

**แบบจำลองการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย**
Enhancement Model Gas Station Business in the Northeastern of Thailand

เกื้อจิตต์ จูริมาศ¹, ปรีชา พงษ์เพ็ง² และ บัณฑิต ผังนิรันดร์³
Kuajit Churimas¹, Preecha Pongpeng² and Bundit Pungnirund³
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา^{1,2,3}
Graduate School, Suansunandha Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}
Email: krit1957@gmail.com¹, preecha.po@ssru.ac.th², bundit.pu@ssru.ac.th³

Received: 2023-05-30; Revised: 2023-06-27; Accepted: 2023-06-28

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ สถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย 2) ศึกษาอิทธิพลของศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาดมาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน และนวัตกรรมการจัดการที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 3) พัฒนาแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้จัดการสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 320 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนด โดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้จัดการสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยและผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 20 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ และประสิทธิภาพ การดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ในระดับมาก 2) ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน และนวัตกรรมการจัดการ มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานี บริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) แบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีชื่อว่า 2P2SIE Model นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพยังพบว่า การบริการที่แปลกใหม่สร้างสรรค์ ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าที่เป็นทั้งน้ำมันและไม่ใช่ น้ำมัน เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเสริมสร้างให้องค์กร ดำเนินอยู่ได้ในภาวะ

วิกฤต โดยเฉพาะสถานการณ์ ไวรัสโคโรนา (COVID-19) ผลของงานวิจัยนี้สามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การเสริมสร้างประสิทธิภาพ, การดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study levels of leadership potential, gas station management policies, marketing strategies, gas station standards, management innovations, and efficiency of the gas station business in Northeastern Thailand.; 2) examine influences of leadership potential, gas station management policies, marketing strategies, gas station standards, management innovations on the efficiency of the gas station business in Northeastern Thailand; and 3) develop a model for enhancing the efficiency of the gas station business in Northeastern Thailand. This research employed a mixed research methodology combining quantitative and qualitative methods. For the quantitative research part, the research sample consisted of 320 gas station managers in Northeastern Thailand. The sample size was determined based on the criterion of 20 times the observed variables. They were selected via multi-stage sampling. Data were collected with the use of a questionnaire and analyzed with a structural equation model. As for the qualitative research component, in-depth interviews were conducted with 20 key informants consisting of gas station managers in Northeastern Thailand and experts who were fuel traders. The findings showed that: 1) leadership potential, gas station management policies, marketing strategies, gas station standards, management innovations, and the efficiency of the gas station business in Northeastern Thailand were rated at a high level; 2) leadership potential, gas station management policies, marketing strategies, gas station standards, management innovations had an influence on the efficiency of the gas stations business in Northeastern Thailand, with a .05 level of statistical significance; and 3) the model for enhancing the efficiency of the gas station business in Northeastern of Thailand, developed by the researcher, was called the 2P2SIE Model. In addition, the qualitative research findings revealed that creative service can attract customers by making them satisfied with oil and non-oil products, so that it represented an important strategy to strengthen the organizations and make them survive in the crisis time, especially during the COVID-19 situation. The findings can be applied as a



guideline in formulating a policy for successful and sustainable operation of gas station business in Northeastern Thailand.

Keywords: Enhancing the Efficiency, Gas Station Business Operation, Northeast

บทนำ

กรมธุรกิจพลังงานมีการวางแผนบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2561 – 2580 โดยมีเป้าหมายการจัดหาน้ำมันเชื้อเพลิงให้เพียงพอสำหรับรับรองความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและเตรียมยกระดับมาตรฐานน้ำมันเชื้อเพลิงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เพียงพอและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดทิศทางการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงภาคขนส่งในระยะยาวให้ชัดเจน (กระทรวงพลังงาน, 2563) ซึ่งมาตรการบริหารจัดการน้ำมันเชื้อเพลิง ตามแผน Oil Plan 18 มีเป้าหมาย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ประเทศมีความมั่นคง มั่นคง ด้านน้ำมันเชื้อเพลิง โดยมีน้ำมันสำรองเพียงพอ ใช้ไม่น้อยกว่า 50 วัน และการกระจายแหล่งจัดหาน้ำมันดิบ 2) น้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในประเทศมีสัดส่วนการผสมของเชื้อเพลิงชีวภาพและมีคุณภาพเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว ปี 10 เป็นน้ำมันดีเซลหมุนเร็วชนิดหลัก สำหรับรถยนต์ดีเซลทั่วไป และน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ อี20 เป็นน้ำมันแก๊ซโซฮอล์ชนิดหลักสำหรับรถยนต์เบนซินทั่วไปและน้ำมันเชื้อเพลิงมีคุณภาพตามมาตรฐานยูโร 5 ภายในปี 2567 3) โครงสร้างน้ำมันเชื้อเพลิงมีประสิทธิภาพและรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยสนับสนุนระบบการขนส่งน้ำมันทางท่อสายเหนือสายตะวันออกเฉียงเหนือและสนับสนุนการขยายคลังก๊าซปิโตรเลียมเหลว 4) มินโยบาย กฎหมายและกฎระเบียบ ที่สนับสนุนการแข่งขันในกิจการน้ำมันเชื้อเพลิงซึ่งอยู่ระหว่างการปรับปรุงพระราชบัญญัติการค้า น้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 โดยได้มีการยกร่างพระราชบัญญัติการค้า น้ำมันเชื้อเพลิงฉบับดังกล่าวแล้ว

สถานบริการน้ำมันที่ประสบความสำเร็จและมีอำนาจในการแข่งขันทางการตลาดสูงเกิดจากศักยภาพของผู้นำธุรกิจที่มีความรู้ความสามารถ มีทักษะและประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ สามารถนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจเพื่อการบริการลูกค้าได้ประทับใจมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Oluwaseun et al. (2018) ที่ศึกษาการดำเนินธุรกิจของสถานบริการน้ำมันและพบว่า ศักยภาพของผู้นำที่เข้าใจกระบวนการของธุรกิจสถานบริการน้ำมัน ทำให้สามารถลดความเสี่ยงและสร้างความปลอดภัยให้กับทุกคน เช่นเดียวกันกับ Sameh (2021) ที่พบว่าผู้ที่ผู้นำธุรกิจสามารถนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้สินค้าและบริการมีความแตกต่างที่สร้างแรงดึงดูดใจลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด นอกจากนี้ Dogbe, Bamfo and Pomegbe (2021) ยังพบว่า ผู้นำที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และการวางตำแหน่งตราสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนทางการตลาดที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่จากศักยภาพของผู้นำในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ

ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันมีการแข่งขันสูงขึ้นจึงทำให้ผู้ประกอบการต้องคิดค้นวิธีการในการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจทั้งที่เป็นน้ำมันและไม่ใช่น้ำมัน รวมถึงการบริการที่มีความ

หลากหลาย สร้างความสะดวกให้กับลูกค้ามากที่สุด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีประชากรในพื้นที่มากกว่าภาคอื่น ๆ ซึ่งการดำเนินธุรกิจสถานีสาน้ำนมมีการแข่งขันมากขึ้น โดยเฉพาะในภาวะการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ทำให้ธุรกิจสถานีสาน้ำนมมีรายได้จากผลประกอบการลดลงอย่างต่อเนื่อง และหากไม่ได้รับการพัฒนาเสริมสร้างประสิทธิภาพของสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะทำให้ธุรกิจประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจและอาจปิดตัวลงเหมือนหลาย ๆ ธุรกิจที่เกิดขึ้นในภาวะวิกฤตดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา เรื่อง แบบจำลองการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาดให้กับธุรกิจสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ให้เติบโต และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เข้มแข็งตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับตัวแปรศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีสาน้ำนม กลยุทธ์ทางการตลาดมาตรฐานสถานีสาน้ำนม และนวัตกรรมการจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีสาน้ำนม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีสาน้ำนม กลยุทธ์ทางการตลาดมาตรฐานสถานีสาน้ำนม และนวัตกรรมการจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีสาน้ำนม ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ ผู้จัดการสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิงตามมาตรา 7 จำนวน 54 บริษัท มีผู้จัดการสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย 20 จังหวัด จำนวน 925 คน (กระทรวงพลังงาน, 2564)

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณได้มาโดย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่าจากตัวแปรสังเกต (Observation Variable) ในสัดส่วน 1 ต่อ 20 ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 16 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 320 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากผู้จัดการสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้จัดการสถานีสาน้ำนมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิงตามมาตรา 7 จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 20 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ เจาะจง (purposive sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา



ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมแล้วสามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ตัวแปรภายใน คือ ตัวแปรกลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ และประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. ตัวแปรภายนอก คือ ตัวแปรศักยภาพผู้นำและนโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่ประกอบด้วยตัวแปรศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานบริการน้ำมันและนวัตกรรมจัดการ

ขอบเขตด้านเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้เริ่มตั้งแต่ เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 – เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2565

ขอบเขตด้านพื้นที่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 20 จังหวัด ประกอบด้วย กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บึงกาฬ บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรธานี อุบลราชธานี และเลย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพผู้นำ

ตัวแปรศักยภาพผู้นำ เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่เป้าหมายความสำเร็จที่ต้องการ เพราะผู้นำต้องมีความรู้ความสามารถในธุรกิจที่ทำและสามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Singhry (2018) ที่เห็นว่า ศักยภาพผู้นำการเปลี่ยนแปลงสามารถสร้างความพึงพอใจในงานขององค์กร ความมุ่งมั่นในองค์กรจะเกิดขึ้นกับพนักงานทุกคนจากความสามารถของผู้นำธุรกิจในการบริหารจัดการภายในธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ (Jain and Duggal , 2018) และ Boison, Linda (2019) ที่เห็นว่าศักยภาพผู้นำที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจในสถานบริการน้ำมัน สามารถเพิ่มรายได้จากผลประกอบการให้สูงขึ้น ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากความสามารถในการประกอบธุรกิจที่มีความมุ่งมั่นต่อประสิทธิภาพขององค์กร

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน

นโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพให้กับธุรกิจสถานบริการน้ำมัน เพราะการกำหนดนโยบายและการวางแผนในการ ดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันเป็นการกำหนดเป้าหมายและวิธีการทำงานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในธุรกิจโดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ทั่วทั้งองค์กรเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้รับความสะดวกสบายและเกิดความรวดเร็วในการใช้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ มั่นใจ และนำไปสู่การยอมรับของลูกค้าทุกระดับ ทำให้มีอำนาจในการ

แข่งขันทางการตลาดมากขึ้น ส่งผลต่อรายได้และกำไร ซึ่งประกอบด้วย การใช้เทคโนโลยีทั่วทั้งองค์กรและ แผนพัฒนาธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kehinde (2020) ที่มีความเห็นว่านโยบายการบริหารองค์กรของ ธุรกิจสถานีสาน้ำนมเป็นส่วนสำคัญที่จะชี้นำองค์กรสู่เป้าหมายของความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการกำหนดแผนพัฒนาธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งสินค้าที่เป็นน้ำมันและไม่ใช่ น้ำมัน โดยการให้บริการอย่างมีคุณภาพ สามารถลดความเสี่ยงในการใช้สินค้าและการบริการในสถานีสาน้ำนม ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติตามมาตรฐานของธุรกิจภายใต้กฎหมายและความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจน้ำมัน (Daubry, 2020) และ Oluwaseun et al. (2020) ที่กล่าวถึง นโยบายการบริหาร สถานีสาน้ำนมว่าเป็นการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านการวางแผนพัฒนา ธุรกิจให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจมากขึ้น ส่งผลต่อประสิทธิภาพ และความปลอดภัยของพนักงานและลูกค้า รวมถึงชุมชนแวดล้อมสถานีสาน้ำนม

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นตัวแปรสำคัญในการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและการตอบสนองลูกค้า ที่สามารถสร้างความพึงพอใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำด้วยความภักดีจากการมีทัศนคติเชิงบวกต่อ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ กลยุทธ์ทางการตลาดทำให้ประสิทธิภาพของธุรกิจสถานีสาน้ำนมเป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการทั้งการ ยอมรับจากลูกค้าและการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด สามารถสร้างการเติบโตและทำกำไรให้กับ ธุรกิจ โดยเฉพาะกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีการทำงานโดยใช้แพลตฟอร์มเทคโนโลยี ซึ่งมีความสำคัญต่อการ ได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจบริการน้ำมันและก๊าซรวมถึงการบริหารความเสี่ยง กลยุทธ์ทางการตลาด สามารถ สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจโดยการสร้างมูลค่าให้กับตราสินค้า (King, 2018) ส่วน Singla et al. (2018) มีความเห็นว่ากลยุทธ์ทางการตลาดเป็นเครื่องมือของธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งสามารถตอบสนองลูกค้าได้ตามที่ต้องการ ทำให้เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน จากการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในองค์กรกลยุทธ์การตลาด สามารถรักษาลูกค้าด้วยการสร้างทัศนคติ การตลาดเน้นการลดต้นทุนของ ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดแต่ละเป้าหมาย (Sophia, 2018) สอดคล้องกับ แนวคิดของ Derine (2018) ที่เห็นว่ากลยุทธ์ทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัด จำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขาย สามารถทำให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจในการซื้อสินค้ามากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานสถานีสาน้ำนม

