

ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการ  
ของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.: กรณีศึกษา  
สถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี  
Satisfaction of People on the Service Quality  
of PTT Station: A Case Study PTT Station,  
Pak Kret, Nonthaburi

นิพนธ์ เจริญสิทธิพันธ์\* และ ดร.อรานันท์ กลันตปุระ\*\*

Nipon Charoensittiphan and Dr.Oranun Gluntapura

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชาชนที่เข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test ค่า F-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยพบว่าระดับ

---

\* นิสิต หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการในด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ด้านอัตราค่าน้ำมันก๊าด ด้านการประสานงานบริการ ด้านคุณภาพบริการ และด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการทดสอบสมมติฐานพบว่าประชาชนผู้เข้าใช้บริการที่มี เพศ อายุ ประเภทของการใช้บริการ ประเภทเชื้อเพลิง ประเภทบริการเสริม และรายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการที่ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านเวลาที่ประชาชนเข้ามาใช้บริการ ประเภทยานพาหนะ และจำนวนครั้งต่อสัปดาห์ที่ประชาชนเข้ามาใช้บริการต่างก็มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**คำสำคัญ:** ความพึงพอใจของประชาชน, สถานีบริการน้ำมันปตท. , จังหวัดนนทบุรี

## Abstract

The objectives of this thesis were to study of the level of people satisfaction on the service quality of PTT gas stations at Pak Kret, Nonthaburi and to the comparison of the level of people satisfaction on the service quality by criteria of personal factors. The research samples were 400 people, who visited PTT gas stations at Pak Kret, Nonthaburi. The questionnaire was used for collecting the data and statistical approach such as One-Way ANOVA and hypothesis test with t-test and F-test were used for analysis the data by using .05 significant level. The research results showed that the level of people satisfaction on criteria of convenience service, staff manner, service coordination,

service quality and service cost were high level and criterion of service information was medium level. The hypothesis tests showed that the difference of people gender, people age, type of service, type of fuel product, type of additional service and average payment per each service were not effect on difference level of people satisfaction on service quality but the different of arrival time, type of vehicle and the number of visit per week were effect on difference level of people satisfaction on service quality at significant level of .05, which according to research assumptions.

**Key Word:** People Satisfaction, PTT Gas Stations, Nonthaburi

## บทนำ

ภายใต้ความผันผวนของเศรษฐกิจและสถานการณ์ต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ยังคงยึดมั่นในพันธกิจที่จะเป็นองค์กรที่ดีของสังคมในการดำเนินกิจการ โดยเน้นในเรื่องการรักษาความมั่นคงทางพลังงานของประเทศ และปกป้องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้มาตรฐานสากล อีกทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นให้แก่สังคมและชุมชน ตลอดจนสร้างความพึงพอใจแก่ประชาชน โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพใหม่ๆ เข้าไป อาทิ ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าประเภทต่างๆ ซึ่งเริ่มเข้ามาเติมเต็มในสถานบริการน้ำมันมากขึ้น มีผลผลักดันให้สถานบริการน้ำมัน ปตท. สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน โดยเฉพาะการได้รับการตอบรับจากชุมชนพักอาศัยบริเวณพื้นที่ที่สถานบริการนั้นๆ ตั้งอยู่ รวมถึงกลุ่มประชาชนที่ต้องเดินทางสัญจรผ่านพื้นที่ ในปัจจุบันสถานบริการน้ำมันของ ปตท. มีอยู่ทั่วประเทศมากกว่า 1,000 แห่ง โดยมีการพัฒนา

สถานีบริการให้มีภาพลักษณ์ใหม่ครบวงจร พร้อมขยายบริการอื่นๆ เช่น ร้านค้าปลีก รูปแบบต่างๆ ในสถานีบริการ อีกทั้งยังสนองนโยบายรัฐโดยเป็นผู้นำการค้นคว้าและพัฒนาพลังงานทดแทนเพื่อเพิ่มผลิตภัณฑ์ทางเลือกให้แก่ประชาชน และเป็นการสนับสนุนภาคการเกษตรอีกทางหนึ่ง

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงนั้น มีประชาชนพักอาศัยหนาแน่นและความแออัดก็เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้การขยายตัวของตัวเมืองออกสู่ชานเมืองและปริมณฑลรอบนอกเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ประกอบกับอาคารชุดลอยฟ้ายังไม่สามารถตอบสนองความต้องการสำหรับผู้ต้องการที่อยู่อาศัยได้ครอบคลุมเท่าที่ควร สิ่งเหล่านี้ได้สร้างให้พื้นที่แถบชานเมืองมีคุณค่าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว การเลือกทำเลและพื้นที่ใหม่เพื่อสร้างที่อยู่อาศัยของตนเองจึงเป็นสิ่งจำเป็นตามมา ซึ่งเป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการขยายตัวของชุมชนเมือง เมื่อชานเมืองและปริมณฑลมีประชาชนเคลื่อนย้ายเข้าไปตั้งถิ่นฐานหนาแน่นมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาความเจริญทั้งด้านสาธารณูปโภคและอุปโภค ซึ่งทำให้ปัจจุบันผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีเริ่มที่จะขยายออกไปพักอาศัยอยู่ตามชานเมืองมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาเกี่ยวกับการจราจรและความไม่สะดวกสบายในการเดินทางในเมืองและมลภาวะโดยรอบ ประกอบกับในปัจจุบันประชาชนมีรถยนต์ส่วนบุคคลใช้มากขึ้น ทำให้การบริการเกี่ยวกับรถยนต์ อาทิ สถานีบริการน้ำมันจึงเป็นสิ่งจำเป็นตามมา มีผลทำให้ต้องมองหาพื้นที่ขยายบริการเพื่อรองรับการขยายตัวของประชาชนสู่แถบชานเมืองเช่นกัน การขยายตัวของชุมชนเมืองนี้เอง ทำให้สถานีบริการน้ำมันที่จะขยายออกสู่ชุมชนแถบชานเมืองนั้นจำเป็นต้องครอบคลุมและครบวงจร เพื่อให้ประชาชนในแถบนั้นได้เข้ามาใช้บริการอย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ภายในสถานีบริการน้ำมันอย่างครบวงจร อาทิเช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน การจับจ่ายใช้สอยปัจจัยหลักในการดำรงชีพ เป็นต้น โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาในเขตเมืองชั้นในและเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเขตชานเมืองและปริมณฑลที่เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

## วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) สอบถามจากผู้มาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้งหมด 4 สถานีได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยการคำนวณจากสูตรของ ทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1967) เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยนำแบบสอบถามที่เก็บมาได้ ตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล วิเคราะห์โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยนำค่าสถิติร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ใช้อธิบายระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงคิดเป็นร้อยละ 53.0 มีอายุ 30 ปี ขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.5 เวลาที่มาใช้บริการระหว่าง 07.01-09.00 น. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.3 และเวลา 20.01-22.00 น. น้อยที่สุด คิด

เป็นร้อยละ 0.5 รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์อเนกประสงค์มาใช้บริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.0 และรถยนต์สาธารณะ เช่น รถเมล์, รถสองแถว, รถบัสมาใช้บริการน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.0 การใช้บริการเติมน้ำมันและบริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พร้อมๆ กัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.8 เชื้อเพลิงที่ใช้บริการประเภท Gasohol 91, 95, E20, E85 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.8 ผู้มาใช้บริการมักใช้บริการร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven คิดเป็นร้อยละ 57.8 ผู้มาใช้บริการมักไม่ใช้บริการร้านกาแฟ เช่น Café' Amazon คิดเป็นร้อยละ 66.5 บริการศูนย์บริการยานยนต์ เช่น Fit Station, PROCheck คิดเป็นร้อยละ 93.2 บริการร้านอาหารและ เบเกอรี่ เช่น A&W, KFC, S&P, Pizza Hut เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 77.7 บริการทางการเงิน เช่น ธนาคารพาณิชย์ต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 64.0 บริการอื่นๆ เช่น Mangpong, ร้านนายอินทร์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 87.7 ผู้มาใช้บริการมักมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้บริการอยู่ระหว่าง 501-1000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.8 จำนวนครั้งที่เข้ามาใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ต่อสัปดาห์ระหว่าง 1-2 ครั้ง ต่อสัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 36.25

การวิเคราะห์ระดับระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้แบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 3 ระดับ คือ สูง ปานกลาง และต่ำ โดยผลวิเคราะห์จำแนกเป็นรายข้อได้แสดงตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ</b>	<b>3.84</b>	<b>.91</b>	<b>มาก</b>
1. ระยะเวลาที่ใช้ในการเข้ารับบริการแต่ละครั้ง	3.86	.88	มาก
2. มีสิ่งบริการระหว่างการรอรับการให้บริการ เช่น จอแสดงข่าวสาร ปตท.	3.86	1.04	มาก
3. มีการบริการอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของลูกค้า เช่น เติมลม, เช็ดกระจก	3.62	.92	ปานกลาง
4. ท่าเลที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมันอยู่ในแหล่งที่เหมาะสม	4.03	.96	มาก
5. ห้องน้ำสะอาด ถูกสุขลักษณะ และเพียงพอ	3.95	.87	มาก
6. การจัดตกแต่งสถานที่ภายในสถานีบริการน้ำมันเป็นสัดส่วนเหมาะสม สวยงาม	3.90	.92	มาก
7. ภายในสถานีบริการน้ำมันมีบรรยากาศที่ดี และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ตรงกับความต้องการ	3.92	.90	มาก
8. พนักงานมีเพียงพอสำหรับการให้บริการ	3.81	.79	มาก
9. สถานที่จอดรถเพียงพอสำหรับการให้บริการ	3.59	.92	ปานกลาง
<b>ด้านอรรถยาัยของพนักงาน</b>	<b>3.74</b>	<b>.82</b>	<b>มาก</b>
10. พนักงานมีการต้อนรับและยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเองดี	3.79	.85	มาก
11. พนักงานมีความพร้อมในการให้บริการ	3.70	.74	มาก
12. พนักงานแสดงความเป็นมิตร ความจริงใจ และเต็มใจต่อการให้บริการ	3.75	.88	มาก
13. พนักงานแต่งกายสุภาพและเรียบร้อย	3.78	.78	มาก
14. พนักงานพูดจาสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.78	.84	มาก

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
15. พนักงานสามารถตอบข้อซักถามและอธิบายรายละเอียดที่ลูกค้าต้องการได้	3.69	.79	มาก
16. พนักงานยอมรับฟังความคิดเห็นและคำติชมของลูกค้า	3.71	.85	มาก
<b>ด้านการประสานงานบริการ</b>	<b>3.73</b>	<b>.77</b>	<b>มาก</b>
17. ลูกค้าสามารถขอรับบริการได้ทุกประเภทตามความต้องการ	3.74	.73	มาก
18. ลูกค้าติดต่อขอรับบริการได้โดยสะดวกและรวดเร็ว	3.71	.76	มาก
19. มีการให้บริการตามลำดับก่อนหลัง	3.71	.76	มาก
20. มีการประสานงานภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เพื่อให้การบริการได้โดยสะดวกและรวดเร็ว	3.74	.84	มาก
<b>ด้านคุณภาพบริการ</b>	<b>3.74</b>	<b>.82</b>	<b>มาก</b>
21. การเติมน้ำมันในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ทำให้ลูกค้ารู้สึกประหยัดเวลา และสะดวกรวดเร็ว	3.79	.76	มาก
22. สินค้าในบริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีการผลัดเปลี่ยนใหม่เสมอ	3.73	.80	มาก
23. บริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีคุณภาพ และเป็นที่พักผ่อนสำหรับลูกค้าได้อย่างดี	3.79	.89	มาก
24. มีอุปกรณ์และเครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อให้การบริการโดยสะดวก	3.66	.84	ปานกลาง



## ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
<b>ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร</b>	<b>3.52</b>	<b>.85</b>	<b>ปานกลาง</b>
25. มีการโฆษณาโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่เห็นเด่นชัด	3.57	.92	ปานกลาง
26. พนักงานมีความพร้อมในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโปรโมชั่นส่งเสริมการขายได้อย่างชัดเจน	3.48	.81	ปานกลาง
27. มีช่องทางการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ที่หลากหลาย	3.51	.85	ปานกลาง
28. พนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับโปรโมชั่นส่งเสริมการขายได้อย่างชัดเจน	3.52	.81	ปานกลาง
<b>ด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ</b>	<b>3.75</b>	<b>.84</b>	<b>มาก</b>
29. ราคาน้ำมันของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. มีการปรับขึ้นและลงตามที่กำหนดอย่างถูกต้อง	3.85	.86	มาก
30. ราคาสินค้าในบริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เหมาะสมกับราคาตามท้องตลาดทั่วไป	3.73	.79	มาก
31. ราคาสินค้าในบริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวดจากหน่วยงานรัฐ	3.76	.86	มาก
32. ราคาสินค้าในบริการเสริมที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ได้รับการควบคุมอย่างเข้มงวดจากประชาชน	3.64	.85	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.72</b>	<b>0.84</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การให้บริการด้านความสะดวกที่  
ได้รับจากการบริการ จากการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อ  
คุณภาพด้านความสะดวกจากการเข้าใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ใน  
ระดับมาก (= 3.84) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจด้าน  
ความสะดวกที่ได้รับจากการบริการ ทั้งในด้านทำเลและสภาพลักษณะสถานีบริการ ด้าน  
สาธารณูปโภคและจำนวนพนักงานที่เพียงพอ ซึ่งมีผลมาจากนโยบายของ บริษัท  
ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นการบริหารภาพรวมและความต่อเนื่องของบริการที่มี  
คุณภาพ ทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้ได้ ซึ่ง  
ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ สันทัต เสริมศรี (2539: 24-37) ที่กล่าวว่าความ  
พึงพอใจผู้รับบริการเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกของผู้รับบริการต่อการ  
ให้บริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการที่สำคัญๆ คือ สถานที่  
บริการ การเข้าถึงการบริการได้สะดวกเมื่อลูกค้ามีความต้องการ การส่งเสริมแนะนำ  
การบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยื่นข้อมูลข่าวสารหรือ  
บุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการในทางบวก ผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการ  
บริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการ  
ปฏิบัติงานบริการ สภาพแวดล้อมของการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า  
ขบวนการบริการโดยมีวิธีการนำเสนอการบริการที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามี  
ความคล่องตัวและสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องมีคุณภาพ

การให้บริการด้านอรรถาธิบายของพนักงาน จากการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มา  
ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพด้านอรรถาธิบายของพนักงานที่ได้รับจากการเข้า  
ใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับมาก (= 3.74) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ  
ประชาชนผู้ใช้บริการรู้สึกถึงอรรถาธิบายของพนักงาน เช่น การพูดทักทาย รอยยิ้ม ความ  
ตื่นตัวในการให้บริการ ที่ได้รับจากการบริการนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจของประชาชนผู้มา  
ใช้บริการ ซึ่งมีผลมาจากนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นให้มีการ  
ฝึกอบรมขั้นตอนการทำงานแก่พนักงานที่ให้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. เป็น

ประจําารวมถึงมีการตรวจสอบการทำงานและประเมินผลงานของพนักงานทุกเดือน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ สันทัต เสริมศรี (2539: 24-37) ที่กล่าวว่าผู้ให้บริการ ผู้ประกอบการบริหารการบริการ และผู้ปฏิบัติบริการล้วนเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานบริการให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจทั้งสิ้น ผู้บริหารการบริการที่วางนโยบายการบริการที่คํานึงความสำคัญของลูกค้าเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย เช่นเดียวกับผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานบริการที่ตระหนักถึงลูกค้าเป็นสำคัญ แสดงพฤติกรรมการบริการและสนองการบริการที่ลูกค้าต้องการความสนใจเอาใจใส่อย่างเต็มที่ด้วยจิตสำนึกของการบริการ และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนิดา วันวงษ์ (2544) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง: ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ

การให้บริการด้านการประสานงานบริการ จากการศึกษาพบว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพด้านการประสานงานบริการที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับมาก (= 3.73) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับพนักงานและได้รับบริการอย่างถูกต้องตามความต้องการจากการใช้บริการซึ่งเป็นที่น่าพึงพอใจของประชาชนผู้มาใช้บริการ ซึ่งมีผลมาจากนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่วางแผนและจัดขั้นตอนกระบวนการประสานงานอย่างเป็นระบบ เพื่อทำให้เกิดความรวดเร็วในการบริการแก่ประชาชนซึ่งทำให้ประชาชนเกิดความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชนิดา วันวงษ์ (2544) ศึกษาความพึงพอใจของผู้โดยสารการบินไทยต่อการให้บริการของแผนกสอบถามและรับรองที่นั่ง: ศึกษาเฉพาะกรณีท่าอากาศยานกรุงเทพ อาคารผู้โดยสารภายในประเทศ และผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพร ตันติพลูวินัย (2538: 5) ผู้รับบริการย่อมมีความต้องการและคาดหวังในการไปรับบริการทุกครั้ง เมื่อไปรับบริการ ได้

ประสบกับสถานการณ์ที่เป็นจริงก็จะก่อให้เกิดการเปรียบเทียบกับความต้องการก่อนไปรับบริการและแสดงออกมาเป็นระดับความพึงพอใจ เช่น ความพึงพอใจที่ตรงกับ ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกยินดีมีความสุขของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น ลูกค้าไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารมีชื่อแห่งหนึ่ง รู้สึกไม่ผิดหวังที่อาหารอร่อยและบริการรวดเร็ว หรือลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัยตรงตามกำหนดเวลา เป็นต้น

การให้บริการด้านคุณภาพบริการ จากการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพด้านคุณภาพบริการที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการของสถานบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับมาก (= 3.74) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนผู้ใช้บริการรู้สึกถึงภาพลักษณ์และองค์ประกอบโดยรวมของสถานบริการ รวมถึงความต่อเนื่องที่ได้รับในการบริการนั้นเป็นที่น่าพึงพอใจ ซึ่งมีผลมาจากนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นการบริหารภาพรวมทั้งสถานบริการ การวางแบบผังบริเวณ การจัดภูมิทัศน์ และการควบคุมมาตรฐานการบริการอย่างเข้มงวด ซึ่งทำให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ และเกิดความประทับใจทุกครั้งที่มาใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีของ รอสส์, โกเอตซ์ และเดวิส (Ross, Goetsch and Davis, 1997: 11-13) อธิบายว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นการควบคุมเพื่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการ อันมีความแตกต่างจากคุณภาพในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ เพราะวิธีการควบคุมคุณภาพการให้บริการเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากการบริการจะมีการควบคุมหรือการบริหารจัดการน้อย แต่ขณะเดียวกันก็มีความสำคัญมาก กับในทางหนึ่งระดับของคุณภาพที่ได้จากการบริการ มักไม่สามารถทำการทำนายได้ เพราะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการได้แก่ พฤติกรรมผู้ให้บริการ (behavior of the delivery person) ภาพพจน์ ชื่อเสียงขององค์การ (image of the organization) โดยผู้รับบริการจะเป็นผู้ทำการตรวจสอบ ตั้งแต่กระบวนการการเริ่มให้บริการจนถึงการสิ้นสุดในการให้บริการ โดยการให้บริการจะ

ยิ่งดียิ่งขึ้น ถ้าหากผู้รับบริการทำการประเมินการให้บริการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์ (2543, 14-15) คุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกันของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ ส่วน สมวงศ์ พงศ์สภาพร (2550: 66) เสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการเป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมีความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เองเป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ขณะเวลาหนึ่ง

การให้บริการด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร จากการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการเข้าใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับปานกลาง (= 3.52) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนผู้ใช้บริการไม่รู้สึกและรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจน มีผลต่อการตีความและไม่แน่ใจในข่าวสารหรือรายการส่งเสริมการขายที่มีอยู่ในเวลานั้น จึงมีผลทำให้ประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจจะมีส่วนเหตุมาจากการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ไม่ว่าจะป็นโปรโมชั่นหรือการบริการเสริมต่างๆ ทำได้ไม่เต็มที่เท่าที่ควร จึงทำให้ประชาชนที่เข้ามาใช้บริการไม่ทราบถึงข่าวสารต่างๆ อย่างทั่วถึง ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของ สันทัด เสริมศรี (2539 : 24-37) ที่กล่าวว่า การส่งเสริมแนะนำการบริการซึ่งความพึงพอใจของผู้รับบริการเกิดขึ้นได้จากการได้ยิน ข้อมูลข่าวสารหรือบุคคลอื่นกล่าวขานถึงคุณภาพของการบริการในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความเชื่อที่มักจะมีความรู้สึกดีกับบริการดังกล่าวอันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้มีความต้องการบริการตามมาได้

การให้บริการด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ จากการวิจัยพบว่า ประชาชนผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพด้านค่าใช้จ่ายในการบริการที่ได้รับจากการเข้าใช้

บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อยู่ในระดับมาก (= 3.75) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประชาชนผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับจำนวนเงินที่ใช้จ่ายจากการรับบริการนั้น เป็นที่น่าพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ซึ่งมีผลมาจากนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นการควบคุมราคาสินค้าและบริการให้เกิดความเหมาะสมในการใช้จ่ายขั้นพื้นฐานในการดำรงชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนรู้สึกมั่นใจกับการเข้ามาบริการที่จะไม่ถูกเอารัดเอาเปรียบจากผู้ประกอบการที่แสวงหาผลกำไรเกินควร ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สมชัย ธรรมสนอง (2550) ศึกษา ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลกับพฤติกรรมการใช้สถานีบริการน้ำมันของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

### อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท.: กรณีศึกษา สถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยเห็นว่าผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลในด้านต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่างของประชาชนผู้เข้าใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นั้น ด้านความสะดวกที่ได้รับการบริการ ด้านอัธยาศัยของพนักงาน ด้านการประสานงานบริการ ด้านคุณภาพบริการ ด้านค่าใช้จ่ายในการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับพบว่า ระดับความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการในแต่ละด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก (= 3.72) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนโยบายของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ที่เน้นการบริหารภาพรวมของสถานีบริการน้ำมันรูปแบบครบวงจร โดยผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพใหม่ๆ ตลอดจนการกำหนดบริการเสริมให้ตรงตามความต้องการของประชาชนทุกเพศทุกวัยในพื้นที่ที่สถานีบริการตั้งอยู่ โดยกำหนดประเภทสินค้าและบริการเสริมที่สามารถเลือกใช้สอยตามความเหมาะสมทั้งในด้านการดำรงชีพขั้นต้น

ของประชาชน รวมถึงในด้านค่าใช้จ่ายและราคาในการใช้บริการ อีกทั้งยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมันมาโดยตลอด มีผลทำให้ภาพรวมและมาตรฐานของแต่ละสถานีสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก ส่งผลถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนรอบพื้นที่สถานีบริการน้ำมัน โดยด้านที่ต้องปรับปรุงคุณภาพคือ ด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่ง บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ควรพัฒนาด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มีคุณภาพมากขึ้นในทางปฏิบัติ เพื่อตอบสนองการรับรู้อย่างถูกต้องและชัดเจนในการสื่อสาร ส่งผลให้เกิดความต่อเนื่องของประชาชนในการเข้าใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อีกทั้งยังสามารถเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อการรับรู้ข้อมูลองค์กรของกลุ่ม ปตท. และนโยบายด้านพลังงานของรัฐอีกช่องทางหนึ่งด้วย

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่าระดับความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. พื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้นการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ได้มีการพัฒนาสถานีบริการรูปแบบภาพลักษณ์ใหม่ครบวงจรเป็นที่น่าพึงพอใจต่อประชาชนในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

2. จากผลการวิจัยพบว่าการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมในภาพลักษณ์รูปแบบครบวงจรนั้น สามารถตอบสนองความต้องการขั้นต้นและคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ได้ในระดับมาก โดยที่สามารถเข้ามารับบริการอย่างสะดวกสบาย และยังสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ภายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. อย่างครบวงจร อาทิเช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน

การใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน เป็นต้น โดยไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามาในเขตเมืองชั้นในหรือเขตกรุงเทพมหานคร

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรหาทำเลในพื้นที่ใหม่ๆ โดยเฉพาะพื้นที่ต่างจังหวัดที่ไกลออกไป ซึ่งข้อมูลความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการที่ได้รับอาจแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะบริการเสริมในสถานีบริการน้ำมัน เช่น ร้านค้า ศูนย์บริการยานยนต์ ซึ่งอาจมีความต้องการมากกว่าพื้นที่เขตเมืองที่มีความเจริญเพียงพร้อม

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเฉพาะความพึงพอใจของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เท่านั้น แต่ไม่ได้มองถึงผลกระทบต่อธุรกิจข้างเคียงที่อาจได้รับผลกระทบ ซึ่งการที่ประชาชนมีความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. โดยรวมในระดับมาก อาจทำให้มีประชาชนเข้าใช้บริการอย่างหนาแน่น ส่งผลต่อการจราจรภายในและภายนอกสถานีบริการรวมถึงพื้นที่ธุรกิจข้างเคียงโดยรอบ ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจของธุรกิจรอบข้าง และยังคงส่งผลถึงปริมาณขยะและมลพิษทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนโดยรอบพื้นที่ได้ ถ้าขาดการดูแลที่ดีของผู้บริหารสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งในการวิจัยครั้งต่อไปควรเก็บข้อมูลแบบสอบถามในส่วนผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมกับชุมชนและธุรกิจรอบข้าง เพื่อเป็นข้อมูลในการวางรูปแบบและบริการที่เหมาะสมมากยิ่งขึ้น

3. ควรขยายขอบเขตเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้กว้างขึ้น นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถาม เช่น การสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกประกอบกับข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบคุณภาพของการให้บริการได้ชัดเจนขึ้น และทำให้สามารถทราบถึงปัญหาที่ควรปรับปรุงการบริการได้ตรงตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่นั้นๆ มากขึ้น



## เอกสารอ้างอิง

- วีรพงษ์ เฉลิมจิรรัตน์. 2539. **คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2539. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร: พัฒนาศึกษา.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. 2550. **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ยูบีซีแอด บัคส์.
- สันทัต เสริมศรี. 2539. **ระบบบริการทางการแพทย์และสาธารณสุขที่พึงประสงค์**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Yamane, T. 1967. **Statistics: An introductory analysis**. New York: Harper and Row.