

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษารุ่นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาจึงได้สรุปผลการศึกษา 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอ เมือง จังหวัดสมุทรสาคร จากจำนวนทั้งหมด 400 ตัวอย่างพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.3 มีอายุช่วง 30-39 ปี ร้อยละ 46.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปร้อยละ 60.3 อาชีพหลักในปัจจุบัน มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 50.8 มีรายได้เฉลี่ยรวมต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 37.2 ส่วนใหญ่เลือกใช้น้ำมันเครื่องธรรมดา ร้อยละ 48.0 รองลงมา เลือกใช้น้ำมันเครื่องสังเคราะห์ ร้อยละ 30.5 และส่วนใหญ่ใช้ตรายี่ห้อ เชลล์ ร้อยละ 30.0

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาทัศนคติด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกละและด้านแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาทัศนคติด้านความคิดความเชื่อ ด้านความรู้สึกละและด้านแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง และเมื่อพิจารณาตามองค์ประกอบทัศนคติสรุปได้ดังนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค น้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่ามีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อในเรื่องผลิตภัณฑ์ว่า ช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด และมีคุณภาพดี อยู่ในระดับดี ส่วนความคิดความเชื่อที่ว่าผลิตภัณฑ์ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงและเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงนั้น อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อในเรื่องที่ว่ามีราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับดี

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อ ในเรื่องการหาซื้อสินค้าได้ง่าย อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องการจัดจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดี และมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความคิดความเชื่อในเรื่อง การโฆษณาอย่างทั่วถึง มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย มีรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม มีส่วนลดที่เหมาะสมและมีของแถมที่เหมาะสม อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านความรู้สึกรู้สึก

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค น้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่ามีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกในเรื่องความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องความรู้สึกชอบตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำคือการพอใจกับราคาสินค้า และทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำคือ การพอใจกับส่วนลด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำคือ ความสะดวกในการหาซื้อสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำคือ การชอบรูปแบบการจัดร้านค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำได้แก่ ชอบการโฆษณาทาง ชอบการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ชอบการโฆษณาทางป้ายคัทเอาท์ ชอบการประชาสัมพันธ์ ชอบของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือ ชิงโชคและชอบวิธีการขายตรง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษารายละเอียดประกอบทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร พบว่ามีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อน้ำมันหล่อลื่นว่า จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ และจะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อน้ำมันหล่อลื่นในเรื่องถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้อยู่เหมือนเดิม อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคจะพยายามหาซื้อยี่ห้อเดิมให้ได้ถึงแม้ว่าหาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมได้ยากกว่ายี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติด้านแนวโน้มพฤติกรรมต่อน้ำมันหล่อลื่นในระดับเป็นกลาง ในเรื่องที่จะแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้าถ้ามีรูปแบบการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ หากยี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมที่ดีกว่ายี่ห้อที่ใช้อยู่จะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น และจะมีการแนะนำหรือบอกต่อให้แก่คนรู้จักหากน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้อยู่มีการแจกของแถม

ส่วนที่ 3 สรุปผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาครจำแนกตามยี่ห้อ

1. ยี่ห้อเชลล์

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเชลล์ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ เป็นกลาง ผลการวิเคราะห์ทัศนคติดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษาทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเชลล์ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อน้ำมันหล่อลื่นในเรื่องการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ การช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด การช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มีคุณภาพดี และเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง ในระดับดี

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อน้ำมันหล่อลื่น ในระดับเป็นกลางว่ามีราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่น ในเรื่องการหาซื้อได้ง่าย ส่วนในเรื่องที่มีการจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดีและมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในเรื่องการมีโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย มีรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม มีส่วนลดที่เหมาะสมและมีของแถมที่เหมาะสม ผู้บริโภค มีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านความรู้สึก

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเชลล์ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่น ในด้านความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ส่วนในเรื่องความรู้สึกชอบตรายี่ห้อและรูปแบบบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่น ซึ่งมีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า ส่วนในเรื่องความรู้สึกพอใจกับส่วนลดนั้นอยู่ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่น ซึ่งมีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า ส่วนในเรื่องความรู้สึกชอบรูปแบบการจัดร้านค้า ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคทัศนคติต่อความรู้สึกชอบการโฆษณาทาง ชอบการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ชอบการโฆษณาทางป้ายคัทเอาท์ ชอบการประชาสัมพันธ์ชอบของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือเชิง โฆษและชอบวิธีการขายตรง อยู่ในระดับเป็นกลาง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเชลล์ พบว่ามีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ จะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า

ด้านราคา(Price)ผู้บริโภคมทัศนคติในระดับปานกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ คือ ถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้อยู่เหมือนเดิม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ ในเรื่องความพยายามหาซื้อยี่ห้อเดิมให้ได้ ถึงแม้ว่าหาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมได้ยากกว่ายี่ห้ออื่นและจะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่น จะมีการแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้าหากมีรูปแบบการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และการแจกของแถมที่น่าสนใจ จะมีการเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นหากพบว่ายี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมและมีรายการส่งคู่มือเชิง โฆษที่ดีกว่า

2. ยี่ห้อเอสโซ่

ผลการศึกษาทักษณคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ยี่ห้อเอสโซ่ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสม การตลาด โดยรวมอยู่ในระดับ เป็นกลาง ผลการวิเคราะห์ทัศนคติดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษารายประกอบทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเอสโซ่ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมโดยรวมในระดับ เป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ยี่ห้อเอสโซ่ ในเรื่องการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด และมีคุณภาพดี ผู้บริโภค มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องการ เป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงและ การช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นว่าเป็นราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในเรื่องการเป็นสินค้าที่หาซื้อ ได้ง่าย และมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ว่ามีการจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้า ดีและมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลางในการที่มี การโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย มีรายการส่งเสริมการขาย มีส่วนลด และมีของแถมที่เหมาะสม

ด้านความรู้สึกลึก

จากผลการศึกษารายประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกลึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อ น้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเอสโซ่ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อ ส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ ในความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ต่อความรู้สึกชอบตรา ยี่ห้อ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี ต่อความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และ ทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อความรู้สึกพอใจกับส่วนลด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในความรู้สึกสะดวกในการหา ซื้อสินค้า ส่วนในเรื่องความรู้สึกชอบรูปแบบการจัดร้านค้ามีทัศนคติในระดับเป็นกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ในเรื่องความรู้สึกชอบการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และป้ายคัทเอ้าท์ ชอบการประชาสัมพันธ์ชอบของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือซึ่งโชคและชอบวิธีการขายตรง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเอสโซ่ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ซึ่งผู้บริโภคจะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ และจะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับปานกลาง ถ้ามีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้อยู่เหมือนเดิม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ดังนี้ ถึงแม้ว่าหาซื้อได้ยากกว่ายี่ห้ออื่นก็จะพยายามหาซื้อให้ได้ และร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า ก็จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง พบว่าถ้า น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจจะแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้า ถ้ายี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมที่ดีกว่ายี่ห้อที่ใช้อยู่จะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการแจกของแถมจะแนะนำหรือบอกต่อให้แก่คนรู้จัก น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีรายการส่งคู่มือซึ่งโชคที่น่าสนใจจะซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาใช้และถ้ามีพนักงานน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาเสนอขายจะทำการซื้อมาทดลองใช้

3. ยี่ห้อคาลเท็กซ์

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ผลการวิเคราะห์ทัศนคติดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค คือน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็น กลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดีต่อการช่วยยืดอายุการใช้งานของ เครื่องยนต์ การช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด การช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มีคุณภาพดี และมี ระดับทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อการเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดีในความเชื่อที่ว่า มีราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อการเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย และมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ในเรื่องการจัดจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดี และมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลางในเรื่อง การมีโฆษณาอย่างทั่วถึง มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย มีรายการส่ง ชิงโชคที่เหมาะสม มีส่วนลดที่เหมาะสมและมีของแถมที่เหมาะสม

ด้านความรู้สึกรู้สึก

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค คือน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลาง ต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติอยู่ในระดับดีในเรื่องความรู้สึกเชื่อมั่นใน คุณภาพสินค้า และทัศนคติในระดับเป็นกลางในความรู้สึกชอบตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในเรื่องความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และทัศนคติในระดับเป็นกลาง ต่อความรู้สึกพอใจกับส่วนลด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี โดยมีความรู้สึกสะดวกในการ หาซื้อสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางในความรู้สึกชอบรูปแบบการจัดร้านค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลางในเรื่อง ความรู้สึกชอบการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายคัทเอาต์ ชอบการประชาสัมพันธ์ ชอบ ของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือช่างและชอบวิธีการขายตรง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าจะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ และจะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า

