

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม

.....

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการประกอบกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในเขต จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันการแข่งขัน 5 ประการ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 30 ข้อ

2. ในการตอบแบบสอบถามทั้ง 4 ตอนนี้ ขอให้โปรดพิจารณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อตามความเป็นจริง

3. การวิจัยในครั้งนี้ใช้เป็นข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น และจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

(นายเสกสรรค์ นามบุคดี)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าหัวข้อ

1. เพศ

1.  ชาย                              2.  หญิง

2. อายุ

1.  15 - 25 ปี                              2.  26 - 36 ปี  
3.  37 - 47 ปี                              4.  48 - 58 ปี  
5.  59 ปี ขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1.  ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น              2.  มัธยมศึกษาตอนต้น  
3.  มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.              4.  อนุปริญญา / ปวส.  
5.  สูงกว่าปริญญาตรี

4. ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งเจ้าของกิจการ

1.  ต่ำกว่า 5 ปี                              2.  5 - 10 ปี  
3.  11 - 20 ปี                              4.  สูงกว่า 20 ปี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะทางการประกอบกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจ  
สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

คำชี้แจง ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถาม โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าหัวข้อ

### 1. ทุนจดทะเบียน

- |   |   |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500,000 บาท       | 2. <input type="checkbox"/> 500,000 - 1,000,000 บาท |
| 3. <input type="checkbox"/> 1,000,001 - 2,000,000 บาท | 4. <input type="checkbox"/> สูงกว่า 2,000,000 บาท   |

### 2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- |  |   |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 5 ปี | 2. <input type="checkbox"/> 5 - 10 ปี     |
| 3. <input type="checkbox"/> 11-20 ปี     | 4. <input type="checkbox"/> สูงกว่า 20 ปี |

### 3. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1. <input type="checkbox"/> 1 - 2 คน | 2. <input type="checkbox"/> 3 - 4 คน     |
| 3. <input type="checkbox"/> 5 - 6 คน | 4. <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 คน |

### 4. รายได้ของกิจการ/ผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อเดือน)

- |   |   |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท  | 2. <input type="checkbox"/> 10,001 - 20,000 บาท |
| 3. <input type="checkbox"/> 20,001 - 30,000 บาท | 4. <input type="checkbox"/> 30,001 - 40,000 บาท |
| 5. <input type="checkbox"/> 40,001 - 50,000 บาท | 6. <input type="checkbox"/> สูงกว่า 50,001 บาท  |

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดขอ  
ให้ ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมี  
เกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่าน ไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่  
ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่าน ไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

พลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>ผู้ลงทุนหน้าใหม่</b>					
1. มีผู้ลงทุนหน้าใหม่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง					
2. ผู้ลงทุนหน้าใหม่เป็นผู้มีประสบการณ์ด้านสถานีจำหน่ายน้ำมัน					
3. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อมทางด้านเงินทุน					
4. ธนาคารให้ความสะดวกในการปล่อยกู้สำหรับผู้ลงทุนหน้าใหม่					
5. การสร้างความเข้าใจ ในการลงทุนของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน					
6. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยี					

หลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม					
7. มีการแข่งขันการทำโปรโมชั่นของแต่ละสถานี เช่น การแจกของสมนาคุณ					
8. มีการแข่งขันการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการชำระเงิน เช่น จ่ายด้วยบัตรเครดิต					
9. การสร้างสิ่งแวดล้อมภายในสถานีให้ดูดี เช่น ห้องน้ำสะอาด					
10. มีการแข่งขันด้านการลดราคาของแต่ละสถานี ของสถานีจำหน่ายน้ำมัน					
11. มีการแข่งขันด้านการบริการ เช่น การเก็บขยะในรถยนต์ การเช็ดกระจกรถยนต์ เป็นต้น					
12. มีการแข่งขันด้าน การตรวจเช็คสภาพรถ เช่น การ ตรวจเช็คลมยาง					
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน					
13. การสนับสนุนของภาครัฐ ให้ใช้พลังงานทดแทน					
14. การติดตั้งถัง NGV และ LPG มีราคาถูก					
15. ผลิตภัณฑ์ NGV และ LPG มีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิง					
16. การผลิตรถยนต์ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประหยัดน้ำมัน					
17. สินค้าทดแทนมีคุณภาพดี					

ผลลัพธ์ด้านทางการแข่งขัน 5 ประการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
18. การขยายตัวของจำนวนสถานีจำหน่าย NGV และ LPG มากขึ้น					
<b>อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ</b>					
19. ผู้ซื้อเลือกที่จะบริโภค สินค้าทดแทน					
20. ผู้ซื้อไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (รัฐบาลและบริษัทน้ำมันมีการควบคุมราคา)					
21. ผู้ซื้อที่มีรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่สามารถใช้น้ำมัน ได้หลายประเภท เช่น ใช้แก๊ส โซฮอล์ 91 - 95 แทนน้ำมันเบนซิน					
22. ความหลากหลายของน้ำมันที่จำหน่ายในแต่ละสถานี					
23. ผู้ซื้ออยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจ สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงได้					
24. ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สถานีที่การอำนวยความสะดวก และครบวงจร					
<b>อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต</b>					
25. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย					
26. ผู้ขายปัจจัยการผลิต มีปริมาณสินค้าหรือบริการที่จะขายจำนวนน้อย					
27. ผู้ขายปัจจัยการผลิต สามารถต่อรองราคาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพสินค้าหรือบริการของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง					



หลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
28. สินค้าหรือบริการที่ผู้ขายปัจจัยการผลิต มีนั้นมีความโดดเด่นหรือแตกต่างจาก ผู้ขายรายอื่น					
29. สินค้าหรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิต ไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการทดแทน					
30. ผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในฐานะที่ สามารถขยายธุรกิจเข้ามาทำธุรกิจ เดียวกับผู้ซื้อได้					

#### ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในตารางช่องคะแนน ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ขอให้ ท่านเลือกเพียงหมายเลขเดียวเท่านั้นในแต่ละข้อ โดยแต่ละหมายเลขมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นน้อยที่สุด

คำตอบของท่านไม่มีถูกหรือผิด โปรดตอบให้ครบทุกข้อและขอให้ท่านตอบตามที่ท่านเห็นว่าเป็นจริงมากที่สุด คำตอบของท่านไม่มีผลต่อการรับบริการของท่านแต่อย่างใด

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
<b>การเป็นผู้นำด้านต้นทุน</b>					
1. การควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด					
2. ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง					
3. ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ต่างๆ					
4. ส่งเสริมทำให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด					
5. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น					
6. การรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน					

การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
7. การเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้ ต้นทุนการผลิตลดลง					
8. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน					
9. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิด ประโยชน์					
10. การลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่าง					
<b>การสร้างความแตกต่าง</b>					
11. การเน้นความแตกต่างทางด้านคุณภาพ					
12. การเน้นความแตกต่างทางด้านสินค้า					
13. การเน้นความแตกต่างด้านการให้บริการ					
14. การสร้างควมแตกต่างทางด้านราคา					
15. การเน้นความแตกต่างทางด้าน ความสามารถในการใช้งาน					
16. เสริมความแตกต่างของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น					
17. การสร้างควมแตกต่างทางการ รับประกัน					
18. การเน้นความแตกต่างทางการดูแล สิ่งแวดล้อม					
19. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของ ภาพลักษณ์สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น					
20. การสร้างควมแตกต่างทางด้านนวัตกรรม ทางด้านเทคโนโลยี					

การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขัน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
การจำกัดเขต					
21. ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง					
22. ตอบรับการใช้จ่ายมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต					
23. ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่างมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยเป็นมากขึ้น					
24. ตอบรับการใช้จ่ายมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ					
25. ตอบรับการใช้จ่ายมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ					
26. ตอบรับการใช้จ่ายมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามสถานะทางการเงิน					
27. ตอบรับการใช้จ่ายมากขึ้นเพราะผู้บริโภคแบ่งตามมุมมองทางความคิด					
28. คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น					
29. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น					
30. การทำการตลาดปัจจุบันยากยิ่งขึ้นเพราะทุกกิจการต่างหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการทำให้การแข่งขันสูงขึ้นมาก					

