

## สารบัญ

หัวเรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ .....	ก
ABSTRACT .....	ก
กิตติกรรมประกาศ .....	จ
สารบัญ .....	ฉ
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญแผนภูมิ .....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ภูมิหลัง .....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	4
สมมติฐานของการวิจัย .....	5
ขอบเขตของการวิจัย .....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	7
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย .....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	11
บริบทของพลังงานทดแทน .....	12
ความเป็นมาของพลังงานทดแทนในประเทศไทย .....	12
สภาพแวดล้อมของธุรกิจสถานีจำหน่ายพลังงานทดแทน .....	15
ธุรกิจสถานีจำหน่ายพลังงานทดแทนในเขตจังหวัดมหาสารคาม .....	21
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ .....	28
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ .....	28
การโฆษณา .....	34
การขายโดยใช้พนักงานขาย .....	39
การส่งเสริมการขาย .....	43
การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ .....	46

## สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ .....	49
ความหมายของภาพลักษณ์ .....	49
ความสำคัญของภาพลักษณ์ .....	51
ลักษณะของภาพลักษณ์ .....	52
องค์ประกอบของภาพลักษณ์ .....	53
การสร้างภาพลักษณ์ .....	54
ภาพลักษณ์กับการรับรู้และความพึงพอใจของผู้บริโภค .....	60
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ .....	65
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	67
งานวิจัยในประเทศ .....	68
งานวิจัยต่างประเทศ .....	72
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	76
<b>บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....</b>	<b>77</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	77
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	79
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	82
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อ .....	83
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	86
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>90</b>
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	90
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	91
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	91

## สารบัญ (ต่อ)

หัวข้อ	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	117
วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	117
สมมติฐานของการวิจัย .....	118
วิธีดำเนินการวิจัย .....	118
สรุปผลการวิจัย .....	119
อภิปรายผล .....	123
ข้อเสนอแนะ .....	129
บรรณานุกรม .....	131
ภาคผนวก .....	136
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย .....	136
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม .....	146
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ .....	165
ประวัติผู้วิจัย .....	171

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนสถานีบริการน้ำมันและก๊าซปิโตรเลียมเหลวแยกเป็นรายอำเภอ ..... 24
2	มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) แยกตามสาขาเศรษฐกิจ ..... 25
3	อัตราการเติบโตการใช้เชื้อเพลิง แยกตามสาขาเศรษฐกิจ ..... 26
4	อัตราการเติบโตของการใช้พลังงานแบ่งประเภทพลังงาน ..... 27
5	กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ ..... 32
6	คุณลักษณะของสื่อหลัก ..... 37
7	ผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ตาม พ.ร.บ. รถยนต์ ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับสำนักงานขนส่งจังหวัดมหาสารคาม ..... 78
8	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายชื่อ ..... 82
9	จำนวน และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการที่เป็นเจ้าของรถยนต์ หรือรถจักรยานยนต์ตาม พ.ร.บ. รถยนต์ ซึ่งเป็นผู้จดทะเบียนกับสำนักงานขนส่ง จังหวัดมหาสารคาม ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ..... 92
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกเป็น รายด้าน ..... 94
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ด้านการโฆษณา ..... 95
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ..... 96
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขาย ..... 98
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ ..... 99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม .....	100
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ด้านภาพลักษณ์บริษัท .....	101
17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ด้านภาพลักษณ์สถาบันหรือองค์กร .....	102
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ .....	103
19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า .....	104
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ด้านภาพลักษณ์กิจการ .....	105
21 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม .....	106
22 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายคู่ .....	107
23 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ ด้านการโฆษณากับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของ พลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่ .....	109
24 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ ด้านการการขายโดยพนักงานขายกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่ .....	111

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
25 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ ด้านการส่งเสริมการขายกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการต่อ ภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทน ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่ .....	113
26 ผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการ ด้านการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์กับความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการต่อภาพลักษณ์ของพลังงานทดแทนในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่ .....	115



## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
1	สัดส่วนการใช้พลังงานชนิดต่าง ๆ ของจังหวัดมหาสารคามในปี 2549 .....	20
2	เครื่องมือการสื่อสารการตลาดที่ภาพลักษณ์และตราสินค้าใช้ใน การติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค .....	33
3	การเกิดความพึงพอใจของบุคคล .....	66
4	กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	76



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY