

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 นิยามศัพท์	2
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ทฤษฎีและแนวคิด	4
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	9
3.1 ขอบเขตการศึกษา	9
3.2 วิธีการศึกษา	9
3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการศึกษา	10
3.4 สถานที่และระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	11
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	12
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	13
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาด ของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	24
ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของสถานี บริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	62
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบริการของสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่	91

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5	
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	92
5.1 สรุปผลการศึกษา	92
5.2 อภิปรายผล	95
5.3 ข้อค้นพบ	98
5.4 ข้อเสนอแนะ	101
บรรณานุกรม	104
ภาคผนวก	105
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	106
ประวัติผู้เขียน	113

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	13
2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	14
3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพปัจจุบัน	15
4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	16
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	17
6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	18
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามชนิดน้ำมันเชื้อเพลิงที่เติม	19
8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการเติมน้ำมัน	20
9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการเติมน้ำมัน	21
10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนเงินที่จ่ายในการเติมน้ำมัน	22
11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวิธีการจ่ายเงินค่าน้ำมัน	23
12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านผลิตภัณฑ์	24
13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านราคา	25
14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	26
15 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านการส่งเสริมการตลาด	27
16 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านบุคลากร	28
17 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	30
18 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจ ของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านกระบวนการให้บริการ	31

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
19 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	32
20 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามเพศ	33
21 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	34
22 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	35
23 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	36
24 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	38
25 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามเพศ	40
26 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม ประเภทรถยนต์ที่ใช้	41
27 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามประเภท รถยนต์ที่ใช้	42
28 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	43
29 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	44
30 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตาม ประเภทรถยนต์ที่ใช้	45
31 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	47
32 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามประเภทรถยนต์ที่ใช้	49
33 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม รูปแบบที่ใช้บริการ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
34 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามประเภท รูปแบบที่ใช้บริการ	52
35 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	53
36 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	54
37 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตาม รูปแบบที่ใช้บริการ	56
38 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	58
39 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	60
40 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านผลิตภัณฑ์	62
41 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านราคา	63
42 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	64
43 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านการส่งเสริมการตลาด	65
44 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านบุคลากร	66
45 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	67
46 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัญหาของกลุ่มตัวอย่าง ในด้านกระบวนการให้บริการ	68
47 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ	69
48 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามเพศ	70

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
49 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ	71
50 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ	72
51 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามเพศ	73
52 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามเพศ	74
53 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนก ตามเพศ	75
54 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภท รถที่ใช้	76
55 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามประเภทรถที่ใช้	77
56 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามประเภทรถที่ใช้	78
57 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนก ตามประเภทรถที่ใช้	79
58 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามประเภท รถที่ใช้	80
59 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ ทางกายภาพ จำแนกตามประเภทรถที่ใช้	81
60 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนก ตามประเภทรถที่ใช้	82
61 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรูปแบบ ที่ใช้บริการ	83
62 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านราคา จำแนกตามรูปแบบที่ใช้ บริการ	85
63 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จำแนก ตามรูปแบบที่ใช้บริการ	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
64 ค่าเฉลี่ย และระดับปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	87
65 ค่าเฉลี่ย และปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านบุคลากร จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	88
66 ค่าเฉลี่ย และปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	89
67 ค่าเฉลี่ย และปัญหาของกลุ่มตัวอย่างในด้านกระบวนการให้บริการ จำแนกตามรูปแบบที่ใช้บริการ	90
68 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	91
69 สรุปปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจเป็นอันดับแรก อันดับสุดท้าย และปัญหาอันดับแรก	100