ขอขอบคุณอย่างสูงที่ท่านกรุณาใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ภาคผนวก ข  
คุณภาพของแบบสอบถาม

ตารางแสดงระดับคะแนนความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (IOC)

ของแบบสอบถาม : กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัด

มหาสารคาม

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ			
	1	2	3			

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

1. เพศ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. อายุ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. ระดับการศึกษา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. ประสบการณ์การทำงานในตำแหน่ง เจ้าของกิจการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

คุณลักษณะทางการประกอบกิจการของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

1. ทุนจดทะเบียน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. จำนวนพนักงานและลูกจ้าง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
4. รายได้ของกิจการ/ผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ เดือน)	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านผู้ลงทุนหน้าใหม่

1. มีผู้ลงทุนหน้าใหม่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
2. ผู้ลงทุนหน้าใหม่เป็นผู้มีประสบการณ์ ด้านสถานีจำหน่ายน้ำมัน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
3. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อมทางด้าน เงินทุน	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
4. ธนาคารให้ความสะดวกในการปล่อยกู้ สำหรับผู้ลงทุนหน้าใหม่	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
5. การสร้างความเข้าใจ ในการลงทุนของ บริษัทผู้ค้าส่งน้ำมัน	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ			
	1	2	3			
6. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อม ทางด้านเทคโนโลยี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม

7. มีการแข่งขันการทำโปรโมชันของแต่ละสถานีเช่น การแจกของสมนาคุณ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
8. มีการแข่งขันการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการชำระเงิน เช่น จ่ายด้วยบัตรเครดิต	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
9. การสร้างสิ่งแวดล้อมภายในสถานีให้ดูดี เช่น ห้องน้ำสะอาด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
10. มีการแข่งขันด้านการลดราคาของแต่ละสถานี ของสถานีจำหน่ายน้ำมัน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
11. มีการแข่งขันด้านการบริการ เช่น การเก็บขยะในรถยนต์ การเช็คกระจกรถยนต์ เป็นต้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
12. มีการแข่งขันด้าน การตรวจเช็คสภาพรถ เช่น การตรวจเช็คลมยาง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน

13. การสนับสนุนของภาครัฐ ให้ใช้พลังงานทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
14. การติดตั้งถัง NGV และ LPG มีราคาถูก	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
15. ผลิตภัณฑ์ NGV และ LPG มีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
16. การผลิตรถยนต์ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประหยัดน้ำมัน	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ 1	ผู้เชี่ยวชาญ 2	ผู้เชี่ยวชาญ 3			
17. สินค้าทดแทนมีคุณภาพดี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
18. การขยายตัวของจำนวนสถานีจำหน่าย NGV และ LPG มากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ

19. ผู้ซื้อเลือกที่จะบริโภค สินค้าทดแทน	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
20. ผู้ซื้อไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (รัฐบาลและบริษัทน้ำมันมีการควบคุม ราคา)	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
21. ผู้ซื้อมีรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่ สามารถใช้น้ำมันได้หลายประเภท เช่น ใช้แก๊สโซฮอล์ 91 -95 แทนน้ำมัน เบนซิน	+1	+1	0	+2	0.67	สอดคล้อง
22. ความหลากหลายของน้ำมันที่จำหน่าย ในแต่ละสถานี	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
23. ผู้ซื้ออยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจ สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงได้	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
24. ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สถานี ที่การอำนวยความสะดวก และครบ วงจร	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต

25. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
26. ผู้ขายปัจจัยการผลิต มีปริมาณสินค้า หรือบริการที่จะขายจำนวนน้อย	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง



รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ 1	ผู้เชี่ยวชาญ 2	ผู้เชี่ยวชาญ 3			
27. ผู้ขายปัจจัยการผลิต สามารถต่อรอง ราคาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพสินค้าหรือ บริการของสถานีจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
28. สินค้าหรือบริการที่ผู้ขายปัจจัยการ ผลิตมีนั้นมีความโดดเด่นหรือแตกต่าง จากผู้ขายรายอื่น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
29. สินค้าหรือบริการของผู้ขายปัจจัยการ ผลิต ไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการทดแทน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
30. ผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในฐานะที่ สามารถขยาย ธุรกิจเข้ามาทำธุรกิจ เกี่ยวกับผู้ซื้อได้	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
<b>การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน</b>						
31. การควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
32. ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
33. ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ต่าง ๆ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
34. ส่งเสริมทำให้พนักงานมีจิตสำนึกใน การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้ เกิดความคุ้มค่า และเป็นประ โยชน์สูง ที่สุด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
35. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ สูงขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
36. การรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อ ไม่ใช้งาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ			
	1	2	3			
37. การเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำ ให้ต้นทุนการผลิตลดลง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
38. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
39. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิด ประโยชน์	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
40. การลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างควมแตกต่าง

41. การเน้นความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
42. การเน้นความแตกต่างทางด้านสินค้า	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
43. การเน้นความแตกต่างด้านการ ให้บริการ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
44. การสร้างควมแตกต่างทางด้านราคา	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
45. การเน้นความแตกต่างทางด้าน ความสามารถในการใช้งาน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
46. เสริมความแตกต่างของสถานีจำหน่าย น้ำมัน เชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
47. การสร้างควมแตกต่างทางการ รับประกัน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
48. การเน้นความแตกต่างทางการดูแล สิ่งแวดล้อม	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
49. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของ ภาพลักษณ์สถานีจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
50. การสร้างควมแตกต่างทางด้าน นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ระดับคะแนนความน่าเชื่อถือ ของแบบสอบถาม			รวม	IOC	ความหมาย
	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ	ผู้เชี่ยวชาญ			
	1	2	3			
<b>การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการจำกัดเขต</b>						
51. ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่ม หนึ่ง	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
52. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของ ผู้บริโภค แบ่งตามการใช้ชีวิต	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
53. ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์ อย่างโดยมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยเป็น มากขึ้น	+1	0	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
54. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของ ผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
55. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของ ผู้บริโภค แบ่งตามกลุ่มอายุ	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
56. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของ ผู้บริโภค แบ่งตามสถานะทางการเงิน	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
57. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นเพราะ ผู้บริโภค แบ่งตามมุมมองทางความคิด	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
58. คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง
59. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมี ระดับ การศึกษาที่ดีขึ้น	0	+1	+1	+2	0.67	สอดคล้อง
60. การทำการตลาดปัจจุบันยากยิ่งขึ้น เพราะทุกกิจการต่างหาสิ่งที่ลูกค้า ต้องการทำให้การแข่งขันสูงขึ้นมาก	+1	+1	+1	+3	1.00	สอดคล้อง

ตารางแสดงระดับคะแนนค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค Item-total Correlation

ของแบบสอบถาม : กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัด  
มหาสารคาม

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
ผู้ลงทุนหน้าใหม่	.3884 -.7360
1. มีผู้ลงทุนหน้าใหม่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	.4248
2. ผู้ลงทุนหน้าใหม่เป็นผู้มีประสบการณ์ ด้านสถานีจำหน่ายน้ำมัน	.3884
3. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อมทางด้านเงินทุน	.5268
4. ธนาคารให้ความสะดวกในการปล่อยกู้สำหรับผู้ลงทุนหน้าใหม่	.5460
5. การสร้างความเข้าใจ ในการลงทุนของบริษัทผู้ค้าส่งน้ำมัน	.5674
6. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อม ทางด้านเทคโนโลยี	.7360
ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม	.2322 -.5937
7. มีการแข่งขันการทำโปรโมชั่นของแต่ละสถานี เช่น การแจกของ สมนาคุณ	.3080
8. มีการแข่งขันการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการชำระ เงิน เช่น จ่ายด้วยบัตรเครดิต	.5937
9. การสร้างสิ่งแวดล้อมภายในสถานีให้ดูดี เช่น ห้องน้ำสะอาด	.4456
10. มีการแข่งขันด้านการลดราคาของแต่ละสถานี ของสถานีจำหน่าย น้ำมัน	.4856
11. มีการแข่งขันด้านการบริการ เช่น การเก็บขยะในรถยนต์ การเช็ด กระจกรถยนต์ เป็นต้น	.2605
12. มีการแข่งขันด้าน การตรวจเช็คสภาพรถ เช่น การ ตรวจเช็คคลม ยาง	.2322

