



ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน
ในเขตจังหวัดนครพนม

Factors of Service Quality Affecting The Decision Making To Use Services of
Petrol Stations In Nakhon Phanom

กัญสพัฒน์ น้บถือตรง^{1*}, กัญญาภัทร จิตมัตย์² และ ทนงศักดิ์ บุตรดี³

Kansapat Nupteotrong^{1*}, Kanyaphat Jitmart² and Thanongsak Butdee³

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม Email : fonkansapat99@gmail.com
โทร: 0996645636^{1*}

Assistant Professor, Division of Business Administration Modern Trade Business Management, That Phanom College, Nakhon
Phanom University. fonkansapat99@gmail.com 0996645636^{1*}

อาจารย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม Email : kanyaphat@npu.ac.th, โทร: 0845149494²
Lecturer, Division of Computer and information technology for education, That Phanom College, Nakhon Phanom University.
Email : kanyaphat@npu.ac.th 0845149494²

นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และการตลาดดิจิทัล วิทยาลัยธาตุพนม มหาวิทยาลัยนครพนม Email : boddeethanongsak@gmail.com
โทร: 0629879201³

Student, Division of Business Administration Modern Trade Business Management, That Phanom College, Nakhon Phanom
University. boddeethanongsak@gmail.com 0629879201³
Corresponding author E-mail: fonkansapat99@gmail.com*

Received: 13 August 2025; Revised: 17 December 2025; Accepted: 6 January 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการสถานีน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม จำนวนตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานการวิจัยใช้ในการวิเคราะห์ค่าถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท และมีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ พฤติกรรมการใช้

บริการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท.และขึ้นขอรับการบริการของสถานีน้ำมัน บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ก่อนตัดสินใจใช้บริการ เลือกรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อบุคคล เช่น คนในครอบครัว หรือเพื่อน สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เพราะคุณภาพของน้ำมัน และใช้บริการสถานีน้ำมัน 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่นอกจากใช้บริการเติมน้ำมันแล้ว ยังใช้บริการอื่น ๆ คือ บริการร้านสะดวกซื้อ โดยเฉลี่ยเติมน้ำมัน 100-500 บาท ต่อครั้ง ประเภทน้ำมันที่เติม คือ น้ำมันเบนซิน ออกเทน 91 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านความมั่นใจ ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, การตัดสินใจ, การใช้บริการ

Abstract

This research aimed to study the factors of service quality affecting the decision making to use services of petrol stations in Nakhon Phanom. The samples of the study contained 400 service users of petrol stations in Nakhon Phanom. The questionnaires were used as the instrument for collecting data. The statistics, which were used for analyzing the data, consisted of frequency, percentage, standard deviation, and hypothesis testing with multiple regression at a statistical significance at 0.05.

The findings of the research revealed that the respondents were mostly male, aged 21 – 30 years old with an education level of a bachelor's degree, income of 10,001 – 20,000 baht and they have their own business/freelance careers. For the part of service usage behavior, most respondents have ever used the services of PTT Petrol Station, and they were satisfied with the services. Before making a decision to use the service, customers choose to receive information through personal sources, such as family members or friends. The reason for choosing to use the gas station service is the quality of the fuel. They used the services 1 – 2 times a week. Another service usage was toilet service. The average of filling petrol was 100 – 500 baht. The type of filled petrol was 91 octane gasoline. The results of hypothesis testing found that the factors of

service quality affecting the decision making to use services of petrol stations in Nakhon Phanom consisted of 5 aspects: service concreteness, service reliability, service provider response, confidence, and attentiveness. These aspects influenced the decision making to use services of petrol stations in Nakhon Phanom with statistical significance at 0.05

Keywords: Service Quality, Decision Making, Service Usage

บทนำ

น้ำมันเชื้อเพลิงยังมีความจำเป็นพื้นฐานของกลุ่มผู้ใช้รถและเครื่องยนต์พาหนะในประเทศไทยที่ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงเป็นปัจจัยหลัก ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีรถไฟฟ้าเข้ามาทดแทนการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงก็ตาม แต่กลุ่มผู้ใช้ น้ำมันเชื้อเพลิงยังมีมาก โดยคิดค่าของความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงต่อวันมากถึง 152.30 ล้านลิตร/วัน (ประชาชาติธุรกิจ, 2566) โดยส่วนแบ่งทางการตลาดน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านสถานีบริการน้ำมัน 9 เดือน ในปี 2565 ประกอบด้วย 1) บริษัท ปตท. การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 38.80 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง 1.4 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 2,108 แห่ง 2) บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 16.20 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง 0.2 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 1,320 แห่ง 3) บริษัท เอสซี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 13.4 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง 1.5 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 780 แห่ง 4) บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 11.4 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง -1.3 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 2,110 แห่ง 5) บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 8.2 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง -1.8 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 694 แห่ง 6) บริษัท เชฟรอน (ไทย) จำกัด หรือคาลเท็กซ์ ส่วนแบ่งตลาด 4.1 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง -0.2 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 427 แห่ง 7) บริษัท ปตท. บริหารธุรกิจค้าปลีก จำกัด ส่วนแบ่งตลาด 3.5 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง 0.1 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 150 แห่ง 8) บริษัท ซีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) ส่วนแบ่งตลาด 1.6 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง 0.1 เปอร์เซ็นต์ จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 198 แห่ง และ 9) อื่น ๆ ส่วนแบ่งตลาด 2.8 เปอร์เซ็นต์ เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนเปลี่ยนแปลง -0.1 เปอร์เซ็นต์ ยอมรับว่าธุรกิจค้าปลีกน้ำมันผ่านสถานีบริการในปัจจุบันแตกต่างไปจากอดีต นับวันส่วนแบ่งทางการตลาดในการจำหน่ายน้ำมันผ่านปั๊ม แคมมาก เนื่องจากมีบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) (OR) และบริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (BCP) ซึ่งเป็นบริษัทน้ำมันสัญชาติไทยที่มีส่วนแบ่งการตลาดรายใหญ่เบอร์ 1 และ 2 ของประเทศไทย ทำหน้าที่คุม

ราคาไม่ทำให้กำไรจากการขายน้ำมันผ่านปั๊มสูงเกินไป โดยเฉพาะในช่วงที่ราคาน้ำมันแพง ช่วยชะลอการขยับขึ้นราคาขายน้ำมัน เพื่อไม่ให้ผู้บริโภคได้รับผลกระทบมากเกินไป ทำให้ราคาขายปลีกน้ำมันแทบทุกผลิตภัณฑ์ จึงต่ำกว่าผลิตภัณฑ์น้ำมันของค่ายต่างชาติ จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมช่วงนี้ ส่วนแบ่งการตลาด PTT Station และบางจากจึงขยับเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ค่ายน้ำมันต่างชาติกลับมีส่วนแบ่งการตลาดน้ำมันหดตัวลง (mgronline, 2565) หม่อมหลวง ปึกทอง ทองใหญ่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) หรือ OR เปิดเผยถึงผลการดำเนินงานปี 2567 โดยหลักจากปริมาณจำหน่ายน้ำมันที่ลดลงและราคาน้ำมันในตลาดโลกเฉลี่ยปรับลดลงของกลุ่มธุรกิจ Mobility (energynewscenter, 2567) สาเหตุของปริมาณจำหน่ายน้ำมันที่ลดลงเนื่องจากในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2566 ราคาน้ำมันดิบดูไบปรับลดสู่ระดับเฉลี่ย 82.2 ดอลลาร์สหรัฐต่อบาร์เรล หรือลดลง -17.9% YoY ผลจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัวหลังธนาคารกลางทั่วโลกเร่งปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อบรรเทาแรงกดดันจากเงินเฟ้อที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ประกอบกับเศรษฐกิจจีนฟื้นตัวช้า ทำให้ความต้องการใช้น้ำมันทั่วโลกแผ่วลง ส่งผลให้ผู้ผลิตน้ำมันทยอยปรับลดกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับอุปสงค์ โดยเฉพาะกลุ่ม OPEC+ มีมติปรับลดกำลังการผลิตหลายครั้งรวมกันมากกว่า 2.5 ล้านบาร์เรลต่อวันนับตั้งแต่ต้นปี 2566 อีกทั้งมีอุปทานน้ำมันบางส่วนหายไปจากตลาด ตามมาตรการคว่ำบาตรรัสเซียของชาติตะวันตก ซึ่งห้ามประเทศสมาชิกนำเข้าน้ำมันดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมสำเร็จรูปจากรัสเซีย นอกจากนี้ ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย ยูเครน และอิสราเอล ฮามาส (ต้นเดือนตุลาคม 2566) ยังสร้างความผันผวนให้แก่ตลาดน้ำมันดิบโลกเป็นระยะ ส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบโลกทรงตัวที่ระดับสูงต่อเนื่อง แม้จะเผชิญภาวะชะลอตัวของอุปสงค์ ความต้องการใช้น้ำมันสำเร็จรูปที่ชะลอลง กดดันให้ราคาน้ำมันสำเร็จรูป (ตลาดสิงคโปร์) ปรับลดในทิศทางเดียวกัน การปรับลดของราคาน้ำมันสำเร็จรูปถูกจำกัดจากการที่ EU หันมานำเข้าน้ำมันสำเร็จรูปจากเอเชียเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะน้ำมันดีเซลเพื่อทดแทนการนำเข้าน้ำมันจากรัสเซีย ประกอบกับประเทศในเอเชียทยอยเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ กระตุ้นให้มีการเดินทางระหว่างประเทศมากขึ้น หนุนอุปสงค์น้ำมันสำเร็จรูปมีอยู่ต่อเนื่อง และช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 โรงกลั่นน้ำมันของไทยได้รับผลกระทบเชิงบวก จากการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของเศรษฐกิจ โดยธุรกิจการท่องเที่ยว ช่วยหนุนรายได้ของแรงงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้องปรับตัวดีขึ้น รวมถึงการเดินทางด้วยเครื่องบินมีมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันสำเร็จรูป (น้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันอากาศยาน และน้ำมันเตา) เพิ่มขึ้น ขณะที่อัตราการใช้จ่ายการผลิตของโรงกลั่นทรงตัวในระดับสูง แต่ราคาน้ำมันสำเร็จรูปที่ปรับลดลงตามราคาน้ำมันดิบ โดยแนวโน้มในปี 2567 มีการขยายการลงทุนสถานีบริการน้ำมันสีเขียวเพิ่มขึ้น และมีการลงทุนในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวกับน้ำมันมากขึ้น เพื่อขยายฐานรายได้ต่อเนื่องในระยะยาว (วิจัยกรุงศรี, 2566)

อมรรัตน์ จินตุลา และปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ (2566) กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ พนักงานให้ความรู้สึกเป็นกันเองแก่ทานในการให้บริการ พนักงานมีความเข้าใจและความถูกต้องของการขอใน

การให้บริการ (ฉัตรชัย ชัยศิริ, 2558) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน ประกอบด้วย 1) ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ สถานีบริการมีความสะดวกและใช้บริการง่าย สถานที่รองรับบริการสะดวกสบาย และมีพนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย 2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ การที่พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ พนักงานมีความรู้ความสามารถในการบริการ และพนักงานใส่ใจในการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นอย่างดี 3) ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภค การที่พนักงานมีการบริการที่เป็นมิตร สุภาพ ไม่เลือกปฏิบัติลูกค้า 4) ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ สถานีบริการน้ำมันมีการแจ้งข้อมูลหรือขั้นตอนและระยะเวลา หรือการสร้างเอกสารคู่มือประกอบการใช้งานที่มีความชัดเจนเข้าใจง่ายต่อลูกค้า 5) ด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ การที่พนักงานมีความซื่อสัตย์สุจริตในการปฏิบัติหน้าที่ เช่น ไม่ขอสิ่งตอบแทน ไม่รับสินบน ไม่หาประโยชน์ในทางมิชอบ มีอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการให้บริการ สิ่งต่าง ๆ โดยปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่กล่าวมามีผลต่อคุณภาพการบริการสถานีน้ำมันเป็นอย่างมาก (ธรรมรัตน์ คำแพง และสุเมธ ฐวธราตระกูล, 2566) กล่าวว่า การตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานีน้ำมัน ประกอบด้วย 1) ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมัน 2) ด้านการรับรู้ปัญหาเกี่ยวกับการบริการ เช่น การได้รับข้อมูลการใช้บริการของสถานีบริการน้ำมันผ่านสื่อต่าง ๆ หรือโปรมแกรมต่าง ๆ 3) ด้านการค้นหาข้อมูล เช่นการได้ข้อมูลจากบุคคลที่มีชื่อเสียงที่เคยมาใช้บริการ คนในครอบครัวที่เคยใช้บริการ และการค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยตนเอง 4) ด้านการประเมินผลทางเลือกในการใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นความน่าเชื่อถือ ความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูล และการส่งเสริมการขายของสถานีบริการ 5) ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือแหล่งข้อมูล และช่องทางการชำระเงิน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน และ 6) ด้านความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ ซึ่งการกลับมาใช้บริการอีกครั้งหลังจากใช้บริการล่าสุดและความพอใจ และประทับใจในการให้บริการของพนักงาน มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน โดยปัจจัยที่กล่าวมามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมันเป็นอย่างมาก

จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ติดกับแม่น้ำโขงมีความสำคัญทั้งในแง่ของการเป็นจุดผ่านแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศลาว เป็นศูนย์กลางของการค้าขายและการคมนาคมระหว่างภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2564) และเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ในด้านการขนส่งและการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะในกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ เขตเศรษฐกิจพิเศษกลุ่มแม่น้ำโขง และแผนพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ซึ่งส่งผลให้มีการขยายตัวของอุตสาหกรรมขนส่งการค้าขายระหว่างประเทศมากขึ้น และมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดนครพนมทั้ง 6 แบรินด์ ได้แก่ 1) บริษัท ปตท. การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) จำนวน 12 แห่ง (Pttor, 2567, ออนไลน์) 2) บริษัท พีทีจี เอ็นเนอยี จำกัด (มหาชน) จำนวน 8 สถานี (Google maps. 2567, ออนไลน์) 3) บริษัท บางจาก คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 11 แห่ง (กรมธุรกิจพลังงาน. 2567, ออนไลน์) 4) บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 แห่ง (Google maps. 2567, ออนไลน์) 5) บริษัท เอสโซ่ (ประเทศไทย)

จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 แห่ง(Google maps. 2567, ออนไลน์) 6) บริษัท เซฟรอน (ไทย) จำกัด หรือคาลเท็กซ์ จำนวน 3 แห่ง (Google maps. 2567, ออนไลน์) เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจงานวิจัยเรื่องการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม โดยดำเนินการศึกษาคูณภาพ การบริการสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดนครพนม เนื่องจากการบริการในสถานบริการน้ำมันเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครพนม และการวิจัยในครั้งนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม เพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจและความต้องการของผู้บริโภคในการใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไปและผลการวิจัยดังกล่าวนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจน้ำมันสามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาการบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครพนมในระยะยาวต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

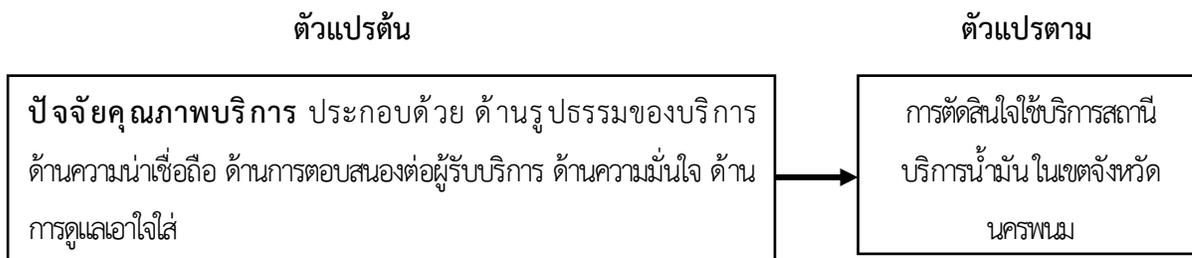
กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย

สมมติฐาน

ปัจจัยคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดนครพนม ได้ทับทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ทฤษฎีคุณภาพบริการของ (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 2013) และทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ ของ (วิเชียร วิทยอุดม, 2556 : น.18) (สุรคุณ คณัฐยานนท์, 2556 : น. 11) และ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) โดยนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม และการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากร ผู้ที่เคยใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ดังนั้น ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของสูตร W.G.Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05% ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมประมาณ 385 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เพิ่มเป็น 400 ตัวอย่าง

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หนังสือ ตำรา สื่อออนไลน์ บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการวิจัย
2. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้กรองผู้ตอบแบบสอบถาม ว่าเคยใช้บริการสถานีบริการปั้มน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม หรือไม่ เคยใช้บริการสถานีบริการปั้มน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม (เป็นคำถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ (เป็นคำถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมต่อการบริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม (เป็นคำถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว และหลายคำตอบ) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม (เป็นคำถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว) ส่วนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม (เป็นคำถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว) และนำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรง เชิงเนื้อหา ความสอดคล้องข้อคำถาม

เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย โดยใช้สูตรของ Rovinelli & Hambleton (1977) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของเครื่องมือวิจัยระหว่าง 0.6 – 0.8 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือ

3. นำแบบสอบถามไปทำการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จไปเปรียบร้อยไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบาค เพื่อหาค่าคงที่ของคำถามโดยจะมีค่าเท่ากับ 0.970 ซึ่งถือว่ามีความน่าเชื่อถือ สามารถใช้เพื่อศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดนครพนมได้

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ
2. ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการสถานีบริการน้ำมัน และการตัดสินใจตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. สมมติฐานการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอิสระ จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.75

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) จำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 20.71 ซึ่งชอบการบริการสถานีบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.25 ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน จะเลือกรับทราบข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อรูปแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา หรือบิลบอร์ด จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 สาเหตุที่ตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากคุณภาพของน้ำมัน จำนวน 342 คิดเป็นร้อยละ 25.54 มีการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

จำนวน 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 จ่ายเงินเติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันต่อ ครั้งประมาณ 100 – 500 บาท จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.25 ประเภทน้ำมันที่เติมส่วนใหญ่จะเติมน้ำมัน เบนซิน ออกเทน 91 จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 และนอกเหนือจากใช้บริการเติมน้ำมันจากการบริการ สถานีการ ยังใช้บริการอื่น คือ บริการท่อน้ำ จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 25.48

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลของปัจจัยคุณภาพการบริการ

ข้อคำถาม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.37	0.514	มากที่สุด
ด้านความน่าเชื่อถือ	4.35	0.551	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.34	0.615	มากที่สุด
ด้านความมั่นใจ	4.38	0.584	มากที่สุด
ด้านการดูแลเอาใจใส่	4.36	0.592	มากที่สุด
รวม	4.36	0.505	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 หากทำการวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านความมั่นใจ อยู่ในระดับมากที่สุดกว่าทุกด้าน

4. ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลของการตัดสินใจตัดสินใจใช้บริการสถานี บริการน้ำมัน

ข้อคำถาม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
วิถีชีวิตของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานสถานีการบริการน้ำมัน	4.58	0.768	มากที่สุด
การหาข้อมูลมีความสะดวกรวดเร็ว และง่ายในการใช้บริการ ส่งผลให้ ตัดสินใจใช้สถานีการบริการน้ำมัน	4.18	0.739	มาก
รูปแบบการให้บริการสถานีการบริการน้ำมัน ส่งผลให้ท่านตัดสินใจใช้ บริการ	4.41	0.770	มากที่สุด
ผู้ให้บริการมีการค้นหาข้อมูลด้านราคา และคุณภาพบริการที่ส่งผลให้ ตัดสินใจใช้งานสถานีการบริการน้ำมัน	4.40	0.798	มากที่สุด

