

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการใช้ก๊าซ
ดีครยนต์ LPG ในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้เขียน นายนพดล ขำขันทอง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชวณ ลิงหจรัญ

ประธานกรรมการ

อาจารย์ชานนท์ ชิงชยานุรักษ์

กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในการใช้ก๊าซดีครยนต์ LPG ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ใช้ก๊าซดีครยนต์ LPG ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ประเภทรถยนต์ที่ใช้เป็นรถญี่ปุ่น ขนาดของเครื่องยนต์ 1,501 – 1,800 ซี.ซี อายุการใช้งานของรถยนต์มากกว่า 3 ปี ไม่เกิน 6 ปี ระบบการจ่ายน้ำมันของเครื่องยนต์เป็นหัวฉีด

ผู้ใช้รถยนต์มีความพึงพอใจโดยรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายในระดับมาก แต่มีความพึงพอใจด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการ โดยรวมเฉลี่ยระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ใช้รถยนต์พึงพอใจในอันดับแรก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณค่าในการใช้งานเมื่อเปรียบเทียบกับราคา ด้านราคา คือ ราคาก๊าซ LPG ต่ำกว่าราคาน้ำมัน ด้านการจัดจำหน่าย คือ จำนวนสถานีบริการมีมากและหาง่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือ บริการหลังการขายของร้านติดตั้งก๊าซ LPG ด้านบุคคล คือ ความเต็มใจในการให้บริการ ด้านกายภาพ คือ ความมั่นใจในคุณภาพของ LPG ด้านกระบวนการ คือ ระยะเวลาที่ใช้ในการเติมก๊าซ LPG

ผู้ใช้รถยนต์ที่ใช้ก๊าซติดรถยนต์ LPG มีปัญหาโดยรวมเฉลี่ยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยในแต่ละด้านที่ผู้ใช้รถยนต์คิดว่ามีปัญหาในอันดับแรก ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ อัตราเร่งลดลงเมื่อเทียบกับการใช้น้ำมัน ด้านราคา คือ ราคาในการติดตั้งสูงเมื่อเทียบกับคุณภาพและค่าน้ำมันที่จ่ายลดลง ด้านการจัดจำหน่าย คือ มีหัวจ่ายไม่เพียงพอ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด คือ ไม่มีรายการส่งเสริมการขาย ด้านบุคคล คือ มีบุคลากรให้บริการที่สถานีบริการไม่เพียงพอ ด้านกายภาพ คือ ก๊าซมีกลิ่นเหม็น ด้านกระบวนการ คือ ขั้นตอนในการติดตั้งและใช้งานยุ่งยาก

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai decorative element, a 'phra' or 'phra' (a crown-like structure). The entire emblem is surrounded by a circular border containing the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are also decorative floral motifs on the sides.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Customer Satisfaction of Car Users in Bangkok Metropolitan
Towards LPG Usage

Author Mr. Nopadol Khamkhanthong

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Assistant Professor Chawapon Singhajarun Chairperson

