

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	III
กิตติกรรมประกาศ.....	IV
สารบัญ.....	V
สารบัญตาราง.....	XI
สารบัญภาพ.....	XIV
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 สมมติฐานในการวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.7 นิยามศัพท์.....	8
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับเจตคติ.....	10
2.1.1 ความหมายของเจตคติ.....	10
2.1.2 องค์ประกอบของเจตคติ.....	11
2.1.2.1 การรู้.....	11
2.1.2.2 ความรู้สึก.....	12
2.1.2.3 แนวโน้มพฤติกรรมเจตคติ.....	12
2.1.3 การวัดเจตคติ.....	12
2.1.3.1 สเกลจัดอันดับ (Rating Scale)	12
2.1.3.2 ลิเคิทสเกล (Likert Scale)	12
2.1.3.3 เทอส์โตนสเกล (Thurstone Scale)	13
2.1.3.4 กัทแมนสเกล (Guttman Scale)	13

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.2 ทฤษฎีปัจจัยแวดล้อมทางการตลาด.....	13
2.2.1 สิ่งแวดล้อมจุลภาค.....	13
2.2.1.1 ผู้ขายวัตถุดิบ.....	13
2.2.1.2 สิ่งแวดล้อมภายในบริษัท.....	14
2.2.1.3 ตัวกลางทางการตลาด.....	14
2.2.1.4 ลูกค้าหรือตลาด.....	14
2.2.2 สิ่งแวดล้อมมหภาค.....	15
2.2.2.1 สิ่งแวดล้อมทางประชากรศาสตร์.....	15
2.2.2.2 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ.....	16
2.2.2.3 สิ่งแวดล้อมทางเทคโนโลยี.....	17
2.2.2.4 สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย.....	17
2.2.2.5 สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมและสังคม.....	17
2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่.....	18
2.3.1 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่.....	18
2.3.1.1 ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม.....	18
2.3.1.2 ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่.....	18
2.3.1.3 ผลิตภัณฑ์เลียนแบบ.....	18
2.3.2 ที่มาของผลิตภัณฑ์ใหม่.....	19
2.3.2.1 ชื่อกิจการอื่น.....	19
2.3.2.2 ชื่อกรรมสิทธิ์จากผู้อื่น.....	19
2.3.2.3 ชื่อใบอนุญาตหรือสิทธิ.....	19
2.3.3 เหตุผลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	20
2.3.4 กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่.....	20
2.3.4.1 แสวงหาความคิดใหม่.....	21
2.3.4.2 การคัดเลือกความคิด.....	22
2.3.4.3 การพัฒนาและทดสอบแนวความคิด.....	22
2.3.4.4 วิเคราะห์เชิงธุรกิจ.....	22
2.3.4.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์.....	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.4.6 การทดสอบตลาด.....	23
2.3.4.7 การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผู้บริโภค.....	23
2.4 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	25
2.4.1 ผลิตภัณฑ์.....	25
2.4.2 ราคา.....	25
2.4.3 การส่งเสริมการตลาด.....	25
2.4.4 การจัดจำหน่าย.....	26
2.5 แนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับการค้าปลีก.....	27
2.5.1 ความหมายของการค้าปลีก.....	27
2.5.2 ลักษณะของการค้าปลีก.....	27
2.5.3 ประเภทของกิจการค้าปลีก.....	27
2.5.3.1 ร้านค้าปลีกประเภทที่ขายตัวสินค้า.....	27
2.5.3.2 ร้านค้าปลีกประเภทที่ขายบริการ.....	29
2.5.4 สภาพแวดล้อมทางการค้าปลีก.....	30
2.5.4.1 อิทธิพลทางสังคม.....	31
2.5.4.2 อิทธิพลทางด้านเศรษฐกิจ.....	31
2.5.4.3 อิทธิพลทางวัฒนธรรม.....	32
2.5.4.4 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี.....	32
2.5.4.5 การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมแห่งการแข่งขัน.....	32
2.5.4.6 อิทธิพลทางรัฐบาล.....	32
2.6 ทฤษฎีโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยราย.....	33
2.7 โครงสร้างธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิง.....	35
2.7.1 ด้านการผลิต.....	35
2.7.2 ด้านการจัดจำหน่าย.....	36
2.8 โครงสร้างธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน.....	41
2.8.1 ลักษณะธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน.....	41
2.8.1.1 การลงทุนเริ่มแรก.....	41
2.8.1.2 ผลตอบแทน.....	42

