

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ
จังหวัดเชียงราย

Satisfaction of used of PT Station in Chiang Khong district
Chiang Rai Province

จรรยาพร แสนดี* อรรถพล หล้าสมบุญ*
ดร.แววตา พูลสวัสดิ์* สิทธิเดช อภัยนนท์*
Jaruporn Sandee* Attapon Lasomboon*
Dr.Weawta Poonsawat* Sittidejh Apainon*
สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*
Pacific Institute of Management Science*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จำนวน 380 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และค่า F-test หรือหรือวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย มากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการในการให้บริการ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือนโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ, ส่วนผสมการตลาด, สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

Abstract

The purposes of a study are to investigate customers' satisfaction at PTT gas station in Chiang Khong District, Chiang Rai and to compare the degree of customers' satisfaction classified by individual factors of the customers. The sampling groups are the 380 those who enter for getting services from PTT gas station in Chiang Khong District. Questionnaires are mainly used in collecting data. Percentage, Means, Standard Deviation, T-test, F-test and One-Way Anova are applied to analyze the data.

The findings reveal that all in all, most of the customers are satisfied with an available and convenient way of gas service, followed by the standard products of PTT. The

components of services such as effective services, staff, reasonable prize and promotion are also in a highly satisfactory rate. Customers' satisfaction relating to the factors of genders, ages, educations and salary shows no significant difference.

Keywords : Marketing Mix, Satisfaction

บทนำ

ในปัจจุบันระบบการค้าน้ำมันเชื้อเพลิงของไทยจะเคลื่อนไหวไปตามกลไกของตลาดน้ำมันของโลก ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน เช่น สถานการณ์ของโลก กำลังการผลิตน้ำมัน อัตราการใช้ น้ำมัน จึงมีผลทำให้ราคาน้ำมันสำเร็จรูป ณ สถานีบริการน้ำมันทุกยี่ห้อ มีความเคลื่อนไหวขึ้นลงไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้สอดคล้องกับราคาน้ำมันในตลาดโลก จากสถานการณ์ปัจจุบันน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสิ่งจำเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์และมีบทบาทต่อการดำรงชีวิตประจำวันของทุกคนเป็นอย่างมาก และเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้ใช้ยานยนต์เป็นพาหนะ จึงเป็นที่มาของธุรกิจให้บริการน้ำมัน ซึ่งมีแนวโน้มขยายแหล่งให้บริการเพิ่มมากขึ้นและมีการแข่งขันทางธุรกิจกันอย่างรุนแรง เป็นปัจจัยให้เพิ่มช่องทางการบริการให้กับผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ต้องใช้กลยุทธ์การตลาดด้านต่างๆ โดยได้รวมกลุ่มพันธมิตรธุรกิจภายในสถานีบริการน้ำมัน อาทิเช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟและเบเกอรี่ ร้านอาหาร ร้านของฝาก ศูนย์บริการยานยนต์ บริการการเงิน และบริการอื่นๆ จึงมีผลทำให้มีการขยายสถานีบริการน้ำมันอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่า ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงจะมีราคาที่สูงขึ้น แต่ความต้องการด้านน้ำมันก็ไม่ลดลง แต่กลับเพิ่มขึ้นโดยการขยายตัวสถานีบริการน้ำมันในประเทศไทย ไตรมาส 1/2561 มีสถานีบริการทั้งหมด 27,719 สถานี เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 ที่มี 26,691 สถานี หรือเพิ่มขึ้น 1,028 สถานี โดยมีสถานีบริการน้ำมันของผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ ได้แก่ ปตท. ยังคงครองแชมป์สถานีบริการน้ำมันมากเป็นอันดับ 1 ซึ่งมีจำนวนสถานีบริการน้ำมันจำนวน 1,780 สถานี เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 จำนวน 88 สถานี อันดับ 2 สถานีบริการน้ำมันพีทีจี 1,718 สถานี เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 จำนวน 282 สถานี และอันดับ 3 สถานีบริการน้ำมันบางจาก 1,127 สถานี เพิ่มขึ้นจากไตรมาส 1/2560 จำนวน 52 สถานี หากจะมองถึงจำนวนสาขาที่มากที่สุดในไตรมาสนี้ ปตท. ก็ยังคงครองอันดับ 1 ของสถานีบริการน้ำมันที่มีสาขามากที่สุด แต่ในทางกลับกันสถานีบริการที่ขยายสาขาได้สูงสุดคือ สถานีบริการน้ำมันพีทีจี ที่สามารถขยายสาขามากถึง 282 สถานี ภายในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งถือว่าเป็นผู้ค้าที่แสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งในการแข่งขัน (กรมธุรกิจพลังงาน, 2561)

จังหวัดเชียงรายขึ้นชื่อว่าเป็นดินแดนเหนือสุดแห่งสยามและยังเป็นจังหวัดเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็น พม่า ลาว และจีน อำเภอเชียงของ จึงมีผลให้มีผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในไตรมาส 1/2561 รวมทั้งสิ้น 742 สถานี ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันพีทีจี 51 สถานี สถานีบริการปตท. 26 สถานี สถานีบริการบางจาก 15 สถานี สถานีบริการเอสโซ่ 14 สถานี สถานีบริการเซฟรอน 5 สถานี สถานีบริการยูนิค5 สถานี สถานีบริการซัสโก้ 4 สถานี สถานีบริการเชลล์ 3 สถานี สถานีบริการสยามแก๊ส 3 สถานี สถานีบริการดับบลิวพี 2 สถานี สถานีบริการออคิตแก๊ส 1 สถานี สถานีบริการอิสระ 613 สถานี (กรมธุรกิจพลังงาน, 2561) อำเภอเชียงของ เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเชียงราย มีพื้นที่โดยรวม 836.9 ตร.กม.ประชากรที่ใช้น้ำมัน 64,071 คน (พ.ศ. 2561) มีสถานีน้ำมันทั้งหมดในเชียงของมี 12 สถานี ได้แก่ สถานีบริการน้ำมันคอสมอส 5 สถานี สถานีบริการน้ำมันพีทีจี 3 สถานี สถานีบริการ ปตท. 2 สถานี บริการน้ำมันเอสโซ่ 1 สถานี สถานีบริการ

น้ำมันพืช 1 สถานี สถานีบริการน้ำมันทั้งหมดในอำเภอเชียงของ อำเภอเชียงของเป็นเมืองเก่าแก่มากกว่า 100 ปี มีภูมิประเทศเอื้อต่อการท่องเที่ยว มีพื้นที่บางส่วนติดกับแม่น้ำโขงเชื่อมโยงสองฟากฝั่งไทยลาว มีด่านการค้าชายแดนกับประเทศลาว มีเส้นทางเศรษฐกิจ R3A ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมทางบกที่เชื่อมโยงระหว่างไทยกับประเทศจีน ผ่านประเทศลาว มาตั้งแต่ปี 2551 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน, 2560) จากการที่น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นพลังงานสำคัญ สำหรับการพัฒนาพื้นฐานแผนการคมนาคมขนส่ง ดังนั้นผู้ประกอบการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงสภาพลักษณะของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้มีความโดดเด่น รวมถึงการเพิ่มบริการเสริมต่างๆในสถานีบริการน้ำมัน จึงจะช่วยดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้นและเมื่อรัฐบาลประกาศให้มีการนำสูตรราคาน้ำมันกึ่งลอยตัวมาใช้ โดยเริ่มใช้เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2564 จึงเสมือนเป็นจุดเริ่มต้นให้บริษัทน้ำมันต่างๆต้องเผชิญหน้ากับเกมการค้าเสรีที่มีรายย่อยนับสิบรายเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดปัจจุบันจึงไม่มีผู้ใดที่หวังพึ่งรายได้จากการขายน้ำมันเพียงอย่างเดียวโดยไม่ สนใจปรับปรุงสถานีบริการให้ทันสมัย เพราะสิ่งนี้กลายเป็นจุดที่ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาสถานีบริการแล้ว

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะเป็นเจ้าของกิจการเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จึงมีความสนใจที่จะศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองตรงความต้องการของผู้ใช้บริการต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รับทราบระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
2. ผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงวางแผนดำเนินงานของสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้ให้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย แตกต่างกัน

ประชากรและหน่วยวิเคราะห์

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่เป็นผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพืช ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำนวน 380 คน

