

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้า 5) ศึกษาระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 6) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของลูกค้าที่มาใช้บริการสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้า 7) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ ระดับการตัดสินใจของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 8) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ พฤติกรรมของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 384 คน โดยได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยสถิติ t-test, F-test และ LSD., และหาความสัมพันธ์โดยสถิติ Chi-Square ( $\chi^2$ ) และ Correlation ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าส่วนใหญ่ บริษัทที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ที่ลูกค้าไปใช้บริการคือ ปตท. ประเภทของยานพาหนะที่ใช้คือรถยนต์ ชนิดของแก๊สโซฮอล์ที่เติมคือแก๊สโซฮอล์ 91 ความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์ต่อเดือนคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 301-500 บาท

2. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า

ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และ ด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ำมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

3. การตัดสินใจของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านสถานที่ ลูกค้ำมีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการ ลูกค้ำมีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง

4. ระดับความคิดเห็นของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ พบว่าลูกค้ำที่มีเพศ และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่มีอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

5. ระดับการตัดสินใจของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำ พบว่าลูกค้ำที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้ำที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

6. ระดับการตัดสินใจของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้ำ พบว่าประเภทของยานพาหนะที่ใช้ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนบริษัทที่จำหน่ายแก๊ส โซฮอลล์ ชนิดของแก๊ส โซฮอลล์ที่เติม และ ความถี่ในการเติมแก๊ส โซฮอลล์ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

7. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้ำของสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ พฤติกรรมของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

8. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้ำที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ ระดับการตัดสินใจของลูกค้ำสถานีนีบริการแก๊ส โซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ามีความสัมพันธ์กัน

## อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีประเด็นที่ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมของลูกค้าสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าส่วนใหญ่ บริษัทที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ที่ลูกค้าไปใช้บริการคือ ปตท. ประเภทของยานพาหนะที่ใช้คือรถยนต์ ชนิดของแก๊สโซฮอล์ที่เติมคือแก๊สโซฮอล์ 91 ความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอล์ต่อเดือนคือ 3-4 ครั้งต่อเดือน และ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งคือ 301-500 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ วสุ สุทธิวิไล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันต่อครั้ง 301-500 บาท และ ใช้บริการจากปั๊ม ปตท.

2. ความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และ ด้านการควบคุมคุณภาพ ลูกค้ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ วันวิสาข์ บุญศักดิ์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องความต้องการของลูกค้าที่มีต่อการบริการของสถานีสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นโดยรวมต่อการให้บริการน้ำมันอยู่ในระดับปานกลาง แต่ไม่สอดคล้องกับ มยุฉัตร พานิชชัตรา (2549 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการน้ำมันเจ็ทในจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีสถานีบริการน้ำมันเจ็ทในจังหวัดชลบุรีโดยรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. การตัดสินใจของลูกค้าสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านสถานที่ ลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการลูกค้ามีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ สุริยะ คำปวง (2545 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงของผู้บริโภคจากสถานีสถานีบริการน้ำมันของสหกรณ์ในจังหวัดสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่าในภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก

4. ระดับความคิดเห็นของลูกค้าสถานีสถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่าลูกค้าที่มีเพศ และ ระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับ

ความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความคิดเห็นแตกต่างกัน

5. ระดับการตัดสินใจของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า พบว่าลูกค้าที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนลูกค้าที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วสุ สุภาวิไล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้บริโภคที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

6. ระดับการตัดสินใจของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามพฤติกรรมของลูกค้า พบว่าประเภทของยานพาหนะที่ใช้ ค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่างกัน มีระดับการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ส่วนบริษัทที่จำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ ชนิดของแก๊สโซฮอลล์ที่เติม และ ความถี่ในการเติมแก๊สโซฮอลล์ต่อเดือนต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ วสุ สุภาวิไล (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้บริโภคที่ใช้ยานพาหนะต่างกัน มีระดับการตัดสินใจแตกต่างกัน

7. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าของสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ พฤติกรรมของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

8. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กับ ระดับการตัดสินใจของลูกค้าสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่ามีความสัมพันธ์กัน เนื่องจาก ระดับความคิดเห็นของลูกค้าด้านการวางแผนมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการบริการ ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ ส่วนด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำมาก ระดับความคิดเห็นของลูกค้าด้านการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ ส่วนด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการบริการ ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง ระดับความคิดเห็นของลูกค้าด้านการจูงใจมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจ ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ ส่วนด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการบริการ ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

และ ระดับความคิดเห็นของลูกค้าด้านการจัดองค์การมีความสัมพันธ์กับระดับการตัดสินใจ ด้านสถานที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ในระดับต่ำ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด และ ด้านการบริการ ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงกิจการสถานีบริการแก๊สโซฮอลล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความน่าเชื่อถือ ความมีชื่อเสียง มีน้ำมันพร้อมขายเสมอ และคุณภาพของน้ำมัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ทางสถานีบริการจึงควรเพิ่มพนักงานให้เพียงพอกับการบริการ ควรดูแลความปลอดภัยของการใช้ ป้องกันไม่ให้เกิดอันตราย มีการบริการที่รวดเร็ว มีบริการเช็คลมยาง ทำความสะอาดกระจก เพื่อเป็นการดึงดูดใจลูกค้า ควรมีการตรวจสอบคุณภาพแก๊สโซฮอลล์เป็นประจำ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความน่าเชื่อถือ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและบอกข้อดี ข้อเสียของการใช้แก๊สโซฮอลล์ ใช้แล้วไม่มีผลต่อเครื่องยนต์ ช่วยลดมลภาวะในสิ่งแวดล้อม ควรรับรองว่าถ้ารถมีปัญหาทางปั้มต้องแก้ไขให้ลูกค้าประหยัด คุ่มค่า ปลอดภัย มีคุณภาพสูง และมีน้ำมันพร้อมขายเสมอไม่เก็บกักคูนแก๊สโซฮอลล์ไว้เพื่อรอการขึ้นราคา

2. ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด พบว่า การแสดงราคาให้เห็นชัดเจน ราคาเหมาะสม และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต มีผลต่อระดับการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางสถานีบริการจึงควรมีป้ายแสดงราคาที่มีขนาดใหญ่เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นราคาที่ชัดเจน ไม่ขึ้นราคาน้ำมันเอง และรับบัตรเครดิต เพื่อความสะดวกในการชำระเงินของลูกค้า ควรจะลดราคาเพื่อดึงดูดลูกค้า และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่ผู้บริโภคยังไม่ดีเพียงพอ ควรนำเสนอในด้านวิชาการให้ชัดเจนกว่านี้ ทั้งควรโฆษณาให้มากขึ้น โดยโฆษณาไปตามวิทยุชุมชน เพิ่มการกระจายแก๊สโซฮอลล์ ไปยังปั้มน้ำมันขนาดเล็ก เช่น ปั้มหลอด และจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ไปตั้งไว้ทั้งในหน่วยงานของภาครัฐและหน่วยงานของภาคเอกชน

3. ด้านสถานที่ พบว่า ทางเข้า-ออกสะดวก สถานที่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ที่จอดรถสะดวก และสถานีบริการสะอาด สวยงาม มีผลต่อระดับการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางสถานีบริการจึงควรทำทางเข้า-ออก ให้มีขนาดใหญ่ มีป้าย และไฟทางเข้า-ออกให้เห็นชัดเจน เพื่อความสะดวกของลูกค้า ควรขยายขนาดที่จอดรถให้กว้างขวางเพื่อรับลูกค้าได้จำนวนมาก ควรปรับปรุงห้องน้ำ และจัดให้มีสถานที่นั่งพักผ่อนหรือมีสวนหย่อมให้สวยงาม

4. ด้านการบริการ พบว่า การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง พนักงานบริการสุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดี มีร้านมินิมาร์ทไว้บริการ และพนักงานมีความรู้และความชำนาญบริการรวดเร็ว มีผลต่อระดับการตัดสินใจของลูกค้าอยู่ในระดับมาก ดังนั้นทางสถานีบริการจึงควร การเปิดบริการ 24 ชั่วโมง เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้ารายใหม่ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงาน เพื่อให้ มนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความรู้ ความชำนาญ สามารถบริการได้ด้วยความรวดเร็ว และตรงกับความ ต้องการของผู้บริโภค และควรจัดให้มีการบริการที่ครบวงจร ได้แก่ บริการร้านมินิมาร์ท บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง บริการล้างอัดฉีด บริการเช็ดกระจก บริการเติมลมยาง บริการปะยาง ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาในเชิงลึกของพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของ สถานีบริการแก๊สโซฮอล์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเลือกทำเฉพาะด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด ด้านสถานที่ หรือ ด้านการบริการ เพื่อให้ทราบถึงการตัดสินใจของลูกค้าในเชิงลึกของแต่ละด้าน และนำผลการวิจัยนั้นมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงกิจการสถานี บริการแก๊สโซฮอล์

2. ศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจของลูกค้าที่มีต่อการบริหารจัดการของสถานีบริการ แก๊สโซฮอล์ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อนำผลการวิจัยนั้นมาใช้เป็นแนวทางปรับปรุงกิจการสถานีบริการ แก๊สโซฮอล์ ในจังหวัดนั้น ๆ