

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวจินตวีร์ สีใส
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ
วันที่อนุมัติผลงาน	22 SEP 2016
จำนวนหน้า	88 หน้า
คำสำคัญ	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด , พฤติกรรมการเลือกใช้ของผู้บริโภค สถานีบริการน้ำมัน

#### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวน 340 คน โดยการศึกษาแบบแบ่งเป็นสัดส่วนตามยี่ห้อยี่ห้อ คือ บางจาก คาลเท็กซ์ เอสโซ่ เอ็มพี บีโตรนาส/ซัสโก ปตท. และเชลล์ การสอบถามครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD) และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสถิติ t-test ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้จักรยานยนต์เป็นพาหนะ น้ำมันที่ใช้คือแก๊สโซฮอล์ 91 ใช้บริการ 3-4 ครั้งต่อเดือน ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน ชำระด้วยเงินสด

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันเป็นรายข้อ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล/พนักงาน ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ อยู่ระดับมาก และด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกันจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%