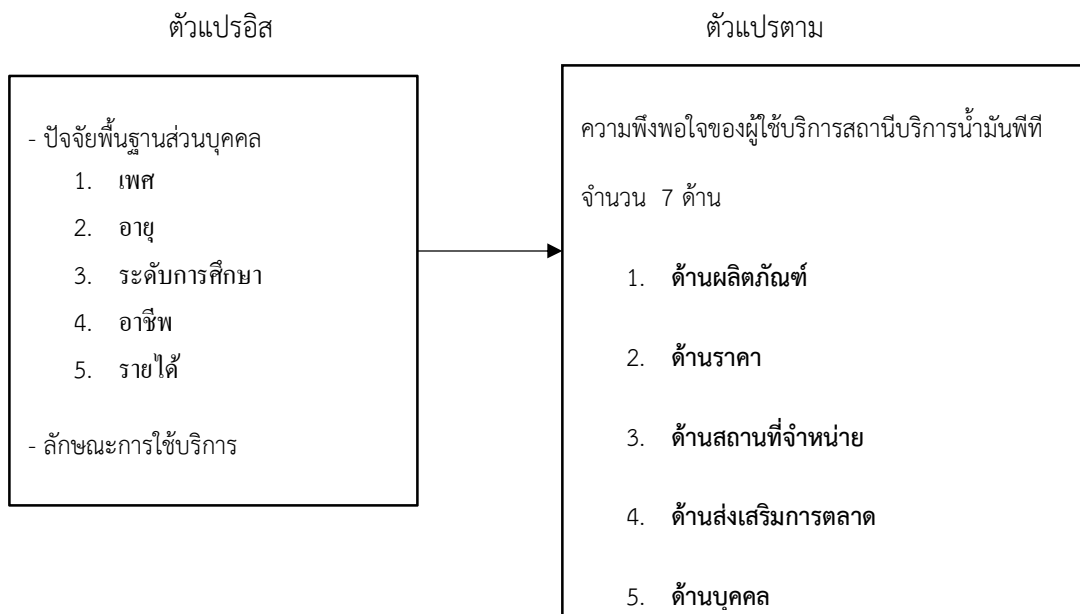
หน่วยในการวิเคราะห์ คือ หน่วยบุคคล ได้แก่ ผู้ที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพืช ในพื้นที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีที ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของคอแครน (Cochran, 1997) จำนวน 380 คน
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีที ด้านส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านด้านบุคคล ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการขอบเขตด้านระยะเวลา
3. ขอบเขตด้านเวลาในการวิจัย
ระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ.2561 ถึงเดือน กันยายน พ.ศ.2562

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีที ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยนำแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7 P ของ Philip Kotler (2003) . มาเป็นกรอบแนวคิด สรุปได้ดังภาพ



เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือในการวิจัย เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล จำนวน 4 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีที ในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ประกอบด้วย

ข้อความ ที่ เป็นความสำคัญแต่ละด้าน และ มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ และแบบสอบถามปลายเปิดสำหรับ แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(S.D.)วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential) ได้แก่ (t-test) และ (F-test) หรือ วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา(Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ≥ 0.50 ขึ้นไป และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพิทีที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ ด้วยวิธีหาสัมประสิทธิ์แอลฟา(α - coefficient)ของคอนบาค (Conbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.70 ขึ้นไป

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 380 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศ ชายจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 65.926 เพศหญิง จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.74 มีอายุมากที่สุด คือ กลุ่มอายุ 36-45 ปี ร้อยละ 47.36 รองลงมาคือ 25-35 ปี ร้อยละ 25.26 มากกว่า 50 ปีขึ้นไป ร้อยละ 20.26 และกลุ่มอายุที่น้อยที่สุดคือ กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 6.84 มีระดับมากที่สุดคือกลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษา อนุปริญญา ร้อยละ 43.94 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่าร้อยละ 30.00 ปริญญาตรี ร้อยละ 22.36 กลุ่มที่น้อยที่สุดคือกลุ่มที่มีระดับ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 3.68 มีอาชีพ มากที่สุด คือ รับจ้าง/พนักงานบริษัท ร้อยละ 47.11 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ร้อยละ 26.05 เกษตรกร ร้อย ละ 12.89 อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 9.21 และอาชีพที่น้อยที่สุดคือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 4.74 มีรายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ 15,001-30,000 บาท ร้อยละ 58.16 รองลงมาคือ รายได้ไม่เกิน 15,000 บาท ร้อยละ 25.6 รายได้ 30,001-50,000 บาท ร้อยละ 14.21 และกลุ่มรายได้ที่มีน้อยที่สุดคือ รายได้มากกว่า 50,000 บาท ร้อยละ 2.37 ตามลำดับ

2. ลักษณะการใช้บริการของผู้ใช้บริการที่เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน พิทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเติมน้ำมันอยู่ที่ 1 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวนเงินที่เติมต่อครั้ง คือ 50–500 บาท ประเภทน้ำมันที่เติม ดีเซล ข้าราชการเงินสดเป็นส่วนใหญ่ เหตุผลหลักในการใช้บริการ ผู้ใช้บริการที่ เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน พิที ส่วนใหญ่มีเหตุผลหลักที่มาใช้บริการคือปั๊มสุดท้ายก่อนออกจาก ชายแดนบริการเสริมที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้บริการเสริม คือ ซื้อสินค้าในร้านมินิมาร์ท ยาพาหนะส่วนใหญ่คือรถยนต์ ส่วนบุคคล

3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพิทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปได้ตามตาราง

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม (n = 380)

การตัดสินใจเลือกร้านค้าวัสดุก่อสร้าง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.19	0.47	มาก
2. ด้านราคา	4.10	0.49	มาก
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	4.28	0.50	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	0.55	มาก
5. ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	4.14	0.46	มาก
6. ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ	4.12	0.57	มาก
7. ด้านกระบวนการในการให้บริการ	4.18	0.73	มาก
โดยภาพรวม	4.13	0.35	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านช่องทางการจำหน่าย ($\bar{x} = 4.28$) รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.19$) ด้านกระบวนการในการให้บริการ ($\bar{x} = 4.18$) ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ($\bar{x} = 4.12$) ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ($\bar{x} = 4.14$) ด้านราคา ($\bar{x} = 4.10$) อยู่ในระดับมาก และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{x} = 3.91$) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ สรุปได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า คุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา สินค้ามินิมาร์ทสดใหม่ อยู่ในระดับมาก คุณภาพน้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก น้ำมันเกียร์ น้ำมันเฟืองท้ายได้มาตรฐาน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับและข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ สินค้าในมินิมาร์ท มีให้เลือกหลากหลาย อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านราคา พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ราคา น้ำมันเชื้อเพลิง ตรงตามรัฐบาลประกาศ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาในมินิมาร์ทมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมากที่สุด มีการปรับราคาขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีใบเสร็จรับเงิน แสดงราคาสินค้า อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ท่าเล ที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีช่องเติมน้ำมันและสถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะดวก อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ห้องน้ำมันเพียงพอ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า มีของแถมจากการเติมน้ำมัน อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ให้เครดิตเงินเชื่อสำหรับลูกค้าประจำอยู่ในระดับมาก มีการเติมลมยาง เช็ดกระจก ทิ้งขยะ อยู่ในระดับมาก สื่อโฆษณาภายในปั๊ม เช่น ธง ป้ายโปสเตอร์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ มีคู่มือบัตรสะสมแต้ม แลกของรางวัล อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้นบริการรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีความรู้สามารถอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้ อยู่ในระดับมาก พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพอ่อนน้อม อยู่ในระดับมาก พนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือพนักงานมีความซื่อสัตย์ สุจริต อยู่ในระดับมาก

ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อยและตกแต่งสถานที่ อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ รูปแบบของมินิมาร์ท ทันสมัย อยู่ในระดับมาก (รูปลักษณะสถานีบริการของปั้มน้ำมัน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความสะอาดของห้องน้ำ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการนการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ เรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ความรวดเร็วในการชำระเงิน/รับ-คืนบัตรเครดิต อยู่ในระดับมาก (= 4.31) รองลงมา คือมีมาตรฐานและปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ กลิ่น สวัสดิ์ และให้บริการด้วยรอยยิ้มแย้มแจ่มใส อยู่ในระดับมาก

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศในภาพรวมและพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุพบว่า ที่มีอายุต่างกัน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี กับอายุระหว่าง 30-39 ปี และผู้ใช้บริการที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีที ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ที่มีระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ต่างกัน ในภาพรวมและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจด้านช่องทางการจำหน่าย มากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการนการให้บริการ ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด สามารถอภิปรายรายด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงมีมาตรฐาน สินค้ามินิมาร์ทสดใหม่ คุณภาพน้ำมันเครื่อง น้ำมันเบรก น้ำมันเกียร์ น้ำมันเฟืองท้ายได้มาตรฐาน สอดคล้องกับ วิชาญ พกสานนท์ (2553 , 87-89) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ผู้บริโภคในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์พบว่าโดยรวมผู้ใช้บริการมาก เป็นเพราะว่าสถานีบริการน้ำมันมีการจำหน่ายน้ำมันที่มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน

ผู้ใช้เขียนมาใช้บริการแล้วได้ปริมาณน้ำมันครบตามจำนวนและมีน้ำมันให้เลือกใช้บริการได้ครบทุกชนิด และสอดคล้องกับ กัลยา แ่งเพชร และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย สถานีบริการน้ำมัน ภัทรกิจปิโตรเลียม อำเภอนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ที่ผู้ใช้ให้ความสำคัญ มากที่สุด คือคุณภาพน้ำมัน และสอดคล้องกับ ภาณุพงศ์ คงคาน้อย (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จตุจักร กรุงเทพมหานครผลการวิจัยพบว่าโดยรวมมีระดับความพึงพอใจมากโดยความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เป็นเพราะมีการกำหนดราคาน้ำมันเชื้อเพลิงตรงตามรัฐบาลประกาศราคาในมินิมาร์ที่มีความเหมาะสม มีการปรับราคาขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ สอดคล้องกับ จิรัฐา หมอยาดี (2556) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปางจากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน อันดับแรก คือ ราคาน้ำมัน โดยราคาน้ำมันมีความเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับตราหืออื่น และยังสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, 53-55) ที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาด ราคา(Price) เป็นจำนวนเงินซึ่งแสดงเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคยอมจ่ายเงินเพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าหรือบริการการตัดสินใจในด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูงหรือต่ำแต่เป็นราคาที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า (Perceived Value)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม ทั้งนี้จะเป็นเพราะ ท่าเลที่ตั้ง สะดวกในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ มีช่องเติมน้ำมันและสถานที่จอดรถเพียงพอ สอดคล้องกับ สถิตพงศ์ เงามาม (2548) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.รูปแบบใหม่ PTT Park สาขากล้วยน้ำไทย กรุงเทพมหานคร พบว่า สาเหตุที่เข้าใช้เนื่องจากอยู่ใกล้บ้าน เดินทางสะดวกและประหยัดค่าใช้จ่าย และยังสอดคล้องกับวิชาญ พกสานนท์ (2553, 87-89) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันผู้บริโภคในอำเภอน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว,ด้านสถานที่ พบว่าใช้อยู่ในระดับมาก เพราะ สถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสระแก้ว เป็นสถานีบริการน้ำมันที่มีมาตรฐาน อยู่ใกล้บ้านมีทางเข้าออกสะดวกที่เหมาะสม มีที่จอดรถเพียงพอ สะดวกสบาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้จะเป็นเพราะมีของแถมจากการเติมน้ำมัน การให้เครดิตเงินเชื่อสำหรับลูกค้าประจำ มีการเติมลมยาง เช็ดกระจก ทิ้งขยะ มีสื่อโฆษณาภายในปั๊ม เช่น ธง ป้าย โปสเตอร์) สอดคล้องกับ ราศิวงศ์ ทราญทอง (2543) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันศาลเท็กซีในเขตอำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรี พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เติมน้ำมันประเภทเบนซิน เลือกเติมปั๊มประจำโดยเติมน้ำมัน ต่อครั้งคือเต็มถังและจะสังเกตราคาน้ำมันก่อนเข้าเติม การบริการของพนักงานที่ถูกต้องคือการเช็ด กระจกเติม หรือตรวจเช็คลมยาง เช็คน้ำมันเครื่อง น้ำกลั่น และของแถมที่ชอบ คือ น้ำดื่ม กระดาษทิชชูและกาแฟ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2546, 53-55) ที่ว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจ ต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้เพื่อจูงใจ (Persuade) ให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่า จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ

และพฤติกรรมการซื้อขาย (เอ็ดเซล วอล์คเกอร์และสแตนตัน 2001.10) หรือเป็นการติดต่อสื่อสาร เกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อขาย การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการองค์การอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือ

ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก อาจจะเป็นพนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว มีความรู้สามารถอธิบายผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายได้และมีการให้บริการด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาสุภาพอ่อนน้อม พนักงานแต่งกายสุภาพเหมาะสม สอดคล้องกับเพทาย คุ่มคำมี (2546) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เป็นผู้ดำเนินการเอง พบว่าข้อมูลความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม 5 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากในด้านความเท่าเทียมกันมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาด้านความรวดเร็ว ตรงเวลา นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับสมพงษ์ เกษมสิน (2530, 275-277) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจใน ด้านการบริการ พบว่า ความพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการมีความแตกต่างกันออกไปแต่ละสถานี บริการน้ำมัน แต่ในส่วนรวมแล้วลูกค้ามีความพอใจที่เกิดจากการตอบสนองความต้องการที่ คล้ายกันในเรื่องความมั่นคงทางธุรกิจการได้รับการยกย่องจากผู้ให้บริการ การได้รับความเป็นธรรมและเสมอภาคจากการให้บริการความนุ่มนวลและแนบเนียน มีวาจาสุภาพ กระตือรือร้น ใน การบริการความพอใจต่อสถานีที่ให้บริการความสะดวกรวดเร็วในการบริการและความต่อเนื่องเพียงพอของการให้บริการ

ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอ เชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้จะเป็นเพราะว่าสถานีความสวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อยและตกแต่งสถานที่ มีรูปแบบของมินิมาร์ท ทันสมัย และมีรูปลักษณ์สถานีบริการของปั้มน้ำมัน มีความปลอดภัย สอดคล้องกับ สถิตพงศ์ เงามาม (2548) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.รูปแบบใหม่ PTT Park สาขากล้วยน้ำไทย กรุงเทพมหานคร พบว่าด้านรูปแบบสถานีบริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้วยมี อุปกรณ์มาตรฐาน การบริการของพนักงาน ดังนั้นผู้ประกอบการสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ทั้งร้านอาหาร มินิมาร์ท เพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ ของ อับราฮัม มาสโลว์ (A.H.Maslow. 1970, 170) ที่ว่ามนุษย์มีความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย ซึ่งหากผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในเรื่องของความปลอดภัยของสถานีบริการน้ำมันพีที ก็จะกลับใช้ซื้อบริการซ้ำและบอกต่อ

ด้านกระบวนการในการให้บริการ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย พบว่า โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก อาจเป็นเพราะมีการให้บริการด้วยความรวดเร็วในการชำระเงิน/รับ-คืนบัตรเครดิต มีมาตรฐานและปลอดภัย ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการให้บริการ สอดคล้องกับวิภาญ พกสานนท์ (2553 , 87-89) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันผู้บริโภคในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว พบว่าด้านกระบวนการ พบว่าผู้ใช้บริการอยู่ในระดับมากเป็นเพราะว่าได้รับการบริการที่รวดเร็ว และสอดคล้องกับแนวคิดของฟิลลิปคอตเลอร์ (Philip Kotler 2003) ระบุว่าแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบ

วิธีการและงานปฏิบัติในการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม และพิจารณาเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ไพรัช วิริยะลัภยะ (2544) ได้ศึกษาเอง ความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จัหวังจันทบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นชายอายุระหว่าง 31-40 ปี และประกอบอาชีพรับราชการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมากทั้ง 9 ด้าน คือ ด้านอาคารสถานที่การให้บริการของพนักงานหน้าลาน คุณภาพของน้ำมันเชื้อเพลิง คุณภาพของน้ำมันหล่อลื่น การให้บริการของพนักงานเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ข้อมูลการให้บริการพีทีมินิมาร์ท (PTT.Minimart) การจัดโปรโมชั่น(แลก แจก แถม) และภาพลักษณ์โดยรวมของ ปตท. และเมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการระหว่างตัวแปรเพศและอายุ พบว่าไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษาโดยผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจนถึงสูงกว่าปริญญาตรี และอาชีพเกษตรกรมีความพึงพอใจมากกว่าอาชีพอื่นๆ นอกจากนั้น ประชาชนผู้มาใช้บริการเสนอแนะว่า ควรให้ราคาของน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงกว่าที่เป็นอยู่ และควรมีการให้บริการเสริมเช่น เช็ดกระจก เติมน้ำมันและเติมน้ำ เป็นต้น

ผลการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามอายุ พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ที่มีอายุต่างกัน ในภาพรวม ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี สอดคล้องกับ สถิตพงศ์ เงามาม (2548) ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.รูปแบบใหม่ PTT Park สาขากล้วยน้ำไทย กรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความแตกต่างต่อความพึงพอใจด้านสถานีบริการ อุปกรณ์มาตรฐานสถานีบริการ การบริการของพนักงาน การส่งเสริมการขาย และห้องน้ำ มีผลต่อความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย จำแนกตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเนื่อง พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันพีทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ในภาพรวม และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ อัจฉริยา สว่างสินธ์ (2548) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภค ในเขตอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม และเปรียบเทียบปัจจัยการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภค ในเขตอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ด้านอายุและอาชีพ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าในมินิมาร์ทต้องมีให้เลือกหลากหลายครบวงจร ทั้งสินค้าอุปโภคและสินค้าบริโภค เน้นความสดใหม่ ระบุวันหมดอายุที่ชัดเจน

2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ต้องมีการจัดพื้นที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ความสะอาด สวยงาม มีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ ให้พนักงานทำความสะอาดทุก 30 นาที เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ และบอกต่อบริการที่ดีของสถานีบริการต่อไป

3. ด้านส่งเสริมการตลาด การจัดโปรโมชั่น ควรมีจัดต่อเนื่องสม่ำเสมอทุกเดือน และเพิ่มการจัดโปรโมชั่นในช่วงเทศกาล ทั้งน้ำมันเชื้อเพลิง และสินค้าในมินิมาร์ท เพื่อจูงใจและรักษาลูกค้าประจำให้ใช้บริการกับสถานีบริการน้ำมันฟิที

4 ด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการ พนักงานขายไม่สนใจลูกค้าและไม่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย ควรอบรมหรือสื่อสารพนักงานทุกท่าน โดยเฉพาะพนักงานใหม่ ต้องมีการ On the Job Training ก่อนปฏิบัติงานจริง เพื่อให้บริการลูกค้าเกิดความประทับใจ บริการแบบมืออาชีพ รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงฟิทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

ควรวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงฟิทีในอำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

เอกสารอ้างอิง

- กรมธุรกิจพลังงานกระทรวงพลังงาน. (2561). รายงานประจำปี 2560. สืบค้นเมื่อ 8 มีนาคม 2562 จาก <http://www.doeb.go.th/2016/report.htm>
- กัลยดา แพ่งเกษร. (2558). กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายสถานีบริการน้ำมันภัทรกิจปิโตรเลียมอำเภอนาเชือกจังหวัดมหาสารคาม.(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- จิรัฐา หมอยาดี. (2556). พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการน้ำมันปตท.ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเนชั่น, คณะบริหารธุรกิจ
- ไพรัช วิริยะลักพะ. (2544). ความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรีศึกษาเฉพาะกรณีสถานีบริการน้ำมันเครื่องหมายการค้าปตท.ภาคนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. ชลบุรี:บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา
- ภานุพงศ์ คงคาน้อย. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท.ในเขตพื้นที่จตุจักรกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ
- ราศีวงศ์ ทราญทอง. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ในเขตอำเภอบางละมุงจังหวัดชลบุรี.ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

- วิชาญ พกสานนท์.(2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันผู้บริโภคน้ำมันในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว**.วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ สุวีริยาสาสน์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). อ้างอิงจาก Kotler,Philip. (1999). **Marketing Management**. (ปรับปรุงใหม่ล่าสุด) กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและไซเท็กซ์.124 – 125
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน. (2560). สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มีนาคม 2562 จาก<https://www.thaibizchina.com>
- สถิตพงศ์ เงามาม. (2548). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันปตท.รูปแบบใหม่PTT Park สาขากล้วยน้ำไทยกรุงเทพมหานคร**.การศึกษาค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สมพงศ์ เกษมสิน. (2530). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลสำหรับความพอใจในด้านการบริการ**.การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิชย์, 275-277.
- Maslow, A. (1970). **Human needs theory: Maslow's hierarchy of human needs**. In R.F.Craven & C. J. Hirnle (Eds.), **Fundamental of Nursing: Human Health and Function**. (3rd ed.) Philadelphia: Lippincott
- Kotler, Philip. (2000). **Marketing Management (The Millennium edition)**. Upper Saddle River, NJ: PersonPrentice Hall.