Lecturer Chanon Chingchayanurak Member

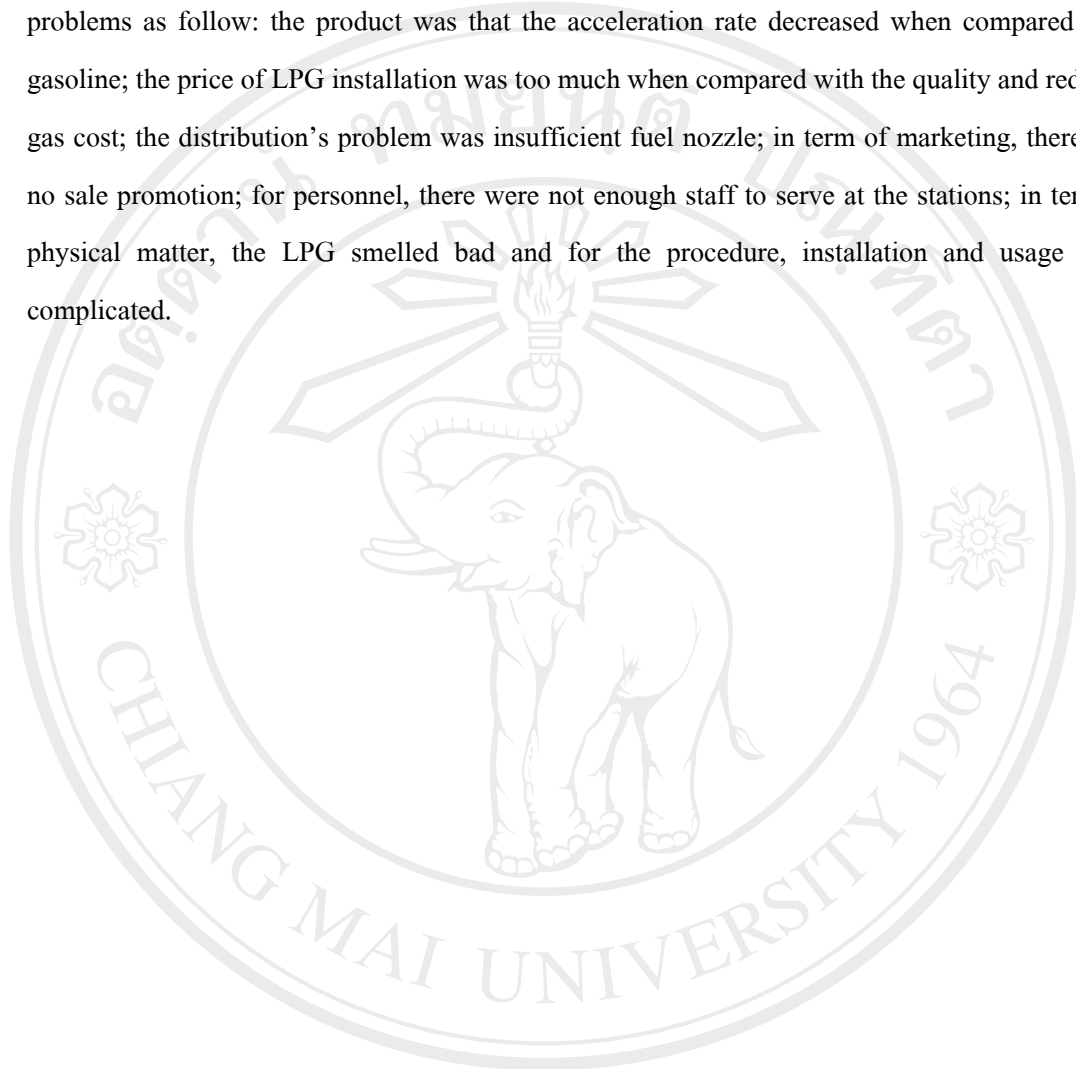
ABSTRACT

The objective of this independent study was to find out the satisfaction of the car users in Bangkok Metropolitan towards LPG usage. The sample group was 400 car users in Bangkok metropolitan, who used LPG and the authors analyzed the study data by employing descriptive statistics and presented the data in a table of frequency distribution and means.

The study revealed that most of the questionnaire responders were male, age between 21-30 years, married, graduated in bachelor degree, worked for private companies and they earned 10,001-20,000 Baht per month. In addition, their cars were from Japan with 1,501-1,800 cc. engine and programmed fuel injection and their cars were more than 3 years and less than 6 years of usage.

The overall satisfaction of the car users in terms of product, price and distribution was high, meanwhile, in terms of marketing promotion, personnel, physical matters, procedures, the satisfaction level was medium. The following was the details of each factor of the car users' satisfaction. The product was the value of practical use when compared with price; the price of LPG was lower than gasoline's price; the distribution was that there were many LPG station and they were easy to access; the marketing promotion was after sale service of LPG installation; for personnel aspect, they were willing to serve; the physical matter was the confidence of the LPG quality and the procedure was the duration of filling LPG.

The car users who used LPG faced the problems in terms of product, price, distribution, marketing promotion, personnel in medium level. Each sub factor consisted of the problems as follow: the product was that the acceleration rate decreased when compared with gasoline; the price of LPG installation was too much when compared with the quality and reduced gas cost; the distribution's problem was insufficient fuel nozzle; in term of marketing, there was no sale promotion; for personnel, there were not enough staff to serve at the stations; in term of physical matter, the LPG smelled bad and for the procedure, installation and usage were complicated.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved