

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี
จังหวัดสมุทรปราการ

**Factors Influencing Use of Service of Shell Petrol Station
in Bang Phli District Area, Samut Prakan Province**

สมฤทัย เนื่อนิม

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Somrutai Nuanim

Email: 6314060172@ru.ac.th

Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ F-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD และใช้สถิติถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ปัจจัยบุคคล ด้านการศึกษา อาชีพและรายได้ ต่างกันทำให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์โดยภาพรวมต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านแรงจูงใจ ด้านทัศนคติ และด้านความรู้ มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

คำสำคัญ : การใช้บริการปั้มน้ำมัน, ปั้มน้ำมันเชลล์, สมุทรปราการ

ABSTRACT

This research had the objective to (1) study factors influencing use of service of Shell Petrol Station in Bang Phli District area, Samut Prakan Province (2) study factors influencing use of service of Shell Petrol Station in Bang Phli District area, Samut Prakan Province classifying by sex, age, educational level, main occupation and monthly income (3) study factor of market mix and behaviour factor influencing use of service of Shell Petrol Station in Bang Phli District area, Samut Prakan Province. The sample group used in this research were service users of Shell Petrol Station in Bang Phli District area in the number of 400 people. Questionnaire was a tool in collecting the data. The statistics used in the analysis were frequency, percentage, means and standard deviation. The hypothesis test was F-test, One-way ANOVA. If the difference was found, they would be compared in pair in the LSD method and Multiple Regression.

The hypothesis test result was found that the personal factors including sex, age, educational level, main occupation and monthly income found that different educational level, occupation and monthly income caused different satisfaction in service use of Shell Petrol Station. Market mix factors and Behaviour factors It was found that distribution channel aspect, service provision process aspect, physical characteristics aspect, motivation aspect, attitude aspect and knowledge aspect influenced use of service of Shell Petrol Station in Bang Phli District area, Samut Prakan Province.

Keyword: Gas Station Service, Shell Gas Station, Samut Prakan

บทนำ

ในสถานการณ์ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าตลาดค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงมีสภาพการแข่งขันที่มีแนวโน้มดุเดือดขึ้น จากการที่ตลาดมีการแข่งขันสูงแต่กำไรต่ำ และมีผู้ค้าจำนวนมาก รายอื่นที่ผลิตกันที่ไม่มี ความแตกต่างกันมากนักจึงทำให้สามารถทดแทนกันได้ โดยแต่ละบริษัทต่างหากกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างในด้านอื่นประกอบไปด้วย โดยในประเทศไทยมีบริษัทรายใหญ่ที่ดำเนินธุรกิจ น้ำมันเชื้อเพลิง คือ ปตท. พีที บางจาก เอสโซ่ และเชลล์ ซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดธุรกิจ ของน้ำมันสำเร็จรูปถึงร้อยละ 77 ของตลาดทั้งหมด โดยในที่นี้หมายถึงน้ำมันเบนซิน น้ำมันเครื่องบิน น้ำมันก๊าด น้ำมันดีเซล น้ำมันเตา และก๊าซ LPG ซึ่ง ปตท.มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดร้อยละ 40.6 พีที ร้อยละ 17 บางจาก ร้อยละ 15 เอสโซ่ ร้อยละ 11.2 และเชลล์ ร้อยละ 10.6 (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์, 2564) ส่วนการใช้น้ำมันกลุ่มดีเซล เฉลี่ยอยู่ที่ 65.4 ลิตร/วัน ลดลงจากปีก่อน 2.9% โดยเป็นผลจากการแพร่ระบาดของ COVID-19

ในช่วงต้นปีและปลายปี 2563 ซึ่งส่งผลให้ตลาดค้าปลีกน้ำมันเชื้อเพลิง มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงโดยบริษัทรายใหญ่ต่างพยายามเพิ่มหรือขยายสาขาของสถานีบริการน้ำมัน เพื่อเข้าถึงลูกค้าให้มาใช้สถานีบริการของตนเองมากที่สุด ซึ่งในปี 2563 ประเทศไทยมีสถานีบริการน้ำมัน เชื้อเพลิงทั้งหมด 29,271 แห่ง โดยเป็นของบริษัทรายใหญ่ คือ ปตท. 2,225 แห่ง พีที 2,094 แห่ง บางจาก 1,233 แห่ง เอสโซ่ 702 แห่ง และเชลล์ 556 แห่ง (มาเก็ตเรียออนไลน์, 2564) เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าบริษัทรายใหญ่ต่างหาทางเพิ่มความสามารถในการแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบมากที่สุดจากสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงจาก นโยบายจากภาครัฐ เช่น นโยบายการปรับลดปริมาณสำรองน้ำมันสำเร็จรูป การตรึงราคาน้ำมันเชื้อเพลิง นโยบายการส่งเสริมการใช้พลังงานทางเลือก (กระทรวงพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน, 2563) เป็นต้น

ในปัจจุบันสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงได้มีการขยายการบริการในด้านต่าง ๆ เช่น ร้านกาแฟสดในสถานีบริการน้ำมันนั้นถือเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอีกธุรกิจหนึ่งเนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมีการเข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันไม่ได้มีความต้องการเติมน้ำมันเพียงอย่างเดียวแต่ต้องการที่จะใช้บริการอื่น ๆ ด้วย รวมทั้งใช้บริการร้านกาแฟสดและร้านสะดวกซื้อ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้เดินทางที่มีความต้องการแวะพักผ่อนระหว่างทางเป็นการเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกายผ่อนคลายความเหนื่อยล้า จากการเดินทางด้วย โดยมีรูปแบบการให้บริการต่าง ๆ (วารักษ์ สักแสน, 2560)

ด้วยเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีเห็นถึงความสำคัญที่จะทำการศึกษาและมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาถึงปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการและใช้เครื่องมือวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7P's) เนื่องจากองค์ประกอบในแต่ละด้านมีความสำคัญต่อการนำเสนอคุณค่าบริการของสถานีบริการ และเป็นแนวทางในการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการประยุกต์ใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาเชิงกลยุทธ์การตลาดของบริษัทฯ และนำไปสู่การเพิ่มฐานลูกค้า สร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่น ๆ ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการ ปิมน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ผู้วิจัยจึงกำหนดขอบเขตในการวิจัยโดยเลือกปัจจัยบุคคล ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้ต่อเดือน ปัจจัยด้านการตลาด ได้แก่ ผลกระทบต่อ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และ ลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านพฤติกรรม ได้แก่ ด้านแรงจูงใจ ด้านทัศนคติ ด้านความรู้ และด้านชั้นของสังคม มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยเป็นการศึกษาจากข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีระยะเวลาในการสำรวจ ตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบความแตกต่างในด้านปัจจัยบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ต่อการให้บริการปิมน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการและนำไปพัฒนาให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการและนำข้อมูลเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด
3. ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับคนที่สนใจและเป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดในการบริหารงานเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในการบริหารงานโดยรวม

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ พัชร อนุสิทธิ์ (2561) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่าเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าการมุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเดียวไม่พอ ที่จะทำให้อุตสาหกรรมอยู่ได้แต่ความพึงพอใจของลูกค้าจะเป็นอาวุธที่ดีในการแข่งขัน เนื่องจากระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะช่วยให้มีความสามารถ

เหนือกว่าคู่แข่งอื่นได้อย่างต่อเนื่อง เพราะความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรโดยตรง จะเห็นได้จากปัจจุบันธุรกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า เพื่อทราบถึงพฤติกรรมของการซื้อและการบริโภคของลูกค้า เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550, อ้างถึงใน ธนวรรตม์ จำเนียรกาล, 2562) ลักษณะปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายรวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ ตัวแปรด้านทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ และคนที่มิลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. เพศ (Sex) ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงกับเพศชายมีความคิด ค่านิยม และทัศนคติที่แตกต่างกัน เนื่องจาก สังคมและวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดให้บทบาทและกิจกรรมของเพศหญิงกับเพศชายมีความแตกต่าง เพศเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค

2. อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างกันนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และได้ค้นหาความต้องการ โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

3. ระดับการศึกษา (Education) กลุ่มคนที่มีการศึกษาสูงจะมีข้อได้เปรียบในการรับรู้สาร แต่ก็จะไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลรับรอง การศึกษาเป็นปัจจัยสร้างความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยกว่า มักจะใช้สื่อ ประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ ในขณะที่ผู้มีการศึกษาสูงที่มีเวลาจำกัดจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าประเภทอื่น

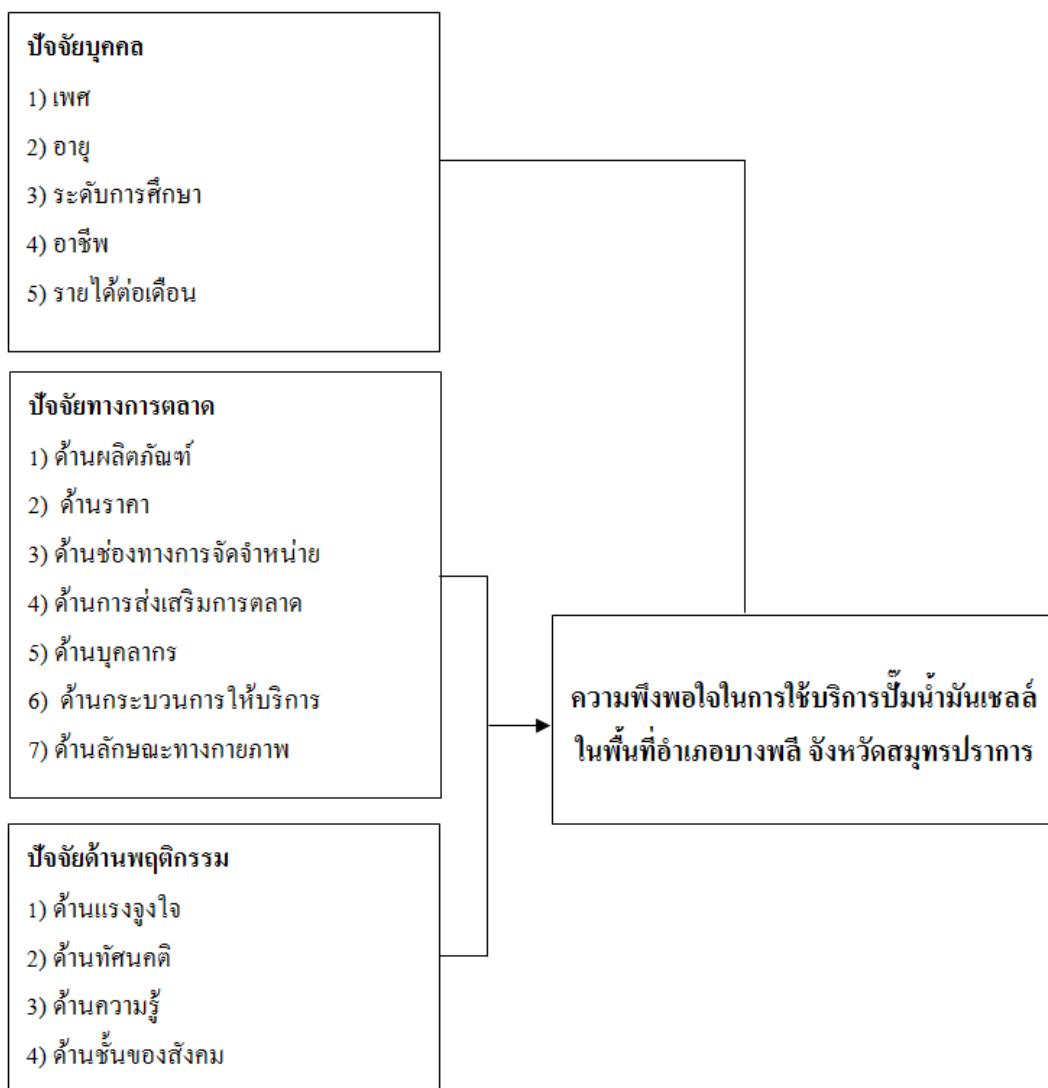
4. รายได้หรือเงินเดือน (Income) อาจจะเป็นตัวชี้การมีหรือไม่มีความสามารถในการจ่ายสินค้าครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ แต่โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจผู้บริโภคที่มีกำลังจับจ่ายมากกว่า รายได้เป็นตัวแปรที่ใช้บ่อยสำหรับนักการตลาด ซึ่งส่วนใหญ่ จะรวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจน เช่น กลุ่มรายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) สำหรับธุรกิจด้านบริการ ประกอบด้วยปัจจัย 7 ตัว (7P's) คือ 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ราคา 3) การจัดจำหน่าย 4)

การส่งเสริมการตลาด 5) บุคคลและพนักงาน 6) การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และ 7) กระบวนการ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ราช ศิริวัฒน์ (2560) มีมุมมองว่า ผู้บริโภคในแต่ละคนจะมีความต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจากความต่างกันของลักษณะของทางกายภาพ และรวมถึงสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านทางสังคม ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยด้านการตลาด

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านบุคคล ที่แตกต่างกันน่าจะมีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการต่างกัน
2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมมีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

วิธีการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ และการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของใช้สูตรทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้มีการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยกำหนดความผิดพลาดไม่เกิน 5% หรือที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,440,000 คน จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 400 คน มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

สูตรที่ใช้ คือ

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ

n	=	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
N	=	จำนวนประชากรทั้งหมด
e	=	ความผิดพลาดที่ยอมรับได้โดยกำหนดที่ $\pm 5\%$ ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า} &= \frac{1,440,000}{1+1,440,000(0.05)^2} \\ &= 400 \text{ คน} \end{aligned}$$

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และการสุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (questionnaire) โดยสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วน 1 ข้อมูลบุคคล ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านพฤติกรรมในการใช้บริการ ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นด้านความพึงพอใจในการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วยคำถามในลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบ

(Checklist) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบ เท่านั้น โดยเป็นการให้ระดับความสำคัญ

การวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิมาทดสอบความเชื่อมั่นกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ราย ซึ่งผลการทดสอบได้ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.960

สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ใช้สถิติการทดสอบ t-Test สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Anova) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพอื่นๆ เช่น แม่บ้าน นักเรียน และมีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท

2. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับคะแนนมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ในทุกข้อคำถามด้านความพึงพอใจในการใช้บริการมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดในทุกข้อคำถาม

3. ผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยด้านบุคคล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า เพศ และอายุ ต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการไม่ต่างกัน แต่ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการต่างกัน

4. ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมมีผลต่อการใช้บริการปั้มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ สามารถสรุปผลการวิจัย ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนประสมทางการตลาด	b	Std. Error	Beta	t	Sig.	F	Sig.
Constant	0.447	0.117		3.819	0.000*	125.848	0.00*
1. ด้านผลิตภัณฑ์	-0.065	0.035	-0.080	-1.872	0.062		
2. ด้านราคา	0.088	0.038	0.096	2.343	0.020*		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.076	0.041	0.078	1.828	0.068		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	-0.098	0.025	-0.133	-3.931	0.000*		
5. ด้านบุคคลกร	-0.044	0.044	-0.048	-0.985	0.325		
6. ด้านกระบวนการให้บริการ	0.091	0.051	0.097	1.763	0.079		
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.135	0.053	0.152	2.528	0.012*		
8. ด้านแรงจูงใจ	0.115	0.062	0.120	1.853	0.065		
9. ด้านทัศนคติ	0.340	0.059	0.344	5.724	0.000*		
10. ด้านความรู้	0.243	0.055	0.268	4.409	0.000*		
11. ด้านชั้นของสังคม	0.019	0.033	0.025	0.580	0.562		

$R = 0.884$, $R^2 = 0.782$, Adjusted R Square = 0.775, SEE = 0.362

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรอิสระสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม และชี้ให้เห็นว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทัศนคติ และด้านความรู้ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม ดังกล่าวสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญ

ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลกร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านแรงจูงใจ ด้านชั้นของสังคม ทั้งหมดตัวแปรนี้ไม่มีระดับนัยสำคัญ แสดงว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม ดังกล่าว ไม่สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเซลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี

จังหวัดสมุทรปราการ ได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยตัวแปรอิสระที่มีอำนาจพยากรณ์ดีที่สุด คือ ด้านทัศนคติ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.340 รองมาคือ ด้านความรู้ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ 0.243 ด้านลักษณะทางกายภาพ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ 0.135 ด้านราคา ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ 0.088 และในด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ -0.098 ตามลำดับ ทำให้ตัวแปร 5 ตัวนี้ ความแปรปรวนของผลต่อการใช้บริการ ปิมน้ำมันเชลล์ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวมร้อยละ 78.2 มีค่าอำนาจการพยากรณ์ 78.2 และมีค่าความคลาดเคลื่อนการพยากรณ์ที่ ± 0.362 สมการถดถอยดังนี้

$$Y = 0.447 + 0.088(\text{ด้านราคา}) - 0.098(\text{ด้านการส่งเสริมการตลาด}) + 0.135(\text{ด้านลักษณะทางกายภาพ}) + 0.034(\text{ด้านทัศนคติ}) + 0.243(\text{ด้านความรู้})$$

จากสมการข้างต้นจะเห็นได้ว่า

หากเพิ่มด้านราคาการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.088 หน่วย

หากเพิ่มด้านการส่งเสริมการตลาดการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.098 หน่วย

หากเพิ่มด้านลักษณะทางกายภาพการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.135 หน่วย

หากเพิ่มด้านทัศนคติการเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปิมน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.340 หน่วย

หากเพิ่มด้านความรู้การเปลี่ยนแปลง 1 หน่วย ในขณะที่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่น ๆ คงที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม จะเพิ่มขึ้นเป็น 0.243 หน่วย

จากตารางดังกล่าวผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านทัศนคติ และด้านความรู้ มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาดและด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคลกร ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านแรงจูงใจ ด้านชั้นของสังคม ไม่มีผลต่อปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านพฤติกรรมการใช้บริการ โดยภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

1) จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ มีความพึงพอใจด้านส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมการใช้บริการ และความพึงพอใจในการใช้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในการบริการของปั๊มน้ำมันเป็นอย่างดี จึงทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการมีความประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิศักดิ์ คงขำ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมัน ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชีย และถนนมิตรภาพ ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมันส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุ 15-25 ปีการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 15,000 - 30,000 บาท จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ใช้บริการที่มีอายุที่แตกต่างกัน ให้ระดับของพนักงานผู้ให้บริการที่ต่างกัน ส่วนผู้ให้บริการที่มีการศึกษาที่ต่างกัน จะให้ความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดต่างกัน และผู้ให้บริการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน

2) จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ ระดับการศึกษา

อาชีพ รายได้ต่อเดือนต่างกัน ทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์โดยภาพรวมต่างกัน นั้นแสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการใช้บริการต่างกัน นั้นอาจเนื่องมาจากความไว้วางใจในส่วนของบริการที่ผู้ให้บริการประทับใจ หรือมีความพึงพอใจที่ต่างกันนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนสิณี พัฒนสุวรรณ และพรเวชน์ สุวรรณสิทธิ์ (2560) ได้ศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใช้บริการสถานีน้ำมันเอสโซ่ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการมีความสำคัญระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการมีความสำคัญระดับปานกลาง เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างปัจจัยคุณภาพบริการจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านอาชีพ โดยภาพรวมแตกต่างกันจำแนกตามพฤติกรรมประเภทของรถที่ใช้ จำนวนเงินในการเติมน้ำมัน ช่วงเวลาเติมน้ำมันของผู้ใช้สถานีบริการ เอสโซ่ โดยภาพรวมแตกต่างกัน และเมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล โดยภาพรวมทุกด้าน ไม่แตกต่าง จำแนกตามพฤติกรรมจำนวนเงินในการเติมน้ำมัน บริษัทน้ำมันที่เลือกเป็นหลักช่วงเวลาเติมน้ำมัน โดยภาพรวมแตกต่างกัน

3) จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยด้านพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมที่มีผลต่อการใช้บริการปั๊มน้ำมันเชลล์ อาจเนื่องมาจากการมาใช้บริการในแต่ละครั้งต่างกัน จึงทำให้ความพึงพอใจที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศนัตริ มณี เจริญยิ่ง (2560) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการใช้สถานีน้ำมันประเภท ก ของผู้บริโภคนในเขตจังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน มีเงินเดือน 15,000 - 24,999 บาท สถานภาพโสด 2) ปัจจัยทางส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมัน ประเภท ก ของผู้บริโภคนในเขตจังหวัดเพชรบุรี ระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรก คือ คือ ด้านราคา รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการให้บริการ 3) คุณภาพการให้บริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันประเภท ก ของผู้บริโภคนในเขตจังหวัดเพชรบุรี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านลำดับแรกคือ ด้านรูปปลักษณ์ทางกายภาพ รองลงมาคือ ด้านการสร้างความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ ตามลำดับ 4) การตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันประเภท ก ของผู้บริโภคนในเขต จังหวัดเพชรบุรี โดยรวม

อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ มาเป็นลำดับแรก รองลงมา ได้แก่ ด้านการตัดสินใจใช้บริการด้านการรับรู้ถึงความต้องการด้านการประเมินทางเลือก และการค้นหาข้อมูลตามลำดับ ตามลำดับ 5) จากการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันประเภท ก ของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดเพชรบุรี โดยการคำนวณ โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ด้วยวิธีการแบบ Enter Method สามารถสรุปได้ปัจจัยทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ประเภท ก ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ รูปลักษณ์ทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านราคา ด้านการดูแลเอาใจใส่ ด้านการความน่าเชื่อถือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้างความมั่นใจ สถานภาพ ด้านระดับการศึกษา ด้วยนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและสามารถสร้างความแตกต่างเพื่อให้ผู้บริโภคตระหนักถึงคุณภาพของน้ำมัน รวมถึงบริการอื่น ๆ ของเชลล์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ การจดจำ ความต้องการในการเข้าใช้บริการและเกิดการตัดสินใจเข้าใช้บริการในที่สุด ซึ่งการส่งเสริมการตลาดยังสามารถช่วยให้ผู้บริโภคที่ไม่นิยมเลือกใช้บริการน้ำมันตราใดตราหนึ่งเป็นประจำเปลี่ยนแปลงตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานีน้ำมันที่มีการส่งเสริมการตลาดที่ดึงดูดความสนใจมากกว่าได้ซึ่งมีการส่งเสริมในด้านต่างๆ ให้มากขึ้น ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ ป้ายบิลบอร์ดริมทางด่วน รวมถึงโฆษณาทางแอปพลิเคชันออนไลน์ เช่น JOOX, YouTube, Facebook การส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้น กิจกรรมพิเศษของเชลล์ (ประเทศไทย) เช่น กิจกรรมตรวจเช็คเครื่องยนต์เบื้องต้นก่อนออกเดินทาง ในช่วงวันหยุดยาวพิเศษ

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้บริการ

พฤติกรรมการใช้บริการ ด้านชั้นของสังคม ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ตราสินค้าให้มีความแข็งแกร่ง โดยนำสิ่งที่ดีกว่าและให้ความแตกต่าง เป็นตราสินค้าที่มีคุณค่าเป็นที่รู้จักและแสดงถึงความเชี่ยวชาญด้านคุณภาพน้ำมันเป็นตราสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ผู้ใช้สัมผัสได้จากประสบการณ์ในการใช้น้ำมันที่ดีและเกิดการประทับใจ

โดยเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าเพราะทำให้ผู้ใช้บริการดูมีสถานภาพทางสังคมที่ดีและรู้สึกถึงความแตกต่างจากผู้อื่น

ความพึงพอใจในการใช้บริการ

ผู้บริหารหรือผู้เกี่ยวข้อง ควรมีการปรับปรุงเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานที่การให้บริการและด้านความสะอาด ถูกสุขลักษณะของห้องนํ้ามากยิ่งขึ้น ความร่มรื่น รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ตู้เอทีเอ็มเป็นต้น เนื่องจากปัจจัยผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแหล่งไปโดยไม่ได้เข้ามาเติมนํ้ามันเพียงอย่างเดียวเท่านั้น สิ่งอำนวยความสะดวกจึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะส่งผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจตัดสินใจเข้าใช้บริการได้ เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เมื่อมาใช้บริการว่าจะได้รับการบริการที่ดีเยี่ยม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความคาดหวัง และคุณภาพบริการของผู้ใช้บริการปั้มนํ้ามันเชลล์ในพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เป็นระยะ ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องย่อมมีผลให้ความความพึงพอใจ คาดหวัง และคุณภาพบริการได้ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
2. งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงปัญหา ตลอดจนเข้าใจถึงทัศนคติของผู้มาใช้บริการมากขึ้น
3. ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า การศึกษาครั้งต่อไปควรแยกผลิตภัณฑ์และชนิดของนํ้ามันที่ใช้บริการใช้ชัดเจน เช่น ประเภทหรือชนิดของนํ้ามัน ร้านกาแฟ ร้านอาหารเครื่องดื่ม เป็นต้น เพื่อให้สามารถนำผลการศึกษามาปรับปรุงบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน. (2563). *ประเภทนํ้ามันที่ผู้ประกอบการจำหน่ายในสถานีบริการนํ้ามัน*. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2565, จาก <http://energy.go.th/index.htm>.
- ธนวุฒม์ จำเนียรกาล. (2562). *กลยุทธ์การตลาด โดยการใช้ INFLUENCER ในผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูป*. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการตลาด, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชร อนุสิทธิ์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของเจ้าหน้าที่ท่าอากาศยานดอนเมือง*. ค้นเมื่อ 30 มกราคม 2565, จาก <https://mis.k>

rirk.ac.th /librarytext/ MBA/2561/F_Patcharee_Anusit.pdf

มนสิณี พัฒนสุวรรณ และพีรเวชน์ สุวรรณสิทธิ์. (2560). ปัจจัยคุณภาพบริการและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสถานีน้ำมันเอสโซ่ของประชากรในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มข*, 10 (1), 96-120.

ราช ศิริวัฒน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 28 มกราคม 2565, จาก <http://bit.ly/2JKE9f9>.

เลิศฉัตรมณี เจริญยิ่ง. (2560). ปัจจัยทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันประเภท ก ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดเพชรบุรี. ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสตมฟอร์ด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สุกร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญญา ลักยิตานนท์. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด.

อดิศักดิ์ คงขำ. (2560). การตัดสินใจใช้บริการร้านสะดวกซื้อภายในสถานีบริการน้ำมัน ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ตั้งอยู่บนถนนสายเอเชีย และถนนมิตรภาพ. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกการตลาด, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. New York: New York: Harper. & Row.