ธุรกิจสถานีสาน้ำนมมีการดำเนินงานตามมาตรฐานที่กฎหมายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนด ซึ่งมีข้อปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยของลูกค้า พนักงานและชุมชนแวดล้อม ดังนั้นธุรกิจสถานีสาน้ำนมจึงต้อง ปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยมีการตรวจสอบเพื่อคงสภาพมาตรฐานในทุกรอบตามระยะเวลาที่กำหนดจะทำให้ลูกค้า พนักงานและชุมชนแวดล้อมลดความเสี่ยงลง ผู้ใช้บริการมีความมั่นใจในการดำเนินงานของธุรกิจ สถานีสาน้ำนมมากขึ้น สามารถสร้างการยอมรับจากลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Edward Wilson Ansah, Joseph Mintah (2018) โดยพบว่า ความปลอดภัยของพนักงาน และความเป็นอยู่ ที่ดีของเจ้าหน้าที่สถานีสาน้ำนม จะได้รับการคุ้มครอง โดยฝ่ายบริหารที่ดำเนินการตามขั้นตอนในทาง



ปฏิบัติเพื่อยกระดับของสถานบริการน้ำมันทำให้ ผลประกอบการรายวันมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเนื่องจากความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ส่วน Ogunkoya et al. (2018) มีความเห็นว่ามาตรฐานสถานบริการน้ำมันเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้สถานบริการน้ำมันมีความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจจากความปลอดภัยและการลดความเสี่ยงจากการดำเนินธุรกิจในสถานบริการน้ำมัน และ Yunus (2019) ที่กล่าวถึงมาตรฐานสถานบริการน้ำมันว่าเป็นการกำหนดข้อที่ควรปฏิบัติทั้งด้านตำแหน่งที่ตั้งที่เหมาะสม การรักษาสภาพแวดล้อม การปล่อยน้ำเสีย และการดำเนินการตามบริบทของสถานบริการน้ำมันให้มีความปลอดภัยต่อลูกค้า พนักงานและทุกคนที่อยู่แวดล้อมสถานประกอบการ

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการจัดการ

ธุรกิจสถานบริการน้ำมันในปัจจุบันมีการแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงนำนวัตกรรมจัดการมาใช้ในการเสริมสร้างประสิทธิภาพให้กับธุรกิจทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการและด้านการบริการที่สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนอง ลูกค้าได้ตรงใจ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น นักวิชาการ เช่น Schlesinger and Emilo (2018) มีความเห็นว่านวัตกรรมจัดการเป็นการนำสิ่งแปลกใหม่มาใช้ในธุรกิจเพื่อให้กระบวนการผลิตสินค้า และการบริการเป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังตอบสนองต่อการรับรู้ด้านคุณภาพและบริการของธุรกิจ สอดคล้องกับ Wu and Hguyen (2019) ที่กล่าวถึงนวัตกรรมจัดการว่าเป็นการนำสิ่งใหม่มาปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตสินค้าและการบริการให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อการตอบสนองของลูกค้า ซึ่งแนวคิดของความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการแบบไดนามิก (DSIC) มีมิติหลัก 5 ประการ ได้แก่ การรับรู้ความต้องการของลูกค้า การตรวจจับตัวเลือกทางเทคโนโลยี การกำหนดแนวคิดในการปฏิบัติ การผลิตร่วมและการเตรียมการ การปรับขนาดและการขยาย สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน Mamun et al. (2019) กล่าวถึงนวัตกรรมจัดการว่าเป็นการปรับเปลี่ยนการผลิตที่ส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าและบริการในการสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า โดยใช้กระบวนการแปลกใหม่เพื่อให้สินค้ามีคุณภาพสูงขึ้น ความสำเร็จของการทำงานร่วมกันขององค์กรเป็นการพัฒนาความร่วมมือด้านนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จ เกิดจากการสร้างวัฒนธรรมภายในที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการเปิดกว้างต่อสภาพแวดล้อมภายนอกในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมัน เป็นความสำคัญที่จะทำให้การแข่งขันของธุรกิจมีศักยภาพมากขึ้น ผู้ประกอบการได้กำหนดนโยบายในการบริหารธุรกิจให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยการนำนวัตกรรมจัดการมาใช้ในการผลิตและจัดหาสินค้าที่มีคุณภาพสูงมาบริการลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่น มีการนำนวัตกรรมจัดการมาใช้ในกระบวนการทำงานเพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ การใช้นวัตกรรมในการจัดการด้านบริการเพื่อให้มีคุณภาพตามที่ลูกค้าคาดหวัง นอกจากนั้น ผู้ประกอบการของธุรกิจสถานบริการน้ำมันได้นำกลยุทธ์ทางการตลาดมาเป็นเครื่องมือของธุรกิจในการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและการตอบสนองให้ตรงใจลูกค้า ซึ่งในการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมัน ผู้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจตามมาตรฐานสถานบริการน้ำมันภายใต้กฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความ

ปลอดภัยให้กับลูกค้า พนักงานและประชาชนโดยรอบพื้นที่ การมีประสิทธิภาพของธุรกิจสถานบริการน้ำมันเป็นการแสดงถึงศักยภาพของผู้นำที่สามารถดำเนินธุรกิจให้มีรายได้สูงขึ้น และมีอำนาจในการแข่งขันจากการยอมรับของลูกค้าทุกระดับ สอดคล้องกับแนวคิดของ Schlesinger and Emilo (2018) ที่มีความเห็นว่าการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจเป็นการสร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับธุรกิจโดยการนำนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเพื่อให้สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในสถานบริการน้ำมันมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าทั้งที่เป็นน้ำมันและไม่ใช่ น้ำมันเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ลูกค้าให้การยอมรับมากขึ้น ส่วนแนวคิดของ Ansah, Mintah (2018) มีความเห็นว่าการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันเป็นการสร้างการรับรู้ในคุณภาพการบริการของสถานบริการน้ำมันให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง โดยจะมีการนำความปลอดภัยมาสู่ลูกค้าและพนักงานจากการดำเนินธุรกิจ Ogunkoya et al. (2018) มีความเห็นว่าการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันส่วนหนึ่งสามารถป้องกันความปลอดภัยให้กับพนักงานที่ต้อนรับในสถานบริการน้ำมันที่ได้รับผลกระทบจากกลิ่นและควันจากน้ำมัน ดังนั้นการใช้นวัตกรรมในการจัดการด้านกระบวนการเพื่อให้สถานบริการน้ำมันมีมาตรฐานตามกฎหมายจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zebulon (2019) ที่มีความเห็นว่านวัตกรรมบริการสามารถเสริมสร้างประสิทธิภาพให้กับธุรกิจ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ คือ ผู้จัดการสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จาก 7 จำนวน 54 บริษัท มีผู้จัดการสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย 20 จังหวัด จำนวน 925 คน (กระทรวงพลังงาน, 2564) กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณได้มาโดย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการประมาณค่าจากตัวแปรสังเกต (Observation Variable) ในสัดส่วน 1 ต่อ 20 ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกต จำนวน 16 ตัวแปร ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ จำนวน 320 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จากผู้จัดการสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสอบถามจากผู้จัดการสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยและกำหนดให้เป็นโมเดลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit)



2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้จัดการสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จำนวน 10 คน และผู้เชี่ยวชาญจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันเชื้อเพลิงตามมาตรา 7 จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 20 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำงาน และผ่านการปฏิบัติงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี เพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนลึกซึ้งเกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ โดยคำถามหลักจะประกอบไปด้วย ตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้แก่ ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมันและนวัตกรรมการจัดการ

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยจะนำมาตรวจสอบและดำเนินการดังนี้ (1) จัดระเบียบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล (data organization) (2) แสดงข้อมูล (data display) ด้วยการนำมาจัดใหม่เป็นกลุ่มจากความรู้พื้นฐานในงานวิจัยของผู้วิจัยเอง เพื่อให้ได้ความหมายและความเข้าใจอีกครั้งหนึ่ง เกิดความหมายใหม่ในการตอบคำถามการวิจัย (3) หาข้อสรุปและตรวจสอบรวมทั้งตีความข้อสรุปที่หามาได้

ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาระดับตัวแปรศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน และนวัตกรรมจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า ศักยภาพผู้นำอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 กลยุทธ์ทางการตลาดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 มาตรฐานสถานีบริการน้ำมันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 นวัตกรรมจัดการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

2) ผลศึกษาอิทธิพลของตัวแปรศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน และนวัตกรรมจัดการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน นวัตกรรมจัดการ ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน มีอิทธิพลทางตรงต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3) การพัฒนาแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากการวิเคราะห์เชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ พบว่า การเสริมสร้าง

ประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีตัวแปร ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมันและ นวัตกรรมจัดการ ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการ น้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยพัฒนาจากสมการโครงสร้างของตัวแปรที่ส่งผลต่อการ เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ พบว่า ตัวแปร ตัวแปร ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหารสถานีบริการน้ำมัน มีอิทธิพลโดยตรงต่อการ เสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้วยแนวคิดนี้ผู้วิจัยจึงพัฒนาแบบจำลองประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่ชื่อว่า 2PSISE Model (P = Service Station Management Policy, P = Leadership Potential, S = Gas Station Standards, I = Management Innovation, S = Marketing Strategy, E = Efficiency of Gas Station Business)

อภิปรายผล

กลยุทธ์ทางการตลาด มาตรฐานสถานีบริการน้ำมัน นวัตกรรมจัดการ ศักยภาพผู้นำ นโยบายการบริหาร สถานีบริการน้ำมัน มีอิทธิพลทางตรงต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับ Odipe et al. (2018) ที่ศึกษาการดำเนินงาน ของสถานีบริการน้ำมันขายปลีกในประเทศไนจีเรีย เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยศึกษากับผู้จัดการสถานี บริการน้ำมันขายปลีก จำนวน 297 แห่ง ผลการวิจัยพบว่า สถานีบริการน้ำมันขายปลีก ที่ผู้นำสามารถดำเนิน ธุรกิจที่แตกต่างอย่างสร้างสรรค์ทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพด้วยความนิยมของลูกค้า ความสำคัญของการเพิ่ม ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทและการเติบโตของผลกำไรอย่างยั่งยืนโดยคำนึงถึงประสบการณ์ลูกค้า ใช้เทคโนโลยี มีความทันสมัย คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ความได้เปรียบของรูปแบบธุรกิจ ความหลากหลายของความคิด การรวมพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ ความเร็ว และชัยชนะหลังการขาย เพื่อให้ผู้นำ ธุรกิจมีแนวคิดในการปรับปรุงความแข็งแกร่งและการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Ramteke, & Kakaji, 2019) เช่นเดียวกับ Asadzadeh, Akhavan, .and Akhavan, (2021) ที่ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพของสถานีบริการ น้ำมัน ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของระบบสถานีบริการน้ำมัน เกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งด้าน ผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าทั้งที่เป็นน้ำมันและไม่ใช่น้ำมัน ราคาของสินค้าในสถานีบริการน้ำมัน การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายที่สร้างประโยชน์ให้กับลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ สามารถสร้างความ ประทับใจให้กับลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำด้วยภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพของธุรกิจจากทัศนคติเชิงบวก ของลูกค้า และ Gok & Peker, (2020) ที่ศึกษาผลกระทบของความสามารถที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมการตลาด ต่อประสิทธิภาพนวัตกรรมของบริษัท พบว่า การนำนวัตกรรมมาใช้ทั้งด้านการผลิต กระบวนการและ การบริการส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัท



ข้อเสนอแนะ

จากการทำวิจัยเรื่อง แบบจำลองการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย นั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยนั้น รัฐบาลและเอกชนควรกำหนดนโยบายความร่วมมือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ให้สามารถสร้างคุณภาพในการบริการ และพัฒนาศักยภาพผู้นำมาตรฐานสถานบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นที่พึงพอใจของลูกค้า ทำให้เกิดการยอมรับในธุรกิจส่งผลต่อรายได้ที่สูงขึ้น สามารถขยายตลาดให้เติบโตอย่างมั่นคงต่อไป

ข้อเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ

จากผลการวิจัยทำให้ พบว่า การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับตัวแปรนโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน สูงที่สุด มีอิทธิพลทางตรงต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย นอกจากนั้น ยังพบว่า ตัวแปรภายนอก ศักยภาพ นโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน มีอิทธิพลโดยรวมต่อ การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการนำไปปฏิบัติ คือรัฐบาล โดยกระทรวงพาณิชย์รวมถึงเอกชนและองค์กรที่ดำเนินการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยควรสนับสนุนและเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยพัฒนาการบริหารสถานบริการน้ำมัน ศักยภาพผู้นำมาตรฐานสถานบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ กลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จ สามารถให้บริการลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ควรศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเปรียบเทียบในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมัน ในแต่ละภาคของประเทศไทย เพื่อจะได้ทราบว่าตัวแปร นโยบายการบริหารสถานบริการน้ำมัน ศักยภาพผู้นำมาตรฐานสถานบริการน้ำมัน นวัตกรรมการจัดการ และกลยุทธ์ทางการตลาด มีความสามารถในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันแต่ละภาคของประเทศไทยได้อย่างไร และอิทธิพลที่ส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรแตกต่างกันหรือไม่ สามารถสร้างแนวทางในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจสถานบริการน้ำมันในแต่ละภาคของประเทศไทยได้ ด้วยวิธีการใด

2. เพื่อสร้างความยั่งยืนให้การดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการศึกษาเพิ่มเติม เกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ เช่น ตัวแปรนวัตกรรมบริการที่สามารถสร้างความแตกต่างในบริการการของสถานีบริการน้ำมันด้วยแนวคิดและการสร้างสรรค์การบริการแปลกใหม่ การจัดการการบริการที่เป็นพลวัตเพื่อสนองตอบตามความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่มเป้าหมาย และเป็นการนำนวัตกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพมาใช้บริการลูกค้ามากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เพราะจากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้พบข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญว่าการสร้างความสำเร็จของประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยนั้น ควรประกอบด้วย การบริการที่แปลกใหม่สร้างสรรค์ และสามารถดึงดูดใจลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในสินค้าที่เป็นทั้งน้ำมันและไม่ใช่ น้ำมัน ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

3. การเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยนั้น ผู้วิจัยเสนอแนะให้ทำการศึกษาเพื่อต่อยอดสู่แนวทางการปฏิบัติ แนวคิดทฤษฎีที่ส่งผลให้การดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยทำการศึกษาในประเทศที่มีชื่อเสียงและประสบความสำเร็จในระดับสูงเกี่ยวกับการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน เพื่อนำข้อค้นพบมาสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและมีศักยภาพในการขยายตลาดให้เติบโตต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงพลังงาน. (2564). *รายชื่อผู้ประกอบการน้ำมัน*. สืบค้นเมื่อ 16 มิถุนายน 2565, จาก https://www.doeb.go.th/info/info_operat_fuel.php
- Asadzadeh, S., Akhavan, B. and Akhavan, B. (2021). Multi-objective optimization of Gas Station performance using response surface methodology. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 38(2), 465-483.
- Abdullah Al Mamun, Syed Ali Fazal, Muhammad Mohiuddin and Zhan Su. (2019). Strategic Orientations, The Mediating Effect of Absorptive Capacity And Innovation: A Study Among Malaysian Manufacturing SMEs. *International Journal of Innovation Management*, 23(02), 1950016.
- Courage Simon Kofi Dogbe, Bylon Abeeku Bamfo And Wisdom Wise Kwabla Pomegbe. (2021). Market Orientation And New Product Success Relationship: The Role Of Innovation Capability, Absorptive Capacity, Green Brand Positioning. *International Journal Of Innovation Management*, 25(3), 2150033.



- Daubry, Powei Martin. (2020). Corporate Social Responsibility and Organizational Performance of Oil Companies in Southern Nigeria. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 8376. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/8376>
- David King Boison, King, Asamoah Harriet Yaa Addison Linda . (2019). Assessing Factors Influencing Sales Performance and Siting of A Fuel Station Project: Study of Spintex Road, Accra-Ghana. *International Journal of Social Science and Humanities Research*, 6(4), 1268-1279.
- Edward Wilson Ansah, Joseph Mintah. (2018). Psychosocial Safety Climate Predicts Health and Safety Status of Ghanaian Fuel Attendants. *Universal Journal of Public Health*, 6(2), 63-72.
- Zebulun, F. (2019). Effective Manufacturers' Strategies for Service Innovations. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 6427. <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/6427>
- Ogunkoya et al. (2018). *Spirometric Findings in Petrol Pump Attendants in Sagamu Southwest Nigeria*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/329701184_Spirometric_Findings_in_Petrol_Pump_Attendants_in_Sagamu_Southwest_Nigeria
- Jain, P. and Duggal, T. (2018). Transformational leadership, organizational commitment, emotional intelligence and job autonomy: Empirical analysis on the moderating and mediating variables. *Management Research Review*, 41(9), 1033-1046.
- King, Stetson Samel Jacque's. (2018). Marketing Strategies for Small Business Sustainability. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 6052. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/6052>
- Kehinde Gbola Adewuyi, Kehinde. (2020). Assessment of Fire Service Station Response to Filling Stations Fire Outbreak and Vulnerable Healthcare Centers to Filling Stations in Urban Settlement. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/339713143_Assessment_of_Fire_Service_Station_Response_to_Filling_Stations_Fire_Outbreak_and_Vulnerable_Healthcare_Centers_to_Filling_Stations_in_Urban_Settlement
- Mohamed, Sameh. (2021). Catalyzing and Implementing Innovation Strategies in the Information Technology Industry Workforce. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 11009. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/11009>
- McCrary, Derine. (2018). Senior Marketing Executives' Strategies to Implement Multicultural Marketing Campaigns. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 5751. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/5751>

- Osei-Sarfo, Sophia. (2018). Marketing Strategies of U.S. Small Businesses Led by African Immigrants. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 5581. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/5581>
- Oluwaseun E. Odipe, Abosede Lawal, Zulkarnaini Adio, George Karani. (2018). GIS-Based Location Analyses of Retail Petrol Stations in Ilorin, Kwara State, Nigeria December 2018. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 9(12), 790-794.
- Odipe, O., Lawal, A., Adio, Z., Karani, G., & Sawyerr, H., (2018). GIS- based location analyses of retail petrol stations in Ilorin, Kwara State, Nigeria. *International Journal of Scientific and Engineering Research*, 9, 790-794.
- Osman Gök and Sinem Peker. (2020). The Impact of Marketing's Innovation- Related Capabilities on A Firm's Innovation Performance. *International Journal of Innovation Management*, 24 (06), 2050054.
- Pilar Fidel, Walesska Schlesinger and Esposito Emilo. (2018). Effects of Customer Knowledge Management and Customer Orientation on Innovation Capacity and Marketing Results in Smes: The Mediating Role of Innovation Orientation. *International Journal of Innovation Management*, 22(07), 1850055.
- Ramteke, Sachin Kakaji, (2019). Innovation Strategies for a Global Manufacturing Business. *Walden Dissertations and Doctoral Studies*. 7421. Retrieved from <https://scholarworks.waldenu.edu/dissertations/7421>
- Sulaiman Yunus . (2019). Analysis of Locational Compliance and Fire Safety Preparedness among Petrol Filling Stations in Dutse Town, Jigawa State. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/337487658_Analysis_of_Locational_Compliance_and_Fire_Safety_Preparedness_among_Petrol_Filling_Stations_in_Dutse_Town_Jigawa_State
- Singhry, H.B. (2018). Perceptions of leader transformational justice and job satisfaction in public organizations. *International Journal of Public Leadership*, 14(2), 80-95.
- Singla, A. , Ahuja, I. S. and Sethi, A. S. (2018). Validation of demand pull strategies for accomplishing sustainable development in manufacturing organizations through structural equation modeling. *Management Decision*, 56(5), 1135-1156
- Wann Yih Wu And Phuoc Thien Nguyen. (2019). The Antecedents of Dynamic Service Innovation Capabilities: The Moderating Roles of Market Dynamism and Market Orientation. *International Journal of Innovation Management*, 23(07), 1950066.