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน	.2911 -.5111
13. การสนับสนุนของภาครัฐให้ใช้พลังงานทดแทน	.2911
14. การติดตั้งถัง NGV และ LPG มีราคาถูก	.5111
15. ผลิตภัณฑ์ NGV และ LPG มีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิง	.4079
16. การผลิตรถยนต์ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประหยัดน้ำมัน	.4336
17. สินค้าทดแทนมีคุณภาพดี	.3943
18. การขยายตัวของจำนวนสถานีจำหน่าย NGV และ LPG มากขึ้น	.3001
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	.2163 -.6476
19. ผู้ซื้อเลือกที่จะบริโภค สินค้าทดแทน	.2500
20. ผู้ซื้อไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (รัฐบาลและบริษัทน้ำมันมีการควบคุมราคา)	.6476
21. ผู้ซื้อที่มีรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันได้หลายประเภท เช่น ใช้แก๊สโซฮอล์ 91 - 95 แทนน้ำมันเบนซิน	.2163
22. ความหลากหลายของน้ำมันที่จำหน่ายในแต่ละสถานี	.6075
23. ผู้ซื้ออยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงได้	.4021
24. ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สถานีที่การอำนวยความสะดวกและครบวงจร	.5064
อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต	.2637 -.7266
25. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย	.3026
26. ผู้ขายปัจจัยการผลิต มีปริมาณสินค้าหรือบริการที่จะขายจำนวนน้อย	.5463
27. ผู้ขายปัจจัยการผลิต สามารถต่อรองราคาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพสินค้าหรือบริการของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	.2637

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
28. สินค้าหรือบริการที่ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีนั้นมีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้ขายรายอื่น	.7266
29. สินค้าหรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการทดแทน	.3876
30. ผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจเข้ามาทำธุรกิจเดียวกับผู้ซื้อได้	.3857
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	.2422 -.6810
31. การควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	.4425
32. ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง	.4847
33. ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ต่างๆ	.2765
34. ส่งเสริมทำให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	.6810
35. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	.3905
36. การรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน	.6254
37. การเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้อัตราต้นทุนการผลิตลดลง	.2422
38. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	.6146
39. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์	.2515
40. การลดต้นทุนในระบบการขนส่งค่าลง	.2963
การสร้างความแตกต่าง	.2125 -.7039
41. การเน้นความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	.3049
42. การเน้นความแตกต่างทางด้านสินค้า	.4679
43. การเน้นความแตกต่างด้านการให้บริการ	.4973
44. การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา	.2125

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ
45. การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถในการทำงาน	.6584
46. เสริมความแตกต่างของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.7039
47. การสร้างความแตกต่างทางการรับประกัน	.3440
48. การเน้นความแตกต่างทางการดูแลสิ่งแวดล้อม	.7004
49. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของภาพลักษณ์สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.4944
50. การสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	.6618
การจำกัดเขต	.2253 -.6679
51. ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	.3024
52. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	.3009
53. ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่างโดยมีไลฟ์สไตล์ของแต่ละวัยเป็นมากขึ้น	.4667
54. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	.6679
55. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ	.2039
56. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคตามสถานะทางการเงิน	.5262
57. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นเพราะผู้บริโภคแบ่งตามมุมมองทางความคิด	.3940
58. คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	.4182
59. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	.2528
60. การทำการตลาดปัจจุบันยากยิ่งขึ้นเพราะทุกกิจการต่างหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการทำให้การแข่งขันสูงขึ้นสูงขึ้นมา	.2253

ตารางแสดงระดับคะแนนค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา

(Alpha Coefficient)

ของแบบสอบถาม : กลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัด  
มหาสารคาม

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)
ผู้ลงทุนหน้าใหม่	.8814 - .8894
1. มีผู้ลงทุนหน้าใหม่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง	.8885
2. ผู้ลงทุนหน้าใหม่เป็นผู้มีประสบการณ์ ด้านสถานีจำหน่ายน้ำมัน	.8894
3. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อมทางด้านเงินทุน	.8866
4. ธนาคารให้ความสะดวกในการปล่อยกู้สำหรับผู้ลงทุนหน้าใหม่	.8858
5. การสร้างความเข้าใจ ในการลงทุนของบริษัทผู้ค้าน้ำมัน	.8853
6. ผู้ลงทุนหน้าใหม่มีความพร้อม ทางด้านเทคโนโลยี	.8814
ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม	.8850 - .8919
7. มีการแข่งขันการทำโปรโมชั่นของแต่ละสถานี เช่น การแจกของ สมนาคุณ	.8904
8. มีการแข่งขันการอำนวยความสะดวกและความรวดเร็วในการชำระเงิน เช่น จ่ายด้วยบัตรเครดิต	.8850
9. การสร้างสิ่งแวดล้อมภายในสถานีให้ดูดี เช่น ห้องน้ำสะอาด	.8881
10. มีการแข่งขันด้านการลดราคาของแต่ละสถานี ของสถานีจำหน่าย น้ำมัน	.8871
11. มีการแข่งขันด้านการบริการ เช่น การเก็บขยะในรถยนต์ การเช็ด กระจกรถยนต์ เป็นต้น	.8915
12. มีการแข่งขันด้าน การตรวจเช็คสภาพรถ เช่น การ ตรวจเช็คลมยาง	.8919



รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน	.8868 - .8917
13. การสนับสนุนของภาครัฐให้ใช้พลังงานทดแทน	.8912
14. การติดตั้งถัง NGV และ LPG มีราคาถูก	.8868
15. ผลิตภัณฑ์ NGV และ LPG มีราคาถูกกว่าน้ำมันเชื้อเพลิง	.8887
16. การผลิตรถยนต์ มีการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประหยัดน้ำมัน	.8883
17. สินค้าทดแทนมีคุณภาพดี	.8890
18. การขยายตัวของจำนวนสถานีจำหน่าย NGV และ LPG มากขึ้น	.8917
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ	.8856 - .8919
19. ผู้ซื้อเลือกที่จะบริโภค สินค้าทดแทน	.8919
20. ผู้ซื้อไม่สามารถต่อรองราคาสินค้าได้ (รัฐบาลและบริษัทน้ำมันมีการควบคุมราคา)	.8838
21. ผู้ซื้อที่มีรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันได้หลายประเภท เช่น ใช้แก๊สโซฮอล์ 91 - 95 แทนน้ำมันเบนซิน	.8922
22. ความหลากหลายของน้ำมันที่จำหน่ายในแต่ละสถานี	.8856
23. ผู้ซื้ออยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงได้	.8889
24. ผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าและบริการที่สถานีที่การอำนวยความสะดวก และครบวงจร	.8868
อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต	.8814 - .8911
25. ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีจำนวนน้อยราย	.8905
26. ผู้ขายปัจจัยการผลิต มีปริมาณสินค้าหรือบริการที่จะขายจำนวนน้อย	.8862
27. ผู้ขายปัจจัยการผลิต สามารถต่อรองราคาเกี่ยวกับเรื่องคุณภาพสินค้าหรือบริการของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง	.8911

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)
28. สินค้าหรือบริการที่ผู้ขายปัจจัยการผลิตมีนั้นมีความโดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้ขายรายอื่น	.8814
29. สินค้าหรือบริการของผู้ขายปัจจัยการผลิตไม่มีผลิตภัณฑ์หรือบริการทดแทน	.8891
30. ผู้ขายปัจจัยการผลิตอยู่ในฐานะที่สามารถขยายธุรกิจเข้ามาทำธุรกิจเดียวกับผู้ซื้อได้	.8891
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	.8852 - .8925
31. การควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด	.8896
32. ใช้วัตถุดิบที่ราคาถูกลง	.8883
33. ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ต่างๆ	.8918
34. ส่งเสริมทำให้พนักงานมีจิตสำนึกในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดความคุ้มค่า และเป็นประโยชน์สูงสุด	.8847
35. เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น	.8901
36. การรณรงค์ช่วยกันปิดไฟ ปิดน้ำ เมื่อไม่ใช้งาน	.8852
37. การเลือกใช้เทคโนโลยีการเพื่อที่จะทำให้ต้นทุนการผลิตลดลง	.8925
38. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ซ้ำซ้อน	.8854
39. ลดขั้นตอนการปฏิบัติงานที่ไม่เกิดประโยชน์	.8923
40. การลดต้นทุนในระบบการขนส่งต่ำลง	.8919
การสร้างความแตกต่าง	.8829 - .8940
41. การเน้นความแตกต่างทางด้านคุณภาพ	.8917
42. การเน้นความแตกต่างทางด้านสินค้า	.8887
43. การเน้นความแตกต่างด้านการให้บริการ	.8882
44. การสร้างความแตกต่างทางด้านราคา	.8940

รายละเอียดหัวข้อแบบสอบถาม	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient)
45. การเน้นความแตกต่างทางด้านความสามารถในการทำงาน	.8843
46. เสริมความแตกต่างของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.8829
47. การสร้างความแตกต่างทางการรับประกัน	.8909
48. การเน้นความแตกต่างทางการดูแลสิ่งแวดล้อม	.8835
49. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของภาพลักษณ์สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงให้ดูโดดเด่นมากยิ่งขึ้น	.8880
50. การสร้างความแตกต่างทางด้านนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยี	.8846
การจำกัดเขต	.8842
51. ให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมุ่งเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง	.8919
52. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามการใช้ชีวิต	.8923
53. ผู้บริโภคมีความต้องการรับประโยชน์อย่าง โดยมี โลกทัศน์โตลส์ของแต่ละวัยเป็นมากขึ้น	.8886
54. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามเพศ	.8842
55. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามกลุ่มอายุ	.8934
56. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นของผู้บริโภคแบ่งตามสถานะทางการเงิน	.8874
57. ตอบรับการใช้ชีวิตมากขึ้นเพราะผู้บริโภคแบ่งตามมุมมองทางความคิด	.8904
58. คนรุ่นใหม่เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น	.8897
59. ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปิดรับเร็วและมีระดับการศึกษาที่ดีขึ้น	.8931
60. การทำการตลาดปัจจุบันยากยิ่งขึ้นเพราะทุกกิจการต่างหาสิ่งที่ลูกค้าต้องการทำให้การแข่งขันสูงขึ้นมาก	.8938

ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.89

ภาคผนวก ก  
หนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ ๐๐๘๑

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ

ด้วยนายเสกสรรค์ นามบุคดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๑๒๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าทดลองใช้เครื่องมือและ  
เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นผู้ที่  
จดทะเบียนกับสำนักงานพลังงานภูมิภาคที่ ๕ เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/๐๐๘๒

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ

ด้วยนายเสกสรรค์ นามบุคคี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๒๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม"

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าเก็บรวบรวมข้อมูล  
การวิจัยกับกลุ่มตัวอย่าง ตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งเป็นผู้ที่จด  
ทะเบียนกับสำนักงานพลังงานภูมิภาคที่ ๕ เพื่อนำข้อมูลไปทำการวิจัยให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี  
ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๖/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลมาศ ปฐมวนิชกุล

ด้วยนายเสกสรรค์ นามบุคดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๒๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัย  
ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา สถิติ การวัดและประเมินผล  
ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม โทร. ๓๐๐

ที่ บว. ๖๐๑๖/๒๕๕๓

วันที่ ๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ดร.ไพศาล วรรณคำ

ด้วยนายเสกสรรค์ นามบุคดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๗๑๒๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัย  
ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา คัดเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพรรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย





ที่ ศธ ๐๕๔๐.๐๑/ ๐๐๓๘

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
อ.เมือง จ.มหาสารคาม ๔๔๐๐๑

๒๕ มกราคม ๒๕๕๓

เรื่อง เชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิรวัดณ์ ชมระกา

ด้วยนายเสกสรรค์ นามบุคดี รหัสประจำตัว ๕๑๑๒๕๑๑๑๒๘ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชา  
บริหารธุรกิจ รูปแบบการศึกษานอกเวลาราชการ ศูนย์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม กำลังทำวิทยานิพนธ์  
เรื่อง "กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม" เพื่อให้การวิจัย  
ดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม จึงใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ  
เครื่องมือการวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมด้านเนื้อหา ภาษา ดังเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านด้วยดี ขอขอบคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ ไพโรวรรณ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

บัณฑิตวิทยาลัย

โทรศัพท์, โทรสาร ๐ - ๔๓๗๒ - ๕๔๓๘