

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่ได้รับ	2
นิยามศัพท์	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
ขอบเขตการศึกษา	9
ขอบเขตเนื้อหา	9
ขอบเขตประชากร	9
ขนาดตัวอย่างและการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง	9
วิธีการศึกษา	11
ข้อมูลและแหล่งข้อมูล	11
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	11
การวิเคราะห์ข้อมูล	12
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	12

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	13
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	13
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันของผู้ตอบแบบสอบถาม	22
บทที่ 5	
สรุป อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	99
สรุปผลการศึกษา	99
อภิปรายผล	114
ข้อค้นพบ	117
ข้อเสนอแนะ	119
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	126
แบบสอบถาม	127
ประวัติผู้เขียน	130

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงสถานที่และจำนวนที่เก็บแบบสอบถาม	11
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	13
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	14
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ	14
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรถยนต์ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	18
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามชนิดของน้ำมันเชื้อเพลิง ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้	18
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ ในการเติมน้ำมันเฉลี่ยต่อเดือน	19
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเงิน ที่เติมน้ำมันเฉลี่ยต่อครั้ง	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวิธีการชำระเงิน ค่าน้ำมัน	20
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกการเติมสถานที่ที่ใช้บริการ	21
14 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันในด้านผลิตภัณฑ์	22
15 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการ สถานีบริการน้ำมันในด้านราคา	23
16 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการ สถานีบริการน้ำมัน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	24

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในด้านการส่งเสริมการตลาด	25
18 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในด้านกระบวนการให้บริการ	26
19 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในด้านบุคลากร	27
20 แสดงค่าเฉลี่ยของการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	29
21 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ สถานีบริการน้ำมัน ที่ตั้งอยู่ริมถนนพระรามสอง จังหวัดสมุทรสาคร	31
22 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	32
23 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	33
24 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	34
25 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	35
26 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
27 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	38
28 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	40

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
29 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ	42
30 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	43
31 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	45
32 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	47
33 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	49
34 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	51
35 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	53
36 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	55
37 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้	57
38 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	59
39 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคา ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	61

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
40 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	63
41 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	65
42 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการ ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	67
43 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากร ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	69
44 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของ ผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	71
45 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ	73
46 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยนต์ที่ใช้	75
47 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยนต์ที่ใช้	76
48 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยนต์ที่ใช้	77
49 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยนต์ที่ใช้	78
50 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มี ผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทยนต์ที่ใช้	79

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
51 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	80
52 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	81
53 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมัน ตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	82
54 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการ ในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	83
55 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านราคาที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	85
56 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	87
57 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	89
58 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	91
59 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านบุคลากรที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	93
60 แสดงค่าเฉลี่ย ของส่วนประสมการตลาดบริการในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	95
61 แสดงค่าเฉลี่ยของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้ำมัน จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
62	สรุปปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในแต่ละปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	100
63	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 5 อันดับแรก	101
64	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ	102
65	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้	103
66	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ	106
67	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	110
68	สรุปปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือก ใช้สถานีบริการน้ำมัน จำแนกตามสถานีบริการน้ำมัน	111