บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาปัญหาที่ผู้บริโภคพบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงในการวางแผน ทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนจำนวนรถที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์จำนวน 200 ตัวอย่าง ส่วนกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลกำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 100 ตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจะทำการรวบรวมข้อมูลได้ทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ลักษณะแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งประกอบไปด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญต่อปัจจัยในแต่ละด้านใช้มาตรา Likert Scale (กุณฑลี รื่นรมย์, 2549: 122) โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทรถต่างๆ

ผลการศึกษาจากผู้ตอบแบบสอบถามประชาการที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ที่ใช้บริการเติมน้ำมันให้กับยานพาหนะ ณ สถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และไม่เป็นผู้ที่ให้บริการรถสาธารณะ และรถที่ให้บริการเชิงพาณิชย์ และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่างจากผู้ใช้รถแต่ละประเภท ได้แก่ ผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถจักรยานยนต์จำนวน 200 ตัวอย่าง ผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์นั่งส่วนบุคคล และผู้ใช้บริการเติมน้ำมันรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลกำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 100 ตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.0 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 54.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 30.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 55.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 41.0 เติมน้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 95 ร้อยละ 45.0 ยี่ห้อที่เติมบ่อยที่สุด คือ ปตท. ร้อยละ 48.0 เติมน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น-ค่ำ ร้อยละ 46.0 โดยเหตุผลที่เลือกเติมสถานีบริการน้ำมัน คือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 41.0 ความถี่ในการเติม 5-6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 41.0 จำนวนเงินในการเติมแต่ละครั้งมากกว่า 900 บาท ร้อยละ 44.0 และธุรกิจเสริมที่ใช้บริการบ่อยที่สุดส่วนใหญ่ คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 82.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 67.0 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 46.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 26.0 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่เติมน้ำมันดีเซล ร้อยละ 86.0 และยี่ห้อที่เติมบ่อยที่สุด คือ ปตท. ร้อยละ 59.0 เติมตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วง ค่ำ-เย็น ร้อยละ 41.0 โดยเหตุผลที่เลือกเติมสถานีบริการน้ำมัน คือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 29.0 ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเติมมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 57.0 จำนวนเงินในการเติมแต่ละครั้งมากกว่า 900 บาท ร้อยละ 49.0 และธุรกิจเสริมที่ใช้บริการบ่อยที่สุดส่วนใหญ่ คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 77.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.0 และมีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 53.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 44.0 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 39.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 36.5 เติมน้ำมันเบนซิน 91 ร้อยละ 38.0 ยี่ห้อห้อที่เติมบ่อยที่สุด คือ ปตท. ร้อยละ 45.0 เติมตอนน้ำมันใกล้หมดใกล้หมดในช่วง ค่ำ-เย็น ร้อยละ 41.0 เหตุผลส่วนใหญ่ที่เลือกเติมสถานีบริการน้ำมัน คือ ใกล้บ้าน ร้อยละ 52.5 ความถี่ในการเติมมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 46.0 จำนวนเงินในการเติมแต่ละครั้งมากกว่า 80 บาท ร้อยละ 40.5 และธุรกิจเสริมที่ใช้บริการบ่อยที่สุดส่วนใหญ่ คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้อยละ 82.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน

ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องตรายี่ห้อของสถานีบริการน้ำมัน เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน เรื่องมีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย เรื่องความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ เรื่องมีห้องน้ำไว้บริการ และเรื่องเวลาเปิด – ปิด ของสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสม ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น ในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด ได้แก่ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน รองลงมาคือ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดทุกปัจจัยในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือ เรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย และเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน

ด้านคน

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคนทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ รองลงมาคือ เรื่องพนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ และเรื่องพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ เรื่องความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ และเรื่องความสะดวกของช่องทางเข้า – ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ด้านกระบวนการ

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมาคือ เรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว เรื่องพนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ และเรื่องระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามประเภทของรถ

ตารางที่ 59 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามประเภทของรถ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	**ประเภทของรถ**		
	รถยนต์นั่งส่วนบุคคล	**รถบรรทุกส่วนบุคคล**	**รถจักรยานยนต์**
ด้านผลิตภัณฑ์	ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย
ด้านราคา	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการแจกของแถม	มีการแจกของแถม	มีการแจกของแถม
ด้านคน	พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน
ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้องรวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

**ส่วนที่ 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามเพศ **

ตารางที่ 60 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามเพศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน
ด้านราคา	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	มีการแจกของแถม	มีการแจกของแถม
ด้านคน	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการและพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน
ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 61 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกรายตามได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ
ด้านราคา	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ	มีการแจกของแถม	มีการแจกของแถม	การจัดการส่งเสริมการขาย	การจัดการส่งเสริมการขาย	มีการแจกของแถม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 61 (ต่อ) สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	ไม่เกิน 5,000 บาท	5,001 – 10,000 บาท	10,001 – 15,000 บาท	15,001 – 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป
ด้านคน	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาท ในการบริการและพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน
ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้องรวดเร็ว	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้องรวดเร็ว	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้องรวดเร็ว	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้องรวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2.4 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 62 สรุปปัจจัยย่อยของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ระดับการศึกษา	
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย
ด้านราคา	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น
ด้านช่องทางการให้บริการ	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ข้อมูลข่าวสารของ สถานีบริการ น้ำมัน	มีการแจกของแถม
ด้านคน	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการและพนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ความสะดวกของช่องทางเข้า - ออกของสถานีบริการน้ำมัน	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน
ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านช่องทางการให้บริการ และด้านคน

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามประเภทรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านคน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถจักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคน และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามที่มารายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านคน และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านราคา

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านคน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัญหา โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น รองลงมาคือ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคใน จำแนกตามประเภทรถ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ เรื่องราคาน้ำแพงกว่าสถานีสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์บรรทุกบุคคล ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อัธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการให้บริการ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องห้องน้ำไม่สะอาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้จักรยานยนต์ ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น เรื่องความล่าช้าในการรับชำระ-ทอนเงิน และเรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย

ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคจำแนกตามเพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยไม่เกิน 5,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องห้องน้ำไม่สะอาด เรื่องความล่าช้าในการรับชำระ – ทอนเงิน และเรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานมีจำนวนไม่เพียงพอในการให้บริการ เรื่องระยะเวลาในการรอรับบริการเติมน้ำมันนาน และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อัธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อัธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ เรื่องพนักที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น เรื่องทำเลที่ตั้งของสถานีไม่สะดวกในการเดินทาง และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อัธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ

ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องน้ำมันมีไม่ครบทุกประเภทจำหน่าย เรื่องน้ำมันกับความต้องการเติมน้ำมันมีปริมาณไม่เพียงพอ และเรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัญหาที่พบ โดยปัญหาที่พบที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ เรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่มีความรู้ในการให้บริการ เรื่องราคาน้ำมันแพงกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น และเรื่องพนักงานที่ให้บริการไม่เป็นมิตร อัธยาศัยไม่ดี ไม่มีความสุภาพ/มารยาทในการบริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ด้านคนมีผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคเป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ระพิณพงษ์ ชัยสุข (2543) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันรถยนต์ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านคนจะมีผลต่อการเลือกใช้บริการน้ำมันมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องตรายี่ห้อของสถานีบริการน้ำมัน เรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ บรรพต จินดาพันธ์ (2546) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจากที่มีร้านสะดวกซื้อในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมันและความน่าเชื่อถือของตราบริษัท

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคาในเรื่องราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่นในระดับมากส่วนปัจจัยย่อยอื่นๆ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านช่องทางการให้บริการทุกปัจจัยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญสูงสุดได้แก่ เรื่องสถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน/สถานที่ทำงาน/สถานศึกษา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เรื่องมีการแจกของแถม รองลงมาคือเรื่องการจัดการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสุภศักดิ์ ยอดบางเตย (2547) ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผลต่อเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน คือ การมีของแถมหรือการชิงโชค และสอดคล้องกับการศึกษาของ บรรพต จินดาพันธ์ (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ มีการแจกของแถมทันทีที่ใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านคน ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านคน โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการบริการ รองลงมา คือ พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบรรพต จินดาพันธ์ (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านคนที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก คือ พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน รองลงมาคือ ความสะอาดและพอเพียงของห้องน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกนก จีรวุฒิ (2545) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันบางจากในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อความต้องการใช้น้ำมันบางจาก คือ ความสะดวกและสะอาดของสถานีบริการ และสอดคล้องกับการศึกษาของระพิณพงษ์ ชัยสุข (2543) ที่พบว่าปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคน้ำมันรถยนต์ คือ ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยด้านกระบวนการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว รองลงมา คือ ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินมีความถูกต้อง รวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของบรรพต จินดาพันธ์ (2546) ที่พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันบางจาก คือ ขั้นตอนในการเติมน้ำมันถูกต้อง รองลงมา คือ ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินมีความถูกต้อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน

ลำดับที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ			ระดับของปัญหา		
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
1	พนักงานมีความซื่อสัตย์และไว้วางใจได้ในการให้บริการ	4.20	มาก	ด้านคน			
2	ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว	4.18	มาก	ด้านกระบวนการ			
3	มีน้ำมันครบทุกประเภทจำหน่าย	4.17	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.88	มาก	2
3	ขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้อง รวดเร็ว	4.17	มาก	ด้านกระบวนการ	3.83	มาก	5
4	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน	4.16	มาก	ด้านช่องทางการให้บริการ			
4	พนักงานมีความกระตือรือร้น/รวดเร็วในการบริการ	4.16	มาก	ด้านคน			
4	พนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ	4.16	มาก	ด้านคน			
5	พนักงานมีความสุภาพ มีมารยาทในการบริการ	4.14	มาก	ด้านคน	3.84	มาก	4
6	พนักงานมีความถูกต้องในการให้บริการ	4.12	มาก	ด้านคน	3.87	มาก	3
7	มีห้องน้ำไว้บริการ	4.11	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์			
8	พนักงานมีจำนวนเพียงพอในการให้บริการ	4.09	มาก	ด้านคน	3.83	มาก	5
9	ความเพียงพอของหัวจ่ายน้ำมันที่ให้บริการ	4.08	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์	3.78	มาก	8
9	พนักงานให้บริการลูกค้าทุกรายเท่าเทียมกัน	4.08	มาก	ด้านคน			

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 (ต่อ) ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน

ลำดับที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ			ระดับของปัญหา		
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
9	ความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน	4.08	มาก	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.81	มาก	7
10	ความน่าเชื่อถือในคุณภาพน้ำมัน	4.07	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์			
11	พนักงานมีความรู้และทักษะการให้บริการ	4.06	มาก	ด้านกระบวนการ			
11	ระยะเวลาที่อยู่ในคิวเพื่อรอรับบริการเติมน้ำมัน	4.06	มาก	ด้านกระบวนการ	3.82	มาก	6
12	ความสะอาดและเพียงพอของห้องน้ำ	4.05	มาก	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.82	มาก	6
13	ความสะดวกของช่องทางเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน	4.04	มาก	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ			
14	พนักงานมีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาไทย	4.00	มาก	ด้านคน	3.67	มาก	11
14	ขั้นตอนในการออกใบเสร็จถูกต้อง รวดเร็ว	4.00	มาก	ด้านกระบวนการ	3.71	มาก	10

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 (ต่อ) ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน

ลำดับที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ			ระดับของปัญหา		
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
15	สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงาน/สถานศึกษา	3.99	มาก	ด้านช่องทางการให้บริการ			
16	มีการจัดพื้นที่แยกอย่างเป็นสัดส่วนระหว่างการใช้บริการเสริมภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.97	มาก	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.30	ปานกลาง	14
17	เวลาเปิด-ปิดของสถานีบริการน้ำมันที่เหมาะสม	3.96	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์			
18	พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับประเภทของน้ำมัน	3.95	มาก	ด้านคน			
19	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถในการมาใช้บริการเสริมอื่นๆ ภายในสถานีบริการน้ำมัน	3.93	มาก	ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	3.64	มาก	12
20	ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น	3.91	มาก	ด้านราคา	3.92	มาก	1
21	ขั้นตอนในการรับชำระบัตรเครดิตมีความถูกต้อง รวดเร็ว	3.86	มาก	ด้านกระบวนการ			
22	ตรายี่ห้อของสถานีบริการน้ำมัน	3.79	มาก	ด้านผลิตภัณฑ์			
23	มีเครื่องแบบพนักงานเป็นมาตรฐาน	3.76	มาก	ด้านคน			
24	มีบริการเติมลมโดยพนักงานของสถานี โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.42	ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์			

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 63 (ต่อ) ตารางแสดงการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน

ลำดับที่	ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ			ระดับของปัญหา		
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
25	มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู่	3.42	ปานกลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.18	ปานกลาง	16
26	การจัดส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต	3.32	ปานกลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด			
27	รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.30	ปานกลาง	ด้านราคา	3.30	ปานกลาง	15
28	การให้ข้อมูลข่าวสารของสถานีบริการน้ำมัน	3.28	ปานกลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด			
29	การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ของสถานีบริการน้ำมัน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์	3.24	ปานกลาง	ด้านการส่งเสริมการตลาด			
30	มีบริการเช็ดกระจกรถโดยพนักงานของสถานีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย	3.18	ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์			
31	มีบริการล้างอัดฉีด/เปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง/ล้างรถยนต์	3.06	ปานกลาง	ด้านผลิตภัณฑ์			
32	รับชำระเงินด้วยเงินเชื่อ	2.79	ปานกลาง	ด้านราคา			

หมายเหตุ : เนื่องจากปัจจัยย่อยของปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการไม่ได้ถามในส่วนของปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมันในส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม ซึ่งเป็นปัญหาที่พบในการใช้บริการจึงไม่มีลำดับ ค่าเฉลี่ย และแปลผลในปัจจัยย่อย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 63 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ปัจจัยย่อยที่ผลต่อการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมัน 10 อันดับแรกเป็นปัจจัยในส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยเรียงลำดับ 3 ลำดับแรกได้ ดังนี้ ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านกระบวนการ

ส่วนปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน 10 อันดับแรกเป็นปัจจัยในส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ โดยเรียงลำดับ 3 ลำดับแรกได้ ดังนี้ ปัจจัยด้านคนและปัจจัยด้านกระบวนการ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

จากตารางเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยที่ผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันกับปัญหาที่พบจากการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปัญหาที่พบเป็นด้านคน และด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเลือกใช้บริการ ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเร่งแก้ไขด่วน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความนิยมเติมน้ำมันยี่ห้อ ปตท. มากที่สุด โดยให้เหตุผลที่เติมว่า อยู่ใกล้บ้าน โดยมีการเติมน้ำมันมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน ช่วงเวลาที่เติมน้ำมันมากที่สุด คือ เมื่อตอนน้ำมันใกล้หมดในช่วงเย็น-ค่ำ ธุรกิจเสริมภายในสถานีบริการน้ำมันที่ใช้บริการบ่อยที่สุด คือ ร้านสะดวกซื้อ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท ขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง มีบริการเติมลมโดยพนักงานของสถานีโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ปัจจัยด้านช่องทางการให้บริการ

ลูกค้าที่ใช้พาหนะทุกประเภท ทุกเพศ ทุกระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และทุกระดับการศึกษา ให้ความสำคัญในเรื่อง สถานีบริการตั้งอยู่ใกล้บ้าน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ลูกค้าที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท ขึ้นไปให้ความสำคัญในเรื่อง การจัดการส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดเมื่อชำระด้วยบัตรเครดิต

2. ลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีรายได้รายได้เฉลี่ยต่อมากกว่า 15,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่อง มีการแจกของแถม เช่น น้ำดื่ม กระดาษทิชชู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ลูกค้าที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถบรรทุกส่วนบุคคล ให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของสถานีบริการน้ำมัน ส่วนลูกค้าที่ใช้รถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญในเรื่อง ความสะดวกของช่องทางเข้า-ออกของสถานีบริการน้ำมัน

ปัจจัยด้านกระบวนการ

ลูกค้าที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล รถบรรทุกส่วนบุคคล และลูกค้าที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ให้ความสำคัญในเรื่อง ขั้นตอนในการเติมน้ำมันมีความถูกต้อง รวดเร็ว ส่วนลูกค้าที่ใช้รถจักรยานยนต์ และลูกค้าที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ให้ความสำคัญในเรื่องขั้นตอนในการรับเงินและทอนเงินถูกต้องรวดเร็ว

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

ลูกค้าทุกกลุ่มทุกประเภทได้ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับท้ายสุดในทุกปัจจัย

ปัญหาที่พบจากการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัญหาในเรื่องไม่มีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลให้ความสำคัญของปัญหาอยู่ในระดับมากส่วนผู้ที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคลและผู้ใช้รถจักรยานยนต์ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะสำหรับสถานีบริการน้ำมัน

สิ่งที่สถานีบริการน้ำมันควรเร่งทำการปรับปรุงโดยเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านคน ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการให้บริการ ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านคน

