



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน 2) ระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 4) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 420 ตัวอย่าง

#### สรุปผลการวิจัย

1. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า มีสถานภาพสมรส โสด อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท ใช้น้ำมันประเภทรถปิกอัพ เติมน้ำมันดีเซล ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันต่อครั้ง 301 – 500 บาท เติมน้ำมัน 2 – 3 ครั้งใน 1 สัปดาห์ จ่ายเงินค่าน้ำมันด้วยเงินสด มีลักษณะการเติมน้ำมันยี่ห้อเดียว แต่ปั๊มใดก็ได้ พฤติกรรมการเติมน้ำมันเติมน้ำมันใกล้จะหมด และใช้บริการจากปั๊ม ปตท.
2. ระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และราคา ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด
3. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้ แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันต่างกันในด้านสถานที่ และผู้บริโภคที่มีอาชีพและประเภทยานพาหนะที่ใช้แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันต่างกันในการบริการ
4. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับชนิดของน้ำมันที่เติม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และประเภทของยานพาหนะ ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันต่อครั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา



สถานภาพสมรส และประเภทของยานพาหนะ ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เติมน้ำมันใน 1 สัปดาห์ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และประเภทของยานพาหนะ ไม่มีความสัมพันธ์กับวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และประเภทของยานพาหนะ ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการเติมน้ำมัน พฤติกรรมการเติมน้ำมัน และบริษัทที่เติมน้ำมันบ่อยที่สุด

### อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล ดังต่อไปนี้

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ เติมน้ำมันดีเซล ร้อยละ 65.00 มีลักษณะการเติมน้ำมันยี่ห้อเดียว แต่ปีใดก็ได้ ร้อยละ 44.76 และมีพฤติกรรมการเติมน้ำมันเมื่อใกล้หมดถัง ร้อยละ 57.62 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุริยะ คำปวง (2545: บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้บริโภคจากสถานีบริการน้ำมันของสหกรณ์ในจังหวัดสุโขทัย และเมื่อเปรียบเทียบระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยในด้านของผลิตภัณฑ์และราคา และด้านสถานที่ อยู่ในระดับมาก ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการวิจัย พบว่า มีระดับของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่ใกล้บ้าน-ที่ทำงาน ทางเข้า-ออกสะดวก ที่จอดรถสะดวก ห้องน้ำสะอาด พนักงานสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และบริการรวดเร็ว ตรงความต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญญา พุกษาพันธ์ทวี (2542 : บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่

ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทของยานพาหนะและอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันด้านการบริการแตกต่างกัน และผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันด้านสถานที่แตกต่างกัน

ผลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน พบว่า อายุและอาชีพมีความสัมพันธ์กับวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน สถานภาพสมรสและประเภทของยานพาหนะมีความสัมพันธ์กับชนิดของน้ำมันที่เติม อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับจำนวนครั้งที่เติมน้ำมันใน 1 สัปดาห์ และรายได้ยังมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมัน



## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการวิจัยที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมันในด้านต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดอาจเกิดมาจากสิ่งกระตุ้นภายใน และสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ จนทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้สถานบริการน้ำมัน เพื่อตอบสนองความต้องการ ซึ่งข้อมูลจากการวิจัย ครั้งนี้สามารถนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อปรับเปลี่ยนให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคได้ ซึ่งผู้วิจัยมีความคิดเสนอแนะดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และราคา พบว่า คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ความมีชื่อเสียง และราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางสถานบริการน้ำมันจึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ น้ำมันที่มีคุณภาพ และให้มีการตรวจสอบคุณภาพน้ำมันเป็นประจำ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ส่วนในด้านของราคา ควรกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐาน ไม่ขึ้นราคาน้ำมันเอง หรือเก็บกักตุนน้ำมันไว้เพื่อรอการขึ้นราคา

ด้านสถานที่ พบว่า สถานที่ใกล้บ้าน ที่ทำงาน ทางเข้า – ออกสะดวก ที่จอดรถสะดวก และสถานบริการน้ำมันสะอาด สวยงาม ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางสถานบริการน้ำมันจึงควรปรับปรุงในด้านของสถานที่ จัดให้มีทางเข้า – ออกที่สะดวก มีป้าย และไฟทางเข้า – ออกให้เห็นชัดเจน จัดให้มีที่จอดรถให้เป็นสัดส่วน เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาใช้บริการ จัดให้มีสถานที่นั่งพักผ่อน หรือมีสวนหย่อมให้สวยงาม และมีการรักษาความสะอาดของสถานบริการน้ำมัน

ด้านการบริการ พบว่า ห้องน้ำสะอาด เปิดบริการ 24 ชั่วโมง พนักงานสุภาพ มนุษย์สัมพันธ์ดี พนักงานมีความรู้ ความชำนาญ และบริการรวดเร็ว ตรงความต้องการ ผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางสถานบริการน้ำมันจึงควรรักษาความสะอาดของห้องน้ำ ซึ่งผู้บริโภคจะให้ความสำคัญมาก และจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ ความชำนาญ สามารถบริการได้ด้วยความสะดวก และตรงกับความต้องการของผู้บริโภค และควรจัดให้มีการบริการที่ครบวงจร ได้แก่ บริการร้านมินิมาร์ท บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง บริการล้างอัดฉีด บริการเช็ดกระจก บริการเติมลมยาง บริการปะยาง และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางสถานบริการน้ำมันจึงควรจัดให้มีการส่งเสริมการขายตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการแถม หรือส่วนลดในด้านการบริการอื่น ๆ เช่น การบริการร้านมินิมาร์ท การบริการถ่ายน้ำมันเครื่อง เป็นต้น



## 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้ ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน ด้านผลิตภัณฑ์และราคา ด้านสถานที่ ด้านการบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเท่านั้น ดังนั้น ผู้ที่สนใจ หรือผู้ที่ จะทำการศึกษาต่อไป ควรศึกษาปัจจัยในด้านอื่น ๆ ซึ่งอาจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน หรืออาจศึกษาโดยแบ่งเป็นแต่ละบริษัทของสถานีบริการน้ำมัน เพื่อให้สามารถนำมาปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด