

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญเรื่อง	ช
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.5 นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 2.1 กรอบแนวคิดและทฤษฎี	6
2.1.1 กฎแห่งอุปสงค์	6
2.1.2 S – R. Theory	8
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค	11
2.1.4 ส่วนประสมทางการตลาด	12
2.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	20
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล	22

บทที่ 4 ผลการวิจัย		23
ส่วนที่ 4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค	24
ส่วนที่ 4.2	ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน	31
ส่วนที่ 4.3	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการใช้บริการร้านสะดวกซื้อในสถานบริการน้ำมัน	87
ส่วนที่ 4.4	ทัศนคติและความเห็นของผู้ประกอบการต่อกิจการร้านสะดวกซื้อที่ประกอบอยู่	90
บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ		97
5.1	สรุปผลการวิจัย	97
5.2	ข้อค้นพบ	100
5.3	ข้อเสนอแนะ	102
บรรณานุกรม		103
ภาคผนวก		104
แบบสอบถาม		105
ประวัติผู้เขียน		116

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ จำแนกร้านค้าที่เข้าไปใช้บริการ	24
2. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามเพศ	24
3. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามสถานภาพการสมรส	25
4. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามช่วงอายุ	26
5. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามระดับการศึกษา	27
6. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามอาชีพ	28
7. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	29
8. จำนวนผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีสบริการน้ำมัน จำแนกตามที่อยู่อาศัย	30
9.1 ความพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านค้าสะดวกซื้ออื่น ๆ	31
9.2 ความพอใจในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	32
9.3 ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	33
9.4 ความพอใจในการส่งเสริมการตลาดของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	34
9.5 ความพอใจในการบริการของร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	35

10.1	ความพอใจในด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	36
10.2	ความพอใจในด้านคุณภาพสินค้าในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	37
10.3	ความพอใจในด้านความทันสมัยของสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	38
10.4	ความพอใจในสินค้าเนื่องจากอายุของสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	39
10.5	ความพอใจในด้านความหลากหลายของสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	40
10.6	ความพอใจในด้านสินค้ามีให้เลือกครบทุกประเภทในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	41
11.1	ความพอใจในด้านราคาของสินค้าของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	42
11.2	ความพอใจในด้านราคาของสินค้ามีความเหมาะสมในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	43
11.3	ความพอใจในด้านมีส่วนลดให้เมื่อซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	44
11.4	ความพอใจในด้านราคาของสินค้าคงที่ไม่เปลี่ยนแปลงบ่อย ๆ ของร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	45
12.1	ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้ออยู่ใกล้บ้านหรืออยู่ระหว่าง ทางกลับบ้านของไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	46
12.2	ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้ออยู่ระหว่างทางไปทำงาน ของไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	47
12.3	ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้อที่มีที่จอดรถสะดวก ของไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	48
12.4	ความพอใจในการตกแต่งร้านและการจัดโชว์สินค้าภายในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	49

12.5	ความพอใจในด้านบรรยากาศภายในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	50
12.6	ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้ออยู่ในบริเวณใกล้เคียง ที่มาทำธุระของไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	51
12.7	ความพอใจในด้านสถานที่ของร้านสะดวกซื้อ สามารถเข้า – ออกได้โดยสะดวก ของไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	52
12.8	ความพอใจในด้านความสะอาดของสถานที่ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	53
13.1	ความพอใจในการโฆษณาของร้านค้าสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและ ร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	54
13.2	ความพอใจในการประชาสัมพันธ์ของร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและ ร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	55
13.3	ความพอใจในการส่งเสริมการขายในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและ ร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	56
14.1	ความพอใจในด้านการบริการรวดเร็ว คล่องแคล่วของพนักงาน ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	57
14.2	ความพอใจในด้านพนักงานที่สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่าย ของร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	58
14.3	ความพอใจในด้านพนักงานมีความรู้ ความเข้าใจในงานในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	59
14.4	ความพอใจในด้านพนักงานมีความยิ้มแย้ม แจ่มใสในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	60
14.5	ความพอใจในด้านพนักงานมีการพูดจาอย่างสุภาพ และน่าเชื่อถือ ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	61
14.6	ความพอใจในด้านพนักงานมีการคิดเงินอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	62
14.7	ความพอใจในด้านพนักงานสามารถแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	63

14.8	ความพอใจในด้านพนักงานมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	64
14.9	ความพอใจในด้านพนักงานมีความเอาใจใส่ในการบริการ ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	65
14.10	ความพอใจในด้านพนักงานมีความเป็นกันเองกับลูกค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	66
14.11	ความพอใจในการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตเมื่อซื้อสินค้า ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	67
15.1	ความพอใจในด้านสื่อการโฆษณาทางโทรทัศน์ของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	68
15.2	ความพอใจในด้านสื่อการโฆษณาทางวิทยุของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	69
15.3	ความพอใจในด้านสื่อการโฆษณาทางนิตยสารของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	70
15.4	ความพอใจในด้านสื่อการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ท และร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	71
15.5	ความพอใจในด้านสื่อป้ายโฆษณาทั่วไป ของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	72
15.6	ความพอใจในด้านสื่อป้ายโฆษณากลางแจ้งของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	73
15.7	ความพอใจในด้านสื่อการใช้รถโฆษณาของร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	74
16.1	แสดงถึงปัจจัยด้านการแจกของสมนาคุณ ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรม ของผู้บริโภคหรือผู้ที่เข้ามาใช้บริการ	75
16.2	ความพอใจในการลดราคาเมื่อซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	76
16.3	ความพอใจในการให้คูปองส่วนลดในการซื้อสินค้าอื่น ๆ ในร้านสะดวกซื้อไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	77

16.4	ความพอใจในด้านการมีชิงโชค เมื่อซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	78
16.5	ความพอใจในด้านการสะสมยอดซื้อเมื่อซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	79
16.6	ความพอใจในด้านการแลกซื้อสินค้าในราคาสมนาคุณในร้านสะดวกซื้อ ไทเกอร์มาร์ทและร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ	80
17.	จำนวนเงินของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อในสถานี บริการน้ำมันเอสโซ่ฯ จำแนกตามมูลค่าของสินค้าที่ผู้บริโภคเข้ามาใช้ บริการในเอสโซ่ฯ ไทเกอร์มาร์ทหรือบริการเติมน้ำมันหรือรับบริการอื่น ๆ	82
18.	ของแถมที่ชอบมากที่สุดของผู้บริโภคที่ใช้บริการในร้านค้าสะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ฯ และอื่น ๆ จำแนกตามชนิดของแถม	84
19.	เหตุผลของผู้บริโภคที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ฯ และสถานีบริการอื่น ๆ จำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้	85
20.1	ผลกระทบต่อการใช้บริการของผู้บริโภคในภาวะที่เศรษฐกิจถดถอย	87
20.2	ผลกระทบต่อจำนวนครั้งของผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านสะดวกซื้อ	88
20.3	ผลกระทบต่อปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ	89
21.1	ผลกระทบของสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อ	90
21.2	ผลกระทบของสภาพทางการเมืองในปัจจุบันต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อ ของผู้ประกอบการ	91
21.3	ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านสะดวกซื้อของสถานีบริการน้ำมันเอสโซ่ฯ	92
21.4	ความสนใจของผู้ประกอบการในการเปิดสาขาเพิ่ม	92
21.5	ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการปรับปรุงเรื่องการบริหาร และการส่งเสริมการขายของเจ้าของลิขสิทธิ์	93
21.6	ความเหมาะสมของค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์ที่ผู้ประกอบการต้องจ่ายให้ เจ้าของลิขสิทธิ์	93
21.7	ความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์	94
21.8	การดำเนินการในอนาคตหากเจ้าของลิขสิทธิ์ไม่สามารถลดค่าลิขสิทธิ์แฟรนไชส์	94
21.9	ความต้องการของผู้ประกอบการที่จะเลิกสัญญากับเจ้าของลิขสิทธิ์	95