สถานีบริการควรคัดเลือกบุคลากรก่อนที่จะรับเข้ามาเป็นพนักงานประจำสถานีโดยตรวจสอบประวัติการทำงาน และก่อนการเข้าปฏิบัติงานควรมีการจัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับขั้นตอนการบริการ และเรื่องจิตบริการ ควรกำหนดและชี้แจงกฎ ระเบียบในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานในสถานีทราบ รวมไปถึงการตั้งทีมงานตรวจสอบการทำงานของพนักงานภายในสถานี ซึ่งทีมตรวจสอบนี้จะเข้าไปใช้บริการ โดยที่ไม่ให้พนักงานทราบ เพื่อเป็นการวัดการทำงาน หากพบพนักงานคนใดบริการดี มีความซื่อสัตย์และกระตือรือร้นในการทำงานก็จะมีการให้รางวัล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นอกจากนี้ทางสถานีควรมีการจัดทำการตลาดภายใน เช่น การให้สวัสดิการต่างๆ ได้แก่ การให้สวัสดิการที่พักอาศัยโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย การให้ทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน การให้โบนัสแก่พนักงานตามผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้พนักงานมีความรู้สึกผูกพันกับองค์กรและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเต็มใจ ซึ่งจะส่งผลให้คุณภาพการให้บริการแก่ลูกค้าดีขึ้น

ด้านกระบวนการ

1. จัดการอบรมขั้นตอนกระบวนการการเติมน้ำมันรวมไปถึงสร้างความเข้าใจให้กับพนักงานเติมน้ำมันให้ทราบถึงประเภทของน้ำมันกับประเภทของรถยนต์ และการให้ข้อปฏิบัติในการทวนคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อป้องกันการเติมน้ำมันผิดประเภทให้กับรถของลูกค้าที่มาใช้บริการ และมีการทดสอบความรู้ ความเข้าใจของประเภทน้ำมันต่างๆ กับพนักงานอยู่เสมอ นอกจากนี้ต้องคอยเพิ่งทักษะในการบริการอยู่ตลอด เช่น การทวนคำสั่งซื้อจากลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในสถานี

2. สถานีบริการควรมีการจัดการในเรื่องการวางผังของหัวจ่ายน้ำมันแต่ละประเภทชนิดของน้ำมันภายในสถานี คือ น้ำมันชนิดใดที่ผู้บริโภคนิยมเติมก็ไม่ควรนำมาไว้ในตู้จ่ายเดียวกับน้ำมันที่ผู้บริโภคนิยมเติมรองลงมา เพื่อเป็นการลดระยะเวลาในการรอคิวเพื่อรับการบริการ ควรมีการกระจายกันออกไปตามแต่ละชนิดน้ำมันที่ได้รับความนิยม เช่น น้ำมันที่ผู้บริโภคนิยมมากให้อยู่ตู้จ่ายเดียวกับน้ำมันที่ผู้บริโภคนิยมเติมน้อย

3. สถานีบริการควรอบรมพนักงานในเรื่องการเขียนออกใบเสร็จให้ถูกต้อง รวมไปถึงการคัดเลือกพนักงานที่มีความสามารถในการอ่าน เขียนได้อย่างถูกต้องมาประจำตำแหน่งพนักงานออกใบเสร็จรับเงินโดยเฉพาะ

ด้านผลิตภัณฑ์

1. ผู้ประกอบการที่คิดจะเปิดสถานีบริการน้ำมันใหม่ ควรพิจารณาถึงตรายี่ห้อที่ได้รับความนิยมดังกล่าวในการลงทุนเปิดสถานีบริการน้ำมัน

2. สถานีบริการควรมีการจัดการบริหารสินค้าให้มีผลิตภัณฑ์มีขายตามความต้องของผู้บริโภคอยู่เสมอ

3. สถานีบริการควรจัดแสดงป้ายรับรองจากหน่วยงานราชการและเอกชนอย่างชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าด้วย เช่น ป้ายรับรองคุณภาพน้ำมันจาก กรมธุรกิจพลังงาน ป้ายรับรองปริมาณน้ำมันจาก กรมช่าง ตวง วัด และหมั่นตรวจสอบปริมาณสิ่งเจือปนในน้ำมันอยู่เสมอ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ด้านช่องทางการให้บริการ

1. ในการขยายสาขาหรือการเปิดสถานีบริการแห่งใหม่ควรตั้งอยู่บริเวณแหล่งชุมชนหรือสถานที่ทำงาน และควร ติดกับถนนใหญ่รถสามารถเข้าออกได้สะดวก

2. เพื่อการบริการได้ทั่วถึงสถานีบริการอาจจ้างพนักงานให้เพียงพอกับหัวจ่ายน้ำมันและเหมาะสมกับเวลาที่มีลูกค้ามาใช้บริการมาก

