

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด วรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทัศนคติ	4
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
วรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตประชากร กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง	8
ขอบเขตเนื้อหา	8
วิธีการรวบรวมข้อมูล	9
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	9
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	9
ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษา	11
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	12
ส่วนที่ 2 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสถานีสวนน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	26
ส่วนที่ 2.1 องค์ประกอบเกี่ยวกับความเชื่อ	26
ส่วนที่ 2.2 องค์ประกอบเกี่ยวกับความชอบ	30
ส่วนที่ 2.3 องค์ประกอบเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรม	39
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของผู้บริโภคในการเปิดบริการสถานีสวนน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	47

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	52
อภิปรายผล	65
ข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม	68
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	70
ประวัติผู้เขียน	83

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามเพศ	12
2	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามอายุ	13
3	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามรายได้ต่อเดือน	13
4	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามการศึกษา	14
5	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามอาชีพ	14
6	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามที่พักอาศัย	15
7	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามสถานที่ทำงาน	15
8	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามประเภทการใช้รถ	16
9	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคที่มีรถจักรยานยนต์จำแนกตามยี่ห้อรถจักรยานยนต์	16
10	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคที่มีรถยนต์นั่งส่วนบุคคลจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคล	17
11	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคที่มีรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลจำแนกตามยี่ห้อรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล	17
12	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามประเภทของน้ำมันที่เดิม	18
13	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามการมีผลของตราซื้อหื้อของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	18
14	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้เป็นประจำ	19
15	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามเหตุผลในการเติมน้ำมันจากสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้เป็นประจำ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	20
16	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	21
17	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามจำนวนเงินที่เติมน้ำมันโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	21
18	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามจำนวนครั้งที่เติมน้ำมันต่อสัปดาห์	22
19	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภครักษาโรคตามวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน	22

ตารางที่	หน้า	
20	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามการใช้บริการเสริมของ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง	23
21	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามสถานที่ใช้บริการ คูแลร์กษารถยนต์	23
22	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่ไม่ใช้บริการคูแลร์กษารถยนต์ของสถานี บริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เดิมประจำ จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ใช้บริการคูแลร์กษา รถยนต์	24
23	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามการรู้จักสถานีบริการน้ำมัน เชื้อเพลิงอิสระ	24
24	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามการเคยใช้บริการสถานี บริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	25
25	แสดงจำนวน ร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความเชื่อ รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับ ความเชื่อต่อประเด็นเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	26
26	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความชอบ รวมทั้งค่าเฉลี่ย ระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของสถานีบริการ น้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	29
27	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความชอบ รวมทั้งค่าเฉลี่ย ระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาของสถานีบริการน้ำมัน เชื้อเพลิงอิสระ	31
28	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความชอบ รวมทั้งค่าเฉลี่ย ระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	32
29	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับความชอบ รวมทั้งค่าเฉลี่ย ระดับความชอบต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายของ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	35
30	แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ เชื้อเพลิง รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับพฤติกรรมต่อประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ของสถานี บริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	39

ตารางที่	หน้า
31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เชื้อเพลิง รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มพฤติกรรมต่อประเด็นด้านราคาของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	41
32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เชื้อเพลิง รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มพฤติกรรมต่อประเด็นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	42
33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามระดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้เชื้อเพลิง รวมทั้งค่าเฉลี่ยระดับแนวโน้มพฤติกรรมต่อประเด็นด้านการส่งเสริมการขายของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	44
34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	47
35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เห็นว่าควรเปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระจำแนกตามเหตุผลที่ควรเปิดให้บริการ	47
36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคที่เห็นว่าไม่ควรเปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระจำแนกตามเหตุผลที่ไม่ควรเปิดให้บริการ	48
37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามประเภทของสื่อที่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจในสถานีบริการน้ำมันอิสระมากที่สุด	48
38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาน้ำมันของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระเทียบกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีตราหือ	49
39 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้บริโภคจำแนกตามปริมาณการเติมน้ำมันที่ควรได้รับการลด แลก แจก แถม	50
40 แสดงอันดับความชอบของผู้บริโภคต่อประเภทของแถมเมื่อเติมน้ำมัน	51
41 สรุประดับความเชื่อถือ โดยรวมของผู้บริโภคต่อประเด็นเกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	53
42 สรุประดับความชอบ โดยรวมของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	55
43 สรุประดับแนวโน้มพฤติกรรมการใช้ น้ำมันเชื้อเพลิง โดยรวมของผู้บริโภคต่อประเด็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอิสระ	60