หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติในประเทศไทย

คำสำคัญ คุณภาพการบริการ / ความพึงพอใจ / ก๊าซธรรมชาติ

ชื่อนักศึกษา เอกวิทย์ จิตรดา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผศ.ดร.ระพีพร ศรีจำปา

ระดับการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

พ.ศ. 2549

บทคัดย่อ

ปัจจุบันเขตการค้าเสรีหรือข้อตกลงการค้าเสรีมีบทบาทต่อประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ข้อตกลงดังกล่าวมีผลกระทบทั้งทางบวกและลบต่อทุกๆส่วนของระบบการค้าการลงทุนในประเทศ ทั้งนี้รวมถึงธุรกิจก๊าซธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยธุรกิจดังกล่าวยังเป็นธุรกิจกึ่งผูกขาด การเปิดโอกาสให้คู่แข่งที่มีความเข้มแข็งจากต่างประเทศอาทิเช่น ยุโรป และละตินอเมริกาเข้ามาลงทุนได้โดยเสรีย่อมมีผลกระทบกับผู้ครองตลาดเดิม ดังนั้นเพื่อเตรียมพร้อมรับผลกระทบของเขตการค้าเสรีดังกล่าว บริษัทผู้จัดจำหน่ายก๊าซจำเป็นต้องทำความเข้าใจลูกค้าที่มีอยู่เดิมให้มากขึ้น ทั้งในเรื่องระดับความพึงพอใจที่มีต่อบริษัทจัดจำหน่ายก๊าซและคุณภาพการบริการด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจดังกล่าว เพื่อนำไปปรับปรุงการดำเนินงานให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ลดโอกาสการสูญเสียลูกค้าให้กับคู่แข่งในอนาคต ผลการวิจัยครั้งนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้า และจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามลูกค้าในกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรม และกลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้าที่ใช้ก๊าซธรรมชาติของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นเชื้อเพลิงในกระบวนการผลิต ในเขตจังหวัดระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา สมุทรปราการ กรุงเทพมหานคร อยุธยาและสระบุรี

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า คุณภาพการบริการด้านที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญมีเพียง 2 ด้านได้แก่ด้านภาพพจน์บริษัทและด้านราคาก๊าซ โดยที่ด้านภาพพจน์บริษัทเป็นด้านที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจมากที่สุด และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการก๊าซธรรมชาติมามากกว่า 10 ปีมีความพึงพอใจต่อบริษัทจัดจำหน่ายก๊าซที่ใช้บริการอยู่ต่ำกว่ากลุ่มอื่นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อบริษัทจัดจำหน่ายก๊าซที่ใช้

SPU CHONBURI

บริการอยู่ในระดับ 3.90 นั่นหมายความว่าการดำเนินงานของบริษัทจัดจำหน่ายก๊าซในประเทศไทยอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความพึงพอใจในเรื่องความเชื่อถือได้ของระบบจัดส่งก๊าซ ($\overline{X}$ = 4.29) การป้องกันรักษาสิ่งแวดล้อม ($\overline{X}$ = 4.19) และการบริการภาคสนาม ($\overline{X}$ = 4.01) ตามลำดับ และในทางตรงกันข้ามความพึงพอใจในราคาก๊าซ ($\overline{X}$ = 2.71) การเรียกเก็บเงินและการชำระเงิน ($\overline{X}$ = 3.72) และด้านการสื่อสารกับลูกค้า ($\overline{X}$ = 3.79) ยังต้องมีการปรับปรุงเนื่องจากมีความพึงพอใจในเกณฑ์ต่ำ

ผู้วิจัยได้นำเสนอกลยุทธ์แก่บริษัทจัดจำหน่ายก๊าซและผู้เกี่ยวข้องในการปรับปรุงเพื่อเพิ่มความพึงพอใจลูกค้า ได้แก่กลยุทธ์การสื่อสารแบบบูรณาการให้ลูกค้ารับทราบการดำเนินงานของบริษัทที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ อันส่งผลให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อบริษัท ท้ายที่สุดจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจยิ่งขึ้น และการเพิ่มบริการเสริมเช่น การให้บริการข้อมูลด้านเทคนิค ข้อมูลด้านการประยุกต์ใช้งานก๊าซธรรมชาติ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับราคาก๊าซที่จ่ายไป รวมถึงการวิจัยและพัฒนาหาพลังงานใหม่มาทดแทนก๊าซธรรมชาติที่มีราคาสูงขึ้น

SPU CHONBURI

Thesis Title	Customers' Satisfaction toward Natural Gas Distribution Company in Thailand
Keyword	Service Quality / Customer satisfaction / Natural gas
Student	Ekkawit Jitrada
Thesis advisor	Assistant Professor Dr.Rapeeporn Srijumpa
Level of study	Master of Business Administration
Faculty	Graduate School, Sripathum University Chonburi Campus
Year	2006

SPU CHONBURI

ABSTRACT

Free Trade Area/Agreement (FTA) is presently great affecting Thailand as newly rule of world trading. It makes advantage and disadvantage to every business include the natural gas business, that oligopoly in Thailand. The strong competitor from Europe and Latin America will be allowed entry Thailand natural gas business by FTA. To protect their market the natural gas distribution company in Thailand should more understand their customer both satisfaction level and satisfaction factors for developing competitive advantage strategies and improving their customer satisfaction. The research result derived by interview customer service specialists and survey by questionnaire to the PTT Public Company Limited customers that utilize natural gas as fuel gas in Rayong Chonburi Chachoengsao Samutprakarn Bangkok Ayudhaya and Saraburi provinces.

This research found that customer satisfaction factors were company image and gas price, company image was most significant factor. The customer that used natural gas for more than 10 years was lower level of customer satisfaction compare to less than 10 year group. The overall customer satisfaction score is 3.90 that mean the natural gas distribution company in Thailand was acceptable quality, especially in reliability of supply ($\overline{X}$ = 4.29) , environment protection ($\overline{X}$ = 4.19) and field service ($\overline{X}$ = 4.01). On the other hand should be improve in

lowest satisfaction issue that were gas price ($\overline{X}$ = 2.71), billing and payment ($\overline{X}$ = 3.72) and customer communication ($\overline{X}$ = 3.79).

The study suggested strategies for improvement that were integrated communicating about environment protection concern to their customers for gaining company image and increase customer satisfaction. The company should propose additional free of charge services such as technical information or gas application information to improve customer satisfaction and develop new fuel to substitute fossil fuel.

SPU CHONBURI