (มาก)	4	4.02 (มาก)	3
ความรวดเร็วใน การออก ใบเสร็จรับเงิน	3.61 (มาก)	7	3.61 (มาก)	6	3.66 (มาก)	7	3.59 (มาก)	8	3.36 (ปาน กลาง)	6	3.98 (มาก)	5
ความรวดเร็วใน การรับชำระเงิน ด้วยบัตรเครดิต	3.47 (ปาน กลาง)	8	3.42 (ปาน กลาง)	7	3.56 (มาก)	8	3.61 (มาก)	7	3.35 (ปาน กลาง)	7	3.90 (มาก)	7
ความถูกต้องใน การเติมน้ำมัน	4.04 (มาก)	1	3.99 (มาก)	1	4.15 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1	4.04 (มาก)	2
ความถูกต้องใน การรับชำระเงิน ด้วยเงินสดและ บัตรเครดิต	3.82 (มาก)	5	3.94 (มาก)	2	4.11 (มาก)	2	4.07 (มาก)	2	3.77 (มาก)	2	4.12 (มาก)	1
ความถูกต้องใน การออก ใบเสร็จรับเงิน	3.84 (มาก)	4	3.87 (มาก)	3	4.05 (มาก)	3	4.00 (มาก)	3	3.54 (มาก)	5	3.96 (มาก)	6
การบริการด้าน ความปลอดภัยแก่ ลูกค้า	3.65 (มาก)	6	3.39 (ปาน กลาง)	8	3.71 (มาก)	6	3.68 (มาก)	6	3.00 (ปาน กลาง)	8	3.69 (มาก)	8
รวม	3.77 (มาก)		3.72 (มาก)		3.87 (มาก)		3.81 (มาก)		3.59 (มาก)		3.96 (มาก)	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.15)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้าน บุคลากร	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
การเสนอบริการ ของพนักงานได้ใน แบบที่ลูกค้า ต้องการ	3.54 (มาก)	7	3.57 (มาก)	6	3.55 (มาก)	8	3.31 (ปาน กลาง)	8	3.31 (ปาน กลาง)	8	3.56 (มาก)	8
บุคลิกภาพของ พนักงาน	3.77 (มาก)	4	3.56 (มาก)	7	3.56 (มาก)	7	3.47 (ปาน กลาง)	6	3.65 (มาก)	5	3.70 (มาก)	6
ความกระตือรือร้น ในการให้บริการ ของพนักงาน	3.81 (มาก)	3	3.81 (มาก)	2	3.84 (มาก)	3	3.62 (มาก)	4	3.76 (มาก)	2	3.96 (มาก)	2
ความสุภาพ อ่อน น้อม มารยาทใน การต้อนรับและ การให้บริการของ พนักงาน	3.88 (มาก)	1	3.78 (มาก)	4	3.95 (มาก)	1	3.78 (มาก)	2	3.69 (มาก)	4	3.96 (มาก)	2
การติดต่อสื่อสาร กับลูกค้าของ พนักงาน	3.76 (มาก)	5	3.80 (มาก)	3	3.84 (มาก)	3	3.69 (มาก)	3	3.73 (มาก)	3	3.92 (มาก)	4
ความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้ในการ ให้บริการของ พนักงาน	3.82 (มาก)	2	3.98 (มาก)	1	3.88 (มาก)	2	3.80 (มาก)	1	3.85 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถใน การให้บริการของ พนักงาน	3.52 (มาก)	8	3.62 (มาก)	5	3.59 (มาก)	6	3.42 (ปาน กลาง)	7	3.42 (ปาน กลาง)	7	3.64 (มาก)	7
ความเพียงพอของ จำนวนพนักงานที่ ให้บริการ	3.62 (มาก)	6	3.48 (ปาน กลาง)	8	3.64 (มาก)	5	3.50 (มาก)	5	3.46 (ปาน กลาง)	6	3.72 (มาก)	5
รวม	3.72 (มาก)		3.70 (มาก)		3.73 (มาก)		3.57 (มาก)		3.61 (มาก)		3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน	3.60 (มาก)	4	3.64 (มาก)	6	3.80 (มาก)	4	3.53 (มาก)	5	3.77 (มาก)	5	3.80 (มาก)	6
จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน	3.58 (มาก)	5	3.69 (มาก)	5	3.70 (มาก)	5	3.71 (มาก)	4	3.85 (มาก)	4	3.86 (มาก)	5
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน	3.67 (มาก)	2	3.92 (มาก)	4	3.91 (มาก)	3	3.78 (มาก)	3	3.88 (มาก)	3	3.96 (มาก)	3
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน	3.67 (มาก)	2	4.01 (มาก)	3	3.97 (มาก)	1	3.96 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1	4.04 (มาก)	2
ความสะดวกในการเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน	3.75 (มาก)	1	4.03 (มาก)	2	3.97 (มาก)	1	3.98 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.10 (มาก)	1
ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.52 (มาก)	6	4.08 (มาก)	1	3.69 (มาก)	6	3.51 (มาก)	7	3.73 (มาก)	6	3.90 (มาก)	4
ความเพียงพอของห้องน้ำ	3.48 (ปานกลาง)	7	3.61 (มาก)	7	3.69 (มาก)	6	3.55 (มาก)	6	3.65 (มาก)	7	3.80 (มาก)	7
การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมและบรรยากาศภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.27 (ปานกลาง)	8	3.20 (ปานกลาง)	8	3.27 (ปานกลาง)	8	3.18 (ปานกลาง)	8	3.35 (ปานกลาง)	8	3.48 (ปานกลาง)	8
รวม	3.57 (มาก)		3.77 (มาก)		3.75 (มาก)		3.65 (มาก)		3.78 (มาก)		3.87 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ใน

ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน และความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001 – 50,000 บาท พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน และความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	30,001- 40,000บาท	40,001- 50,000บาท	50,001 บาทขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.39 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.49 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.77 (มาก)	3.57 (มาก)	3.58 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.73 (มาก)	3.92 (มาก)	3.91 (มาก)	3.82 (มาก)	3.96 (มาก)	4.14 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.70 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.80 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	2.77 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.77 (มาก)	3.72 (มาก)	3.87 (มาก)	3.81 (มาก)	3.59 (มาก)	3.96 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.72 (มาก)	3.70 (มาก)	3.73 (มาก)	3.57 (มาก)	3.61 (มาก)	3.81 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำ เสนอลักษณะทางกายภาพ	3.57 (มาก)	3.77 (มาก)	3.75 (มาก)	3.65 (มาก)	3.78 (มาก)	3.87 (มาก)
รวม	3.52 (มาก)	3.59 (มาก)	3.59 (มาก)	3.51 (มาก)	3.52 (มาก)	3.69 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 37 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.51) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.14)

4.3.3 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามอาชีพ (ตารางที่ 38 – ตารางที่ 45)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ													
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ		นิสิต/นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของตราสัญลักษณ์ที่ใช้บริการ	3.73 (มาก)	3	3.86 (มาก)	3	3.80 (มาก)	2	3.65 (มาก)	3	3.75 (มาก)	2	3.71 (มาก)	3	3.86 (มาก)	1
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน	3.93 (มาก)	1	3.92 (มาก)	2	3.99 (มาก)	1	3.69 (มาก)	2	3.88 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน	3.84 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1	3.76 (มาก)	3	3.79 (มาก)	1	3.73 (มาก)	3	3.86 (มาก)	1	3.43 (ปานกลาง)	3
มีบริการล้างอัดฉีด / ถ่างน้ำมันเครื่อง	3.30 (ปานกลาง)	4	3.07 (ปานกลาง)	5	2.91 (ปานกลาง)	5	2.90 (ปานกลาง)	5	2.85 (ปานกลาง)	5	3.00 (ปานกลาง)	5	3.00 (ปานกลาง)	4
มีบริการเติมลมและเช็คกระบอก	3.16 (ปานกลาง)	5	3.29 (ปานกลาง)	4	3.02 (ปานกลาง)	4	3.28 (ปานกลาง)	4	2.97 (ปานกลาง)	4	3.29 (ปานกลาง)	4	3.00 (ปานกลาง)	4
รวม	3.59 (มาก)		3.63 (มาก)		3.50 (มาก)		3.46 (ปานกลาง)		3.44 (ปานกลาง)		3.54 (มาก)		3.43 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.46) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน และมีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่น ๆ พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของตราหี้อีกี่กำลังให้บริการ และความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน	3.80 (มาก)	1	3.83 (มาก)	2	3.72 (มาก)	1	3.57 (มาก)	1	3.68 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น	3.52 (มาก)	2	3.85 (มาก)	1	3.25 (ปานกลาง)	2	3.17 (ปานกลาง)	2	3.35 (ปานกลาง)	2	3.50 (มาก)	2	3.71 (มาก)	2
รวม	3.66 (มาก)		3.84 (มาก)		3.49 (ปานกลาง)		3.37 (ปานกลาง)		3.52 (มาก)		3.90 (มาก)		4.00 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.29)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ทำเลที่ตั้งของ สถานีบริการ สะดวกต่อการ เดินทาง	3.89 (มาก)	1	4.21 (มาก)	1	4.08 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1	4.05 (มาก)	1	4.29 (มาก)	1	3.86 (มาก)	2
มีสาขาจำนวน สถานีบริการ มาก	3.80 (มาก)	2	4.15 (มาก)	2	3.80 (มาก)	2	3.53 (มาก)	2	3.84 (มาก)	2	3.86 (มาก)	2	4.29 (มาก)	1
รวม	3.85 (มาก)		4.18 (มาก)		3.94 (มาก)		3.79 (มาก)		3.95 (มาก)		4.08 (มาก)		4.08 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.85) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.21)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่วยต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่วยต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่าเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดหน่วยต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีสาขา/จำนวนสถานีบริการมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน การส่งเสริม การตลาด	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ระบบสมาชิก หรือสะสมยอด	2.96 (ปาน กลาง)	2	3.69 (มาก)	1	2.75 (ปาน กลาง)	3	2.68 (ปาน กลาง)	3	2.79 (ปาน กลาง)	4	2.50 (ปาน กลาง)	3	2.86 (ปาน กลาง)	4
การแจกของ แถมให้ทันทีที่ ใช้บริการ	2.91 (ปาน กลาง)	3	3.29 (ปาน กลาง)	3	2.85 (ปาน กลาง)	2	2.80 (ปาน กลาง)	2	3.31 (ปาน กลาง)	1	2.83 (ปาน กลาง)	2	3.14 (ปาน กลาง)	1
การจัดรายการ ชิงโชค	2.77 (ปาน กลาง)	5	3.00 (ปาน กลาง)	5	2.46 (น้อย)	5	2.35 (น้อย)	5	2.88 (ปาน กลาง)	3	2.17 (น้อย)	5	2.86 (ปาน กลาง)	4
การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตามสื่อต่าง ๆ	2.80 (ปาน กลาง)	4	3.08 (ปาน กลาง)	4	2.59 (ปาน กลาง)	4	2.46 (น้อย)	4	2.71 (ปาน กลาง)	5	2.43 (น้อย)	4	3.00 (ปาน กลาง)	3
ป้าย ประชาสัมพันธ์ บริเวณทางเข้า สถานีบริการ	3.39 (ปาน กลาง)	1	3.69 (มาก)	1	3.09 (ปาน กลาง)	1	2.98 (ปาน กลาง)	1	3.28 (ปาน กลาง)	2	3.17 (ปาน กลาง)	1	3.14 (ปาน กลาง)	1
รวม	2.97 (ปาน กลาง)		3.35 (ปาน กลาง)		2.75 (ปาน กลาง)		2.65 (ปาน กลาง)		2.99 (ปาน กลาง)		2.62 (ปาน กลาง)		3.00 (ปาน กลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.39)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.35) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด และป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.65) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.62) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการเติมน้ำมัน และป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.14)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน	3.69 (มาก)	4	4.07 (มาก)	4	3.74 (มาก)	4	4.09 (มาก)	2	3.98 (มาก)	3	4.14 (มาก)	1	3.29 (ปานกลาง)	8
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน	3.64 (มาก)	5	4.00 (มาก)	5	3.74 (มาก)	4	4.02 (มาก)	4	3.95 (มาก)	5	4.00 (มาก)	4	3.57 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.63 (มาก)	6	3.93 (มาก)	6	3.56 (มาก)	6	3.70 (มาก)	7	3.81 (มาก)	6	3.83 (มาก)	6	3.43 (ปานกลาง)	7
ความรวดเร็วในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.57 (มาก)	7	3.92 (มาก)	7	3.53 (มาก)	7	3.44 (ปานกลาง)	8	3.67 (มาก)	8	3.33 (ปานกลาง)	7	3.57 (มาก)	5
ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน	3.82 (มาก)	1	4.14 (มาก)	2	4.10 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1	4.10 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต	3.82 (มาก)	1	4.23 (มาก)	1	3.95 (มาก)	2	4.05 (มาก)	3	4.09 (มาก)	2	4.14 (มาก)	1	3.83 (มาก)	2
ความถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.80 (มาก)	3	4.14 (มาก)	2	3.87 (มาก)	3	3.98 (มาก)	5	3.97 (มาก)	4	4.00 (มาก)	4	3.71 (มาก)	3
การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า	3.27 (ปานกลาง)	8	3.86 (มาก)	8	3.48 (ปานกลาง)	8	3.79 (มาก)	6	3.68 (มาก)	7	3.17 (ปานกลาง)	8	3.71 (มาก)	3
รวม	3.66 (มาก)		4.04 (มาก)		3.75 (มาก)		3.90 (มาก)		3.91 (มาก)		3.84 (มาก)		3.62 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน และความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน และความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.62) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright © by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้าน บุคลากร	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงาน บริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
การเสนอบริการ ของพนักงานได้ ในแบบที่ลูกค้า ต้องการ	3.36 (ปาน กลาง)	3	3.69 (มาก)	8	3.42 (ปาน กลาง)	8	3.74 (มาก)	6	3.59 (มาก)	6	3.29 (ปาน กลาง)	8	3.43 (ปาน กลาง)	6
บุคลิกภาพของ พนักงาน	3.56 (มาก)	3	3.93 (มาก)	4	3.52 (มาก)	6	3.88 (มาก)	5	3.59 (มาก)	6	3.71 (มาก)	6	3.14 (ปาน กลาง)	8
ความกระตือรือร้น ในการให้บริการ ของพนักงาน	3.51 (มาก)	6	4.00 (มาก)	1	3.79 (มาก)	2	4.00 (มาก)	4	3.88 (มาก)	4	3.86 (มาก)	5	3.71 (มาก)	4
ความสุภาพ อ่อน น้อม มารยาทใน การต้อนรับและ การให้บริการของ พนักงาน	3.61 (มาก)	2	4.00 (มาก)	1	3.79 (มาก)	2	4.02 (มาก)	3	3.95 (มาก)	2	4.14 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
การติดต่อสื่อสาร กับลูกค้าของ พนักงาน	3.53 (มาก)	5	4.00 (มาก)	1	3.71 (มาก)	4	4.05 (มาก)	2	3.90 (มาก)	3	4.14 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
ความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้ในการ ให้บริการของ พนักงาน	3.67 (มาก)	1	3.93 (มาก)	4	3.86 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.14 (มาก)	1	3.86 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถใน การให้บริการของ พนักงาน	3.41 (ปาน กลาง)	8	3.86 (มาก)	6	3.55 (มาก)	5	3.65 (มาก)	8	3.58 (มาก)	5	3.57 (มาก)	7	3.29 (ปาน กลาง)	7
ความเพียงพอของ จำนวนพนักงานที่ ให้บริการ	3.49 (ปาน กลาง)	7	3.79 (มาก)	7	3.51 (มาก)	7	3.70 (มาก)	7	3.56 (มาก)	8	4.00 (มาก)	4	3.57 (มาก)	5
รวม	3.52 (มาก)		3.90 (มาก)		3.64 (มาก)		3.89 (มาก)		3.76 (มาก)		3.86 (มาก)		3.59 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 มากที่สุด 3.50 - 4.49 มาก 2.50 - 3.49 ปานกลาง 1.50 - 2.49 น้อย 1.00 - 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.52) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.67)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน และการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน เช่น ใช้คำพูดสุภาพ เข้าใจง่าย และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.86)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	อาชีพ													
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ		นิสิต / นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ		เจ้าของธุรกิจ		แม่บ้าน/ พ่อบ้าน		อื่นๆ	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน	3.64 (มาก)	5	3.79 (มาก)	4	3.62 (มาก)	5	3.70 (มาก)	6	3.85 (มาก)	6	4.00 (มาก)	3	3.43 (ปานกลาง)	8
จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน	3.69 (มาก)	3	3.57 (มาก)	6	3.62 (มาก)	5	3.74 (มาก)	5	3.97 (มาก)	4	4.00 (มาก)	3	3.71 (มาก)	6
ความสะดวกและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน	3.71 (มาก)	1	3.93 (มาก)	3	3.85 (มาก)	4	3.86 (มาก)	2	4.00 (มาก)	3	3.86 (มาก)	5	3.86 (มาก)	3
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน	3.71 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	3.96 (มาก)	2	3.84 (มาก)	3	4.10 (มาก)	1	4.14 (มาก)	2	4.14 (มาก)	1
ความสะดวกในการเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน	3.68 (มาก)	3	4.07 (มาก)	1	3.99 (มาก)	1	4.02 (มาก)	1	4.09 (มาก)	2	4.29 (มาก)	1	3.86 (มาก)	3
ความสะดวกของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.42 (ปานกลาง)	6	3.57 (มาก)	6	3.88 (มาก)	3	3.75 (มาก)	4	3.86 (มาก)	5	3.71 (มาก)	7	4.00 (มาก)	2
ความเพียงพอของห้องน้ำ	3.36 (ปานกลาง)	7	3.71 (มาก)	5	3.58 (มาก)	7	3.70 (มาก)	6	3.84 (มาก)	7	3.86 (มาก)	5	3.86 (มาก)	3
การออกแบบตกแต่งส่วนหย่อมและบรรยากาศภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.24 (ปานกลาง)	8	3.50 (มาก)	8	3.18 (ปานกลาง)	8	3.25 (ปานกลาง)	8	3.49 (ปานกลาง)	8	3.29 (ปานกลาง)	8	3.57 (มาก)	7
รวม	3.56 (มาก)		3.78 (มาก)		3.71 (มาก)		3.73 (มาก)		3.90 (มาก)		3.89 (มาก)		3.80 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน และที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน และความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ ญพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.29)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ พิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.14)

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	อาชีพ						
	ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	นิสิต / นักศึกษา	พนักงานบริษัทเอกชน	รับจ้างทั่วไป / อาชีพอิสระ	เจ้าของธุรกิจ	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.59 (มาก)	3.63 (มาก)	3.50 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.66 (มาก)	3.84 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.90 (มาก)	4.00 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.85 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)	3.79 (มาก)	3.95 (มาก)	4.08 (มาก)	4.08 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.97 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.65 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.66 (มาก)	4.04 (มาก)	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	3.91 (มาก)	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.52 (มาก)	3.90 (มาก)	3.64 (มาก)	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)	3.86 (มาก)	3.59 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.56 (มาก)	3.78 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.90 (มาก)	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)
รวม	3.54 (มาก)	3.82 (มาก)	3.54 (มาก)	3.54 (มาก)	3.64 (มาก)	3.68 (มาก)	3.65 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 45 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนิสิต/นักศึกษา ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.18)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/อาชีพอิสระ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน/พ่อบ้าน ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพอื่นๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.08)

4.3.4 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้ (ตารางที่ 46 – ตารางที่ 53)

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของตราหี้อีกที่กำลังใช้ บริการ	3.78 (มาก)	2	3.72 (มาก)	3
ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน	3.96 (มาก)	1	3.82 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการ น้ำมัน	3.75 (มาก)	3	3.81 (มาก)	2
มีบริการล้างอัดฉีด / ถายน้ำมันเครื่อง	2.94 (ปานกลาง)	5	2.98 (ปานกลาง)	5
มีบริการเติมลมและเช็คกระบอก	3.06 (ปานกลาง)	4	3.15 (ปานกลาง)	4
รวม	3.50 (มาก)		3.50 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.50) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

All rights reserved

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านราคา	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน	3.74 (มาก)	1	3.70 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น	3.38 (ปานกลาง)	2	3.25 (ปานกลาง)	2
รวม	3.56 (มาก)		3.48 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง	4.12 (มาก)	1	3.94 (มาก)	1
มีสาขา/จำนวนสถานีบริการมาก	3.85 (มาก)	2	3.68 (มาก)	2
รวม	3.99 (มาก)		3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด	2.84 (ปานกลาง)	3	2.76 (ปานกลาง)	3
การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ	3.01 (ปานกลาง)	2	2.87 (ปานกลาง)	2
การจัดรายการชิงโชค	2.61 (ปานกลาง)	5	2.54 (ปานกลาง)	5
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.65 (ปานกลาง)	4	2.63 (ปานกลาง)	4
ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ	3.20 (ปานกลาง)	1	3.13 (ปานกลาง)	1
รวม	2.86 (ปานกลาง)		2.79 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 49 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.13)

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน	3.85 (มาก)	4	3.85 (มาก)	4
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน	3.83 (มาก)	5	3.82 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.66 (มาก)	6	3.65 (มาก)	6
ความรวดเร็วในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.58 (มาก)	7	3.51 (มาก)	8
ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน	4.05 (มาก)	1	4.10 (มาก)	1
ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต	3.98 (มาก)	2	4.00 (มาก)	2
ความถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.86 (มาก)	3	3.98 (มาก)	3
การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า	3.54 (มาก)	8	3.58 (มาก)	7
รวม	3.79 (มาก)		3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 50 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้ บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
การเสนอบริการของพนักงานได้ในแบบที่ ถูกคำต้องการ	3.46 (ปานกลาง)	8	3.58 (มาก)	6
บุคลิกภาพของพนักงาน	3.61 (มาก)	5	3.62 (มาก)	5
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ ของพนักงาน	3.80 (มาก)	4	3.83 (มาก)	2
ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาท ในการ ต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน	3.89 (มาก)	1	3.79 (มาก)	3
การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าของพนักงาน	3.81 (มาก)	3	3.79 (มาก)	3
ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการ ให้บริการของพนักงาน	3.89 (มาก)	1	3.92 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถในการให้บริการ ของพนักงาน	3.57 (มาก)	7	3.55 (มาก)	7
ความเพียงพอของจำนวนพนักงานที่ ให้บริการ	3.61 (มาก)	5	3.53 (มาก)	8
รวม	3.71 (มาก)		3.70 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 51 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้าน บุคลากรต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมี ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของ พนักงาน และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านบุคลากรต่อการเลือกใช้ บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูง ที่สุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ประเภทรถยนต์ที่ใช้			
	รถเก๋งส่วนบุคคล		รถปิกอัพส่วนบุคคล	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความทันสมัยของผู้จำหน่ายน้ำมัน	3.75 (มาก)	4	3.59 (มาก)	6
จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน	3.75 (มาก)	4	3.68 (มาก)	4
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน	3.89 (มาก)	3	3.82 (มาก)	3
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน	3.97 (มาก)	2	3.90 (มาก)	2
ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน	4.02 (มาก)	1	3.92 (มาก)	1
ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.73 (มาก)	6	3.63 (มาก)	5
ความเพียงพอของห้องน้ำ	3.67 (มาก)	7	3.57 (มาก)	7
การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมและบรรยากาศภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.33 (ปานกลาง)	8	3.20 (ปานกลาง)	8
รวม	3.76 (มาก)		3.66 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 52 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคล พิจารณปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทรถยนต์

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ประเภทรถยนต์	
	รถเก๋งส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	รถปิกอัพส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.50 (มาก)	3.50 (มาก)
ปัจจัยด้านราคา	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.99 (มาก)	3.81 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	2.86 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.79 (มาก)	3.81 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	3.76 (มาก)	3.66 (มาก)
รวม	3.60 (มาก)	3.54 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 53 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทรถยนต์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถเก๋งส่วนบุคคลให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.99)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ขับรถปิกอัพส่วนบุคคลให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.54) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.81)

4.3.5 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน (ตารางที่ 54 – ตารางที่ 61)

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน ผลิตภัณฑ์	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		คาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
ชื่อเสียง / ภาพลักษณ์ของ คราซีหือที่กำลัง ใช้บริการ	4.04 (มาก)	2	3.64 (มาก)	2	3.89 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2	3.35 (ปาน กลาง)	3	3.78 (มาก)	2
ความน่าเชื่อถือ ในด้านคุณภาพ น้ำมัน	3.91 (มาก)	3	3.78 (มาก)	1	4.13 (มาก)	1	4.07 (มาก)	1	3.60 (มาก)	2	3.93 (มาก)	1
มีร้านค้าสะดวก ซื้อไว้บริการใน สถานีบริการ น้ำมัน	4.31 (มาก)	1	3.56 (มาก)	3	3.67 (มาก)	3	3.80 (มาก)	3	3.71 (มาก)	1	3.60 (มาก)	3
มีบริการล้างอัด ฉีด / ถ่าย น้ำมันเครื่อง	2.65 (ปาน กลาง)	5	3.05 (ปาน กลาง)	4	2.98 (ปาน กลาง)	5	3.07 (ปาน กลาง)	5	3.02 (ปาน กลาง)	5	2.96 (ปาน กลาง)	4
มีบริการเติมลม และเช็คกระบอก	2.96 (ปาน กลาง)	4	2.96 (ปาน กลาง)	5	3.16 (ปาน กลาง)	4	3.23 (ปาน กลาง)	4	3.29 (ปาน กลาง)	4	2.94 (ปาน กลาง)	5
รวม	3.57 (มาก)		3.40 (ปาน กลาง)		3.57 (มาก)		3.60 (มาก)		3.39 (ปาน กลาง)		3.44 (ปาน กลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 54 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ มีร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความน่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
คาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.57) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความ
น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
ปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความ
น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปี
โตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มี
ร้านค้าสะดวกซื้อไว้บริการในสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
บางจาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.44) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความ
น่าเชื่อถือในด้านคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน ราคา	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		คาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน	3.69 (มาก)	1	3.60 (มาก)	1	3.70 (มาก)	1	3.98 (มาก)	1	3.58 (มาก)	1	3.80 (มาก)	1
ราคาน้ำมันต่ำกว่าสถานีบริการอื่น	3.29 (ปานกลาง)	2	3.25 (ปานกลาง)	2	3.24 (ปานกลาง)	2	3.52 (มาก)	2	3.10 (ปานกลาง)	2	3.60 (มาก)	2
รวม	3.49 (ปานกลาง)		3.43 (ปานกลาง)		3.47 (ปานกลาง)		3.75 (มาก)		3.34 (ปานกลาง)		3.70 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 55 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.49) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.43) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.47) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.34) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อเทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านราคาต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
บางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ราคาเมื่อ
เทียบกับคุณภาพน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		กาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ทำเลที่ตั้งของ สถานีบริการ สะดวกต่อการ เดินทาง	4.09 (มาก)	1	4.09 (มาก)	1	4.04 (มาก)	1	4.05 (มาก)	2	3.96 (มาก)	1	4.06 (มาก)	1
มีสาขา/จำนวน สถานีบริการมาก	4.02 (มาก)	2	3.83 (มาก)	2	3.47 (ปานกลาง)	2	4.20 (มาก)	1	3.30 (ปานกลาง)	2	3.87 (มาก)	2
รวม	4.06 (มาก)		3.96 (มาก)		3.76 (มาก)		4.13 (มาก)		3.63 (มาก)		3.97 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.96) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันกาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.76) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ มีสาขา/จำนวนสถานีบริการมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.63) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ทำเลที่ตั้งของสถานีบริการสะดวกต่อการเดินทาง (ค่าเฉลี่ย 4.06)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน การส่งเสริม การตลาด	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		กาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ระบบสมาชิกหรือสะสมยอด	2.89 (ปานกลาง)	3	2.83 (ปานกลาง)	3	2.92 (ปานกลาง)	2	2.92 (ปานกลาง)	3	2.33 (น้อย)	3	2.96 (ปานกลาง)	3
การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ	3.27 (ปานกลาง)	1	3.31 (ปานกลาง)	1	2.70 (ปานกลาง)	3	2.81 (ปานกลาง)	4	2.31 (น้อย)	2	3.34 (ปานกลาง)	1
การจัดรายการชิงโชค	2.78 (ปานกลาง)	5	2.75 (ปานกลาง)	4	2.42 (น้อย)	5	2.74 (ปานกลาง)	5	2.06 (น้อย)	5	2.75 (ปานกลาง)	4
การโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ	2.85 (ปานกลาง)	4	2.55 (ปานกลาง)	5	2.60 (ปานกลาง)	4	3.00 (ปานกลาง)	2	2.19 (น้อย)	4	2.67 (ปานกลาง)	5
ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ	3.26 (ปานกลาง)	2	3.11 (ปานกลาง)	2	3.12 (ปานกลาง)	1	3.45 (ปานกลาง)	1	2.81 (ปานกลาง)	1	3.29 (ปานกลาง)	2
รวม	3.01 (ปานกลาง)		2.91 (ปานกลาง)		2.75 (ปานกลาง)		2.98 (ปานกลาง)		2.34 (น้อย)		3.00 (ปานกลาง)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 57 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ใช้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.31)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันกาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.75) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.98) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 3.45)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.34) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ป้ายประชาสัมพันธ์บริเวณทางเข้าสถานีบริการ (ค่าเฉลี่ย 2.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.00) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การแจกของแถมให้ทันทีที่ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.34)

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai umbrella (parasol) with multiple tiers. The entire emblem is enclosed within a circular border. The Thai text 'มหาวิทยาลัยเชียงใหม่' is written along the top inner edge of the circle, and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written along the bottom inner edge. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University.
All rights reserved

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน กระบวนการ ให้บริการ	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอทีซี		กาเดเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความรวดเร็วในการเติมน้ำมัน	3.80 (มาก)	5	3.71 (มาก)	4	3.83 (มาก)	4	3.93 (มาก)	4	3.91 (มาก)	2	3.93 (มาก)	4
ความรวดเร็วในการรับชำระเงิน	3.82 (มาก)	4	3.69 (มาก)	5	3.77 (มาก)	5	3.91 (มาก)	5	3.85 (มาก)	4	3.91 (มาก)	5
ความรวดเร็วในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.67 (มาก)	6	3.63 (มาก)	6	3.59 (มาก)	8	3.76 (มาก)	6	3.67 (มาก)	6	3.63 (มาก)	6
ความรวดเร็วในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.41 (ปานกลาง)	8	3.60 (มาก)	7	3.64 (มาก)	7	3.67 (มาก)	8	3.45 (ปานกลาง)	7	3.56 (มาก)	7
ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน	3.91 (มาก)	3	4.05 (มาก)	1	4.02 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1	4.00 (มาก)	1	4.31 (มาก)	1
ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต	3.95 (มาก)	1	4.04 (มาก)	2	3.85 (มาก)	2	4.02 (มาก)	2	3.91 (มาก)	2	4.17 (มาก)	2
ความถูกต้องในการออกใบเสร็จรับเงิน	3.94 (มาก)	2	3.94 (มาก)	3	3.85 (มาก)	2	3.94 (มาก)	3	3.80 (มาก)	5	3.96 (มาก)	3
การบริการด้านความปลอดภัยแก่ลูกค้า	3.44 (มาก)	7	3.52 (มาก)	8	3.77 (มาก)	5	3.72 (มาก)	7	3.35 (ปานกลาง)	8	3.55 (มาก)	8
รวม	3.74 (มาก)		3.77 (มาก)		3.79 (มาก)		3.88 (มาก)		3.74 (มาก)		3.88 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 58 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ความถูกต้องในการรับชำระเงินด้วยเงินสดและบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.74) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความถูกต้องในการเติมน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.31)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้
บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานี่บริการน้ำมัน

ปัจจัยด้าน บุคลากร	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		คาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนอส		บางจาก	
	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่	ค่า เฉลี่ย	ลำดับ ที่
การเสนอบริการ ของพนักงานได้ใน แบบที่ลูกค้า ต้องการ	3.35 (ปาน กลาง)	8	3.64 (มาก)	6	3.62 (มาก)	6	3.55 (มาก)	8	3.31 (ปาน กลาง)	8	3.59 (มาก)	8
บุคลิกภาพของ พนักงาน	3.53 (มาก)	7	3.53 (มาก)	8	3.81 (มาก)	4	3.62 (มาก)	6	3.51 (มาก)	6	3.69 (มาก)	5
ความกระตือรือร้น ในการให้บริการ ของพนักงาน	3.83 (มาก)	4	3.78 (มาก)	2	3.91 (มาก)	1	3.81 (มาก)	3	3.71 (มาก)	3	3.83 (มาก)	4
ความสุภาพ อ่อน น้อม มารยาทใน การต้อนรับและ การให้บริการของ พนักงาน	3.84 (มาก)	2	3.76 (มาก)	3	3.91 (มาก)	1	3.85 (มาก)	2	3.82 (มาก)	1	3.95 (มาก)	3
การติดต่อสื่อสาร กับลูกค้าของ พนักงาน	3.84 (มาก)	2	3.74 (มาก)	4	3.81 (มาก)	4	3.75 (มาก)	5	3.69 (มาก)	4	4.00 (มาก)	2
ความซื่อสัตย์และ ไว้วางใจได้ในการ ให้บริการของ พนักงาน	3.93 (มาก)	1	3.93 (มาก)	1	3.91 (มาก)	1	3.89 (มาก)	1	3.76 (มาก)	2	4.02 (มาก)	1
ความรู้ ความสามารถใน การให้บริการของ พนักงาน	3.55 (มาก)	6	3.60 (มาก)	7	3.58 (มาก)	7	3.62 (มาก)	6	3.35 (ปาน กลาง)	7	3.69 (มาก)	5
ความเพียงพอของ จำนวนพนักงานที่ ให้บริการ	3.60 (มาก)	5	3.74 (มาก)	4	3.11 (ปาน กลาง)	8	3.76 (มาก)	4	3.55 (มาก)	5	3.68 (มาก)	7
รวม	3.68 (มาก)		3.72 (มาก)		3.71 (มาก)		3.73 (มาก)		3.59 (มาก)		3.81 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 59 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.68) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการของพนักงาน ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน และความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.59) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสุภาพ อ่อนน้อม มารยาทในการต้อนรับและการให้บริการของพนักงาน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านบุคลากร ต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการของพนักงาน เช่น การรับเงินและการทอนเงิน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	สถานีบริการน้ำมัน											
	เจ็ท		เอสโซ่		กาลเท็กซ์		ปตท.		ปิโตรนาส		บางจาก	
	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่	ค่าเฉลี่ย	ลำดับที่
ความทันสมัยของตู้จ่ายน้ำมัน	3.80 (มาก)	7	3.76 (มาก)	5	3.28 (ปานกลาง)	4	3.76 (มาก)	6	3.65 (มาก)	7	3.85 (มาก)	5
จำนวนหัวจ่ายน้ำมัน	3.93 (มาก)	5	3.80 (มาก)	3	3.26 (ปานกลาง)	5	3.82 (มาก)	3	3.67 (มาก)	6	3.82 (มาก)	6
ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน	4.07 (มาก)	1	3.78 (มาก)	4	3.55 (มาก)	3	3.80 (มาก)	5	3.95 (มาก)	2	4.02 (มาก)	2
ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน	4.05 (มาก)	2	3.93 (มาก)	2	3.61 (มาก)	2	3.98 (มาก)	2	3.98 (มาก)	1	4.11 (มาก)	1
ความสะดวกในการเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน	4.02 (มาก)	3	4.07 (มาก)	1	3.80 (มาก)	1	4.02 (มาก)	1	3.95 (มาก)	2	4.02 (มาก)	2
ความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานีบริการน้ำมัน	4.02 (มาก)	3	3.56 (มาก)	7	3.23 (ปานกลาง)	6	3.72 (มาก)	7	3.69 (มาก)	5	3.91 (มาก)	4
ความเพียงพอของห้องน้ำ	3.91 (มาก)	6	3.63 (มาก)	6	2.96 (ปานกลาง)	7	3.81 (มาก)	4	3.73 (มาก)	4	3.76 (มาก)	7
การออกแบบตกแต่งสวนหย่อมและบรรยากาศภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.65 (มาก)	8	3.25 (ปานกลาง)	8	2.79 (ปานกลาง)	8	3.40 (ปานกลาง)	8	3.18 (ปานกลาง)	8	3.39 (ปานกลาง)	8
รวม	3.93 (มาก)		3.72 (มาก)		3.31 (ปานกลาง)		3.79 (มาก)		3.73 (มาก)		3.86 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 60 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.93) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.72) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.31) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกในการเข้า – ออก ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 3.98)

ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณาปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.86) โดยมีปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ที่จอดรถและพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามสถานีสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด บริการ	สถานีสถานีบริการน้ำมัน					
	เจ็ท	เอสโซ่	คาลเท็กซ์	ปตท.	ปิโตรนาส	บางจาก
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.57 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านราคา	3.49 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.34 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)
ปัจจัยด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	4.06 (มาก)	3.96 (มาก)	3.76 (มาก)	4.13 (มาก)	3.63 (มาก)	3.97 (มาก)
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.01 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)
ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	3.74 (มาก)	3.77 (มาก)	3.79 (มาก)	3.88 (มาก)	3.74 (มาก)	3.88 (มาก)
ปัจจัยด้านบุคลากร	3.68 (มาก)	3.72 (มาก)	3.71 (มาก)	3.73 (มาก)	3.59 (มาก)	3.81 (มาก)
ปัจจัยด้านการสร้างและนำ เสนอลักษณะทางกายภาพ	3.93 (มาก)	3.72 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	3.79 (มาก)	3.73 (มาก)	3.86 (มาก)
รวม	3.64 (มาก)	3.56 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 มากที่สุด 3.50 – 4.49 มาก 2.50 – 3.49 ปานกลาง 1.50 – 2.49 น้อย 1.00 – 1.49 น้อยที่สุด

จากตารางที่ 61 เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามสถานีสถานีบริการน้ำมัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานีสถานีบริการน้ำมันเจ็ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.06)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานีสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.56) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.96)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.48) โดยมีปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.79)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการน้ำมันปตท. โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.69) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.13)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการน้ำมันปิโตรนาส โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.39) โดยมีปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.74)

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของสถานบริการน้ำมันบางจาก โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) โดยมีปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 3.97)