

สารบัญ

หัวข้อ	หน้า
บทคัดย่อ	ข
ABSTRACT.....	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพประกอบ	ฒ
บทที่ 1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
สมมติฐานของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
บริบทของธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง.....	12
ความเป็นมาของอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศไทย.....	12
การประกอบธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดมหาสารคาม.....	16
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน	20
ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ.....	20
ผู้ลงทุนหน้าใหม่.....	24
ความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม.....	27
ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน.....	32
อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ.....	36

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
อำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต.....	42
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	44
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน.....	44
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง.....	48
กลยุทธ์การจำกัดเขต.....	51
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
งานวิจัยในประเทศ.....	53
งานวิจัยต่างประเทศ.....	60
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	63
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	66
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	66
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล	71
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์	71
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	75
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	80
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	80
ลำดับขั้นตอนในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	81
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	130
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	130
สมมติฐานของการวิจัย	131
วิธีดำเนินการวิจัย	131
สรุปผลการวิจัย	133

สารบัญ (ต่อ)

หัวเรื่อง	หน้า
อภิปรายผล	139
ข้อเสนอแนะ	148
บรรณานุกรม	150
ภาคผนวก	155
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	156
ภาคผนวก ข คุณภาพของแบบสอบถาม	167
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์	182
ประวัติผู้วิจัย	187

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนสถานีบริการน้ำมัน 17
2	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำนวนกิจการของการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิง 67
3	จำนวน และร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ซึ่งเป็นผู้ที่จดทะเบียนกับสำนักงานสำนักงานพลังงานภูมิภาคที่ 5 ในจังหวัดมหาสารคาม 83
4	จำแนกและร้อยละคุณลักษณะทางการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ สถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม..... 85
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน 87
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ ด้านผู้ลงทุนหน้าใหม่ จำแนกรายข้อ 88
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ ด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มี อยู่ในอุตสาหกรรม จำแนกรายข้อ 89
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน จำแนกรายข้อ 90
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ จำแนกรายข้อ 91
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดัน การแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต จำแนกรายข้อ .. 92
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยภาพรวมและจำแนกรายด้าน 93
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน จำแนกรายข้อ 94

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง จำแนกรายชื่อ 95
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผล ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการจำกัดเขต จำแนกรายชื่อ 96
15	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามเพศ 98
16	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามอายุ 99
17	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระดับการศึกษา 100
18	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งเจ้าของกิจการ 101
19	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการจำแนกตามประสบการณ์การทำงานในตำแหน่ง เจ้าของกิจการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ 102
20	ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามทุนจดทะเบียน 103
21	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านผู้ลงทุนหน้าใหม่ จำแนกตามทุนจด ทะเบียน 105

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
22 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่าง ผู้ประกอบการที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมจำแนกตามทุนจดทะเบียน.....	106
23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน จำแนกตามทุน จดทะเบียน.....	107
24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ประการจำแนกตามทุนจด ทะเบียน.....	108
25 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	109
26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านผู้ลงทุนหน้าใหม่ จำแนกตามระยะเวลาใน การดำเนินธุรกิจ.....	110
27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่าง ผู้ประกอบการที่มีอยู่ในจำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	111
28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	112
29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5-ประการ จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจด้าน อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ.....	113

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ.....	114
31 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามจำนวนพนักงานและลูกจ้าง.....	115
32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ จำแนกตามจำนวน พนักงานและลูกจ้าง.....	116
33 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต จำแนกตามจำนวนพนักงานและลูกจ้าง.....	117
34 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพลังผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ของผู้ประกอบการธุรกิจสถานีจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม จำแนกตามรายได้ของกิจการ/ผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อเดือน).....	118
35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกิจการ/ผู้ตอบ แบบสอบถาม (ต่อเดือน)ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน.....	119
36 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับพลัง ผลักดันทางการแข่งขัน 5 ประการ ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ จำแนกตามรายได้ ต่อเดือนของกิจการ.....	120
37 แสดงผลการทดสอบกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่ายน้ำมัน เชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม.....	122
38 แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ในจังหวัดมหาสารคาม โดยรวมและรายคู่.....	123

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39	แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ด้านผู้ลงทุนหน้าใหม่ ในจังหวัดมหาสารคาม รายคู่..... 125
40	แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ด้านความรุนแรงของการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการที่มีอยู่ใน อุตสาหกรรม ในจังหวัดมหาสารคาม รายคู่..... 126
41	แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานี จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง ด้านภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ในจังหวัดมหาสารคาม รายคู่..... 127
42	แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ด้านอำนาจต่อรองของผู้ซื้อ ในจังหวัดมหาสารคาม รายคู่..... 128
43	แสดงผลการทดสอบสหสัมพันธ์กลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของสถานีจำหน่าย น้ำมันเชื้อเพลิง ด้านอำนาจต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต ในจังหวัดมหาสารคาม รายคู่..... 129

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่	หน้า
1 ปัจจัยที่กำหนดศักยภาพแห่งการทำกำไรในอุตสาหกรรม.....	22
2 พลังผลักดันการแข่งขันทั้ง 5 ประการ.....	23
3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	65