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.8.1.3 ความเสี่ยง.....	42
2.8.1.4 การบริการ.....	42
2.8.2 การตลาดและกลยุทธ์การแข่งขัน.....	43
2.8.2.1 การตลาด.....	43
2.8.2.2 การแข่งขัน.....	43
2.8.3 ผู้ค้าปลีกและสถานีบริการน้ำมัน.....	46
2.8.4 ขนาดของสถานีบริการน้ำมัน.....	47
2.9 ความรู้เรื่องน้ำมันแก๊สโซฮอล์.....	47
2.9.1 ความเป็นมาของแก๊สโซฮอล์.....	47
2.9.2 ความหมายของแก๊สโซฮอล์.....	48
2.9.3 วัตถุดิบ.....	48
2.9.4 การผลิตเอทานอล.....	50
2.9.5 การผลิตแก๊สโซฮอล์.....	50
2.9.6 ผลต่อเครื่องยนต์.....	51
2.9.7 นโยบายและการส่งเสริมจากภาครัฐบาล.....	54
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	67
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	67
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือ.....	70
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	70
3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	71
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการกำหนดค่าของตัวแปร.....	71
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	72

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	77
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
4.2 ผลการวิเคราะห์เจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์ในด้านต่างๆ.....	80
4.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบเจตคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ของผู้ประกอบการ สถานีบริการน้ำมัน.....	94
4.4 ผลการตอบข้อเสนอแนะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเจตคติที่มีต่อน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์.....	108
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	112
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	112
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน.....	112
5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์เจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์.....	113
5.1.3 สรุปผลการเปรียบเทียบเจตคติในด้านต่างๆ ของผู้ประกอบการสถานี บริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อน้ำมัน แก๊สโซฮอลล์.....	113
5.1.4 สรุปผลการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอลล์.....	115
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	116
5.2.1 อภิปรายผลข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล.....	116
5.2.2 อภิปรายผลการศึกษาเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์.....	116
5.2.3 อภิปรายผลการศึกษาเปรียบเทียบเจตคติของผู้ประกอบการสถานี บริการน้ำมันที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์.....	120
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	122
5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย.....	122
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	123

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บรรณานุกรม.....	124
-----------------	-----

ภาคผนวก

ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	127
-------------------------------	-----

ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและหนังสือผลการ

พิจารณาหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์.....	136
--	-----

ประวัติผู้เขียน.....	139
----------------------	-----

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงปริมาณการใช้น้ำมันดิบของโลก.....	1
1.2 แสดงราคาขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ต่อลิตร เปรียบเทียบในช่วงเวลาต่างๆ.....	2
2.1 แสดงปริมาณการผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ.....	37
2.2 แสดงปริมาณความต้องการใช้และการจัดหา น้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ.....	38
2.3 แสดงปริมาณการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ.....	39
2.4 แสดงปริมาณการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงภายในประเทศ จำแนกตามกลุ่มผู้ค้าน้ำมัน.....	40
2.5 แสดงผลการทดสอบปริมาณไอเสียและอัตราการสิ้นเปลืองเชื้อเพลิง	52
2.6 แสดงผลการทดสอบสมรรถนะ(กำลังสูงสุดที่ล้อ).....	52
2.7 แสดงผลการทดสอบอัตราเร่งจาก 0-100 กิโลเมตรต่อชั่วโมง.....	52
2.8 แสดงกำลังการผลิตของโรงงานผลิตเอทานอล.....	57
3.1 แสดงรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ.....	70
4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆ.....	80
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์.....	82
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านการวิจัย พัฒนาและการกำหนดมาตรฐาน...83	83
4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต้นทุนและรายได้.....	84
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านการจัดการการผลิต.....	85
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านการตลาด.....	87
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านการสนับสนุนจากบริษัทแม่.....	89
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล.....	90

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบการ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านศักยภาพทางเศรษฐกิจ.....	92
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับและลำดับที่เจตคติของผู้ประกอบการ การสถานีบริการน้ำมันที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านศักยภาพทางสังคมและสิ่งแวดล้อม.....	93
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามเพศ โดยวิธี t-test.....	95
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามอายุ โดยวิธี One-way ANOVA.....	96
4.14 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันระหว่างกลุ่มอายุเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	97
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามระดับการศึกษา โดยวิธี One-way ANOVA.....	98
4.16 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันระหว่างกลุ่มระดับการศึกษาเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	99
4.17 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามระยะเวลาในการเปิดดำเนินการ โดยวิธี One-way ANOVA.....	100
4.18 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามบริษัทแม่หรือตราหือ โดยวิธี One-way ANOVA.....	102
4.19 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันระหว่างกลุ่มบริษัทแม่หรือตราหือเป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	103
4.20 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอล์ในด้านต่างๆโดยจำแนกตามขนาดของสถานีบริการน้ำมัน โดยวิธี One-way ANOVA.....	105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 แสดงผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันระหว่างกลุ่มขนาดของสถานีบริการน้ำมัน เป็นรายคู่ โดยวิธี LSD.....	106
4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และค่า p-value ของค่าเฉลี่ยของเจตคติของผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมัน ที่มีต่อแก๊สโซฮอลล์ในด้านต่างๆ โดยจำแนกตามเขตที่ตั้งของสถานีบริการน้ำมัน โดยวิธี One-way ANOVA.....	107

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 แสดงปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน.....	2
1.2 แสดงกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	6