



การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ในบทนี้จะเป็นการนำข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) มาวิเคราะห์และสรุปผล ข้อมูลปฐมภูมิก็คงกล่าวนี้ได้มาจากการส่งพนักงานไปสัมภาษณ์ผู้ใช้บริการจากสถานีบริการน้ำมัน 24 แห่งทั่วเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้ทำการสุ่มเลือกขึ้นมา โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ๆ (Simple Random Sampling) ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่ระหว่างวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2526 ถึง 11 มีนาคม 2526 ได้จำนวนตัวอย่างที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 450 ราย ตามกำหนด

เนื่องจากการศึกษาในหัวข้อเรื่อง "การศึกษาข้อคิดเห็นของผู้นับริโลกเกี่ยวกับการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันในกรุงเทพมหานคร ยังไม่มีบุคคลหรือองค์กรใดได้ทำการวิจัยลักษณะนี้โดยเฉพาะมาก่อน การศึกษารุ่นนี้จึงมีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจ (Survey Research) เพื่อรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับท่านผู้สนใจในอนาคตต่อไป

การวิเคราะห์และสรุปผลแบ่งออกได้เป็น 2 หมวดใหญ่ ๆ คือ

หมวดที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

หมวดที่ 2 ความคิดเห็นของผู้นับริโลกต่อการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลจะเรียกผู้ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรตัวอย่างว่าผู้ให้สัมภาษณ์

หมวดที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

	ชาย	ร้อยละ
<u>ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด</u>	450	100
<u>เพศ</u>		
ชาย	365	81.11
หญิง	85	18.89
<u>สถานภาพส่วนตัว</u>		
โสด	160	35.56
สมรส	290	64.44
<u>อายุ</u>		
ไม่เกิน 30 ปี	144	32.00
31 -40 ปี	218	48.44
สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	88	20.55
<u>การศึกษา</u>		
ไม่เกิน ม.ศ. 3	77	17.11
ม.ศ. 4 -6 /อาชีวศึกษาชั้นสูง	121	26.89
อุดมศึกษา	252	56
<u>รายได้</u>		
ต่ำกว่า 6,000 บาท	199	44.22
6,000 -9,000 บาท	135	30
สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป	116	25.78

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ (ต่อ)

	ราย	ร้อยละ
<u>อาชีพ</u>		
ข้าราชการ	91	20.22
พนักงานบริษัทห้างร้าน, รัฐวิสาหกิจ	172	38.22
ค้าขาย	110	24.45
อื่น ๆ	77	17.11

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ทำการศึกษานี้ เป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่ว ๆ ไป ได้แก่ เพศ, สถานภาพส่วนตัว อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ เพื่อให้ทราบลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างกว้าง ๆ อันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางค่านพฤติกรรมและความคิดเห็น

ในจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย เป็นชายร้อยละ 81.11 เป็นหญิงร้อยละ 18.89 ส่วนสถานภาพส่วนตัวนั้นมีผู้ยังเป็นโสด ร้อยละ 35.56 น้อยกว่าผู้ที่สมรสแล้ว ซึ่งมีร้อยละ 64.44 การกระจายของอายุนั้นเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ให้สัมภาษณ์มีอายุระหว่าง 31.40 ปี อีกร้อยละ 32 มีอายุไม่เกิน 30 ปี ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป มีร้อยละ 20.55

การศึกษานั้นปรากฏว่าผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ กระจุกอยู่ในชั้นสูงกล่าวคือ ร้อยละ 82.89 มีการศึกษาอยู่ระหว่าง ม.ศ. 4 ถึงอุดมศึกษา ที่ได้รับการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 นั้น มีอยู่ร้อยละ 17.11

สำหรับรายได้นั้นเป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.22 รองลงมาได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาท ต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 30 อีกร้อยละ 25.78 เป็นผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 9,000 บาทต่อเดือน

ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ทางด้านอาชีพ จากกรณีสำรวจปรากฏว่าร้อยละ 38.22 เป็นพนักงานบริษัทห้างร้านและรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.45 ทำการค้าขาย ที่รับราชการ มีร้อยละ 20.22 และอาชีพอื่น ๆ เช่น แม่บ้าน สถาปนิก วิศวกร แพทย์ นักแสดง ลูกจ้าง หน่วยราชการ องค์กรและหน่วยงาน เป็นต้น อีกร้อยละ 17.11

หมายเหตุ

1. ข้าราชการ หมายถึง ข้าราชการพลเรือน ทหาร ตำรวจ ข้าราชการ-ตุลาการ ข้าราชการกรุงเทพมหานคร ข้าราชการครู อาจารย์มหาวิทยาลัย แพทย์พยาบาล ประจำโรงพยาบาลของรัฐบาล รวมถึงข้าราชการบ้านนาญควย
2. พนักงาน หมายถึง บุคคลที่ทำงานกับธุรกิจเอกชนหรือรัฐวิสาหกิจ โดยได้ค่าจ้างเป็นรายเดือน เช่น พนักงานห้างร้านบริษัท พนักงานธนาคาร ครู (โรงเรียน-ราษฎร์) แพทย์ พยาบาลประจำโรงพยาบาลเอกชน เป็นต้น
3. ค้าขาย หมายถึง ผู้ที่มีกิจการค้าขายสินค้าหรือบริการเอง เป็นส่วนตัว รวมถึงญาติสนิทรวมประกอบการอยู่ด้วยโดยไม่มีอาชีพอื่น
4. อาชีพอื่น ๆ ไม่จำกัดอยู่ในอาชีพใดอาชีพหนึ่งข้างต้น เช่น แม่บ้าน หน่วยงานราชการ องค์กร และนักแสดง เป็นต้น

สรุปข้อมูลหมวดที่ 1

จากข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์พอจะสรุปลักษณะส่วนใหญ่ของกลุ่มได้ดังนี้

เพศ	มีจำนวนชายมากกว่าหญิง
สถานภาพส่วนตัว	ผู้ที่สมรสแล้วมีจำนวนมากกว่าผู้ที่ยังเป็นโสด
อายุ	จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว
การศึกษา	ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในขั้นสูง
รายได้ต่อเดือน	ส่วนใหญ่มีรายได้สูงกว่า 6,000 บาทขึ้นไป
อาชีพ	พนักงานบริษัทรัฐวิสาหกิจ เป็นกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ รองลงมาได้แก่ กลุ่มค้าขายและข้าราชการตามลำดับ

หมวดที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการของสถานบริการน้ำมัน

ตารางที่ 2 จำนวนผู้ได้รับบริการประเภทต่าง ๆ เมื่อนำรถยนต์เข้ามาเติมน้ำมัน
ในสถานบริการน้ำมัน*

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
บริการเช็กกระจกหน้าและหลัง	368	56.97
บริการตรวจเช็คน้ำมันเครื่อง	89	13.78
บริการตรวจเช็กระดับน้ำในหม้อน้ำ	57	8.82
บริการตรวจเช็กระดับน้ำในหม้อแมคเตอร์	40	6.19
บริการตรวจเช็กระดับน้ำมัน เบรค-คลัชท์	26	4.03
ไม่ได้รับบริการใดๆเลย	55	8.51
รวม	450	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 2 จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน ปรากฏว่า ได้รับบริการประเภทเช็กกระจกหน้าและหลังมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 56.97 รองลงมาคือ บริการตรวจเช็คน้ำมันเครื่อง ร้อยละ 13.78 ได้รับบริการประเภทตรวจเช็กระดับน้ำในหม้อแมคเตอร์ ร้อยละ 6.19 บริการตรวจเช็กระดับน้ำมัน เบรค - คลัชท์ ร้อยละ 4.03 และร้อยละ 1.7 ได้รับบริการประเภทตรวจเช็กระดับน้ำในหม้อน้ำ

นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ไม่ได้รับบริการใดๆเลย เมื่อเขานำรถเข้ามาเติมน้ำมันจำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.51

ตารางที่ 3 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ
จากสถานีบริการน้ำมัน

	ราย	ร้อยละ
ผู้ใช้ทั้งหมด	450	
บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	338	40.43
บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์- เฟืองท้าย	259	31.98
บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก-คลัชท์	94	11.24
ไม่ได้ใช้บริการประเภทอื่นจากสถานีบริการ อื่น ๆ	112	13.40
รวม	836	100

ตอบโดยมากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 3 จำนวนผู้ใช้ทั้งหมด 450 คน ปรากฏว่ามีผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.43 รองลงมาได้แก่ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 31.98 อีกร้อยละ 11.24 ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก -คลัชท์ และมีผู้ใช้บริการประเภทอื่นจากสถานีบริการน้ำมันแต่ใช้บริการจากที่อื่น เช่น ศูนย์บริการรถยนต์แต่ละยี่ห้อ, ร้านขายน้ำมันเครื่อง, อู่ซ่อมรถยนต์, เปลี่ยนถ่ายเอง คิดเป็นร้อยละ 13.40 นอกจากนี้เป็นผู้ใช้บริการอื่น ๆ เช่น เติมน้ำมันห้วงมาลัย อีกร้อยละ 3.95

ตารางที่ 4 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ/สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์*

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365		85		160		290	
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง	274	42.09	64	41.29	119	42.81	217	41.25
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์-เฟืองท้าย	215	33.03	44	28.39	86	30.94	173	32.89
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรค-คลัชท์	66	10.14	28	18.06	35	12.59	59	11.22
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานีบริการ	68	10.45	14	9.03	25	8.99	57	10.84
อื่น ๆ	28	4.30	5	3.23	13	4.68	20	3.80
รวม	651	100	155	100	278	100	526	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน เมื่อจำแนกตามเพศ ปรากฏว่า เพศชายนิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.09 รองลงมาคือบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 33.03

เพศหญิงนิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุดเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 41.29 รองลงมาคือ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์-เฟือง

ท้าย คิดเป็นร้อยละ 28.39

เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นโสด 160 คน และสมรสแล้ว 290 คน ปรากฏว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ยังเป็นโสดและสมรสแล้ว นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 42.81 และ 41.25 รองลงมาคือบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์- เพื่องท้าย เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 30 และ 32.89



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมันจำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ไม่เกิน 30ปี		31 -40 ปี		40 ปีขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144		218		88	
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เครื่อง	112	44.80	161	40.35	65	41.40
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เกียร์- เฟืองท้าย	75	30.00	133	33.33	51	32.48
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เบรค-คลัทช์	33	13.30	40	10.03	21	13.78
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานี- บริการ	18	7.20	47	11.78	17	10.83
อื่น ๆ	12	4.80	18	4.51	3	1.91
รวม	250	100	399	100	157	100

* คอยไต่ถามกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 5 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามอายุไม่เกิน 30 ปี นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.80 รองลงมา ร้อยละ 30.00 นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุระหว่าง 31.40 ปี นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์- เฟืองท้าย เรนเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 40.35 และ 33.33 ตามลำดับ จากผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.40 รองลงมาคือ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์-เฟือง-ท้าย ร้อยละ 32.48

ตารางที่ 6 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์

	ไม่เกิน มศ.3		มศ. 4-6		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	อาชีวชั้นสูง		ราย	ร้อยละ
			ราย	ร้อยละ		
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77		121		252	
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน เครื่อง	59	45.04	89	42.58	190	40.77
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน เกียร์- เฟืองท้าย	42	33.06	66	31.58	151	32.40
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน เบรค- คลัทช์	17	12.98	20	9.57	57	12.23
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานี- บริการ	12	9.16	27	12.92	43	9.23
อื่น ๆ	1	0.76	7	3.35	25	5.36
รวม	131	100	209	100	466	100

* คอมน้อยกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามการศึกษาของผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ.3 นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด จำนวน 59 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.04 รองลงมา ร้อยละ 32.06 นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย ผู้ที่มีการศึกษา ม.ศ. 4 -6/อาชีวระดับสูงและอุดมศึกษา นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง และบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 42.58 และ 31.58 และร้อยละ 40.77 และ 32.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000- 9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาท	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199		135		116	
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เครื่อง	153	43.71	100	41.15	85	39.91
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เกียร์ - เฟืองท้าย	108	30.86	85	34.98	66	30.99
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมัน- เบรค - คลัช	43	12.29	23	9.47	28	13.14
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานี- บริการ	28	8.00	28	11.52	26	12.21
อื่น ๆ	18	5.14	7	2.88	8	3.75
รวม	350	100	243	100	213	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 7 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามรายได้ ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 199 ราย บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.71 รองลงมาได้แก่ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้ายและบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรค - คลัช คิดเป็นร้อยละ 30.86 และร้อยละ 12.29ตามลำดับ

ผู้ที่มีรายได้ 6,000 - 9,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 135 ราย บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.15 รองลงมา

ได้แก่ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 34.98
 อีกร้อยละ 11.52 ไม่นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จาก
 สถานีบริการน้ำมัน

สำหรับผู้ที่มียกจ่ายสูงกว่า 9,000 บาท ต่อเดือนขึ้นไป มีจำนวน 116 ราย
 บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องได้รับความนิยมมากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็น
 ร้อยละ 39.91 รองลงมาได้แก่ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟือง
 ท้าย และบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก - คลัตช์คิดเป็นร้อยละ 30.99
 และร้อยละ 13.14 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยพัชกร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 จำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91		172		110		77	
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่าย- น้ำมันเครื่อง	74	39.36	124	40.79	86	43.65	54	46.15
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่าย- น้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย	61	32.45	93	30.59	71	36.04	34	29.06
ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่าย- น้ำมันเบรก - คลัชท์	30	15.96	34	11.18	16	8.12	14	11.97
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้ จากสถานีบริการ	16	8.51	35	11.51	22	11.17	9	7.69
อื่น ๆ	7	3.72	18	5.92	2	1.02	6	5.13
รวม	188	100	304	100	197	100	177	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 6 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพข้าราชการ นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.36 จำนวน 74 ราย รองลงมาได้แก่บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 32.45 บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก - คลัชท์ ร้อยละ 15.96 อีก ร้อยละ 8.51 ไม่นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามอาชีพพนักงาน นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.79 จำนวน 124 ราย รองลงมาได้แก่บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 30.59 อีกร้อยละ 11.51 ไม่นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามอาชีพค้าขาย นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.65 จำนวน 86 ราย รองลงมาได้แก่ บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย คิดเป็นร้อยละ 36.04 อีกร้อยละ 11.17 ไม่นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทนี้จากสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักศึกษา, นายแพทย์, ทนายความ, ผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ นิยมใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมากที่สุด เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 46 จำนวน 54 ราย รองลงมาได้แก่บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย ร้อยละ 29.06 และบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก - คลัชท์ ร้อยละ 11.97

การวิเคราะห์ปริมาณผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 3 - 8 ได้แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการดังกล่าว ส่วนใหญ่จะใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้นถึง 338 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.43 ของจำนวนค่าตอบทั้งหมด 836 ราย) และบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย มีจำนวน 257 คน (คิดเป็นร้อยละ 31.98) สำหรับบริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรก - คลัชท์ และบริการอื่น ๆ เช่น บริการเติมน้ำมัน พวงมาลัยนั้นผู้ใช้บริการน้อยมาก นอกจากนี้มีผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมัน มีจำนวนถึง 112 คน (คิดเป็นร้อยละ 13.40)

การที่บริการตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องและน้ำมันเกียร์ - เฟืองท้าย มีผู้ใช้บริการมากกว่าบริการประเภทอื่น ๆ สถานีบริการจะต้องให้ความสนใจปรับปรุงบริการ เพิ่มความสะดวก รวดเร็วขึ้น และบริการด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย สำหรับบริการ

ตรวจสอบและเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเบรค - คัดซ์ท์ และอื่น ๆ ยังมีผู้ใช้บริการจำนวนน้อยนั้น
สถานบริการต้องให้ความสนใจด้านบริการเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการขึ้น นอกจากนี้ยังมี
มีผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการจากสถานบริการเป็นจำนวนมาก ซึ่งสถานบริการต้องให้ความสนใจ
เป็นพิเศษ เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการให้มากขึ้นกว่าเดิม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 9 จำนวนผู้ใช้บริการอัตรานี้ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน*

	ราย	ร้อยละ
ผู้ใช้สัมภาระทั้งหมด	450	
อัตรานี้เพลากลางและย่อยท	155	20.18
อัตรานี้แหวน	91	11.85
อัตรานี้ดูมึนล่อน	166	21.61
อัตรานี้สายเบรคและหลอดลนขอคอกาง ๆ	78	10.16
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานี- บริการ	258	33.59
อื่น ๆ	20	2.61
รวม	768	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 9 จำนวนผู้ใช้สัมภาระทั้งหมด 450 คน ปรากฏว่า ส่วนมากไม่
นิยมใช้บริการอัตรานี้จากสถานีบริการน้ำมัน แต่ไปใช้บริการที่ศูนย์บริการของบริษัทขาย
รถยนต์แต่ละยี่ห้อ อู่ซ่อมรถยนต์ หรืออัตรานี้เอง คิดเป็นร้อยละ 33.59 บริการอัตรานี้
ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ บริการอัตรานี้ดูมึนล่อน คิดเป็นร้อยละ 21.61 รองลง
มาบริการอัตรานี้เพลากลางและย่อยท อัตรานี้แหวน และอัตรานี้สายเบรคและหลอดลน
ขอคอกาง ๆ คิดเป็นร้อยละ 20.18 ร้อยละ 11.85 และร้อยละ 10.16 ตามลำดับ
อีกร้อยละ 2.61 เป็นผู้ใช้สัมภาระที่ไ้รถยนต์ที่ไม่มีหัวอัตรานี้แต่ใช้ดูมึนล่อน

ตารางที่ 10 จำนวนผู้ใช้บริการอัคราภิรมีประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามเพศ / สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์*

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365		85		160		290	
อัคราภิรมีเพลิงกลางและ ย่อย	127	20.29	28	19.72	56	21.62	99	19.45
อัคราภิรมีแหวน	70	11.18	21	14.79	36	13.90	55	10.81
อัคราภิรมีลูกปืนล่อนหน้า	134	21.41	32	22.53	60	23.17	106	20.82
อัคราภิรมีสายเบรคและ หลอดไฟนอกคอกต่าง ๆ	54	8.63	24	16.90	32	12.36	46	9.04
ไม่ได้ใช้บริการประเภท นี้จากสถานีบริการ อื่น ๆ	224	35.78	34	23.94	69	26.64	189	37.13
รวม	626	100	142	100	259	100	509	100


*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 10 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามเพศ ผู้ให้
สัมภาษณ์ เป็นชาย 365 คน หญิง 85 คน ปรากฏว่า เพศชายส่วนมากไม่นิยมใช้บริการ
อัคราภิรมีจากสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 224 ราย คิดเป็น 35.78 รองลงมาได้แก่บริการ
อัคราภิรมีลูกปืนล่อนหน้าและบริการอัคราภิรมีเพลิงกลางและย่อย คิดเป็นร้อยละ 21.41 และ
20.29 ตามลำดับ

เพศหญิงส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัคราภิรมีจากสถานีบริการน้ำมัน เช่นเดียวกัน
จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.94 บริการที่ได้รับความนิยม ได้แก่ บริการอัคราภิรมี
ลูกปืนล่อนหน้า และบริการอัคราภิรมีเพลิงกลางและย่อย คิดเป็นร้อยละ 22.53 และร้อยละ

19.72 ความจำค้ำ

จำแนกความสภษาภาษาส่วนค้ำ ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นโสศ 160 คน และสมรสแล้ว 290 คน ผู้ที่ยังเป็นโสศอยู่ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัครารมีจากสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.64 บริการที่ได้รับความนิยมค้ำกั บริการอัครารมี อุบป็นล่อหน้า และบริการอัครารมีเพลากลางและยอยท์ คิดเป็นร้อยละ 23.12 และ 21.62 ตามลาค้ำ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ที่สมรสแล้วส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัครารมีจาก สถานีบริการน้ำมันเช่นเคียวกั จำนวน 189 ราย คิดเป็นร้อยละ 37 บริการที่ได้รับความนิยมค้ำกั บริการอัครารมีอุบป็นล่อหน้าและบริการอัครารมีเพลากลางและยอยท์ คิดเป็น ร้อยละ 20.83 และ 19.45 ตามลาค้ำ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 จำนวนผู้ใช้บริการอัครจารีมีประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน 30 ปี		31 -40 ปี		สูงกว่า 40 ปี ขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144		218		68	
อัครจารีมีเขตากลางและชอยท์	47	20.98	73	18.58	35	23.18
อัครจารีมีแหวน	29	12.95	43	10.94	19	12.58
อัครจารีมีลูกปืนรถหน้า	55	24.55	70	17.81	41	27.15
อัครจารีมีสายเบรคและหลอดไฟนอก- ทาง ๆ	27	12.05	34	8.65	17	11.26
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จากสถานี- บริการ	58	25.89	164	41.73	36	23.84
อื่น ๆ	8	3.57	9	2.29	3	1.99
รวม	224	100	393	100	151	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามอายุ
ปรากฏว่า ผู้ที่มีอายุไม่เกิน 30 ปี ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัครจารีมีจากสถานีบริการน้ำมัน
จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.89 บริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือบริการ
อัครจารีมีลูกปืนรถหน้า คิดเป็นร้อยละ 24.55 รองลงมาได้แก่ บริการอัครจารีมีเขตากลาง
และชอยท์ และบริการอัครจารีมีแหวน คิดเป็นร้อยละ 20.98 และร้อยละ 12.95 ตามลำดับ

ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 218 ราย ส่วนมากไม่
นิยมใช้บริการอัครจารีมีจากสถานีบริการน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 41.73 บริการอัครจารีมีที่มี

ผู้นิยมใช้มากที่สุดคือ บริการอักษารบีเพลากลางและยอยท์ คิดเป็นร้อยละ 18.52 รองลงมา ได้แก่ บริการอักษารบีลูกปิ่นล่อหน้าและบริการอักษารบีแหยม คิดเป็นร้อยละ 17.81 และ ร้อยละ 10.94 ตามลำดับ

สำหรับผู้ที่อายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป มีทั้งสิ้น 88 ราย บริการอักษารบีลูกปิ่นล่อหน้า ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.15 อีกร้อยละ 23.84 ไม่ได้ใช้บริการอักษารบีจาก สถานีบริการน้ำมัน มีผู้ใช้บริการอักษารบีเพลากลางและยอยท์และบริการอักษารบีแหยม อีกร้อยละ 23.18 และร้อยละ 12.52 ตามลำดับ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 จำนวนผู้ให้บริการอัตรารับประเภทต่าง ๆ จากสถานบริการน้ำมัน
จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ. 3		ม.ศ. 4-5 /อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77		121		252	
อัตรารับที่หลากหลายและย่อย	33	24.33	32	19.16	90	19.44
อัตรารับแทน	21	15.44	16	9.58	54	11.66
อัตรารับลูกปืนล่อน	38	27.94	31	18.56	97	20.95
อัตรารับสายเบรคและหลอดไฟ- หลอดกลาง ๆ	15	11.03	10	5.99	53	11.45
ไม่ได้ให้บริการประเภทนี้จาก สถานบริการ	27	19.85	72	43.11	157	33.91
อื่น ๆ	2	1.47	6	3.57	12	2.59
รวม	136	100	167	100	463	100

* ทอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 12 ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามการศึกษาของผู้ศึกษา
ไม่เกิน ม.ศ. 3 จำนวน 77 ราย ส่วนมากนิยมใช้บริการอัตรารับ
ลูกปืนล่อน คิดเป็นร้อยละ 27.94 รองลงมานิยมใช้บริการอัตรารับที่หลากหลายและย่อย
คิดเป็นร้อยละ 24.26 อีกร้อยละ 19 ไม่นิยมใช้บริการอัตรารับจากสถานบริการน้ำมัน และมี
ผู้ให้บริการอัตรารับแทน คิดเป็นร้อยละ 15.44

ผู้ที่มีการศึกษา ม.ศ. 4 -6/ อาชีวะชั้นสูง มีจำนวนทั้งสิ้น 121 ราย
 ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัคราภิจากสถานีบริการน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ
 43.1 บริการที่มีผู้ใ้ใ้ใ้มากที่สุดคือ บริการอัคราภิที่เพลากลางและยอยท คิดเป็นร้อยละ 19.16
 รองลงมาได้แก่ บริการอัคราภิที่อุ้บป็นลอหนาและบริการอัคราภิที่แหนย คิดเป็นร้อยละ 18.56
 และร้อยละ 9.58 ตามลำดับ

