

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของผู้ใช้งานตั้งส่วนบุคคลใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษาครั้งนี้จะพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างประเภทรถยนต์ตั้งส่วนบุคคลธรรมดา และรถบรรทุกส่วนบุคคลไม่เกิน 1 ตัน จะพิจารณาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่อาศัย หรือและทำงานอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามทำการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ Chi-square test

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้รถยนต์ตั้งส่วนบุคคลใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 300 ราย พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย (ร้อยละ 68.7) ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21 – 30 ปี (ร้อยละ 31.3) มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 64) มีจำนวนบุตรระหว่าง 1-2 คน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 36.7) มีรายได้ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาทต่อเดือน พักอาศัยอยู่ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ (ร้อยละ 65.3) ทำงานอยู่ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ร้อยละ 76.0) และส่วนใหญ่จะใช้รถคันเดียว

5.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะใช้รถยนต์ตั้งส่วนบุคคล ซึ่งยี่ห้อรถที่ใช้โตโยต้า รองลงมาคือ ฮอนด้า ประเภทพลังงานเชื้อเพลิงที่ใช้เป็นเบนซิน 91 ใช้ก๊าซ

LPG ขนาดของเครื่องยนต์ระหว่าง 1,500 – 1800 CC.(ร้อยละ 36) โดยรถที่ติดตั้งก๊าซจะติดตั้งภายในอำเภอเมืองเชียงใหม่ (ร้อยละ 76.7) ชนิดของอุปกรณ์ติดตั้งก๊าซใช้แบบกึ่งหัวฉีด (Lamda Control) (ร้อยละ 36) ชนิดของถังก๊าซจะเป็นแบบมัลติวาล์ว (ร้อยละ 52) ขนาดของถังก๊าซ 58 ลิตร (ร้อยละ 48.7) หลังติดตั้งก๊าซแล้ว ส่วนใหญ่มีอายุการใช้งานน้อยกว่า 1 ปี (ร้อยละ 57.3) ช่วงเวลาในการเติมพลังงานเชื้อเพลิง จะเติมช่วงเวลา 15.01 – 19.00 (ร้อยละ 34) ก่อนที่ติดตั้งก๊าซ(ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) กลุ่มตัวอย่างเติมแต่ละครั้ง 501 – 1,500 บาท (ร้อยละ 50) หลังติดตั้งก๊าซ เติมแต่ละครั้งใช้เงิน 501 – 1,500 บาทเช่นกัน (ร้อยละ 64) จำนวนครั้งในการเติมต่อเดือน ก่อนที่ติดตั้งก๊าซ จะเติม 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 37.3) และหลังติดตั้งก๊าซ จะเติม 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 43.3) ตามลำดับ

5.1.3 ข้อมูลของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้พลังงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยทางการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG ทางด้านผลิตภัณฑ์ ก่อนการติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.45) ส่วนใหญ่จะเลือกจากบริษัทที่ติดตั้งก๊าซว่ามีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ความมีคุณภาพของตัวถังก๊าซ และตัวถังก๊าซมีความปลอดภัยในการใช้งาน ตามลำดับ หลังติดตั้งก๊าซ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้ก๊าซ โดยอยู่อยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.83) ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกจากบริษัทที่ติดตั้งว่ามีชื่อเสียงมานาน และมีความน่าเชื่อถือ รองลงมาคือ ตัวถังก๊าซมีความปลอดภัยในการใช้งาน และ ความมีคุณภาพของตัวถังก๊าซที่ใช้ ตามลำดับ

2) ด้านราคา (Price)

ผลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG ทางด้านราคา ก่อนการติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) พบว่า ราคาตัวถังก๊าซ (ค่าติดตั้ง) ที่ใช้มีราคาถูกเมื่อเทียบกับพลังงานชนิดอื่น จะอยู่ในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.32) หลังติดตั้งก๊าซ ปัจจัยทางด้านราคา ตัวถังก๊าซ (ค่าติดตั้ง) ที่ใช้มีราคาถูกเมื่อเทียบกับพลังงานชนิดอื่น จะอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.77) กลุ่มตัวอย่างจึงหันไปติดตั้งก๊าซ LPG มากขึ้น

3) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG ทางด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ก่อนติดตั้งก๊าซ(ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.40) ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกสถานีบริการที่มีทางเข้า-ออก สะดวกสบายกว้างขวาง รองลงมาคือ ท่ารถที่ตั้งของสถานีบริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน สถานีบริการมีหัวจ่ายหลายจุด ที่ตั้งสถานีบริการเดิมอยู่ใกล้ชุมชน ที่ตั้งสถานีบริการเดิมอยู่ใกล้ที่พักอาศัย และสถานีบริการมีบริเวณกว้างขวาง ที่จอดรถสะดวก ตามลำดับ หลังติดตั้งก๊าซ ปัจจัยด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.70) ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกที่ตั้งสถานีบริการเดิมอยู่ใกล้ชุมชน รองลงมาคือ สถานีบริการที่มีทางเข้า-ออก สะดวกสบายกว้างขวาง ที่ตั้งสถานีบริการเดิมอยู่ใกล้ที่พักอาศัยสถานีบริการมีหัวจ่ายหลายจุด สถานีบริการมีบริเวณกว้างขวาง ที่จอดรถสะดวก ท่ารถที่ตั้งของสถานีบริการอยู่ใกล้ที่ทำงาน ตามลำดับ

4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG ทางด้านการส่งเสริมการขาย ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (เฉลี่ย 3.34) ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการสถานีที่พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ในการให้บริการ รองลงมาคือ พนักงานมีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาดเหมาะสม เลือกสถานีบริการที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดยิ้มแย้มแจ่มใส เลือกใช้บริการสถานีบริการที่มีการแจกของแถมเมื่อเติมในปริมาณที่กำหนด เลือกใช้บริการสถานีบริการที่พนักงานมีความสามารถในการให้บริการ และมีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ ตามลำดับ หลังติดตั้งก๊าซ พบว่าคะแนนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย 3.62) ซึ่งส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการที่มีการแจกของแถมเมื่อเติมในปริมาณที่กำหนด รองลงมาคือ เลือกใช้บริการสถานีที่พนักงานมีความสามารถในการให้บริการ เลือกใช้บริการสถานีที่พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี พูดยิ้มแย้มแจ่มใส เลือกใช้บริการสถานีบริการพนักงานที่มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสะอาดเหมาะสม มีการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ และเลือกใช้บริการสถานีที่พนักงานมีความน่าเชื่อถือ ชื่อสัตย์ในการให้บริการ ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ผลการวัดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ก่อนติดตั้งก๊าซ (ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง) พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.37) ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับระดับความต้องการในการเลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ ภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ พลังงานทดแทนอื่นๆที่ต้องใช้แทนน้ำมัน การชักชวนจากบุคคลต่างๆ รายได้ของผู้ใช้บริการ นโยบายประหยัดพลังงาน และสถานการณ์ทางการเมืองที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ใช้น้อยที่สุด ตามลำดับ หลังติดตั้งก๊าซ พบว่า คะแนนโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) ซึ่งส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับระดับความต้องการในการเลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ รายได้ของผู้ใช้บริการ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศ การชักชวนจากบุคคลต่างๆ นโยบายประหยัดพลังงาน พลังงานทดแทนอื่นๆ และสถานการณ์ทางการเมือง ตามลำดับ

5.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ของผู้ครัวเรือนที่นำส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางการตลาด

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความต้องการใช้ก๊าซ LPG มีผลมาจากปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ระดับความคิดเห็นกระจายไปทางมาก คิดเป็นร้อยละ 66.22

2) ด้านราคา (Price)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความต้องการใช้ก๊าซ LPG มีผลมาจากปัจจัยทางการตลาด ด้านราคา ระดับความคิดเห็นกระจายไปทางมาก คิดเป็นร้อยละ 60

3) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความต้องการใช้ก๊าซ LPG มีผลมาจากปัจจัยทางการตลาด ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ระดับความคิดเห็นกระจายไปทางมาก คิดเป็นร้อยละ 62.89

4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความต้องการใช้ก๊าซ LPG มีผลมาจากปัจจัยทางด้านการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ระดับความคิดเห็นกระจายไปทางมาก คิดเป็นร้อยละ 59.89

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความต้องการใช้ก๊าซ LPG มีผลมาจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ระดับความคิดเห็นกระจายไปทางมาก คิดเป็นร้อยละ 58.29

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว LPG ของผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิเคราะห์หาผลที่จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการจะเปลี่ยนมาใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะเป็นทางเลือกแก่ผู้ที่ต้องการใช้ ดังนั้น ข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจเลือกใช้

ปัจจัยทางด้านการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ก๊าซ LPG แล้ว ส่วนใหญ่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบริษัทหรือร้านที่รับผิดชอบว่ามีชื่อเสียง และมีความน่าเชื่อถือเพียงใด และให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของตัวถัง คุณภาพของถัง ดังนั้น ข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาจะเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตตัวถังบรรจุก๊าซ และผู้รับผิดชอบที่จะเพิ่มความปลอดภัยในการติดตั้ง พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงความปลอดภัยของการติดตั้ง ความปลอดภัยของตัวถังก๊าซ มีการพัฒนาฝีมือของผู้ติดตั้งเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. ด้านราคา ผู้บริโภคจะเห็นว่า การติดตั้งถังก๊าซ LPG มีราคาถูกเมื่อเทียบกับพลังงานชนิดอื่น เช่น ก๊าซ NGV ซึ่งมีค่าการติดตั้งของตัวถัง แพงกว่า ก๊าซ LPG ผู้บริโภคจึงหันไปติดตั้งก๊าซ LPG มากกว่าเนื่องจากมีราคาการติดตั้งที่ถูกกว่า ซึ่งควรมีการศึกษาและพัฒนาความมีคุณภาพของตัวถังให้มากขึ้น เพื่อลดการนำเข้าตัวถังจากต่างประเทศ

3. ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคจะใช้บริการสถานีบริการที่อยู่ใกล้ชุมชน เลือกสถานีที่มีทางเข้า-ออกสะดวกสบายกว้างขวาง เลือกใช้บริการใกล้ที่พักอาศัย เลือกใช้สถานีบริการที่มีหัวจ่ายหลายจุด ดังนั้น ข้อมูลที่ได้ศึกษานี้สามารถเป็นแนวทางแก่เจ้าของสถานีบริการในการพัฒนา และเพิ่มความต้องการของผู้บริโภคได้ ในการเปิดบริการสถานีบริการแห่งใหม่ ควรตั้งบริเวณติดถนนใหญ่ รถสามารถเข้า-ออกได้สะดวก ใกล้แหล่งชุมชนหรือสถานที่ทำงาน นอกจากนี้ สถานีบริการควรเน้นการพัฒนาในด้านความสะดวกของสถานี ห้องน้ำ หัวจ่ายหลายจุด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคจะเลือกใช้สถานีบริการที่มีการแจกของแถมเมื่อเติมในปริมาณที่กำหนด ผู้ประกอบการควรมีการลดแลกแจกแถม เพื่อเป็นการจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการสถานีที่พนักงานมีความสามารถในการให้บริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี พุดจาสุภาพ อ่อนน้อม ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรมีการจัดอบรมพนักงานให้มีการบริการที่รวดเร็ว สุภาพ และมีบริการเสริม เช่น เช็ดกระจก หรือเติมลม รวมทั้งมีการพุดจาที่ไพเราะ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า และให้ความสะดวกสบายแก่ลูกค้าให้มากที่สุด

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจสังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม

ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะเห็นถึงระดับความต้องการในการเลือกใช้ก๊าซ LPG ที่เพิ่มขึ้น จึงหันมาใช้ก๊าซ LPG กันมากขึ้น โดยรายได้ของผู้ใช้บริการก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการเปลี่ยนมาใช้ก๊าซภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งผู้บริโภคหันมาใช้ก๊าซมากขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น รัฐบาลควรมีการสนับสนุนการติดตั้งก๊าซ มีการศึกษาและพัฒนาของตัวถังเพื่อให้เกิดความปลอดภัยที่สูงขึ้น