

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน คาลเท็กซ์ ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' BUYING DECISION IN THE SELECTION OF
CALTEX GAS STATIONS IN THE BANGKOK METROPOLITAN AREA, THAILAND

ธัญธร นุหาร 6350199

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุริม โอทกานนท์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ธนัยนันท์ ธนนท์พัฒน์, Ph.D.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเข้าใช้บริการสถานีน้ำมัน ของสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ ของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 7 ปัจจัย หรือ
7Ps เป็นกรอบการวิจัย รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม
ออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ที่เคยใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ ที่อาศัยอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 385 คนและวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติเชิงอนุมาน

ผลการวิจัยพบว่าจากตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดทั้งหมด 7 ปัจจัย มีจำนวน 2 ปัจจัย
ที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญในการเข้าใช้บริการสถานีบริการคาลเท็กซ์ของผู้บริโภค โดยปัจจัยที่ส่งผลมาก
ที่สุดคือปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและปัจจัยด้านกระบวนการตามลำดับ โดยปัจจัยด้านลักษณะทาง
กายภาพเรื่องให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือการตกแต่งของสถานีบริการที่เป็นเอกลักษณ์
สวยงามมีมาตรฐานและในส่วนของปัจจัยด้านกระบวนการผู้บริโภคได้ให้ความสำคัญในเรื่องของทาง
สถานีบริการมีการบริการที่สะดวก ถูกต้อง รวดเร็ว

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด/ การตัดสินใจเข้าใช้บริการ/ สถานีบริการน้ำมัน