สำหรับผู้ที่มีการศึกษาชั้นอุดมศึกษา มีจำนวน 252 ราย ส่วน
 มากไม่นิยมใช้บริการอัคราภิจากสถานีบริการน้ำมันเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 33.91 บริการ
 อัคราภิที่อุ้บป็นลอหนา มีผู้นิยมใ้ใ้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 20.95 รองลงมาได้แก่ บริการ
 อัคราภิที่เพลากลางและยอยทและบริการอัคราภิที่แหนย คิดเป็นร้อยละ 19. และร้อยละ 11.66
 ตามลำดับ



คุนยวิทยทรพยากร
 จุพาลงกรณมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 จำนวนผู้ใช้บริการอัคราที่มีประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000-9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199		135		116	
อัครามีเพลากลางและย่อย	67	18.66	49	22.48	39	20.42
อัครามีถนน	40	11.14	26	11.93	25	13.09
อัครามีลูกปืนล่อหน้า	71	19.78	53	24.31	42	21.99
อัครามีสายเบรคและหลอดไฟ ขอคอกต่าง ๆ	33	9.19	19	8.72	26	13.61
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จาก สถานีบริการ	137	38.16	66	30.28	55	28.80
อื่น ๆ	11	3.06	5	2.29	4	2.09
รวม	359	100	218	100	191	100

* คอมน้อยกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 13 จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามรายได้ ผู้ที่มี
รายได้น้อยกว่า 6,000 บาทคอเกิดมีจำนวน 199 ราย ส่วนมาก
ไม่นิยมใช้บริการอัคราที่มีจากสถานีบริการน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 38.16 บริการที่ได้รับความนิยม
มากที่สุดคือ บริการอัครามีลูกปืนล่อหน้า คิดเป็นร้อยละ 19.78 รองลงมาคือ
บริการอัครามีเพลากลางและย่อย คิดเป็นร้อยละ 18.66

ผู้ที่มียาไ้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาทต่อเดือน มีจำนวน 135 ราย
 ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัคราภิจากสถานีบริการน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ
 30.28 บริการอัคราภิจากปั้มน้ำมัน มีผู้นิยมใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.31 อันดับ
 รองลงมาคือ บริการอัคราภิจากปั้มน้ำมันและชอชท์ คิดเป็นร้อยละ 22.48

สำหรับผู้ที่มีรายไ้สูงกว่า 9,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป มีจำนวน 116 ราย
 ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัคราภิจากสถานีบริการ เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ
 28.80 บริการอัคราภิจากปั้มน้ำมันไ้กับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
 21.99 รองลงมาคือ บริการอัคราภิจากปั้มน้ำมันและชอชท์ คิดเป็นร้อยละ 20.42



ศูนย์วิทยพัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 จำนวนผู้ให้บริการอัตรามีประเภทต่าง ๆ จากสถานีวิทยุโทรทัศน์
 จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ข้าราชการ		พนักงาน		เกษียณ		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91		172		110		77	
อัตรามีเพลากลางและ ย่อย	40	22.22	56	18.06	30	17.24	29	27.88
อัตรามีแทน	28	15.55	32	10.32	20	11.49	11	10.58
อัตรามีลูกปืนล่อนหน้า	43	23.89	63	20.32	34	19.54	26	25.00
อัตรามีสายเบรคและ หลอดลมช็อคคอต่าง ๆ	23	12.78	24	7.74	19	10.92	12	11.54
ไม่ได้ใช้บริการประเภท นี้จากสถานีวิทยุ	41	22.78	123	39.68	70	40.23	24	23.08
อื่น ๆ	5	2.78	12	3.87	1	0.57	2	1.92
รวม	180	100	310	100	174	100	104	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 14 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามอาชีพ
 ข้าราชการ นิยมใช้บริการอัตรามีลูกปืนล่อนหน้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.89 จำนวน
 43 ราย ร้อยละ 22.78 ไม่นิยมใช้บริการอัตรามีจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 22.22
 นิยมใช้บริการอัตรามีเพลากลางและย่อย และร้อยละ 15.55 นิยมใช้บริการอัตรามีแทน

จำแนกตามอาชีพพนักงาน ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัตรามี จากสถานีวิทยุ
 ทัศน์ บริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ บริการอัตรามีลูกปืนล่อนหน้าคิดเป็นร้อยละ 20.32
 จำนวน 63 ราย รองลงมาได้แก่ บริการอัตรามีเพลากลางและย่อย ร้อยละ 18.06

และบริการอัครจารบีแทนพรอยละ 10.32

จำแนกตามอาชีพค้าขาย ส่วนมากไม่นิยมใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการน้ำมัน คิดเป็นร้อยละ 40.23 จำนวน 70 ราย บริการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ บริการอัครจารบีลูกปิ่นล่อหน้า คิดเป็นร้อยละ 18.54 รองลงมา ไคแก่ บริการอัครจารบีเปลากกลางและร้อยละ 17.24 และบริการอัครจารบีแทนพรอยละ 11.49

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักศึกษา นายแพทย์, ทนายความ, ผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ นิยมใช้บริการอัครจารบีเปลากกลางและขอยห้มมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.88 รองลงมา นิยมใช้บริการอัครจารบีลูกปิ่นล่อหน้าคิดเป็นร้อยละ 25 อีกร้อยละ 23.08 ไม่นิยมใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการน้ำมัน

การวิเคราะห์ปริมาณผู้ใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 9 -14 ไคแสดงให้เห็นจำนวนผู้ใช้บริการอัครจารบีประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการดังกล่าวส่วนมากไม่ได้ใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการน้ำมัน มีจำนวนถึง 258 คน (คิดเป็นร้อยละ 33.59 จากจำนวนอัครจารบีทั้งหมด 768 ราย) บริการอัครจารบีลูกปิ่นล่อหน้าและบริการอัครจารบีเปลากกลางและขอยห้มมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนพอสมควร คิดเป็นร้อยละ 21.61 และร้อยละ 20.18 สำหรับบริการอัครจารบีแทนพรอย สายเชรคและหลอดล้นชอกคอกต่าง ๆ มีผู้ใช้บริการจำนวนน้อยมาก

การที่มีผู้ใช้บริการที่ไม่นิยมใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการน้ำมัน เป็นจำนวนมากนั้น สถานีบริการคงให้ความสนใจจากอาชีพบริการที่สะดวกรวดเร็วและคุณภาพของบริการเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพื่อเป็นการชักจูงให้มีผู้ใช้บริการอัครจารบีจากสถานีบริการเพิ่มขึ้น สำหรับบริการอัครจารบีลูกปิ่นล่อหน้า เปลากกลางและขอยห้ม แทนพรอย สายเชรคและหลอดล้นชอกคอกต่าง ๆ ซึ่งมีผู้ใช้บริการจำนวนไม่มากนัก สถานีบริการคงให้ความสนใจในความสะดวกรวดเร็ว และบริการด้วยคุณภาพเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในบริการแก่ผู้ใช้บริการ เป็นการช่วยเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 15 จำนวนผู้ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานบริการน้ำมัน*

	ราย	ร้อยละ
ผู้ใช้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง	293	40.81
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	143	19.92
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	135	18.80
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จาก สถานบริการ	139	19.36
อื่น ๆ	8	1.11
รวม	718	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 15 จำนวนผู้ใช้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด ร้อยละ 40.81 รองลงมาได้แก่ เปลี่ยนไส้กรองอากาศและบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 19.92 และ 18.8 ตามลำดับ มีผู้ใช้บริการจากสถานบริการน้ำมัน ร้อยละ 19.36 อีกร้อยละ 1.11 ใช้บริการอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนอุปกรณ์แม่พิมพ์เชรค ตาเชรค และยาง เป็นต้น

ตารางที่ 16 จำนวนผู้ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามเพศ / สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์*

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365		85		160		290	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมัน- เครื่อง	242	41.44	51	38.06	96	39.67	197	41.39
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	110	18.84	33	24.63	50	20.66	93	19.54
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	112	19.18	23	17.15	42	17.36	93	19.54
ไม่ได้ใช้บริการประเภท นี้จากสถานีบริการ	114	19.52	25	18.66	51	21.07	88	18.49
อื่น ๆ	6	1.03	2	1.49	3	1.24	5	1.05
รวม	584	100	134	100	242	100	476	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 16 จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามเพศ ปรากฏ
ว่า เพศชายนิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.44
จำนวน 242 คน อีกร้อยละ 19.52 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน
บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศและบริการเกี่ยวกับหัวเทียน มีผู้นิยมใช้พอ ๆ กัน

เพศหญิงนิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ
38.06 รองลงมาคือ บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ คิดเป็นร้อยละ 24.63 บริการเกี่ยว
กับหัวเทียน คิดเป็นร้อยละ 17.1 อีกร้อยละ 18.66 ไม่นิยมเปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ
ในสถานีบริการน้ำมัน

เมื่อจำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ปรากฏว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ที่ยังเป็นโสด นิยมใช้
 บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.67 รองลงมาได้แก่
 บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ 20.66 และบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 17.36
 อีกร้อยละ 21.07 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์ในสถานีบริการน้ำมัน ส่วนที่สมรสแล้ว
 นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 41.39
 รองลงมา บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ และบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 19.54
 เท่ากัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 จำนวนผู้ใช้บริการ เปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน 30 ปี		31 - 40 ปี		สูงกว่า 40 ปี ขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144		218		88	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง	92	42.79	140	39.67	61	40.67
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	46	21.40	68	19.26	29	19.33
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	41	19.07	61	17.28	33	22
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จาก สถานีบริการ	34	15.81	79	22.38	26	17.33
อื่น ๆ	2	0.93	5	1.42	1	0.67
รวม	215	100	353	100	150	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 17 จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามอายุไม่เกิน 30 ปี นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด ร้อยละ 42.79 จำนวน 92 ราย รองลงมาบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 21.40 และบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 19.07

จำแนกตามอายุระหว่าง 31-40 ปี บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องได้รับความนิยมมากที่สุดร้อยละ 39.67 จำนวน 140 ราย ร้อยละ 22.38 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศมีผู้นิยมใช้ คิดเป็นร้อยละ 19.26 บริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 17.28

จำนวนตามอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำกับเครื่อง ไล่รัง
ความนิยมมากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 40.67 จำนวน 61 ราย อันดับรองลงมา
ได้แก่ บริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 22.00และบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ

19.33



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 จำนวนผู้ใช้บริการ เปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ. 3		ม.ศ. 4 -6/ อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77		121		252	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง	60	46.15	79	41.36	154	38.79
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	21	16.15	35	18.32	87	21.91
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	34	26.15	37	19.37	64	16.12
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จาก สถานีบริการ	13	10.00	38	19.90	88	22.17
อื่น ๆ	2	1.54	2	1.05	4	1.01
รวม	130	100	191	100	397	100

* คอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 18 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามการศึกษาผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.15 จำนวน 60 ราย รองลงมาได้แก่ บริการเกี่ยวกับหัวเทียนร้อยละ 26.15 และบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ 16.15 จากผู้ให้สัมภาษณ์ 121 คน ซึ่งมีการศึกษา ม.ศ. 4 -6 /อาชีวะชั้นสูง นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.36 จำนวน 79 ราย รองลงมาคือบริการเกี่ยวกับหัวเทียนร้อยละ 19.37 และบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ 18.32 อีกร้อยละ 19.90 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน

จากผู้ให้สัมภาษณ์ 252 คน ซึ่งมีการศึกษาระดับอุดมศึกษา นิยมใช้บริการเปลี่ยน

ไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.79 จำนวน 154 ราย รองลงมาคือ
บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 21.91 และบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 16.12
อีกร้อยละ 22.17 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 จำนวนผู้ใช้บริการ เปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000-9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199		135		116	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง	131	41.59	91	41.55	71	38.59
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	67	21.27	44	20.09	32	17.39
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	55	17.27	44	20.09	36	19.57
ไม่ได้ใช้บริการประเภทนี้จาก สถานีบริการ	56	17.46	39	17.81	44	23.91
อื่น ๆ	6	1.90	1	0.67	1	0.54
รวม	315	100	219	100	184	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 19 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับรายได้
ต่ำกว่า 6,000 บาท ปรากฏว่า นิยมใช้บริการ เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด ร้อยละ
41.59 จำนวน 131 ราย รองลงมาได้แก่ บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 21.27
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 17.46 และร้อยละ 17.78 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยน
อุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามระดับรายได้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาท นิยมใช้บริการ
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.55 จำนวน 91 ราย รองลงมา
ได้แก่ บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศและบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 20.09 เท่า ๆ กัน

จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า ๑,๐๐๐ บาทขึ้นไป บริการเปลี่ยนไส้กรอง
 น้ำมันเครื่องได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.59 จำนวน 71 ราย ร้อยละ
 23.91 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน สำหรับบริการเกี่ยวกับหัว-
 เทียนได้รับความนิยม ร้อยละ 19 บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 17.39



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 จำนวนผู้ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน
จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91		172		110		77	
เปลี่ยนไส้กรองน้ำมัน- เครื่อง	68	41.98	94	36.72	85	44.27	46	42.59
เปลี่ยนไส้กรองอากาศ	43	26.54	49	19.14	30	15.62	21	19.44
บริการเกี่ยวกับหัวเทียน	22	13.58	39	15.23	52	27.08	22	20.37
ไม่ได้ใช้บริการประเภท นี้จากสถานีบริการ	27	16.67	70	27.34	24	12.50	18	16.67
อื่น ๆ	2	1.23	4	1.56	1	0.52	1	0.93
รวม	162	100	256	100	192	100	108	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 20 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพ ข้าราชการ นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 26.54 อีกร้อยละ 16 ไม่นิยมใช้ บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน

จำแนกตามอาชีพพนักงาน ส่วนมากนิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง คิดเป็นร้อยละ 36.72 จำนวน 94 ราย อีกร้อยละ 27.34 ไม่นิยมใช้บริการเปลี่ยน อุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศร้อยละ 19.14 และ บริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 15.23

จำแนกตามอาชีพค้าขาย นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุด

คิดเป็นร้อยละ 44.27 จำนวน 85 ราย รองลงมาบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ร้อยละ 27.08 และบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ 15.62

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ ได้แก่ นักศึกษา, นายแพทย์, หนายความ ผู้ชายแรงงาน ฯลฯ นิยมใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 42.59 จำนวน 46 ราย รองลงมาได้แก่ บริการเกี่ยวกับหัวเทียนและบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ ร้อยละ 20.37 และร้อยละ 19.44ตามลำดับ

การวิเคราะห์ปริมาณผู้ใช้บริการ เปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 15 -20 แสดงให้เห็นจำนวนผู้ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์ประเภทต่าง ๆ จากสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการดังกล่าวส่วนใหญ่ใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่อง มีจำนวน 293 คน (คิดเป็นร้อยละ 40.81 จากจำนวนคำตอบทั้งหมด 718 ราย) สำหรับบริการเปลี่ยนไส้กรองอากาศ บริการเกี่ยวกับหัวเทียน มีผู้ใช้บริการจำนวนพอ ๆ กัน และมีผู้ที่ไม่ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมัน จำนวน 139 คน (คิดเป็นร้อยละ 19.36) นอกจากนี้เป็นผู้ใช้บริการอื่น ๆ เช่น เปลี่ยนแม้มิ ผู้เบรค ผ้าเบรค และยาง ซึ่งมีจำนวนน้อยมาก

การที่มีผู้ใช้บริการเปลี่ยนไส้กรองน้ำมันเครื่องมากกว่าบริการประเภทอื่น ๆ นั้น เนื่องจากผู้ใช้นักจะเปลี่ยนไส้กรองทุกครั้งทีเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ดังนั้นสถานีบริการจะต้องให้ความสนใจในการบริการที่รวดเร็วและมีไส้กรองไว้พร้อมบริการตลอดเวลา สำหรับบริการเปลี่ยนกรองอากาศ และบริการเกี่ยวกับหัวเทียน ซึ่งมีผู้ใช้บริการไม่มากนัก สถานีบริการจะต้องสนใจการให้บริการที่รวดเร็วและมีอุปกรณ์อะไหล่พร้อมบริการเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีผู้ที่ไม่ได้ใช้บริการเปลี่ยนอุปกรณ์จากสถานีบริการน้ำมันจำนวนพอสมควร ซึ่งสถานีบริการจะต้องพยายามชักจูงผู้บริโภคเหล่านี้ให้มาใช้บริการจากสถานีบริการด้วยการมีอุปกรณ์อะไหล่ที่มีคุณภาพดี ราคาไม่แพงไว้บริการ

ตารางที่ 21 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	100
ดีมาก	43	9.56
ดี	155	34.44
พอใช้	234	52.00
เลว	18	4.00

จากตารางที่ 21 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน ปรากฏว่า ร้อยละ 52 จำนวน 234 ราย เห็นว่า การให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน อยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด รองลงมาเห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 34.44 จำนวน 155 ราย มีร้อยละ 9.56 เห็นว่า บริการดีมาก และเห็นว่า บริการเลว ร้อยละ 4

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการเสริมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ / สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์*

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365	100	85	100	160	100	290	100
ดีมาก	37	10.14	6	7.06	14	8.75	29	10.00
ดี	130	35.62	25	29.41	49	30.63	106	36.55
พอใช้	184	50.41	50	58.52	90	56.25	144	49.66
เลว	14	3.83	4	4.71	7	4.37	11	3.79

*ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 22 จากผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามเพศชาย มีผู้ให้ความเห็นว่า การให้บริการเสริมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน อยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.41 จำนวน 184 ราย รองลงมา ร้อยละ 35.62 มีความเห็นว่า บริการดี และเห็นว่า บริการดีมาก ร้อยละ 10 จำแนกตามเพศหญิง ให้ความเห็นว่า บริการพอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 58.82 จำนวน 50 ราย รองลงมา ร้อยละ 29.41 เห็นว่าบริการดี และเห็นว่าบริการดีมากอีก ร้อยละ 7.06

จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ผู้ที่ยังเป็นโสดส่วนมากเห็นว่าการให้บริการเสริม น้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน อยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 จำนวน 90 ราย รองลงมา เห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 30.63 อีก ร้อยละ 8.75 มีความเห็นว่า บริการดีมาก สำหรับผู้ที่สมรสแล้ว เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 49 จำนวน 144 ราย รองลงมา เห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 36.55 และเห็นว่า บริการดีมาก อีก ร้อยละ 10.00

ตารางที่ 23 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ไม่เกิน 30 ปี		31 - 40 ปี		สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144	100	218	100	88	100
ดีมาก	13	9.03	20	9.17	10	11.36
ดี	49	34.03	74	33.94	32	36.36
พอใช้	78	54.17	111	50.92	45	51.14
เลว	4	2.78	13	5.96	1	1.14

*ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 23 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 ราย จำแนกตามระดับอายุไม่เกิน 30 ปี เห็นว่า การให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.17 จำนวน 78 ราย รองลงมา ร้อยละ 34.03 เห็นว่า บริการดีอีกร้อยละ 9.03 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่า บริการพอใช้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 50.92 จำนวน 111 ราย รองลงมา ร้อยละ 33.94 เห็นว่าบริการดี อีกร้อยละ 9.17 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป เห็นว่า บริการพอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 51 จำนวน 45 ราย รองลงมา ร้อยละ 36.36 เห็นว่าบริการดี อีกร้อยละ 1.14 เห็นว่า บริการดีมาก

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นของผู้นับถือที่มีต่อการให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ. 3		ม.ศ. 4 -6/อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77	100	121	100	252	100
ดีมาก	16	20.78	9	7.44	18	7.14
ดี	31	40.26	49	40.50	75	29.76
พอใช้	26	33.77	58	47.93	150	59.52
เลว	4	5.19	5	4.13	9	3.57

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 24 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย จำแนกตามระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 เห็นว่า การให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับดี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.26 จำนวน 31 ราย รองลงมา ร้อยละ 33.77 เห็นว่า บริการพอใช้ และร้อยละ 20.78 เห็นว่า บริการดีมาก ส่วนผู้ที่มีการศึกษา ม.ศ. 4-6/อาชีวะชั้นสูง เห็นว่า บริการพอใช้มากที่สุด ร้อยละ 47.93 จำนวน 58 ราย รองลงมา ร้อยละ 40.50 เห็นว่า บริการดี และร้อยละ 7.44 เห็นว่า บริการดีมาก ผู้ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนมากเห็นว่า บริการพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 59.52 จำนวน 150 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดี ร้อยละ 29.76 อีกร้อยละ 7.14 เห็นว่า บริการดีมาก



ตารางที่ 25 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ต่ำกว่า		6,000-9,000		สูงกว่า	
	6,000 บาท		บาท		9,000 บาทขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199	1.00	135	1.00	116	1.00
ดีมาก	15	7.54	17	12.59	11	9.48
ดี	66	33.17	46	34.07	43	37.07
พอใช้	109	54.77	65	48.15	60	51.72
เลว	9	4.52	7	5.19	2	1.72

*ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 25 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามระดับรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท ปรากฏว่า มีความเห็นว่า การให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน อยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.77 จำนวน 107 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 33.17 อีกร้อยละ 7.54 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับรายได้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาท เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 จำนวน 65 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 34.07 และร้อยละ 12.59 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 51.72 จำนวน 60 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 37.07 อีกร้อยละ 9.48 เห็นว่าบริการดีมาก

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการ เติมน้ำมันของสถานีบริการ
น้ำมัน จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91	100	172	100	110	100	77	100
ดีมาก	5	5.49	13	7.56	18	16.36	7	9.09
ดี	25	27.47	49	28.49	59	53.64	22	28.57
พอใช้	54	59.34	105	61.05	31	28.18	44	57.14
เลว	7	7.69	5	2.91	2	1.82	4	5.19

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 26 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพ
ข้าราชการ เห็นว่า การให้บริการเติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุด
คิดเป็นร้อยละ 59.34 จำนวน 54 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดีร้อยละ 27.47 และ
เห็นว่าบริการเลว อีกร้อยละ 7.69

จำแนกตามอาชีพพนักงาน เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.50
จำนวน 105 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดีร้อยละ 28.49 และบริการดีมากร้อยละ
7.56

จำแนกตามอาชีพค้าขาย ส่วนมากเห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 53.64
จำนวน 59 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการพอใช้ร้อยละ 28.18 และบริการดีมาก ร้อยละ
1.82

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักกีฬา, นายแพทย์, นายควา, ผู้ใช้แรงงาน
อาสา เห็นว่า บริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.14 จำนวน 44 ราย รองลงมา

เห็นว่าบริการดี ร้อยละ 28.57 และบริการดีมาก ร้อยละ 9.09

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการเสริมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 21 -26 แสดงให้เห็นถึงบริการเสริมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งผู้ใช้บริการดังกล่าว ส่วนใหญ่จะได้รับบริการเสริมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันค่อนข้างดี ซึ่งจะดูได้จากผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า บริการพอใช้ได้มีจำนวนถึง 234 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ของจำนวนประชากรทั้งหมด 450 คน. ให้ความเห็นว่า บริการดี 155 คน (คิดเป็นร้อยละ 34.44) และให้ความเห็นว่าบริการดีมาก 43 คน (คิดเป็นร้อยละ 9.56) มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ให้ความเห็นว่าบริการเลวเพียง 18 คน (คิดเป็นร้อยละ 4)

การที่บริการเสริมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีนั้น สถานีบริการยังต้องเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการเสริมน้ำมันให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อจะได้เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้ใช้บริการของสถานีบริการเพิ่มมากขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อการให้บริการล้างอັฉนัคของ
สถานบริการน้ํามัน

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	100.00
ดีมาก	39	8.67
ดี	163	36.22
พอใจ	236	52.44
เลว	12	2.67

คำตอบเดียว

จากตารางที่ 27 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 ราย ปรากฏว่า ผู้บริโภคส่วนมากมีความคิดเห็นต่อการให้บริการล้างอັฉนัคของสถานบริการน้ํามันอยู่ระดับพอใจ คือร้อยละ 52.44 จำนวน 236 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 36.22 จำนวน 163 ราย ร้อยละ 8.67 เห็นว่าบริการดีมาก และอีกร้อยละ 2.67 เห็นว่าบริการเลว