ความคิดเห็นและการแนะนำของคนรอบข้างส่งผลให้ตัดสินใจใช้งานสถานีสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม	4.37	0.810	มากที่สุด
หลังจากใช้สถานีสถานีบริการน้ำมัน ผู้ใช้บริการจะกลับมาใช้บริการซ้ำ	4.40	0.749	มากที่สุด
ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจหลังที่ได้รับการบริการน้ำมัน	4.42	0.794	มากที่สุด
รวม	4.39	0.534	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจตัดสินใจใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 หากทำการวิเคราะห์รายข้อ พบว่า วิถีชีวิตของผู้ใช้บริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้งานสถานีสถานีบริการน้ำมัน อยู่ในระดับมากที่สุดกว่าทุกข้อ

5. ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม

ตัวแปร	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.453	0.125		3.600	0.000*
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (X ₁)	0.208	0.043	0.201	4.865	0.000*
ด้านความน่าเชื่อถือ (X ₂)	0.155	0.043	0.160	3.651	0.000*
ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X ₃)	0.222	0.042	0.256	5.297	0.000*
ด้านความมั่นใจ (X ₄)	0.106	0.044	0.116	2.394	0.017*
ด้านการดูแลเอาใจใส่ (X ₅)	0.212	0.043	0.235	4.987	0.000*

R Square = 0.735 Adjusted R Square = 0.732 Std Error of the Estimate = 0.276

หมายเหตุ* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม พบว่า ทั้ง 5 ด้าน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอยู่ที่ 0.05 คือ ด้านการตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการ (B = 0.222, Sig = 0.000) รองลงมา คือ ด้านการดูแลเอาใจใส่ (B = 0.212, Sig = 0.000) ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (B = 0.208, Sig = 0.000) ด้านความน่าเชื่อถือ (B = 0.155, Sig = 0.000) และด้านความมั่นใจ (B = 0.106, Sig = 0.017) ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์เท่ากับ 0.276 ทั้งนี้สามารถอธิบายปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ได้ว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R Square) 73.20 หมายถึงคุณภาพการบริการสามารถพยากรณ์ ว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ของผู้ใช้บริการได้ถึงร้อยละ 73.20 ส่วนที่เหลือ 26.80 คือปัจจัยอื่นที่กล่าวมา

สามารถนำมาเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.453 + 0.222(X_3) + 0.212(X_5) + 0.208(X_1) + 0.155(X_2) + 0.106(X_4)$$

อภิปรายผลการวิจัย

การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม สามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวทัญญู รัศมีทัต และพรรณภา สวนรัตนชัย (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาความสามารถทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันโดยการสร้างความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์: กรณี สถานีบริการน้ำมันบางจากในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางบวกต่อคุณค่าของตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันบางจาก กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคได้รับการบริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงตราสินค้า และมีการจดจำในตราสินค้า ทำให้ตราสินค้าของธุรกิจมีคุณค่ามากพอที่ผู้บริโภคจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกในครั้งถัดไป

1. ด้านความเป็นรูปแบบของบริการ มีระดับมากที่สุด และส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการต้องคำนึงถึงสถานีบริการน้ำมันจัดสถานที่เป็นระเบียบเรียบร้อยสะอาด สถานีบริการน้ำมันมีความทันสมัย มีห้องน้ำที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เพื่อรองรับการบริการของผู้ใช้บริการ และมีสถานที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น มีที่พักรถของผู้ใช้บริการ มีศูนย์อาหาร มีร้านค้า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธรรมรัตน์ คำแพง และสุเมธ ชูดาราทระกุล (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานี

บริการน้ำมันอิสระในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันอิสระในจังหวัดเพชรบุรี กล่าวคือ การมีการบริการสะดวก รวดเร็ว เช่น การรอคิว การเติมน้ำมัน การชำระเงิน เป็นต้น สถานีบริการให้ความรู้สึกปลอดภัย เมื่อเข้ารับบริการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยแพรวพรรณราย วรณรังสี (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ พบว่า รูปลักษณ์สถานีบริการของสถานีบริการน้ำมัน รูปแบบของมินิมาร์ทในสถานีบริการน้ำมัน ความสะอาดของห้องน้ำ ความสวยงามเป็นระเบียบเรียบร้อย และตกแต่งสถานที่

2. ด้านความน่าเชื่อถือ มีระดับมากที่สุดและส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ สถานีบริการน้ำมัน ต้องมีประกาศข้อมูลข่าวสารราคาน้ำมันตรงตามตลาดโลก คุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการน้ำมันมีความน่าเชื่อถือ สถานีบริการน้ำมันต้องมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการและมีความน่าเชื่อถือ มีการบริการน้ำมันมีคุณภาพมาตรฐาน และบำรุงรักษาอุปกรณ์จ่ายน้ำมันพร้อมใช้งานอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิรัชญา สุขเจริญ ไกรศรี และนาตาชา มาศวิเชียร (2568) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย พบว่า การที่ความน่าเชื่อถือ และความเอาใจใส่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความถูกต้องของบริการ ความจริงใจ และการดูแลลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัฒน์ กว่างศิริพร (2563) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท.ในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัดสมุทรปราการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งพนักงานของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีการแนะนำสินค้าและบริการได้อย่างถูกต้อง พนักงานของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความสุภาพเรียบร้อย และอัธยาศัยไมตรีที่ดีในการให้บริการ พนักงานของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในงาน

3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ มีระดับมากที่สุด และส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ โดยพนักงานในสถานีบริการน้ำมันต้องมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการให้บริการ สามารถให้คำแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลของสถานีบริการน้ำมันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว แก้ไขปัญหาและดำเนินการเฉพาะหน้าได้ ให้การบริการผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็ว และต้องมีจำนวนพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการผู้ใช้บริการอย่างรวดเร็วและทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยแพรวพรรณราย วรณรังสี (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการ

ตัดสินใจเลือกสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการด้านพนักงานผู้ให้บริการ โดยปัจจัยนี้มีความสำคัญ ระดับมาก ได้แก่ พนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส พุดจาสุภาพในการให้บริการ พนักงานมีการแต่งกายสะอาด สุภาพเหมาะสม พนักงานมีความเอาใจใส่และกระตือรือร้น บริการรวดเร็ว พนักงานให้บริการ การเช็คกระจก เติมน้ำมัน สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนาด เริ่มลาวรรณ (2566) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านธุรกิจกาแฟในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการตอบสนองต่อผู้บริโภค ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งพนักงานสามารถให้แนะนำ และความช่วยเหลือแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดีระยะเวลาในการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นไปอย่างรวดเร็วและเหมาะสมพนักงานมีความพร้อมให้บริการตลอดเวลา ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค พนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ตามความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีพนักงานให้การต้อนรับมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การยิ้มแย้มและการทักทาย ด้วยความเป็นมิตรพนักงานเอาใจใส่ในสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าและเป็นທີ່ประทับใจ

4. ด้านความมั่นใจ มีระดับมากที่สุดและส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านความมั่นใจมี โดยผู้ให้บริการต้องมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการให้บริการจ่ายน้ำมันสถานบริการน้ำมัน มีระบบรักษาความปลอดภัยและเชื่อมั่นในการรับบริการ มีพนักงานที่ซื่อสัตย์และสร้างความเชื่อมั่นในการให้บริการ สถานบริการน้ำมัน และมีการให้บริการที่มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของของวทัญญู รัชมิทัต และพรรณภา สนวนรัตนชัย (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางพัฒนาความสามารถทางการตลาดของสถานบริการน้ำมันโดยการสร้างความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ : กรณี สถานบริการน้ำมันบางจากในเขต อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการสถานบริการน้ำมันบางจาก กล่าวคือ ความไว้วางใจ (Trust) เป็นตัวชี้วัดผลสัมพันธภาพที่ลูกค้ามีต่อองค์กรธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความภักดีในตราสินค้าและมีความสัมพันธ์ในระยะยาวต่อทางองค์กร และเมื่อองค์กรผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ออกมาใหม่ ผู้บริโภคจะเชื่อว่าสินค้าหรือบริการนั้น ๆ มีคุณภาพดังเช่นที่เคยรับรู้และสอดคล้องกับงานวิจัยของวริชชฎา สุขเจริญไกรศรีและนาตาชา มาควิเชียร (2568) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย พบว่า ในทางกลับกันการที่การให้ความมั่นใจ มีอิทธิพลทางลบ อาจสะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังที่สูงเกินไปของผู้บริโภค ซึ่งหากสถานบริการไม่สามารถตอบสนองได้เต็มที่ จะส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจได้ง่าย เช่น แม้ผู้ให้บริการจะมีความรู้ แต่หากสื่อสารไม่ดี หรือดูไม่กระตือรือร้น ก็อาจถูกมองว่าไม่มั่นใจได้

5. ด้านการดูแลเอาใจใส่ มีระดับมาก และส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานบริการน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครพนม ผู้วิจัยจึงมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจ โดยต้องมีพนักงานในสถานบริการน้ำมันสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก และสามารถติดต่อได้ง่ายในการให้บริการ ให้ควรสำคัญกับลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญในการ

ให้บริการ สามารถให้ความสะดวกแก่ผู้รับบริการ และมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศักราช สุวรรณรังษี ภณิตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย (2562) ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ด้านพนักงานนั้น สถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีพนักงานให้บริการเช็ดกระจกและเทขายและเช็คลมยาง มีพนักงานคอยทำความสะอาดห้องน้ำทุกชั่วโมง จำนวนพนักงานบริการเพียงพอกับการบริการในเวลาปกติและในช่วงเวลาที่เร่งด่วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวริษฐา สุขเจริญไกรศรีและนาตาชา มาศวิเชียร (2568) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมันท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย พบว่าความเอาใจใส่ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความถูกต้องของบริการ ความจริงใจ และการดูแลลูกค้าอย่างเท่าเทียมกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนาด เริ่มลารวรรณ (2566) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านธุรกิจกาแฟในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา ด้านการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้บริโภค ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ซึ่งพนักงานให้ความดูแลเอาใจใส่ตามความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดีพนักงานให้การต้อนรับ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การยิ้มแย้มและการทักทายด้วยความเป็นมิตรพนักงานเอาใจใส่ในสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าและเป็นທີ່ประทับใจ

องค์ความรู้ใหม่

1. ด้านความเป็นรูปธรรมนั้น ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ ห้องน้ำที่สะอาดและถูกสุขลักษณะ ซึ่งไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงองค์ประกอบพื้นฐาน แต่เป็นตัวสะท้อนถึงมาตรฐานการบริหารจัดการและความใส่ใจของสถานีบริการ และการมีศูนย์อาหาร ร้านสะดวกซื้อ และที่พักรถที่จัดสรรอย่างดีก็เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเช่นกัน

2. ด้านความน่าเชื่อถือ ไม่ได้หมายถึงแค่คุณภาพของน้ำมันเชื้อเพลิงเพียงอย่างเดียว แต่หมายรวมถึงความโปร่งใสข้อมูลการให้บริการ เช่น การประกาศราคาน้ำมันที่ตรงตามตลาดโลก การมีพนักงานเพียงพอที่ไว้ใจได้ เป็นสิ่งสร้างความมั่นใจต่อการเลือกการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเช่นกัน

3. ด้านความมั่นใจและด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ คือ การบริการที่พนักงานให้บริการไม่ได้จบแค่การเติมน้ำมัน แต่พนักงานต้องมีความรู้และทักษะการบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจในการรับบริการ ควบคู่ไปกับการบริการที่สุภาพ ความมิตรต่อผู้ใช้บริการ เป็นสิ่งสร้างความมั่นใจต่อการเลือกการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเช่นกัน

4. ด้านการดูแลเอาใจใส่ คือ ปัจจัยสำคัญที่ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก รวมถึงการรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ การที่พนักงานอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงและการติดต่อสถานีบริการ การที่พนักงานดูแลเอาใจใส่ ความต้องการของผู้ใช้บริการ การต้อนรับที่ดี สิ่งเหล่านี้เป็นการแสดงออกถึงการเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ อย่างลึกซึ้ง ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีที่ยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ควรมีการคำนึงปรับปรุงสถานที่ให้มีความหลากหลาย ตามความ จำเป็นและความต้องการของผู้ใช้บริการให้มีที่พักรถของผู้ใช้บริการ มีศูนย์อาหาร มีร้านค้า เพื่อรองรับผู้ใช้ บริการ และมีพื้นที่กว้างขวาง เพื่อเพิ่มความสะดวกในการรับบริการยิ่งขึ้น

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือ สถานีบริการน้ำมันควรปรับปรุงการประกาศข้อมูลข่าวสารราคาน้ำมันให้ตรง ตามราคาตลาดโลก

1.3 ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ สถานีบริการน้ำมันควรปรับปรุงพนักงานในสถานีบริการน้ำมัน ในการให้คำแนะนำข้อมูลของสถานีบริการน้ำมันได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว

1.4 ด้านความมั่นใจ สถานีบริการน้ำมันควรปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น ในการรับบริการ ดังนั้นสถานีบริการน้ำมันควรปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อเพิ่มความมั่นใจในการ รับบริการ

1.5 ด้านการดูแลเอาใจใส่ สถานีบริการน้ำมันควรปรับปรุงพนักงานในสถานีบริการน้ำมันให้ สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาข้อมูลเชิงลึก โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพการบริการเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าถึงปัญหาเชิงลึกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจตลอดจนทัศนคติของผู้ใช้บริการ

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการในสถานการณ์ ต่าง ๆ ของผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ที่ส่งผลต่อ ความพึงพอใจ ความคาดหวัง ที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาในครั้งต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- กฤตยพร สุขพัฒน์ และสินีนาด เริ่มลาวรรณ. (2566). **คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจร้านกาแฟในเขตเทศบาลเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา**. วารสารวิจัยวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 7(3), 195-205.
- กรมการท่องเที่ยว. (2567, 10 ตุลาคม). **ความสัมพันธ์ไทยกับศูนย์ข้อมูลธุรกิจประเทศไทย**.
<https://thaibizlaos.com/lao/about/relations.php>.
- กรมธุรกิจพลังงาน. (2567, 10 ตุลาคม). **รายชื่อผู้แทนจำหน่ายสถานีบริการ บริษัท บางจากปิโตรเลียม**.
https://www.doeb.go.th/dataoil/diesel_b5.
- ฉัตรชัย ชัยศิริ. (2558). **ความคิดเห็นของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการสถานีน้ำมัน หจก.กนกรุ่งเรือง ตำบล
มะขาม อำเภอมะขาม จังหวัดจันทบุรี**. (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการ
บริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา). ฐานข้อมูลงานวิจัย (ThaiLis).
- ณัฐพัฒน์ กว้างศิริพร. (2563). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในจังหวัด
สมุทรปราการ**. (การค้นคว้าอิสระมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). ฐานข้อมูลงานวิจัย (ThaiLis).
- ธรรมรัตน์ คำแพง และสุเมธ ชูदारาตระกูล. (2566). **การตัดสินใจของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันอิสระใน
จังหวัดเพชรบุรี**. วารสารบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต, 19(2), 37-54.
- ธรรมรัตน์ คำแพง และสุเมธ ชูदारาตระกูล. (2566). **ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ
สถานีบริการน้ำมันอิสระในจังหวัดเพชรบุรี**. วารสารรัชต์ภาคย์, 17(51), 160-174.
- บุญญาพร บุญธรรมมา. (2563). **คุณภาพการบริการและพฤติกรรมการเข้าพักรถที่มีผลต่อความตั้งใจในการใช้
บริการโรงแรม ขนาดกลางใน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก**. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตที่
ไม่มีการตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2567, 10 ตุลาคม). **การใช้น้ำมันเชื้อเพลิงปี 2566 เพิ่มขึ้น 0.4% 152.30 ล้านลิตร/วัน น้ำ
มันเจ็ดพุ่ง50.9%**. <https://www.prachachat.net/economy/economy/news-1496575>.
- แพรวพรรณราย วรณรังสี. (2566). **ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานีบริการ
น้ำมันของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่**. วารสารวิชาการและการวิจัยแบบสหวิทยาการ, 3(6), 625-
648.
- วิจัยกรุงศรี. (2567, 10 ตุลาคม). **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมโรงกลั่นน้ำมัน ปี 2567**.
<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/energy-utilities/refinery/io/industry-outlook-refinery-2024-2026>.

- วิเชียร วิทยอุดม. (2556). การพัฒนาองค์การ (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: ธนัชการพิมพ์.
- วาทัญญู รัชมิทัต และพรรณภา สนวนรัตนชัย. (2566). แนวทางพัฒนาความสามารถทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันโดยการสร้างความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ : กรณี สถานีบริการน้ำมันบางจากในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 25(3), 39-52.
- วริษฐา สุขเจริญไกรศรีและ นาทาชา มาศวิเชียร. (2568). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมันท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย. วารสารการวิจัยสหวิทยาการ, 3(5), 1-12.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ สมชาย หิรัญกิตติ และธนวรรธ ตั้งสินทรัพย์. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพฯ : ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศักราช สุวรรณรังษี ภณิตา สุนทรไชย และนิศารัตน์ โชติเชย. (2562). ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาคุณภาพการให้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 6(2), 61-78.
- สุรคุณ คณัฐยานนท์. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ของผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). ฐานข้อมูลงานวิจัย (ThaiLis).
- อมรรัตน์ จินตุลา และปัญญาวัฒน์ จุฑามาศ. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการ PT Max Camp ของรถบรรทุกพาณิชย์ ในสถานีบริการน้ำมัน PT จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5(3), 132-143.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Son. Inc.
- Energynewscenter. (2567, 10 ตุลาคม). ยอดขายน้ำมัน ปี 2567. <https://www.energynewscenter.com/or-%E0%B9%80%E0%B8%9C%E0%B8%A2%E0%B8%9B%E0%B8%B5-2567-%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B3%E0%B8%A1%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B8%94%E0%B8%A5%E0%B8%87/>.
- Google maps. (2567, 10 ตุลาคม). ป้มน้ำมัน พีที, เซลล์, เอสโซ่, คาเท็กซ์, ไกล์ฉัน. <https://www.google.co.th/maps/@18.3170587,99.3986862,17z?hl=th&entry=ttu>.
- Hapsari, R., Clemes, M. D., & Dean, D. (2017). The impact of service quality, customer engagement and selected marketing constructs on airline passenger loyalty. International Journal of Quality and Service Sciences, 9(1), 21-40.



- Mgrounline. (2567, 10 ตุลาคม). ส่วนแบ่งการตลาดน้ำมันเชื้อเพลิง ผ่านสถานีบริการน้ำมัน 9 เดือน ปี 2565.
<https://mgrounline.com/business/detail/9650000118799>.
- Parasuraman, A. (2013). **Valerie A. Zeithaml/Leonard L. Berry**. Dienstleistungsqualität: Konzepte-Methoden-Erfahrungen, 116.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). **Servqual: A multiple-item scale for measuring consumer perc.** Journal of retailing, 64(1), 12.
- Pttor, (2567, 10 ตุลาคม). รายชื่อสถานีน้ำมัน PTT Station ที่ร่วมกิจกรรม.
<http://www1.ptto.com>FileTemporary>.
- Rovinelli, R.J. & Hambleton, R.K. (1977). **On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-Referenced Test Item Validity.** Tijdschrift voor Onderwijsresearch, 2(2), 49-60.