ด้านราคา(Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยพบว่าถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้ยี่ห้อเหมือนเดิม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถึงแม้ว่าหาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมได้ยากกว่ายี่ห้ออื่นก็จะพยายามหาซื้อยี่ห้อเดิมให้ได้ และร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า ก็ยังคงใช้ยี่ห้อเดิม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจจะแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้า ถ้ายี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมที่ดีกว่ายี่ห้อที่ใช้อยู่จะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น ถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการแจกของแถมจะแนะนำหรือบอกต่อให้แก่คนรู้จัก น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีรายการส่งคู่มือซึ่งโชคที่น่าสนใจ จะซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาใช้และถ้ามีพนักงานน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาเสนอขายจะทำการซื้อมาทดลองใช้

3. ยี่ห้อ ปตท.

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ผลการวิเคราะห์ทัศนคติดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีในเรื่องการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ การช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด การช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มีคุณภาพดี และมีระดับทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อการเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำคือ มีราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อการเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางได้แก่ มีจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดีและมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี ต่อการมีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย และมีระดับทัศนคติเป็นกลางต่อ มีการโฆษณาอย่างทั่วถึง มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง มีรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม มีส่วนลดที่เหมาะสมและมีของแถมที่เหมาะสม

ด้านความรู้สึก

จากผลการศึกษาร่วมกันประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในด้านความรู้สึกชอบตรายี่ห้อ และการเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ต่อการชอบรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในด้านความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อความรู้สึกพอใจกับส่วนลด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี โดยมีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อความชอบรูปแบบการจัดร้านค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ต่อความรู้สึกชอบการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ป้ายคัทเอ๊าท์ ชอบการประชาสัมพันธ์ชอบของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือช่างซ่อมและชอบวิธีการขายตรง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษาร่วมกันประกอบทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าจะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ จะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า

ด้านราคา (Price) กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับปานกลาง โดยพบว่าถ้าใช้น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้ยี่ห้อเหมือนเดิม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถึงแม้ว่าหาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมได้ยากกว่ายี่ห้ออื่นก็จะพยายามหาซื้อยี่ห้อเดิมให้ได้ และร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า ก็ยังคงใช้ยี่ห้อเดิม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถ้าใช้น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีรูปแบบการโฆษณาที่น่าสนใจจะแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้า น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ จะแนะนำให้คนอื่นมาทดลองใช้ ยี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมที่ดีกว่ายี่ห้ออื่นจะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการแจกของแถมจะแนะนำหรือบอกต่อให้แก่คนรู้จัก น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีรายการส่งคู่มือซึ่งโชคที่น่าสนใจ จะซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาใช้และมีพนักงานน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาเสนอขายจะทำการซื้อมาทดลองใช้

5. ยี่ห้ออื่นๆ

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้ออื่นๆ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร มีระดับทัศนคติต่อส่วนประสมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง ผลการวิเคราะห์ทัศนคติดังกล่าว มีดังต่อไปนี้

ด้านความคิดความเชื่อ

จากผลการศึกษาองค์ประกอบทัศนคติด้านความคิดความเชื่อของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้ออื่นๆ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ในเรื่องการช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ การช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด มีคุณภาพดี การเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงและมีระดับทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อการช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดีต่อน้ำมันหล่อลื่นว่ามีราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดีต่อ ในเรื่องที่ว่า เป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำได้แก่ การมีจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดีและมีจำหน่ายในร้านค้าที่ตกแต่งร้านค้าสวยงาม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ในเรื่อง การมีโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่าย มีรายการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม มีส่วนลดที่เหมาะสมและมีของแถมที่เหมาะสม

ด้านความรู้สึก

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้ออื่นๆ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี ต่อความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อความรู้สึกชอบตราหี้อและรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านราคา (Price) ผู้บริโภค มีทัศนคติในระดับดี ต่อความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลางต่อความรู้สึกพอใจกับส่วนลด

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดี ต่อความสะดวกในการหาซื้อสินค้า และมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง ต่อความรู้สึกชอบรูปแบบการจัดร้านค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยมีความรู้สึกชอบการโฆษณาทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และป้ายคัทเอ้าท์ ชอบการประชาสัมพันธ์ชอบของที่แถมมากับสินค้า ชอบการส่งคู่มือช่างซ่อมและชอบวิธีการขายตรง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม

จากผลการศึกษารายการประกอบทัศนคติด้านความแนวโน้มพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้ออื่นๆ พบว่ามีทัศนคติโดยรวมในระดับเป็นกลางต่อส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าจะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าจะมีคนมาแนะนำให้ทดลองใช้ยี่ห้ออื่น จะยังคงใช้ยี่ห้อเดิมถึงแม้ว่าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นออกสินค้าใหม่ที่น่าสนใจกว่า ถ้ามีคนมาขอคำแนะนำในการเลือกใช้น้ำมันเครื่องจะแนะนำยี่ห้อที่ใช้อยู่ จะเปลี่ยนไปใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นหากยี่ห้อที่ใช้อยู่ไม่มีการพัฒนารูปแบบสินค้า

ด้านราคา(Price) ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับปานกลาง พบว่าถ้าใช้น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการปรับราคาแพงขึ้นเล็กน้อยก็จะยังคงใช้ยี่ห้อเหมือนเดิม

ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ผู้บริโภคมั้ทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถึงแม้ว่าหาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมได้ยากกว่ายี่ห้ออื่นก็จะพยายามหาซื้อยี่ห้อเดิมให้ได้ และร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีการตกแต่งร้านที่น่าสนใจกว่า ก็ยังคงใช้ยี่ห้อเดิม

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคมั้ทัศนคติในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าถ้าน้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีรูปแบบการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจจะแนะนำให้คนอื่นทดลองใช้สินค้า ถ้ายี่ห้ออื่นมีการแจกของแถมที่ดีกว่ายี่ห้อที่ใช้อยู่จะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น น้ำมันเครื่องที่ใช้อยู่มีการแจกของแถมจะแนะนำหรือบอกต่อให้แก่คนรู้จัก ถ้าน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมีรายการส่งคู่มือซึ่งโชคที่น่าสนใจ และจะซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาใช้และมีพนักงานน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นมาเสนอขายจะทำการซื้อมาทดลองใช้

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความคิดเห็นความเชื่อ ผู้บริโภคมั้ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง และพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคมั้ระดับความคิดเห็นความเชื่อในเรื่องผลิตภัณฑ์สามารถช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ช่วยให้เครื่องยนต์สะอาด มีระดับราคาที่เหมาะสมและด้านการจัดจำหน่ายมีความสะดวกในการหาซื้อสินค้า อยู่ในระดับดี นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมั้ความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการหาซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก ส่วนในเรื่องรูปแบบการจัดร้านค้า และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลางนั้น เป็นเรื่องที่คุณผู้บริโภคมั้ไม่ได้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ

ด้านความรู้สึก ผู้บริโภคมั้ทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมั้ความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ด้านราคามีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และด้านการจัดจำหน่ายคือมีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ซึ่งก็สอดคล้องกับองค์ประกอบทัศนคติด้านความคิดเห็นความเชื่อว่าคุณผู้บริโภคมั้ให้ความสำคัญกับตัวผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการหาซื้อสินค้า

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าผู้บริโภคมีระดับทัศนคติโดยรวมเป็นกลาง ในทุกองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด โดยพบว่าผู้บริโภคจะมีการแนะนำสินค้าให้แก่บุคคลอื่นถ้ามีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ และจะมีการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ตนเองใช้อยู่เป็นให้แก่บุคคลอื่นด้วย นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นจะต้องรักษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคปัจจุบันให้ได้ จึงจะมีโอกาสในการสร้างลูกค้ารายใหม่ๆ ได้

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคน้ำมันหล่อลื่นเครื่องยนต์เบนซินในแต่ละส่วนตลาด สำหรับผู้ใช้รถยนต์นั่งในเขตกรุงเทพมหานคร(อำนาจ อนุโลมสมบัติ และคณะ 2539:3-5) ในประเด็นทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ และด้านราคาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษารั้งนี้ โดยที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินจะมีทัศนคติในระดับดีในด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาต่อน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ นั้นแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ขับขี่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้น้ำมันหล่อลื่นสังเคราะห์(บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด 2539:5-10) ได้สรุปปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างจะมีระดับทัศนคติที่ดีในปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการซื้อสินค้า

จากการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ต่อน้ำมันเครื่องที่ใช้เป็นประจำ โดยได้ทำการเลือกยี่ห้อน้ำมันหล่อลื่นที่มีส่วนแบ่งตลาด 4 อันดับแรกและยี่ห้ออื่นๆ ในการทำการศึกษารั้งนี้ ซึ่งจากการศึกษามีผลการศึกษา ดังนี้

1. ยี่ห้อเชลล์

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเชลล์ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความดีความเชื่อ ผู้บริโภคยี่ห้อเชลล์มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง และพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความดีความเชื่อในเรื่องผลิตภัณฑ์สามารถช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ช่วยให้เครื่องยนต์สะอาด ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง และเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง ด้านการจัดจำหน่ายว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อได้ง่าย มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ส่วนในด้านราคาซึ่งความดีความเชื่อที่ว่ามียกระดับราคาที่เหมาะสม

ด้านการจัดจำหน่ายที่มีการจำหน่ายในร้านค้าที่มีระบบการจัดหมวดหมู่สินค้าดีและการตกแต่งร้านค้าสวยงาม การส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยี่ห้อเชลล์มีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าและความสะดวกในการหาซื้อสินค้าเป็นอย่างมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

ด้านความรู้สึก ผู้บริโภคยี่ห้อเชลล์มีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่าในด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ด้านราคามีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และด้านการจัดจำหน่ายก็มีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า มีทัศนคติอยู่ในระดับดี ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านความคิดความเชื่อที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา ความสะดวกในการหาซื้อสินค้าเป็นอย่างมาก

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่าผู้บริโภคมีระดับทัศนคติโดยรวมเป็นกลางในทุกองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด โดยพบว่าจะมีการแนะนำน้ำมันหล่อลื่นที่ตนเองใช้อยู่เป็นประจำให้แก่บุคคลอื่นด้วย

2. ยี่ห้อเอสโซ่

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อเอสโซ่ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความคิดความเชื่อ ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง และพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้บริโภคมีระดับความคิดความเชื่อในเรื่องผลิตภัณฑ์สามารถช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ช่วยให้เครื่องยนต์สะอาด มีระดับราคาที่เหมาะสมและด้านการจัดจำหน่ายมีความสะดวกในการหาซื้อสินค้า อยู่ในระดับดี ส่วนในเรื่องเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง มีวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่ายรูปแบบการจัดร้านค้า และการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับเป็นกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเอสโซ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการหาซื้อสินค้ามากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

ด้านความรู้สึก พบว่าทัศนคติของผู้บริโภคยี่ห้อเอสโซ่ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่า การเกิดทัศนคติระดับดีพบในบางส่วนของด้านผลิตภัณฑ์คือมีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของน้ำมันหล่อลื่นที่ใช้เป็นประจำ ด้านราคาก็มีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และด้านการจัดจำหน่ายก็มีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า แสดงว่าผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อเอสโซ่ มีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า พอใจกับราคาสินค้า และรู้สึกสะดวกต่อการหาซื้อ

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเป็นกลางในทุกองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด โดยพบว่าจะมีการแนะนำให้แก่บุคคลอื่นใช้ยี่ห้อเอสโซ่ถึงแม้ว่าจะมีการปรับราคาสินค้าแพงขึ้นเล็กน้อยก็ตาม

3. ยี่ห้อคาลเท็กซ์

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความคิดความเชื่อมีระดับทัศนคติดีต่อตัวผลิตภัณฑ์และราคา การจัดจำหน่ายนั้นโดยรวมมีระดับทัศนคติเป็นกลาง แต่มีระดับทัศนคติดีต่อความสะดวกในการหาซื้อสินค้าได้ง่าย และการส่งเสริมการตลาดนั้นมีระดับทัศนคติเป็นกลาง แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้อคาลเท็กซ์ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการหาซื้อสินค้ามากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

ด้านความรู้สึกรู้สึกพบว่า ทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อคาลเท็กซ์ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่าการเกิดทัศนคติระดับดีในด้านความรู้สึกรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของน้ำมันหล่อลื่น ด้านราคาคือมีความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้า และด้านการจัดจำหน่ายคือมีความรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า พอใจกับราคาสินค้า และสะดวกในการหาซื้อสินค้าของยี่ห้อคาลเท็กซ์ เป็นอย่างมาก

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเป็นกลางในทุกองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาด โดยพบว่าจะมีการแนะนำให้แก่บุคคลอื่นด้วยหากยี่ห้อคาลเท็กซ์มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ

4. ยี่ห้อปตท.

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความคิดความเชื่อ ทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อปตท. โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับดีต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยเชื่อว่าสามารถช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ ช่วยทำให้เครื่องยนต์สะอาด และเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ในด้านราคามีความเชื่อว่ามีราคาที่เหมาะสม และมีความสะดวกในการหาซื้อสินค้า

ด้านความรู้สึกพบว่า ทักษะของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อ ปตท. โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่า การเกิดทัศนคติระดับดีในส่วนของด้าน ผลិតภัณฑ์โดยมีความรู้สึกชอบตราหือและเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ในด้านราคารู้สึกพอใจกับ ราคาสินค้า และในด้านการจัดจำหน่ายรู้สึกสะดวกในการหาซื้อสินค้า โดยมีทัศนคติในระดับดี ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้บริโภคมีทัศนคติในระดับเป็นกลาง

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม ทักษะของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์ เบนซิน อยู่ในระดับเป็นกลาง ในทุกส่วนของส่วนประสมการตลาด โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า จะมีการแนะนำให้แก่บุคคลอื่นด้วยหากยี่ห้อปตท. มีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ

5. ยี่ห้ออื่นๆ

จากการศึกษาพบว่า ทักษะของผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินยี่ห้อ อื่นๆ เช่นว่า วอลีน ดักแฮมล์ คาสโตรอล บีพี ในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดย รวมอยู่ในระดับ เป็นกลาง โดยพิจารณารายละเอียดพบว่า

ด้านความคิดความเชื่อ ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพบว่า ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติดีต่อตัวผลิตภัณฑ์โดยเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ช่วยยืดอายุการใช้งานของเครื่องยนต์ เป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ด้านราคาเชื่อว่ามีราคาที่เหมาะสม ในด้านการจัดจำหน่ายเชื่อว่าเป็นสินค้า ที่หาซื้อได้สะดวก ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น ผู้บริโภคมีทัศนคติอยู่ในระดับเป็นกลาง แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคน้ำมันหล่อลื่นยี่ห้ออื่นๆ ให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ราคา และความสะดวกในการหาซื้อสินค้ามากกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ

ด้านความรู้สึก ผู้บริโภคมีทัศนคติโดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง จากรายละเอียดพบว่า การเกิดทัศนคติระดับดีในบางส่วนของผลิตภัณฑ์คือความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า ด้านราคา มี ความรู้สึกพอใจกับราคาสินค้าและการจัดจำหน่ายมีความรู้สึกดีต่อความสะดวกในการหาซื้อสินค้า แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความรู้สึกเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า พอใจกับราคาสินค้า และสะดวกใน การหาซื้อสินค้าของยี่ห้ออื่นๆ เป็นอย่างมาก

ด้านแนวโน้มพฤติกรรม พบว่า ทักษะของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์ เบนซินยี่ห้ออื่นๆ โดยรวมอยู่ในระดับเป็นกลาง โดยพบว่า จะมีการแนะนำให้แก่บุคคลอื่นด้วยหาก ยี่ห้ออื่นๆ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการแจกของแถมที่น่าสนใจ

ข้อค้นพบ

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ในเรื่องของทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำมันหล่อลื่น สำหรับเครื่องยนต์เบนซินในอำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่ายเป็นอย่างมาก

จากผลการศึกษาพบว่าระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติที่ดีในองค์ประกอบด้านความคิดความเชื่อต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคาเท่านั้น และเมื่อพิจารณาในแต่ละตรา ยี่ห้อพบว่าระดับทัศนคติด้านความคิดความเชื่อต่อปัจจัยด้านราคาของยี่ห้อเชลล์ อยู่ในระดับทัศนคติที่เป็นกลาง เพียงยี่ห้อเดียวเท่านั้น

ผลการศึกษาทัศนคติด้านความคิดความเชื่อต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในภาพรวมและการจำแนกตรา ยี่ห้อพบว่า มีระดับทัศนคติเป็นกลาง ได้ค้นพบว่าระดับทัศนคติต่อปัจจัยการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับความคิดความเชื่อที่ว่าวิธีการโฆษณาที่เข้าใจง่ายทุกตรา ยี่ห้อ มีระดับทัศนคติเป็นกลาง แต่ยี่ห้อ ปตท. มีระดับทัศนคติดี เพียงยี่ห้อเดียว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นที่มีความสนใจจะได้นำไปใช้เป็นประโยชน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก ดังนั้นในการรักษาระดับทัศนคติของผู้บริโภคได้นั้นจะต้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และมีการปรับปรุงพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลาเพราะว่าถ้าทางผู้จำหน่ายไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคมีระดับทัศนคติที่ไม่ดีและจะส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในการที่จะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นได้ง่าย อย่างไรก็ตามในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์นั้นควรมีการสื่อสารกลุ่มผู้บริโภครับรู้

1. การปรับปรุงแบบตัวสินค้า
2. กระบวนการผลิตและการบรรจุ
3. บรรจุภัณฑ์ที่จะบรรจุสินค้า
4. ฉลากบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและน่าสัมผัส

ปัจจัย 4 ตัวหลักสำคัญนี้หากผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นนำ 4 ปัจจัยนี้มาบูรณาการรวมกันได้ ก็จะเป็นอีกทางหนึ่งที่จะช่วยจุดสินค้าของเรา ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดได้

ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีในองค์ประกอบด้านความคิดความเชื่อและความรู้สึก กับระดับราคาสินค้า จึงแสดงให้เห็นว่าราคาสินค้าเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดี แต่สิ่งหนึ่งที่ที่น่าสนใจคือด้านแนวโน้มพฤติกรรม ถ้ามีการปรับราคาสินค้าขึ้นมาเล็กน้อย ผู้บริโภคจะมีทัศนคติอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งอาจจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้านั้นก็ได้ ดังนั้น ผู้จัดจำหน่ายควรตระหนักถึงการปรับราคาสินค้านั้นควรใช้ความระมัดระวังเป็นอย่างมาก

คำนี้ถึงปัจจัยในการกำหนดราคาของผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซิน ต้องพิจารณาในการกำหนดราคาแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก

1. ปัจจัยภายในที่มีผลต่อการกำหนดราคา ได้แก่ วัตถุประสงค์ทางการตลาดขององค์กร กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดส่วนอื่นๆ ต้นทุนการดำเนินงาน และองค์กรเพื่อการกำหนดราคา สำหรับ
2. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา คือ ลักษณะของตลาดและอุปสงค์ในตลาด คู่แข่งขัน และสภาวะแวดล้อมอื่นๆ

ในการกำหนดราคาของน้ำมันหล่อลื่นนั้นควรคำนึงถึงปัจจัยภายนอกโดยเฉพาะคู่แข่ง เนื่องจากราคาสินค้ามีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภค การที่ผู้จำหน่ายสามารถกำหนดราคาที่เหมาะสม(Reasonable Price) ได้นั้นจะสามารถสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจากการศึกษาจะพบว่าราคาจะสัมพันธ์กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ถ้าผู้บริโภคมีระดับทัศนคติที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ ระดับทัศนคติทางด้านราคาจะมีระดับดีด้วย ดังนั้น ในการกำหนดราคา ปรับราคาสินค้านั้น จะต้องให้สอดคล้องกันระหว่างผลิตภัณฑ์และราคา

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ด้านการจัดจำหน่ายนั้นผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับการหาซื้อได้ง่ายและมีความสะดวกในการหาซื้อ ดังนั้นผู้จำหน่ายควรมีการกระจายสินค้าผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ส่วนด้านการตกแต่งและรูปแบบการจัดร้านค้านั้นไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจซื้อสินค้า

1. เน้นการจัดจำหน่ายผ่านผู้ค้าส่งและตัวแทนจำหน่าย ซึ่งถือเป็นกลุ่มสถาบันกลางทางการตลาด ที่มีความสำคัญเสมือนเป็นตัวแทนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ในการกระจายผลิตภัณฑ์ไปสู่ส่วนต่างๆ ตามเป้าหมายที่ผู้บริหารผลิตภัณฑ์นั้นๆ กำหนด
2. ทำหน้าที่ช่วยเหลือผู้ค้าปลีกในการจัดการ เช่น การอบรมพนักงานด้านการขายให้แก่ผู้ค้าปลีก และการควบคุมหรือบริหารด้านการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ร้านค้าปลีก ดังนั้น ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญแก่ผู้ค้าส่งและตัวแทนจำหน่ายเป็นอย่างมากในการกระจายสินค้าให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค อย่างไรก็ตามผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นก็ควรให้ความสำคัญต่อร้านค้าปลีกด้วย ในการ

กระจายสินค้าให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ ซึ่งจากผลการศึกษากลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการหาซื้อสินค้าเป็นปัจจัยแรกในการเลือกซื้อสินค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าทัศนคติของผู้บริโภคในด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลางซึ่งอาจจะมีทัศนคติเปลี่ยนไปได้ง่ายทั้งด้านดีและไม่ดี ดังนั้นผู้จำหน่ายควรมีการเลือกสื่อที่เหมาะสมและตรงกับกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด เช่นการโฆษณา ที่สื่อให้ลูกค้าเข้าใจได้ง่ายและแสดงให้เห็นถึงคุณภาพที่ดีของผลิตภัณฑ์ ในการแจกของแถมนั้นในปัจจุบันในตลาดน้ำมันหล่อลื่นมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงดังนั้น ควรทำการศึกษาถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคว่าต้องการอะไรเป็นของแถมและตรงกับความต้องการ ซึ่งจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

ผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินจะต้องทำการปรับระดับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดจากระดับเป็นกลางมาเป็นระดับดีให้ได้ซึ่งจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ไม่ว่าจะเป็นการ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขาย ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะต้องอาศัยการเลือกสื่อใช้สื่อสารทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

1. การโฆษณา

เป็นวิธีการเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นป้ายโฆษณา และการโฆษณาบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือการส่งผ่านสื่อเฉพาะทางโดยการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ(Brochure) หรือรายการผลิตภัณฑ์ (Catalogue) เป็นต้น และการจัดส่งทางไปรษณีย์ให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้

ผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นควรทำการศึกษาเลือกการ โฆษณาผ่านสื่อใดที่จะทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยจากการทำการวิจัย และการเลือกสื่อ นั้นจะต้องสามารถสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ผู้บริโภคด้วย เช่นการสื่อให้เห็นถึงคุณภาพที่เหนือกว่าของผลิตภัณฑ์ คุณประโยชน์ของสินค้าที่ผู้บริโภคจะได้รับ การพัฒนาคุณภาพสินค้าอยู่ตลอดเวลา เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ ถือเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ในด้านการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่ผลิตภัณฑ์และองค์กรที่สำคัญ และยังสามารถปรับใช้เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงภาพลักษณ์เดิมให้ดีขึ้นในความรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและสังคมโดยรวม ดังนั้น การสร้างภาพลักษณ์ของน้ำมันหล่อลื่นแต่ละตราหือนั้นจะต้องคำนึงถึงการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันด้วย เช่น การเข้าร่วมโครงการ Unseen in Thailand ของซีอีโอเซลล์ ก็เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย เป็นต้น

3. การส่งเสริมการขาย

เป็นกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ในอันที่จะกระตุ้นและเร่งเร้าให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้แก่ การลด แลก แจก แถม แต่ผู้จำหน่ายน้ำมันหล่อลื่นควรกำหนดเงื่อนไขที่น่าสนใจและดึงดูดใจให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต้องการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ด้วย ดังนั้น การส่งเสริมการขายไม่ควรดำเนินการจัดให้มีลักษณะประจำเพราะจะทำให้ความน่าสนใจของกิจกรรมส่งเสริมการขายลดลง แต่ควรดำเนินการในลักษณะการตลาดตามสถานการณ์ (Event Marketing) ที่จะมีความเหมาะสมและกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า

ในสภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรงในตลาดน้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องยนต์เบนซินนั้น มีการนำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายมาใช้อย่างมาก โดยเฉพาะการแจก แถม ในการเลือกของแถมนั้น ควรเลือกให้เหมาะสมและเด่นกว่าของกลุ่มแข่งขัน เช่น ในฤดูฝน อาจจะมีการแถมร่ม แคมป์หมวก ซึ่งเป็นการเลือกของแถมตามฤดูกาล เป็นต้น

4. การขายโดยพนักงานขาย

เป็นเครื่องมือหนึ่งในส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด คือเป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ขององค์กรให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต ด้วยการพบปะโดยตรง หรือผ่านการติดต่อทางโทรศัพท์

การขายโดยพนักงานขายในที่นี้ จะรวมถึงการขายภายในสถานที่จัดจำหน่ายขององค์กร หรือพื้นที่จัดจำหน่ายของสถาบันกลางทางการตลาดและในการขายโดยพนักงานขายนี้ นอกจากจะเป็นการขายที่สามารถปิดการขายได้ทันทียังถือเป็นช่องทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบริหารการขายโดยพนักงานขายจึงควรจัดฝึกอบรมบุคลากรและพนักงานขององค์กร ให้มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด ซึ่งจะสามารถแนะนำผู้บริโภคได้

ดังนั้น ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้แก่ผู้บริโภคนั้น เป็นสิ่งที่สำคัญมากในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้จำหน่ายจะต้องระมัดระวังในการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ เพราะถ้าผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในการเลือกบริโภคได้ทันที แต่ถ้าผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีก็จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม นอกจากนั้นควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคด้วย อย่างเช่นเราพบว่าระดับรายได้ของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อทัศนคติในด้านใด ในการกำหนดกลยุทธ์ก็ต้องแก้ไขปัญหานั้นๆ ให้ได้