

การพัฒนารูปแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง

THE DEVELOPMENT OF DISTRIBUTION CHANNELS FOR LPG CYLINDER

นนท์ปวีธ เสมรบุญย์ 6250389

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์
กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรพรรณ เลียงโรคาพาธ, Ph.D.

บทคัดย่อ

จากนโยบายเปิดเสรีธุรกิจก๊าซ LPG ของภาครัฐ โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการ
แข่งขันจนเกิดกลไกการตลาดที่มีประสิทธิภาพคอยผลักดันให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ค้าแต่ละราย
จนกล่าวได้ว่าธุรกิจการค้าก๊าซปิโตรเลียมเหลวในปัจจุบันเป็นธุรกิจเสรีอย่างสมบูรณ์

บริษัท ปตท. น้ำมันและการค้าปลีก จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ก๊าซ
ปิโตรเลียมเหลวภายใต้เครื่องหมายการค้า “ก๊าซหุงต้ม ปตท.” ให้แก่ผู้บริโภค ผ่านเครือข่ายผู้แทน
จำหน่ายทั่วประเทศ โดยบริษัทฯ ได้มีการส่งเสริมและมุ่งแสวงหาโอกาสใหม่ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อ
เป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs) เป็นการสร้างการ
เติบโตร่วมกัน แต่ในปัจจุบัน กลุ่มผู้ใช้ก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง (LPG Cylinder) รายใหญ่ เช่น
ห้างสรรพสินค้า โรงแรม และโรงงานอุตสาหกรรม มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผู้แทนจำหน่ายที่เป็น
ผู้ประกอบการรายย่อยนั้น ไม่สามารถลงทุนแข่งขันในด้านราคาและการบริการกับผู้ค้ามาตรา 7 รายอื่น
ได้ ส่งผลให้เสียความได้เปรียบในตลาดส่วนนี้ไป

เพราะฉะนั้นงานวิจัยนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ก๊าซ
ปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง (LPG Cylinder) ของกลุ่มผู้ใช้รายใหญ่ และแสวงหาโอกาสทางการแข่งขัน
และเป็นการขยายตลาดในเชิงรุกของผลิตภัณฑ์ “ก๊าซหุงต้ม ปตท.” เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปสร้างแผน
ธุรกิจการพัฒนาแบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก๊าซปิโตรเลียมเหลวบรรจุถัง

คำสำคัญ : ก๊าซหุงต้ม ปตท./ แผนธุรกิจ

70 หน้า