3. การมีร้านสะดวกซื้อภายในสถานีก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคอาจตัดสินใจมาใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันควรมีเปิดร้านสะดวกซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4. ในช่วงเวลาที่ลูกค้ามาใช้บริการมาก เช่น ช่วงเวลา 8.00 น. -10.00 น. และเวลา 16.00-17.00 น. ควรจัดกำลังคนให้เหมาะสมกับการให้บริการลูกค้า

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

สถานีบริการควรจัดให้มีพนักงานทำความสะอาดประจำสถานีและกำหนดตารางเวลาและตารางงานในแต่ละวัน และทางสถานีควรทำการตรวจสอบคุณภาพของงานอยู่สม่ำเสมอ นอกจากนี้หากอยู่ในช่วงที่มีการใช้บริการของลูกค้าในปริมาณหนาแน่น ทางสถานีอาจจัดพนักงานประจำสถานที่แต่ละจุดเพื่อให้พนักงานคอยดูแลเรื่องความสะอาดทันทีเมื่อพบเห็นสิ่งสกปรก

ด้านราคา

ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยย่อยของปัจจัยด้านราคา คือ ราคาน้ำมันถูกกว่าสถานีบริการน้ำมันอื่น แต่เนื่องจากราคาของน้ำมันขึ้นลงเป็นไปตามกลไกทางตลาด สถานีบริการน้ำมันต้องมีบริการที่ดี เพื่อให้เป็นจุดเด่นกว่าคู่แข่ง ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารเพิ่มยอดขายได้ สถานีบริการน้ำมันควรมีบริการรับชำระค่าน้ำมันด้วยบัตรเครดิตเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

1. สถานีบริการควรจัดให้มีการสะสมคูปอง หรือการพัฒนาระบบสมาชิกเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารด้านน้ำมันให้กับผู้บริโภคในขณะที่มาใช้บริการเติมน้ำมันหรือการนำข้อความข่าวสารไปประชาสัมพันธ์ตามจุดต่างๆ ภายในสถานีบริการ

2. สถานีบริการควรจัดทำป้ายแสดงการรับรองคุณภาพน้ำมันจากหน่วงงานต่างๆ อย่างชัดเจนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม

ลูกค้าที่ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคล

สถานีบริการอาจกำหนดให้พนักงานของสถานีเสนอการบริการเติมลมโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่ลูกค้า โดยทางสถานีบริการอาจมีการจัดเตรียมเครื่องเติมลมสำหรับรถยนต์แบบเคลื่อนที่เพื่อสะดวกในการบริการลูกค้าในระหว่างที่อยู่ในขั้นตอนการเติมน้ำมัน

ลูกค้าที่ใช้รถบรรทุกส่วนบุคคล

สถานีบริการควรเพิ่มการอบรมในเรื่องมารยาทในการสื่อสารกับลูกค้า เสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับชนิดของน้ำมันกับประเภทของรถ และต้องคอยเพิ่มทักษะในการบริการอยู่ตลอด เช่น การทวนคำสั่งซื้อจากลูกค้าเมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการภายในสถานี ทางสถานีบริการควรจัดทำตารางการทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและให้มีพนักงานทำความสะอาดอย่าประจำห้องน้ำอยู่ตลอดเวลาคอยทำความสะอาดให้ห้องน้ำพร้อมที่จะบริการลูกค้า

ลูกค้าที่ใช้รถจักรยานยนต์

สถานีบริการควรจัดพนักงานประจำตู้จ่ายน้ำมันเพื่อคอยบริการลูกค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะให้พนักงานคอยรับผิดชอบในการรับเงินและทอนเงินแต่ละตู้จ่ายเพื่อให้เกิดความรวดเร็วเพราะระยะเวลาการรับบริการของลูกค้ากลุ่มนี้จะมีระยะเวลาที่รวดเร็วเนื่องมาจากลูกค้ากลุ่มนี้จะเติมในปริมาณที่น้อยความต่อเนื่องในการบริการกับลูกค้ารายต่อไปจะมีมากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่นๆ

ลูกค้าที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาทต่อเดือน

สถานีบริการควรติดตั้งเครื่องรับบัตรเครดิตเพื่อตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมในด้านความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้บัตรเครดิตในการรับชำระเงินค่าน้ำมันให้กับพนักงานของสถานี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved