

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

THE MARKETING MIX FACTORS FOR PTT AND SHELL PETROL STATIONS AT PAKPHANANG DISTRICT, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ฤกษ์ดี ละอองแก้ว

รศ.ชนบพันธุ์ เอี่ยมโอภาส

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมันปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนในอำเภอปากพนังที่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน ที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติไคสแควร์

ผลการศึกษาค้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจระดับการศึกษา ปวส./ปวท./อนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป ความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ ปตท. สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมันส่วนใหญ่จะเป็นตำบลในอำเภอปากพนังความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะมีการเข้าใช้บริการทุกสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท

คำสำคัญ : การใช้บริการ สถานีน้ำมัน

ABSTRACT

The objective of this research is 1) to study the behavior of PTT gas station and shell at Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat province 2) to compare the marketing mix factors to the use of gas stations. Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat Province is a quantitative research. collect data using a survey from the people in Pak Phanang, where you access PTT service station and the shells at Pak Phanang District, Nakhon Si Thammarat province 400 people from a multi-stage sample Statistics used to analyze data include frequency, percentage, average, and standard deviation. Perform a hypothesis test with the chi-square statistics.

The research studies have found that most respondents are female aged 21-30 years old. Civil/Government officer, vocational education/sub-level/diploma, average income per month The average monthly income is from 20,001 baht and up. Satisfaction regarding the use of gas stations. Find out how often the choice of gas stations is PTT. The place to use most of the oil is the tambon in Amphoe Pak Phanang. Most gas stations are available every week. expenses 501 – 1,000 Baht

Keywords : service usage of gas stations

บทนำ

จากปัญหาของตลาดค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในปัจจุบัน ที่มีราคาพุ่งสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่กลับมีสภาพการแข่งขันที่มีแนวโน้มที่รุนแรง ในขณะที่การแข่งขันมีระดับสูงแต่กำไรที่ได้นั้นมีระดับต่ำ รวมไปถึงความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก จึงทำให้สามารถทดแทนกันได้ ซึ่งในประเทศไทยนั้นมีบริษัทรายใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิง คือ ปตท. เซลล์ บางจาก เอสโซ่ ซึ่งปตท.มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 40.0 เอสโซ่และบางจาก ร้อยละ 9.0 เซลล์ 6.0 และกาลเท็กซ์ 6.0 (กระทรวงพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน, 2561) และในปี 2561 มูลค่าตลาดมีการเติบโตขึ้นมาเรื่อยๆ โดยสังเกตได้จาก ปริมาณการใช้น้ำมัน เฉลี่ยต่อวันวันละ 156.6 ล้านลิตร เมื่อเทียบกับปีก่อนจะเพิ่มขึ้นมาประมาณ 5.8 ล้านลิตรต่อวัน หรือ 3.84% โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของน้ำมันเชื้อเพลิงทุกประเภท ทั้งเบนซิน น้ำมันเครื่องบิน น้ำมันดีเซล ก๊าซแอลพีจี และก๊าซแอลพีจี (กระทรวงพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน, 2561) ทำให้สะท้อนให้เห็นถึงสภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ตลาดค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงโดยมีบริษัทรายใหญ่ต่างๆที่พยายามคิดกลยุทธ์

ดังนั้น ในการดำเนินการธุรกิจประเภทสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น พฤติกรรมของลูกค้า และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับการให้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เพื่อจะได้เป็นแนวทางในการทำธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักและนำมาซึ่งผลการเจริญเติบโตทางธุรกิจให้มั่นคงต่อไป และด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญที่จะทำการศึกษาและวิเคราะห์ผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงของบริษัท เซลล์ แห่งประเทศไทย จำกัด และของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix:7Ps)เขตอำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งข้อมูลที่ได้จะสามารถนำมาเป็นแนวทาง ในการปรับปรุง แก้ไขให้กับผู้ที่สนใจ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้นเหนือคู่แข่งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมันปตท.และเซลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเซลล์เซลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิจัยเชิงปริมาณสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยเลือกวิธีใช้สำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้ คือ

ด้านเนื้อหา ผลการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกับส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเซลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการบริการ รวมถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ด้านพื้นที่ พื้นที่ทำการศึกษาคือพื้นที่อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่เคยใช้สถานีบริการน้ำมันปตท. และเซลล์ ภายในระยะเวลา 2 เดือน โดยมีระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่ในช่วงวันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มกราคม พ.ศ. 2561 เป็น

ระยะเวลา 30 วัน ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด แยกตามตำบลภายในอำเภอปากพนังทั้ง 18 ตำบล

ตัวแปรต้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

ตัวแปรตาม

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ

ด้านเวลา มีระยะเวลาในการศึกษางานวิจัยตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 31 มกราคม 2562

สมมติฐานการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีน้ำมัน ปตท.และเชลล์ ของประชาชนในเขตอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ทราบถึงระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ ในเขตอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และเชลล์ในเขตอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เชลล์และสถานีบริการน้ำมันอื่น ๆ รวมไปถึงสถานีบริการน้ำมันอิสระสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานและดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพเหนือคู่แข่งยิ่งขึ้น

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรการวิจัย

ประชากรการวิจัยที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และเชลล์ ในเขตอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องด้วยประชากรกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เคยเข้าใช้บริการสถานีน้ำมัน และใช้ผลิตภัณฑ์ จึงสามารถทราบได้อย่างแท้จริงว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันปตท. และเชลล์

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ 400 ตัวอย่าง โดยทางผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอน โดยมีขั้นตอนการเลือกหน่วยตัวอย่างจากประชากร ดังนี้

หน่วยตัวอย่างชั้นที่หนึ่ง คือ สถานีบริการน้ำมันปตท.และเชลล์ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย โดยวิธีการจับสลากสุ่มมาเพียง 10 ตำบล จากทั้งหมด 18 ตำบล

หน่วยตัวอย่างชั้นที่สอง คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการน้ำมันปตท. และเชลล์ ซึ่งทำการเลือกตัวอย่างแบบโควตา จากผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ ตำบลละ 40 คนได้ขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้วิธีการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท.และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการน้ำมัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท และ เชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการบริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) (วิจิต อ้วน, 2550) กำหนดค่าของระดับความพึงพอใจได้ 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับความพอใจอยู่ในระดับมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพอใจอยู่ในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนได้ดังนี้

- | | | |
|-----------------------|---------|------------------------------------|
| ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 | หมายถึง | ระดับความพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 | หมายถึง | ระดับความพอใจอยู่ในระดับมาก |
| ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 | หมายถึง | ระดับความพอใจอยู่ในระดับปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 | หมายถึง | ระดับความพอใจอยู่ในระดับน้อย |
| ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 | หมายถึง | ระดับความพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด |

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานิววิจัย เรื่อง ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมจากให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามโดยตรง โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ซึ่งมีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 1 มกราคม – 31 มกราคม 2562

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นจริงตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากประชาชนที่เข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. และเชลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้า และรวบรวมจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เชลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าร้อยละ และความถี่

การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เชลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยคำถาม การเลือกใช้บริการสถานีน้ำมัน สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมัน ความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีน้ำมันและค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่เข้าใช้บริการสถานีน้ำมัน ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าร้อยละ และความถี่

การวิเคราะห์เกี่ยวกับความพึงพอใจปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เชลล์ อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้สถิติ ดังนี้

การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มปัจจัยที่สัมพันธ์กันให้เข้าด้วยกันในตัวแปรที่อยู่ใน Factor เดียวกันจะมีความสัมพันธ์กันมาก ความสัมพันธ์อาจจะเป็นไปในทิศทางบวกหรือลบก็ได้ ส่วนตัวแปรที่อยู่นอก Factor จะมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กัน (กัลยา วานิชย์บัญชา , 2546)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีของครอนบัค (Cronbach) ที่เรียกว่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (α Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่น

สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ(Percentage) การหาค่าเฉลี่ย(Mean)และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้โดยสถิติที่นำมาทดสอบสมมติฐาน คือ

สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ ไคสแควร์ (Chi – Square

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมันปตท.และเซลล์อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชและเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท.และเซลล์เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมัน ความพึงพอใจด้านประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมันและการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	159	39.75
หญิง	241	60.25
	400	100.00
อายุ		
21-30 ปี	137	34.25
31 - 40 ปี	44	11.00
41 - 50 ปี	102	25.50
51 – 60 ปี	78	19.50
60 ปีขึ้นไป	39	9.75
	400	100.00
อาชีพ		
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	150	37.50
พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน	124	31.00
เกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว	106	26.50
รับจ้างทั่วไป	8	2.00
นักเรียน/นักศึกษา	12	3.00
	400	100.00
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่า ม. ปลาย	23	5.75
ม.ปลาย/ปวช.	101	25.25
ปวส./ปวท./อนุปริญญา	237	59.25
ปริญญาตรี	39	9.75
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0.00

	400	100.00
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 9000 บาท	15	3.75
9001 – 15000 บาท	72	18.00
15001 – 20000 บาท	87	21.75
ตั้งแต่ 20001 บาทขึ้นไป	226	56.50
	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถอธิบายได้ดังนี้
เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.25 เพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 อายุ 51 – 60 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 อายุ 31 -40 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75

อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ พนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 เกษตรกร/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 นักเรียน นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และ อาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปวส./ปวท./อนุปริญญา จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.25 รองลงมาคือ ม.ปลาย/ปวช. จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 ปริญญาตรี จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 และต่ำกว่า ม.ปลาย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20001 บาทขึ้นไป จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคือ 15001 – 20000 บาทขึ้นไป จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 9001 – 15000 จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ ต่ำกว่า 9000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75

พฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

ความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ปตท.	225	56.25
เชลล์	175	43.75
	400	100.00

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ความคิดเห็นในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ ปตท. จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 และ เชลล์ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75

ตารางที่ 3 สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมัน

สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ตำบลคลองน้อย	40	10.00
ตำบลป่าระกำ	40	10.00
ตำบลเกาะทวด	40	10.00
ตำบลปากพ่องฝั่งตะวันตก	40	10.00
ตำบลหูล่อง	40	10.00
ตำบลท่าพญา	40	10.00
ตำบลแหลมตะลุมพุก	40	10.00
ตำบลปากแพรก	40	10.00
ตำบลบางพระ	40	10.00
ตำบลขนานนา	40	10.00
	400	100.00

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาสถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมันส่วนใหญ่จะเป็นตำบลในอำเภอปากพ่องโดยเฉลี่ยตำบลละ 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 4 ความถี่ในการเข้าใช้สถานีบริการน้ำมัน

ความถี่ในการเข้าใช้สถานีบริการน้ำมัน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	6	1.50
ทุกสัปดาห์	329	82.25
ทุกเดือน	65	16.25
	400	100.00

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาความถี่การใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะมีการเข้าใช้บริการทุกสัปดาห์ จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.25 รองลงมาคือ ทุกเดือน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และ ทุกวัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50

ตารางที่ 5 ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้ามาใช้บริการสถานีน้ำมันแห่งนี้

ค่าใช้จ่ายต่อครั้งที่เข้ามาใช้บริการสถานีน้ำมันแห่งนี้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 200	23	5.75
200 – 500 บาท	91	22.75
501 – 1000 บาท	170	42.50
ตั้งแต่ 1001 บาทขึ้นไป	116	29.00
	400	100.00

จากตารางที่ 5 ผลการศึกษาค่าใช้จ่ายที่เข้ามาใช้บริการสถานีน้ำมันแห่งนี้ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่า ค่าใช้จ่าย 501 – 1000 บาท จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 รองลงมาคือ ตั้งแต่ 1001 บาทขึ้นไป จำนวน 116 คน คิด

เป็นร้อยละ 29.00 200 – 500 บาท จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75

ด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการ น้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.66	.666	มากที่สุด
2. ด้านราคา	3.93	.697	มาก
3. ด้านสถานที่	4.33	.666	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.75	.750	มาก
5. ด้านพนักงาน	4.25	.747	มากที่สุด
6. ด้านสภาพแวดล้อม	4.25	.619	มากที่สุด
7. ด้านกระบวนการบริการ	4.33	.592	มากที่สุด
รวม	4.21	.714	มากที่สุด

จากตารางที่ 6 ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มีข้อมูลปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในระดับมากที่สุด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 รองลงมา คือ ด้านสถานที่กับด้านกระบวนการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ด้านพนักงานกับด้านสภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ ด้านราคา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ตามลำดับ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 7 แสดงความสัมพันธ์เพศกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	Chi-Square	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	30.930 ^a	6	.000
ด้านราคา	15.583 ^a	8	.049
ด้านสถานที่	13.755 ^a	6	.032
ด้านส่งเสริมการตลาด	22.121 ^a	10	.015
ด้านพนักงาน	25.656 ^a	11	.007
ด้านสภาพแวดล้อม	11.933 ^a	9	.217
ด้านกระบวนการบริการ	14.397 ^a	7	.045

*Sig. < 0.05

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่า เพศกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงานและด้านกระบวนการบริการมีความสัมพันธ์กันและด้านสภาพแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์อายุกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	อายุ		
	Chi-Square	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	132.207 ^a	24	.000
ด้านราคา	80.690 ^a	32	.000
ด้านสถานที่	111.183 ^a	24	.000
ด้านส่งเสริมการตลาด	142.138 ^a	40	.000
ด้านพนักงาน	234.068 ^a	44	.000
ด้านสภาพแวดล้อม	90.781 ^a	36	.000
ด้านกระบวนการบริการ	79.922 ^a	28	.000

*Sig. < 0.05

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่า อายุกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 9 แสดงความสัมพันธ์อาชีพกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	อาชีพ		
	Chi-Square	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	102.481 ^a	24	.000
ด้านราคา	198.700 ^a	32	.000
ด้านสถานที่	88.270 ^a	24	.000
ด้านส่งเสริมการตลาด	107.778 ^a	40	.000
ด้านพนักงาน	245.526 ^a	44	.000
ด้านสภาพแวดล้อม	111.225 ^a	36	.000
ด้านกระบวนการบริการ	207.110 ^a	28	.000

* Sig. <0.05

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่า อาชีพกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 10 แสดงความสัมพันธ์ระดับการศึกษากับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	ระดับการศึกษา		
	Chi-Square	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	101.647 ^a	18	.000
ด้านราคา	154.000 ^a	24	.000
ด้านสถานที่	58.094 ^a	18	.000
ด้านส่งเสริมการตลาด	148.487 ^a	30	.000
ด้านพนักงาน	209.751 ^a	33	.000
ด้านสภาพแวดล้อม	102.731 ^a	27	.000
ด้านกระบวนการบริการ	81.241 ^a	21	.000

* Sig. <0.05

จากตารางที่ 10 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษากับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 11 แสดงความสัมพันธ์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
	Chi-Square	df	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	52.881 ^a	18	.000
ด้านราคา	115.765 ^a	24	.000
ด้านสถานที่	37.782 ^a	18	.000
ด้านส่งเสริมการตลาด	164.290 ^a	30	.000
ด้านพนักงาน	108.370 ^a	33	.000
ด้านสภาพแวดล้อม	106.892 ^a	27	.000
ด้านกระบวนการบริการ	91.649 ^a	21	.000

* Sig. <0.05

จากตารางที่ 11 สรุปได้ว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราชด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กัน

สรุปและวิจารณ์ผล

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลจากการศึกษาวิจัย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจระดับการศึกษา ปวส./ปวท./อนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20001 บาทขึ้นไป

ความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมัน

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยคำถาม การเลือกใช้บริการบริษัทสถานีบริการน้ำมัน สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมัน ความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีน้ำมันและค่าใช้จ่ายในแต่ละครั้งที่เข้าใช้บริการสถานีน้ำมัน พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ ปตท. สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมันส่วนใหญ่จะเป็นตำบลในอำเภอปากพนังความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะมีการเข้าใช้บริการทุกสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 501 – 1,000 บาท

ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านกระบวนการบริการ

พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ มีบริการด้านอื่นๆที่มีความสะดวกสบาย เช่น ร้านสะดวกซื้อ บริการล้างอัดฉีด จุดบริการเติมลม เป็นต้น และมีน้ำมันหลากหลายชนิดประเภท ให้เลือกใช้

ด้านราคา พบว่า มีการปิดป้ายราคาน้ำมันที่ชัดเจน เชื่อถือได้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ราคาน้ำมันถูกกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ และมีค่าบริการอื่นๆ เช่น ค่าเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ค่าล้างอัดฉีด ถูกกว่ารายอื่นๆ

ด้านสถานที่ พบว่า ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และสังเกตได้ง่าย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ มีตู้จ่ายน้ำมันเพียงพอต่อการให้บริการน้ำมัน และปริมาณน้ำมันมีความเพียงพอต่อความต้องการลูกค้าเสมอ

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่ทันสมัยและรวดเร็ว มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ มีระบบบัตรสมาชิกเพื่อสะสมแต้มแลกของรางวัลที่คุ้มค่ากว่าคู่แข่งรายอื่นๆ มีโปรโมชั่นลดราคาจากร้านสะดวกซื้อและบริการด้านอื่นๆ

และ มีการแจกของแถมต่างๆ เช่น น้ำดื่ม เป็นต้น

ด้านพนักงาน พบว่า พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อยและถูกต้องตามระเบียบของสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานมีความสุภาพ มีการกล่าวทักทายและขอขอบคุณครั้งในการใช้บริการ

กับพนักงานมีจำนวนเพียงพอต่อการให้บริการ และ น้อยที่สุด คือ พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, ให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันและด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, ให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันและด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี พบว่า สถานีบริการน้ำมันมีแสงสว่าง และป้ายทางเข้าชัดเจนในตอนกลางคืน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีบริการน้ำมัน มีห้องสุขาที่มีความสะอาดและสามารถรองรับต่อการใช้บริการได้อย่างเพียงพอ สถานีบริการน้ำมันมีการจัดตกแต่งสวยงามและสะอาด และ สถานีบริการน้ำมันโดยภาพรวมมีบริเวณจอดรถที่เพียงพอและมีการสัญจรเข้า-ออกที่สะดวกปลอดภัย

ด้านกระบวนการบริการ พบว่า มีกระบวนการชำระเงินในหลากหลายรูปแบบ ที่มีความสะดวกต่อผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ สถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ สามารถค้นหาตำแหน่งที่ตั้งได้ผ่านทางแอปพลิเคชัน และมีกระบวนการให้บริการที่ถูกต้อง รวดเร็ว เช่น การชำระเงิน การรอคิวเติมน้ำมัน ราคาป้ายหน้าปั๊มกับราคาตู้จ่ายน้ำมัน มีความถูกต้องตรงกัน

สรุปผล

ส่วนที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจระดับการศึกษา ปวส./ปวท./อนุปริญญา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 20001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ท่องนที อุปละกุล, ธันยานีโพธิสาร และวรัท วิณีจ (2558) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุ 24-32 ปี มีสถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 9,001-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ความถี่ในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คือ ปตท. สถานที่ที่เลือกใช้บริการน้ำมันส่วนใหญ่จะเป็นตำบลในอำเภอปากพะนังความถี่ในการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่จะมีการเข้าใช้บริการทุกสัปดาห์ ค่าใช้จ่าย 501 – 1000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ท่องนที อุปละกุล, ธันยานีโพธิสาร และวรัท วิณีจ (2558) ผลการศึกษา โดยส่วนใหญ่เลือกเติมน้ำมันเบนซินแก๊สโซฮอล์ 91 ที่สถานีบริการน้ำมัน ปตท. เพราะเชื่อในคุณภาพของน้ำมัน เติมน้ำมัน 1-2 ครั้ง ต่อเดือน ในช่วง เวลา 8.01 น.-12.00 น. เติมครั้งละ 101 – 300 บาท นอกจากนี้ส่วนใหญ่เลือกเติมน้ำมันกับสถานีบริการน้ำมันแบบ มีพนักงานบริการ ชำระเป็นเงินสด ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเอง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพะนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันมีมาตรฐานและคุณภาพที่ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสถานที่ พบว่า ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และสังเกตได้ง่าย มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีระบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่ทันสมัยและรวดเร็ว มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด และ มีการแจกของแถมต่างๆ เช่น น้ำดื่ม เป็นต้น ด้านพนักงาน พบว่า พนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อยและถูกต้องตามระเบียบของสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า, ให้คำแนะนำเกี่ยวกับน้ำมันและด้านอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี สถานีบริการน้ำมันมีแสงสว่าง และป้ายทางเข้าชัดเจนในตอนกลางคืน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการบริการ พบว่า มีกระบวนการชำระเงินในหลากหลายรูปแบบ ที่มีความสะดวกต่อผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุด

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้บริการน้ำมัน ปตท. และ เซลล์ อำเภอปากพะนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวม พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นราย

ด้าน พบว่า เพศ มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และ ด้านกระบวนการบริการ มีความสัมพันธ์กัน และ ด้านสภาพแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กัน และ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กันกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อการใช้สถานีบริการน้ำมัน ปตท. และเชลล์ อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านสภาพแวดล้อม และ ด้านกระบวนการบริการมีความสัมพันธ์กันทุกด้าน

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถดำเนินการได้อย่างลุล่วง เนื่องจากความอนุเคราะห์ของ รศ.ชนบพันธ์ เอี่ยมโอภาส ที่ได้สละเวลาให้คำปรึกษาและข้อแนะนำต่างๆเป็นอย่างดี และรวมไปถึง ผศ. สุชาดา ศรีเชื้อ, นายสัมพันธ์ กุ้ยแสง และนางสาวกัญชิวา ศรีจันทร์ ซึ่งได้ให้เกียรติเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถาม และได้ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหงทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้ในงานวิจัยฉบับนี้ รวมถึงกำลังใจและความช่วยเหลือต่างๆเป็นอย่างดีจากครอบครัว รุ่นพี่ รุ่นน้อง และเพื่อนๆทุกท่าน ส่งผลให้งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจสถานีบริการน้ำมันทั้งแบบรายย่อยและแบบบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งหากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ ที่นี้

บรรณานุกรม

- กระทรวงพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน. (2560). *สถานการณ์พลังงานและแนวโน้มราคาพลังงาน*. สืบค้น เมื่อวันที่ ธันวาคม 14, 2561. จาก www.doeb.go.th
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่6. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2555). *การใช้SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองนที อุปละกุล รัชยานีโพธิสาร และวรัท วิจิ. (2558). *พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนของคนวัยทำงานในอำเภอเมือง เชียงใหม่ต่อการเลือกสถานีบริการน้ำมัน*. งานค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธัญพร ประสารเกต และ ศยามล เอกะกุลานันต์. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E85 ของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลที่มาใช้บริการที่สถานีบริการน้ำมันแห่งหนึ่ง*.ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นภัสนันท์ โตรีน. (2550). *องค์ประกอบหลัก 8 ประการของการสร้าง CRM ภายในองค์กร*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- นาถลดดา ศรีขจร. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานีน้ำมัน กรณีศึกษาสถานี บริการน้ำมันเชลล์และสถานีบริการน้ำมันปตท. ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด. (2561). *ประวัติเชลล์ในประเทศไทย*. สืบค้น เมื่อวันที่ ธันวาคม 24, 2561. จาก <https://www.shell.co.th>

- บริษัท ปตท จำกัด มหาชน. (2561). *ประวัติความเป็นมาของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)*. พลังงาน. สืบค้น เมื่อวันที่ ธันวาคม 14, 2561. จาก www.pttplc.com/th.
- พัทธมน ศาลากิจ. (2554). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชลล์ห้างหุ้นส่วนจำกัด สงวนทุเรียนทอง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่*. รายงานการวิจัย.จังหวัดเชียงใหม่,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่:เชียงใหม่.
- ลงทุนแมน. (2561). *โครงสร้างโดยภาพรวมของธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย*. สืบค้น เมื่อวันที่ ธันวาคม 24, 2561. จาก <https://www.shell.co.th/www.longtunman.com>
- วิจิต อุ๋อัน. (2550). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิต อุ๋อัน. (2548). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ ขั้นตอนและวิธีการวิเคราะห์. กรณีศึกษาเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ : เซ็นทรัลเอ็กเพรส.
- ศุภร เสรีรัตน์. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : เอ.อาร์. บีซิเนส เพรส.
- สายชล แดงแก้ว. (2551). *การศึกษาความพึงพอใจที่มาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท.ในเขตพื้นที่จุกจักรกรุงเทพมหานคร*. ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุสิทธิ์ บุตรดา (2558). *ทัศนคติด้านการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น.
- อภิรักษ์ จันทานี.(2550). *สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D.พระนครศรีอยุธยา : ฝ่ายบัณฑิตศึกษา*. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- Kotler. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. 9th ed.
- Kotler. (2003). *Marketing Management* . 11th ed.Upper Saddle River,NJ: Prentice –Hall
- Kotler, (2010). *Marketing Management*. 12th Edition, Dorling Kindersley Pvt. Ltd., New Delhi
- Kotler& Keller. (2011,2012). *Marketing Management* 12th Edition, Edinburgh Gate: Pearson Education Limited