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการล้างอัดฉีดของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ / สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์*

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365	100	85	100	160	100	290	100
ดีมาก	35	9.59	4	4.71	15	9.38	24	8.28
ดี	136	37.26	27	31.76	57	35.63	106	36.55
พอใช้	184	50.41	52	61.18	82	51.25	154	53.10
เลว	10	2.74	2	2.35	6	3.75	6	2.07

*ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 28 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามเพศ ชาย ปรากฏว่า มีความเห็นว่า การให้บริการล้างอัดฉีดของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.41 จำนวน 184 ราย รองลงมา ร้อยละ 37.26 เห็นว่าบริการดี และร้อยละ 9.59 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามเพศหญิง เห็นว่าบริการอยู่ในระดับพอใช้ มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 61.18 จำนวน 52 ราย รองลงมา เห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 31.76 อีกร้อยละ 4.71 เห็นว่าบริการดีมาก

จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ปรากฏว่าผู้ที่ยังเป็นโสดส่วนมากเห็นว่า บริการพอใช้ คิดเป็นร้อยละ 51.25 จำนวน 82 ราย ร้อยละ 35.63 เห็นว่าบริการดี อีกร้อยละ 9.28 เห็นว่าบริการดีมาก สำหรับผู้ที่สมรสแล้ว เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุด เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 53.10 จำนวน 154 ราย รองลงมา เห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 36.55 อีกร้อยละ 8.28 เห็นว่าบริการดีมาก

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันบริการ
น้ำมัน จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน 30 ปี		31 - 40 ปี		สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144	100	218	100	88	100
ดีมาก	13	9.03	16	7.34	10	11.36
ดี	48	33.33	83	38.07	32	36.36
พอใช้	79	54.86	112	51.38	45	51.14
เลว	4	2.78	7	3.21	1	1.14

*คำตอบเดียว

จากตารางที่ 29 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 ราย จำแนกตามระดับอายุ ไม่เกิน 30 ปี เห็นว่าการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันบริการน้ำมันอยู่ในระดับพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.86 จำนวน 79 ราย รองลงมา ร้อยละ 33.33 เห็นว่าการบริการดี อีกร้อยละ 9.03 เห็นว่าการบริการดีมาก จำแนกตามระดับอายุระหว่าง 31-40 ปี เห็นว่าการบริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.38 จำนวน 112 ราย รองลงมา เห็นว่าการบริการดี และดีมาก คิดเป็นร้อยละ 38.07 และร้อยละ 7.34 ตามลำดับ จำแนกตามระดับอายุ สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป เห็นว่าการบริการพอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 51 จำนวน 45 ราย รองลงมา ร้อยละ 36.36 เห็นว่าการบริการดี และร้อยละ 11.36 เห็นว่าการบริการดีมาก

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันบริการน้ำมัน จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ไม่เกิน ม.ศ.3		ม.ศ. 4-6/ อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ใช้บริการทั้งหมด	77	100	121	100	252	100
ดีมาก	15	19.48	9	7.44	15	5.95
ดี	26	33.77	45	37.19	92	36.51
พอใช้	31	40.26	64	52.89	141	55.95
เลว	5	6.49	3	2.48	4	1.59

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 30 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามระดับการศึกษา ปรากฏว่าผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 เห็นว่าการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถาบันบริการน้ำมันอยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.26 จำนวน 31 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 33.77 อีกร้อยละ 19.48 เห็นว่าบริการดีมาก ผู้ที่มีการศึกษา ม.ศ. 4 -6/อาชีวะชั้นสูง เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.89 จำนวน 64 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดีและบริการดีมาก คิดเป็นร้อยละ 37 และร้อยละ 7.4 ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาเห็นว่า บริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 55.95 จำนวน 141 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี ร้อยละ 36.51 อีกร้อยละ 5.95 เห็นว่าบริการดีมาก

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการกลางอัครนิคของสถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000-9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาทขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
	ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199	100	135	100	116
ดีมาก	16	8.04	14	10.37	9	7.76
ดี	70	35.18	49	36.30	44	37.93
พอใช้	106	53.27	69	51.11	61	52.59
เลว	7	3.52	3	2.22	2	1.72

* ค่าตอบเคียว

จากตารางที่ 31 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท ปรากฏว่า ส่วนมากเห็นว่าการให้บริการกลางอัครนิคของสถานบริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.27 จำนวน 106 ราย เห็นว่าบริการดี คิดเป็นร้อยละ 35.18 อีกร้อยละ 8.04 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับรายได้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาท เห็นว่าบริการพอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.11 จำนวน 69 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี คิดเป็นร้อยละ 36.30 อีกร้อยละ 10.37 เห็นว่าบริการดีมาก จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า 9,000 บาทขึ้นไป เห็นว่าบริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุดเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 52.59 จำนวน 61 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดี ร้อยละ 37.93 อีกร้อยละ 7.76 เห็นว่าบริการดีมาก

ตารางที่ 32 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถานบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ *

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91	100	172	100	110	100	77	100
ดีมาก	5	5.49	14	8.14	15	13.64	5	6.49
ดี	33	36.26	48	27.91	55	50.00	27	35.06
พอใช้	49	53.85	108	62.79	38	34.55	41	53.25
เลว	4	4.40	2	1.16	2	1.82	4	5.20

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 32 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพข้าราชการ เห็นว่า การให้บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ของสถานบริการน้ำมัน อยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85 จำนวน 49 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการดีร้อยละ 36.26 บริการดีมาก ร้อยละ 5.49

จำแนกตามอาชีพพนักงาน เห็นว่าบริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.79 จำนวน 108 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดี ร้อยละ 27.91 และบริการดีมาก ร้อยละ 8.14

จำแนกตามอาชีพค้าขาย เห็นว่าบริการอยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 จำนวน 55 ราย รองลงมาเห็นว่า บริการพอใช้ร้อยละ 34.55 และบริการดีมาก ร้อยละ 13.64

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักศึกษา, นายแพทย์, ทนายความ, ผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ ส่วนมากเห็นว่าบริการอยู่ในเกณฑ์พอใช้ คิดเป็นร้อยละ 53.25 จำนวน 41 ราย รองลงมาเห็นว่าบริการดีร้อยละ 35 และบริการดีมาก ร้อยละ 6.49

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการล้างอัดฉีดของสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 27 -32 จะแสดงให้เห็นถึงบริการล้างอัดฉีดของสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งผู้ใช้บริการดังกล่าวส่วนใหญ่ จะได้รับบริการล้างอัดฉีดจากสถานีบริการน้ำมัน คอนข้างดี ซึ่งจะดูได้จากผู้ใช้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า บริการพอใช้ได้มีจำนวนทั้งสิ้น 236 คน (คิดเป็นร้อยละ 52.44 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 450 คน) ให้ความเห็นว่าบริการดี 163 คน (คิดเป็นร้อยละ 36.22) และให้คสามเห็นว่าบริการดีมาก 39 คน (คิดเป็นร้อยละ 8.67) มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ให้ความเห็นว่าบริการเลว เพียง 12 คน (คิดเป็นร้อยละ 2.67)

การที่บริการล้างอัดฉีดของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีนั้น สถานีบริการยังต้องเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการล้างอัดฉีดให้ดีขึ้นกว่าเดิม เพื่อเป็นสิ่งจูงใจให้มีผู้เข้ามาใช้บริการล้างอัดฉีดเพิ่มมากขึ้น

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร

	รวมทุกเขต		เขตในเมือง*		เขตชานเมือง**	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	100.00	410	100	40	100
มีจำนวนเพียงพอ	399	89.00	387	94.39	12	30
มีจำนวนไม่เพียงพอ	51	11.00	23	5.61	28	70

* เขตในเมืองหมายถึง 22 เขตในกรุงเทพมหานครไม่รวมเขตหนองจอกและเขตมีนบุรี

** เขตชานเมืองหมายถึง เขตหนองจอกและเขตมีนบุรี

จากตารางที่ 33 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อการบริการ คิดเป็นร้อยละ 89.00 จำนวน 399 ราย เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอร้อยละ 11.00 ในเขตในเมืองผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าจำนวนสถานีบริการน้ำมันมีจำนวนเพียงพอคิดเป็นร้อยละ 94.39 แต่ในเขตชานเมืองผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอคิดเป็นร้อยละ 70.00

ตารางที่ 34 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขต-
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ/สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365	100	85	100	160	100	290	100
มีจำนวนเพียงพอ	323	88.49	76	89.41	131	81.88	268	92.41
มีจำนวนไม่ เพียงพอ	42	11.51	9	10.59	29	18.12	22	7.59

* ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 34 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามเพศชาย ปรากฏว่า ส่วนมากมีความเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมันในกรุงเทพมหานครเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 88.49 จำนวน 323 ราย อีกร้อยละ 11.51 เห็นว่าไม่เพียงพอ จำแนกตามเพศหญิง ส่วนมากเห็นว่าเพียงพอเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 89.41 อีกร้อยละ 10 เห็นว่าไม่เพียงพอ

จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ผู้ที่ยังเป็นโสดส่วนมากเห็นว่าเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 81.88 มีผู้เห็นว่าไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 18.12 สำหรับผู้ที่สมรสแล้วส่วนมากเห็นว่าพอเพียงเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 92.41 อีกร้อยละ 7.59 เห็นว่าไม่พอเพียง

ตารางที่ 35 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมัน
ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์

	ไม่เกิน 30 ปี		31-40 ปี		สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144	100	218	100	88	100
มีจำนวนเพียงพอ	122	84.72	196	89.91	81	92.05
มีจำนวนไม่เพียงพอ	22	15.28	22	10.09	7	7.95

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 35 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามระดับอายุไม่เกิน 30 ปี ปรากฏว่า ส่วนมากเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมันในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 84.72 จำนวน 122 ราย อีกร้อยละ 15.28 เห็นว่า มีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามระดับอายุระหว่าง 31.40 ปี ส่วนมากเห็นว่า มีจำนวนเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 89.91 จำนวน 196 ราย อีกร้อยละ 10.09 เห็นว่า มีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามระดับอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป ส่วนมากเห็นว่า มีจำนวนเพียงพอเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 92 จำนวน 81 ราย อีกร้อยละ 7.95 เห็นว่า มีจำนวนไม่เพียงพอ

ตารางที่ 36 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ.3		ม.ศ. 4-6/ อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77	100	121	100	252	100
มีจำนวนเพียงพอ	73	94.81	111	71.74	215	85.32
มีจำนวนไม่เพียงพอ	4	5.19	10	8.26	37	14.68

* ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 36 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับการศึกษา ผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 ส่วนมากเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมัน ใน กรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 94.81 จำนวน 73 ราย อีกร้อยละ 5.19 เห็นว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอ ผู้ที่มีการศึกษา ม.ศ. 4 -6/ อาชีวะชั้นสูง ส่วนมากเห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ อีกร้อยละ 71.74 เห็นว่า ยังมีจำนวนไม่เพียงพอ สำหรับผู้ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ส่วนมาก เห็นว่ามีจำนวนเพียงพอเช่นกัน คิดเป็นร้อยละ 85.32 จำนวน 215 ราย อีกร้อยละ 14.68 เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ

ตารางที่ 37 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขต
กรุงเทพมหานคร จำแนกตามรายได้ของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ต่ำกว่า		6,000-9,000		สูงกว่า	
	6,000 บาท		บาท		9,000 บาทขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199	100	135	100	116	100
มีจำนวนเพียงพอ	170	85.43	127	94.07	102	87.93
มีจำนวนไม่เพียงพอ	29	14.57	8	5.73	14	12.07

* ค่าตอบเดียว

จากตารางที่ 37 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท ปรากฏว่า ส่วนมากเห็นว่าจำนวนสถานีบริการน้ำมันในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 85.43 จำนวน 170 ราย อีกร้อยละ 14.57 เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามระดับรายได้ 6,000 -9,000 บาท ส่วนมากเห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 94.07 จำนวน 127 ราย อีกร้อยละ 5.93 เห็นว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า 9,000 บาทขึ้นไป เห็นว่ามีจำนวนเพียงพอเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 87.93 จำนวน 102 ราย อีกร้อยละ 12.07 เห็นว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอ

ตารางที่ 38 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91	100	172	100	110	100	77	100
มีจำนวนเพียงพอ	78	85.71	155	90.12	105	95.45	61	79.22
มีจำนวนไม่เพียงพอ	13	14.29	17	9.88	5	4.55	16	20.78

* คำตอบเดียว

จากตารางที่ 38 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพที่ข้าราชการ ส่วนมากเห็นว่าจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการ คิดเป็นร้อยละ 85.71 จำนวน 78 ราย อีกร้อยละ 14.29 เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามอาชีพพนักงาน ส่วนมากเห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 90.12 จำนวน 155 ราย อีกร้อยละ 9.88 เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามอาชีพค้าขาย ส่วนมากเห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 95.45 จำนวน 105 ราย อีกร้อยละ 4.55 เห็นว่ามีจำนวนไม่เพียงพอ จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักศึกษา นายแพทย์ หนายความ ผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ ส่วนมากเห็นว่ามีจำนวนเพียงพอ เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 79.22 จำนวน 61 ราย อีกร้อยละ 20.78 เห็นว่า มีจำนวนไม่เพียงพอ

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร

จากตารางที่ 33 - 38 ได้แสดงถึงความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อจำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร จะเห็นว่าผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า มีจำนวนเพียงพอ เป็นจำนวนถึง 399 คน (คิดเป็นร้อยละ 89 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 450 คน) มีเพียง 51 คน (คิดเป็นร้อยละ 11) ที่มีความเห็นว่า มีจำนวนไม่เพียงพอ

จากการวิจัยพบว่า การที่ผู้ให้บริการส่วนใหญ่มีความเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการนั้น เพียงพอเฉพาะเขตในเมืองเท่านั้น แต่ในเขตชานเมือง ผู้ให้บริการให้ความเห็นว่า จำนวนสถานีบริการน้ำมันยังมีจำนวนน้อยอยู่ ซึ่งก็หมายความว่าบริการของสถานีบริการน้ำมันในเขตชานเมืองยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 39 เหตุผลในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน*

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก	315	28.10
พนักงานบริการสุภาพ	251	22.39
บริเวณสถานีบริการสะอาด	205	18.29
บริการซื้อสัปดาห์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวน	261	23.28
อื่น ๆ	89	7.94
รวม	1,121	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 39 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน ปรากฏว่า ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวกเป็นเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการน้ำมันของผู้บริโภค คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมา ได้แก่ บริการซื้อสัปดาห์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวน พนักงานบริการสุภาพและบริเวณสถานีบริการสะดวกคิดเป็นร้อยละ 23.28 ร้อยละ 22.39 และร้อยละ 18.29 ตามลำดับ อีกร้อยละ 7.94 เลือกใช้บริการด้วยเหตุผลอื่น ๆ เช่น ทางผ่านเป็นประจำ มีบริการเติมลม มีน้ำดื่มหมอน้ำ ตรวจเช็คเครื่องยนต์ มีห้องนำสะอาดและมีพนักงานที่ตั้งใจทำงาน มีความรับผิดชอบ



ตารางที่ 40 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ/
สถานภาพส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	เพศ				สถานภาพส่วนตัว			
	ชาย	ร้อยละ	หญิง	ร้อยละ	โสด	ร้อยละ	สมรส	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365		85		160		290	
ทางเข้าออกสถานี- บริการสะดวก	216	24.69	54	27.55	102	25.41	213	28.14
พนักงานบริการสุภาพ	208	23.77	43	21.94	76	21.17	175	23.12
บริเวณสถานีบริการ สะดวก	176	20.11	29	14.80	57	15.88	148	19.55
บริการซื้อสัปดาห์ น้ำมันครบตาม จำนวน	218	24.91	43	21.94	84	23.40	177	23.38
อื่น ๆ	57	6.51	27	13.78	40	11.14	44	5.81
รวม	875	100	196	100	357	100	757	100

* คอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 40 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามเพศชาย
ปรากฏว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดได้แก่ บริการ
ที่ซื้อสัปดาห์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวนและทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ
24.91 และร้อยละ 24. ตามลำดับ รองลงมาได้แก่ พนักงานบริการสุภาพ คิดเป็นร้อยละ
23.77 และบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 20.11 จำแนกตามเพศหญิง เหตุผลที่
สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 27.5 พนักงานบริการสุภาพ

และบริการที่ซื้อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.94 เท่า ๆ กัน และบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 14.80

จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว ปรากฏว่าทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวกเป็น เหตุผลที่สำคัญที่สุดของผู้ที่ยังเป็นโสด คิดเป็นร้อยละ 28.41 รองลงมาได้แก่ บริการซื้อ- สัตย์ คิดเป็นร้อยละ 23.40 พนักงานบริการสุขภาพ ร้อยละ 21.17 และบริเวณสถานีบริการ สะอาด ร้อยละ 15.88 สำหรับผู้ที่สมรสแล้ว เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานี บริการสะดวกเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 28.14 อันถัดรองลงมาได้แก่ บริการซื้อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 23.38 พนักงานบริการสุขภาพ ร้อยละ 23.12 และบริเวณสถานีบริการ สะอาดร้อยละ 19.55



ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41. เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมัน
จำแนกตามอายุของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ไม่เกิน 30 ปี		31 -40 ปี		สูงกว่า 40 ปีขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144		218		88	
ทางเข้า-ออกสถานีบริการ- สะดวก	90	28.94	199	31.00	63	26.92
พนักงานบริการสุภาพ	75	24.12	122	19.00	54	23.08
บริเวณสถานีบริการสะอาด	54	17.36	103	16.04	48	20.51
บริการซื้อสัติก๊าซได้รับน้ำมัน						
ครบตามจำนวน	58	18.65	147	22.90	56	23.93
อื่น ๆ	34	10.93	71	11.06	13	5.56
รวม	311	100	642	100	234	100

* ทอมโตมากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 41 จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับอายุไม่เกิน 30 ปี เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 28. รองลงมาได้แก่ พนักงานบริการสุภาพร้อยละ 24.12 บริการซื้อสัติก๊าซร้อยละ 18.65 และบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 17.36 จำแนกตามระดับอายุระหว่าง 31 -40 ปี เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้าออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมาได้แก่ บริการซื้อสัติก๊าซ คิดเป็นร้อยละ 22.90 พนักงานบริการสุภาพ ร้อยละ 19.00 และบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 16.04 จำแนกตามระดับอายุสูงกว่า 40 ปีขึ้นไป เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก

เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 26.9 รองลงมาได้แก่ บริการซื้อขาย คิดเป็นร้อยละ 23.93.
พนักงานบริการสุขภาพ ร้อยละ 23 และบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 20.51



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 42 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน่าน้ำดื่ม จำนวนตามการศึกษาของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ.3		ม.ศ.4 -6/ อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77		121		252	
ทางเข้า-ออกสถานบริการ						
สะดวก	57	25.22	89	27.22	169	30.22
พนักงานบริการสุภาพ	58	25.66	74	22.63	119	21.14
บริเวณสถานบริการสะอาด	47	20.80	66	20.18	92	16.34
บริเวณชื้อสัคย์ได้รับน้ำดื่มครบ						
ตามจำนวน	58	25.66	79	24.16	124	22.02
อื่น ๆ	6	2.66	19	5.81	59	10.48
รวม	226	100	327	100	563	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 42 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับการศึกษา เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน่าน้ำดื่มที่สำคัญที่สุดของผู้ที่มีการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 คือ บริการชื้อสัคย์ และพนักงานบริการสุภาพ คิดเป็นร้อยละ 25.66 เท่า ๆ กัน รองลงมาได้แก่ ทางเข้า-ออกสถานบริการสะดวกและบริเวณสถานบริการสะอาด คิดเป็นร้อยละ 25.22 และร้อยละ 20.80 ตามลำดับ จำแนกตามระดับการศึกษา ม.ศ. 4 -6/อาชีวะชั้นสูง เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือทางเข้าออกสถานบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 27.22 รองลงมาได้แก่ บริการชื้อสัคย์ คิดเป็นร้อยละ 24.16 พนักงาน

บริการสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 22.63 และบริเวณสถานีบริการสะอาดร้อยละ 20.18
จำแนกตามระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษา เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้าออกสถานีบริการ
สะดวกเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 30.02 อันดับรองลงมาได้แก่ บริการซื้อสั๊ตย์ ร้อยละ
22.02 พนักงานบริการสุขภาพ ร้อยละ 21.14 และบริเวณสถานีบริการสะอาด ร้อยละ
16.34



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 43 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้
ของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000-9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199		135		116	
ทางเข้า-ออกสถานบริการ- สะดวก	128	28.44	104	29.30	83	26.27
พนักงานบริการสุภาพ	102	22.67	79	22.25	70	22.15
บริเวณสถานบริการสะอาด	73	16.22	68	19.15	64	20.25
บริการซื้อสัปดาห์น้ำมันตาม- จำนวน	107	23.78	78	7.32	76	7.28
อื่น ๆ	40	8.89	26	7.32	23	7.28
รวม	450	100	355	100	316	100

*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 43 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับรายได้
ต่ำกว่า 6,000 บาท มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการที่สำคัญที่สุดคือ
ทางเข้า-ออกสถานบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 28.44 รองลงมาได้แก่ บริการซื้อสัปดาห์
ร้อยละ 23.78 พนักงานบริการสุภาพร้อยละ 22.67 และบริเวณสถานบริการสะอาด
ร้อยละ 16.22 จำแนกตามระดับรายได้ระหว่าง 6,000 -9,000 บาท เหตุผลที่สำคัญ
ที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาได้แก่ พนักงาน
บริการสุภาพ คิดเป็นร้อยละ 22.25 บริการซื้อสัปดาห์ ร้อยละ 21.97 และบริเวณสถาน
บริการสะอาด ร้อยละ 19.15 จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า 9,000 บาทขึ้นไป เหตุผล

ที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวกเช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 26.27
รองลงมาได้แก่บริการซื่อสัตย์ ร้อยละ 24.05 พนักงานบริการสุภาพร้อยละ 22.15 และ
บริเวณสถานีบริการสะอาด ร้อยละ 20.25



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ
ของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91		172		110		77	
ทางเข้า-ออกสถานี- บริการสะดวก	66	32.20	117	30.23	94	25.20	38	25.17
พนักงานบริการสุภาพ	40	19.51	78	20.16	94	25.20	39	25.83
บริเวณสถานีบริการ- สะอาด	33	16.10	64	16.54	85	22.79	23	15.49
บริการซื้อสติกยี่ได้รับ น้ำมันครบตามจำนวน	39	19.02	88	22.74	94	25.20	40	26.49
อื่น ๆ	27	13.17	40	10.34	6	1.61	11	7.28
รวม	205	100	387	100	373		151	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 44 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามอาชีพ ข้าราชการเห็นว่า เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 32.20 จำนวน 66 ราย รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริการสุภาพ ร้อยละ 19.51 และบริการซื้อสติกยี่ ร้อยละ 19.02

จำแนกตามอาชีพพนักงาน เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้าออกสถานีบริการสะดวก คิดเป็นร้อยละ 30.2 จำนวน 117 ราย รองลงมาบริการซื้อสติกยี่ ร้อยละ 22.74 และพนักงานบริการสุภาพ ร้อยละ 20.16

จำแนกตามอาชีพค้าขาย เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ ทางเข้า-ออกสถานีบริการ สะดวก พนักงานบริการสุภาพ และบริการซื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 25.20 จำนวน 94 ราย เท่า ๆ กัน รองลงมาบริเวณสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 22.20

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ เช่น นักศึกษา, นายแพทย์, ทนายความ, ผู้ใช้แรงงาน ฯลฯ เหตุผลที่สำคัญที่สุดคือ บริการซื้อสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 26.49 จำนวน 40 ราย รองลงมาได้แก่ พนักงานบริการสุภาพ คิดเป็นร้อยละ 25.83 และทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก ร้อยละ 25.17

การวิเคราะห์เหตุผลในการเลือกใช้บริการจากสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 39 -44 จะแสดงให้เห็นรายละเอียดของผู้ใช้บริการในการเลือกใช้บริการจากสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่า ผู้ใช้บริการดังกล่าวส่วนใหญ่ให้เหตุผลต่าง ๆ ซึ่งพอจะเรียงตามลำดับไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. ทางเข้าออกสถานีบริการสะดวก (คิดเป็นร้อยละ 28.1 จากจำนวนคำตอบทั้งหมด 1,121 ราย)
2. บริการซื้อสัตว์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวน (คิดเป็นร้อยละ 23.28)
3. พนักงานบริการสุภาพ (คิดเป็นร้อยละ 22.39)
4. บริเวณสถานีบริการสะอาด (คิดเป็นร้อยละ 18.29)
5. อื่น ๆ (คิดเป็นร้อยละ 7.94)

จะเห็นได้ว่าทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวกเป็นเหตุผลสำคัญที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงมากที่สุด รองลงมาได้แก่ บริการซื้อสัตว์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวน พนักงานบริการสุภาพ และบริเวณสถานีบริการสะอาด ส่วนเหตุผลอื่น ๆ เช่น ทางผ่านเป็นประจำ มีบริการเติมลม มีน้ำดื่มหมอน้ำ และมีห้องน้ำสะอาด เป็นเหตุผลที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงน้อยที่สุด

ตารางที่ 45 สิ่งสำคัญที่สนใจให้ผู้บริหารใช้บริการของสถานบริการน้ำมัน *

	สำคัญที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
โกดังที่อยู่อาศัย	311	18.93
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	292	16.93
เป็นที่ยี่ห้อที่ชอบใช้	250	14.49
บริการซื้อสติกซีได้รับน้ำมันครบตามจำนวน	230	13.33
ทางเข้า - ออกสถานบริการสะดวก	214	12.41
พนักงานบริการสุภาพ	174	10.09
ให้บริการดี	141	8.17
สามารถเชื่อถือได้	40	2.32
ให้ส่วนลดพิเศษ	37	2.14
มีของแถมหรือรายการชิงโชค	16	0.93
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	14	0.81
อื่น ๆ	6	0.35
รวม	1,725	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 46 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตาม
 มลเหตุจูงใจให้ผู้บริหารใช้บริการของสถานบริการที่สำคัญที่สุดคือ โกดังที่อยู่อาศัยจำนวน
 311 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.03 รองลงมาได้แก่ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย
 ร้อยละ 14.49 บริการซื้อสติกซีร้อยละ 13.33 ทางเข้า - ออกสถานบริการสะดวกร้อยละ
 12.41 พนักงานบริการสุภาพร้อยละ 10.09 ให้บริการดีร้อยละ 8.17 สามารถซื้อเชื่อ
 ได้ร้อยละ 2.32 ใ้ส่วนลดพิเศษร้อยละ 2.14 มีของแถมหรือรายการชิงโชคร้อยละ
 0.93 มีคนรู้จักทำงานที่นั่นร้อยละ 0.81 และอื่น ๆ อีกร้อยละ 0.35

ตารางที่ 46 สิ่งสำคัญที่สนใจให้ผู้บริหารของสถานับริการน้ำมัน จำแนกตาม
เพศของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ชาย		หญิง	
	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	365		85	
ใกล้ที่อยู่อาศัย	265	19.26	57	15.92
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	240	17.44	53	14.80
เป็นที่ยี่ห้อที่ชอบใช้	200	14.53	52	14.53
บริการซื้อสลับได้รับน้ำมันครบตามจำนวน	180	13.08	49	13.69
ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก	165	11.99	48	13.41
พนักงานบริการสุภาพ	132	9.59	40	11.17
ให้บริการดี	10.3	7.49	38	10.61
สามารถซื้อเชื่อได้	36	2.62	4	1.12
ใกล้สวนสาธารณะ	28	2.04	8	2.23
มีช่องแถมหรือรายการชิงโชค	12	0.87	4	1.12
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	11	0.80	3	0.84
อื่น ๆ	4	0.29	2	0.56
รวม	1,376	100	358	100

* ตอมได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 46 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตาม
เพศ ชาย ปรากฏว่าเหตุผลที่สนใจให้ผู้บริหารของสถานับริการน้ำมันที่สำคัญที่สุด
คือใกล้ที่อยู่อาศัย จำนวน 256 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.26 รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือ
และอุปกรณ์ที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 17.44 เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ คิดเป็นร้อยละ 14.53
และ บริการซื้อสลับได้รับน้ำมันครบตามจำนวน คิดเป็นร้อยละ 13.08

จำนวนตามเพศหญิง ปรากฏว่ามูลเหตุจูงใจให้ผู้บริโภคใช้บริการของสถานี
บริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ ใกล้เคียงอยู่กับ จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.92
รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยคิดเป็นร้อยละ 14.80 เป็นปีที่ชอบ
ใช้คิดเป็นร้อยละ 14.53 และบริการซื้อขายน้ำมันครบตามจำนวนคิดเป็นร้อยละ
13.69



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 47 สิ่งสำคัญที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามสถานภาพ ส่วนตัวของผู้ใช้สัมภาษณ์*

	โสด		สมรส	
	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ
ผู้ใช้สัมภาษณ์ทั้งหมด	160		290	
ใกล้ที่อยู่อาศัย	117	16.79	194	18.81
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	100	14.35	192	18.68
เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้	86	12.34	194	15.95
บริการซื้อดีเซลยี่ห้อได้รับน้ำมันครบตามจำนวน	103	14.78	127	12.35
ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก	93	13.34	121	11.77
พนักงานบริการสุภาพ	75	10.76	99	9.63
ให้บริการดี	69	9.90	72	7.00
สามารถซื้อเชื่อได้	21	3.01	19	1.85
ใกล้ส่วนลกพิเศษ	16	2.30	21	2.04
มีช่องแถมหรือรายการชิงโชค	9	1.29	7	0.68
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	4	0.57	10	0.97
อื่น ๆ	4	0.57	2	0.19
รวม	697	100	1,028	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 47 จากจำนวนผู้ใช้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามสถานภาพส่วนตัว สำหรับผู้ที่เป็นโสดอยู่ ปรากฏว่าเหตุผลที่มุ่งใจให้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ ใกล้ที่อยู่อาศัย จำนวน 117 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.79 รองลงมาได้แก่บริการซื้อดีเซลยี่ห้อได้รับน้ำมันครบตามจำนวนคิดเป็นร้อยละ 14.78 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยร้อยละ 14.35 และเป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 12.34

จำแนกตามสถานภาพส่วนตัวสำหรับ ผู้ที่สมรสแล้ว ปรากฏว่า มูลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมัน ที่สำคัญที่สุดคือใกล้ที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 18.87 จำนวน 194 ราย รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยร้อยละ 18.68 เป็นปีที่ขอใช้ร้อยละ 15.95 และบริการซื้อตัดหญ้าได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 12.35



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 สิ่งสำคัญที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอายุของ
ของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ไม่เกิน 30 ปี		31 - 40 ปี		สูงกว่า 40 ปี	
	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	144		218		88	
ใกล้ที่อยู่อาศัย	103	18.80	156	17.79	52	17.33
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ทันสมัย	83	15.15	151	17.22	58	19.33
เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้	62	11.31	131	14.94	57	19.00
บริการซื้อสติกส์ได้รับน้ำมัน ครบตามจำนวน	84	15.33	113	12.88	33	11.00
ทางเข้า-ออกสถานีบริการ สะดวก	58	10.58	121	13.80	35	11.67
พนักงานบริการสุภาพ ให้บริการดี	65	11.86	78	8.89	31	10.33
ได้ส่วนลดพิเศษ	10	1.82	24	2.74	3	1.00
สามารถซื้อเชื่อได้	17	3.10	19	2.17	4	1.33
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	1	0.18	8	0.91	5	1.67
มีของแถมหรือรายการชิงโชค	7	1.28	8	0.91	1	0.33
อื่น ๆ	1	0.18	3	0.34	2	0.67
รวม	548	100	877	100	300	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 48 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตาม
ระดับอายุไม่เกิน 30 ปี ปรากฏว่าเหตุผลที่มุ่งใจให้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ

ไกลที่อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 18.80 จำนวน 103 ราย รองลงมาได้แก่บริการซื้อสัตว์
ได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 15.33 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ร้อยละ 15.15
และพนักงานบริการสุภาพร้อยละ 11.86

จำแนกตามระดับอายุ 31-40 ปี ปรากฏว่ามีเหตุผลจูงใจให้ใช้บริการใน
สถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุด คือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย คิดเป็นร้อยละ 19.33
จำนวน 58 ราย รองลงมาได้แก่เป็นมีที่หอที่ชอบใช้ร้อยละ 19.00 ไกลที่อยู่อาศัยร้อยละ
17.33 และทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวกร้อยละ 11.67



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 สิ่งสำคัญที่มุ่งใจให้ผู้บริหารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
ของผู้ให้สัมภาษณ์*

	ไม่เกิน ม.ศ.3		ม.ศ. 4-6 อาชีวะชั้นสูง		อุดมศึกษา	
	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ	สำคัญ ที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	77		121		252	
โกธที่อยู่อาศัย	57	19.32	82	18.39	172	17.48
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ ที่ทันสมัย	47	15.93	86	19.28	159	16.16
บริการซื้อขายใ้รับน้ำมัน						
ครบตามจำนวน	36	12.20	53	11.88	141	14.33
เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้	49	16.61	69	15.47	132	13.41
ทางเข้า-ออกสถานีบริการ						
สะดวก	33	11.19	52	11.66	129	13.11
พนักงานบริการสุภาพ	32	10.85	49	10.99	93	9.45
ให้บริการดี	14	4.75	38	8.52	89	9.04
สามารถซื้อเชื่อได้	7	2.37	6	1.35	27	2.74
ได้ส่วนลดพิเศษ	9	3.05	5	1.12	23	2.34
มีของแถมหรือรายการชิงโชค	4	1.36	2	0.45	10	1.02
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	6	2.03	2	0.45	6	0.61
อื่น ๆ	1	0.34	2	0.45	3	0.31
รวม	295	100	446	100	984	100

* ตอบไข่มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 49 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน จำแนกตามระดับการศึกษาไม่เกิน ม.ศ. 3 ปรากฏว่ามูลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมันซึ่งสำคัญที่สุดคือใกล้ที่อยู่อาศัย จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.32 รองลงมาได้แก่เป็นปีที่ขอใบร้อยละ 16.61 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยร้อยละ 15.93 และบริการซื้อสติก์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 12.20

จำแนกตามระดับการศึกษา ม.ศ. 4-6 อาชีวะชั้นสูง ปรากฏว่ามูลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการที่สำคัญที่สุดคือมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยจำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.28 รองลงมาได้แก่ใกล้ที่อยู่อาศัยร้อยละ 18.39 เป็นปีที่ขอใบร้อยละ 15.47 และบริการซื้อสติก์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 11.88

จำแนกตามระดับการศึกษาชั้นอุดมศึกษา ปรากฏว่ามูลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ ใกล้ที่อยู่อาศัยจำนวน 172 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.48 รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ร้อยละ 16.16 บริการซื้อสติก์ได้รับน้ำมันครบตามจำนวน ร้อยละ 14.33 และเป็นปีที่ขอใบร้อยละ 13.41

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 50 สิ่งสำคัญที่มุ่งไขให้ผู้บริโภคใหม่บริการของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้
ของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ต่ำกว่า 6,000 บาท		6,000-9,000 บาท		สูงกว่า 9,000 บาทขึ้นไป	
	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	199		135		166	
ใกล้ที่อยู่อาศัย	143	18.55	93	18.24	75	16.89
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	121	15.69	89	17.45	82	18.47
บริการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันครบตามจำนวน	107	13.88	69	13.53	54	12.16
ทางเข้า-ออกสถานีบริการสะดวก	99	12.84	58	11.37	57	12.84
เป็นที่ยี่หอที่ชอบใช้	94	12.19	83	16.27	73	16.44
พนักงานบริการสุภาพ	84	10.89	49	9.61	41	9.23
ให้บริการดี	72	9.34	35	6.86	34	7.66
สามารถซื้อเชื่อได้	20	2.59	10	1.96	10	2.25
ใกล้สวนสาธารณะ	16	2.08	13	2.55	8	1.80
มีของแถมหรือรายการชิงโชค	9	1.17	4	0.78	3	0.68
มีคนรู้จักทำงานอยู่ที่นั่น	4	0.52	6	1.12	4	0.90
อื่น ๆ	2	0.26	1	0.20	3	0.68
รวม	771	100	510	100	444	100

* ทอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 50 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 ราย จำแนกตามระดับรายได้ต่ำกว่า 6,000 บาท มวลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือใกล้ที่อยู่อาศัย จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.55 รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยร้อยละ 15.69 บริการซื้อดีเซลได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 13.88 และทางเข้า-ออกสถานบริการสะดวกร้อยละ 12.84

จำแนกตามระดับรายได้ระหว่าง 6,000 - 9,000 บาท มวลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือใกล้ที่อยู่อาศัย 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.24 รองลงมาได้แก่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยร้อยละ 17.45 เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 16.27 และบริการซื้อดีเซลได้รับน้ำมันครบตามจำนวนร้อยละ 13.53

จำแนกตามระดับรายได้สูงกว่า 9,000 บาท ขึ้นไป ปรากฏว่ามวลเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.47 รองลงมาได้แก่ใกล้ที่อยู่อาศัยร้อยละ 16.89 เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 16.44 และทางเข้า-ออกสถานบริการสะดวกร้อยละ 12.84

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 สิ่งสำคัญที่มุ่งใจให้ผู้บริหารของสถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพของผู้ให้สัมภาษณ์ *

	ข้าราชการ		พนักงาน		ค้าขาย		อื่น ๆ	
	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ	สำคัญที่สุด	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	91		172		110		77	
ไล่ที่อยู่อาศัย	67	15.88	112	16.37	79	21.53	53	21.03
มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย	69	16.35	102	14.91	86	23.43	35	13.89
บริการซื่อสัตย์	58	13.74	102	14.91	30	8.17	40	15.87
ทางเข้า-ออกสะดวก	55	13.03	97	14.18	31	8.45	31	12.30
เข็นบีทอที่ขอบไซ้	56	13.27	89	13.01	78	21.25	27	10.71
พนักงานบริการสุภาพ	48	11.37	66	9.65	28	7.63	32	12.70
ให้บริการดี	40	9.48	61	8.92	20	5.45	20	7.94
สามารถซื้อเชื้อได้	8	1.90	22	3.22	4	1.09	6	2.38
ได้ส่วนลดพิเศษ	10	2.37	19	2.78	5	1.36	3	1.19
มีของแถมหรือรายการชิงโชค	5	1.18	7	1.02	1	0.27	3	1.19
มีคนรู้จักทำงานที่นั่น	5	1.18	5	0.73	4	1.09	-	-
อื่น ๆ	1	0.24	2	0.29	1	0.27	2	0.79
รวม	422	100	684	100	367	100	252	100

* ขอบใจมากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 51 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 450 คน จำแนกตามอาชีพข้าราชการ ปรากฏว่าเหตุผลที่มุ่งใจให้ใช้บริการของการสถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยจำนวน 69 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.25 รองลงมาได้แก่ได้

อยู่อาศัย ร้อยละ 15.88 บริการซื้อสัตว์ร้อยละ 13.74 และเป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ ร้อยละ 13.27

จำแนกตามอาชีพพนักงาน บริษัท/รัฐวิสาหกิจ ปรากฏว่า มุ่งเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือโกลที่อยู่อาศัย จำนวน 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.91 เท่า ๆ กัน ทางเข้า-ออกสะดวก ร้อยละ 14.18 และเป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 13.01

จำแนกตามอาชีพค้าขาย ปรากฏว่า มุ่งเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ที่สำคัญที่สุดคือ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.43 รองลงมาได้แก่โกลที่อยู่อาศัย ร้อยละ 21.53 เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 21.25 และทางเข้า-ออกสะดวก ร้อยละ 8.45

จำแนกตามอาชีพอื่น ๆ ปรากฏว่า มุ่งเหตุจูงใจให้ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันที่สำคัญที่สุดคือโกลที่อยู่อาศัยจำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.03 รองลงมาได้แก่บริการซื้อสัตว์ร้อยละ 15.87 มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ร้อยละ 13.89 ทางเข้าทางออกสะดวก ร้อยละ 12.30 และยี่ห้อที่ชอบใช้ร้อยละ 10.71

การวิเคราะห์สิ่งสำคัญที่จูงใจให้ผู้ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน

จากตารางที่ 45-51 ได้แสดงให้เห็นถึงสิ่งจูงใจให้ผู้ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน จะเห็นได้ว่าผู้ใช้บริการดังกล่าว ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับต่าง ๆ ซึ่งพอจะเรียงตามอันได้ดังต่อไปนี้

1. โกลที่อยู่อาศัย (คิดเป็นร้อยละ 18.93)
2. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัย (คิดเป็นร้อยละ 16.91)
3. เป็นยี่ห้อที่ชอบใช้ (คิดเป็นร้อยละ 14.49)
4. บริการซื้อสัตว์ได้รับน้ำมันครบถ้วนตามจำนวน (คิดเป็นร้อยละ 13.33)
5. ทางเข้าออกสถานีบริการสะดวก (คิดเป็นร้อยละ 12.41)
6. พนักงานบริการสุภาพ (คิดเป็นร้อยละ 10.09)
7. ให้บริการดี (คิดเป็นร้อยละ 8.17)
8. สามารถซื้อเชื่อได้ (คิดเป็นร้อยละ 2.32)
9. ใ้ส่วนลดพิเศษ (คิดเป็นร้อยละ 2.14)
10. มีของแถมหรือรายการชิงโชค (คิดเป็นร้อยละ 0.93)

๑๑. มีคนรู้จักทำงานอยู่ (คิดเป็นร้อยละ ๐.๘๑)

จะเห็นว่า ใกล้เคียงกับอาชีพ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยและเป็นยี่ห้อที่ชอปปี้ เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ใช้บริการของสถานบริการน้ำมันคำนึงถึงมากที่สุด ส่วนเหตุผลประกอบอื่น ๆ ไม่ค่อยเป็นข้อคำนึงถึงของผู้ใช้บริการมากนัก และสิ่งที่ผู้ใช้บริการคำนึงถึงน้อยที่สุด คือ ใต้ส่วนรถพิเศษ มีของแถมหรือรายการชิงโชค และมีคนรู้จักทำงานอยู่



ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 52 ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงการให้บริการ เติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน *

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
การบริการไต่รถเร็วกว่านี้	88	15.69
ระมัดระวังอย่าเติมน้ำมันจนล้นถึง	81	14.44
การมีบริการเช็คกระຈกหน้าหลัง เช็คน้ำมันเครื่อง น้ำหมอน้ำ และน้ำกลั่นแบตเตอรี่	73	13.01
บริการคืออยู่แล้ว	61	10.87
ควรปรับปรุงมารยาทพนักงาน	59	10.52
ควรฝึกอบรมพนักงานใหม่มีความรู้ในวิธีการให้บริการที่ถูกต้องวิธี การใช้เครื่อง เติมอัตโนมัติ	50	8.91
ควรเพิ่มพนักงาน	23	4.10
ควรมีบริการเติมลม	16	2.85
ควรเปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	7	1.25
ไม่มีข้อเสนอแนะ	82	14.62
รวม	561	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 52 จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 450 คน ผู้ใช้บริการได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการ เติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันดังนี้ ร้อยละ 15.69 ต้องการให้สถานีบริการปรับปรุงความรวดเร็วในการให้บริการ เติมน้ำมัน ร้อยละ 14.44 ต้องการให้ระมัดระวังการ เติมน้ำมัน อย่าให้น้ำมันล้นถึงทำให้เกิดความเสียหายแก่ตัวรถและสูญเปล้า ร้อยละ 13.01 ต้องการให้มีบริการเช็คกระຈกหน้า-หลัง เช็คน้ำมันเครื่อง น้ำหมอน้ำ และน้ำกลั่นแบตเตอรี่ในขณะที่เติมน้ำมันด้วยโดยไม่ต้องเรียกขอบริการ

ข้อเสนอแนะอันคับข้องลงมา ร้อยละ 10.52 ต้องการให้ปรับปรุงกริยามาร-
 มาทของพนักงานที่แสดงต่อผู้ใช้บริการ ร้อยละ 8.91: ต้องการให้มีการฝึกอบรมวิธีการ
 การให้บริการที่ถูกต้องแก่พนักงาน ร้อยละ 4.10 ต้องการให้ทางสถานีบริการใช้เครื่อง-
 ใช้น้ำมันชนิดอ็อกโทมิก และร้อยละ 3.74 ต้องการให้เพิ่มพนักงานเพื่อให้เพียงพอ
 บริการผู้ใช้บริการ

นอกจากนี้ร้อยละ 2.85 ต้องการให้มีบริการเติมลม อีกร้อยละ 1.25 ต้องการ
 ให้เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง สำหรับผู้ใช้สหภาพร้อยละ 14.62 ไม่มีข้อเสนอแนะ
 และอีกร้อย 10.87 ให้ความเห็นว่าการให้บริการ เติมน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันนี้ดี
 อยู่แล้ว



ศูนย์วิทยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 ข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงการให้บริการด้านอัตรากำลังของสถานบริการน้ำมัน *

	ราย	ร้อยละ
ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด	450	
ควรปรับปรุงด้านคุณภาพของบริการ	102	16.61
ควรบริการได้รวดเร็วกว่านี้	94	15.31
ควรใช้ช่างที่มีความชำนาญงานโดยเฉพาะ	80	13.03
การใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้น	58	9.45
ควรให้บริการตรวจเช็คสภาพเครื่องยนต์ด้วย	49	7.98
ควรฝึกอบรมพนักงานใหม่ความรู้วิธีการล้างอัตรากำลังถูกวิธี	47	7.65
บริการด้านอัตรากำลังอยู่แล้ว	44	7.17
ราคาแพงเกินไป	21	3.42
การปรับปรุงมารยาทของพนักงาน	20	3.26
ควรมีความรับผิดชอบต่อการบริการรถยนต์ของลูกค้าที่		
เสียหายเนื่องจากการบริการ	7	1.14
ไม่มีข้อเสนอแนะ	92	14.98
รวม	614	100

* ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 53 จากจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ 450 คน ผู้ใช้บริการได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการให้บริการด้านอัตรากำลังของสถานบริการน้ำมันดังนี้ ร้อยละ 16.61 ต้องการให้ปรับปรุงคุณภาพของบริการ เช่น การบริการล้างรถให้สะอาดทั้งภายนอกและภายในแล้วเช็คให้แห้งสนิท การบริการอัตรากำลังให้ได้อย่างถูกต้องตามมาตรฐาน ร้อยละ 15.31 ต้องการให้ปรับปรุงบริการให้รวดเร็วกว่านี้ ร้อยละ 13.03 ต้องการให้ทางสถานบริการมีช่างที่มีความชำนาญงานล้างอัตรกำลังโดยเฉพาะไว้

คอบบริการ

รองลงมาร้อยละ 9.45 ต้องการให้ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยขึ้น ร้อยละ 7.78 ต้องการให้มีการบริการตรวจสภาพเครื่องยนต์ระหว่างการรับบริการล้างฉีดด้วย ร้อยละ 7.65 ต้องการให้มีการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้การให้บริการต่างอีกซึ่งที่ถูกวิธี ร้อยละ 3.42 เห็นว่า อัตราค่าบริการแพงเกินไป และร้อยละ 3.26 เห็นว่าควรมีการปรับปรุง ศึกษามารยาทของพนักงาน

นอกจากนี้ ร้อยละ 1.14 เห็นว่าทางสถานีบริการควรมีความรับผิดชอบต่ออุปกรณ์รถยนต์ของลูกค้าที่เสียหายเนื่องจากการบริการ สำหรับผู้ให้สัมภาษณ์ร้อยละ 14.98 ไม่มีข้อเสนอแนะ และอีกร้อยละ 7.17 เห็นว่าการให้บริการล้างฉีดอีกของสถานีบริการน้ำมันคืออยู่แล้ว

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย