

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมัน ในเขตจังหวัดนครปฐม
ชื่อ -สกุลนักศึกษา	กิตติยากร แก้วประดิษฐ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สว่างค์ เสวตวัฒนา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความสำคัญปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมัน 2) ระดับการส่งผลของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมันในเขตจังหวัดนครปฐม การวิจัยเชิงปริมาณ โดยสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นระบบ จากประชากร 1,560 คนต่อเดือนที่เป็นผู้ใช้บริการสถานีน้ำมันในเขตจังหวัดนครปฐมจำนวน 319 คน แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดลำดับจากค่าเฉลี่ย และวิเคราะห์ระดับการส่งผลด้วยถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษา ดังนี้ 1) ภาพรวมและรายด้านของปัจจัยการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมันระดับสำคัญมากหากพิจารณาลำดับจากค่าเฉลี่ย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบริการ/ผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านพนักงานตามลำดับ 2) ระดับการส่งผลของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมันในเขตจังหวัดนครปฐม บริการ/ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ ส่งเสริมการตลาด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และพนักงาน ตามลำดับ

คำสำคัญ ปัจจัยส่งผล ใช้บริการสถานีน้ำมัน