
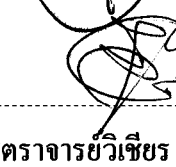


หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ กลยุทธ์การตลาดน้ำมันแก๊ส โซฮอด้
ชื่อและนามสกุล นายประเสริฐ ศรีมุข
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระได้ให้ความเห็นชอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ
ฉบับนี้แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์วิเชียร เลิศโกคานนท์)


คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา ประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการอนุมัติให้รับการศึกษา
ค้นคว้าอิสระฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช


(รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งสรรค์ ประเสริฐศรี)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

วันที่ 8 เดือน มกราคม พ.ศ. 2554

ชื่อการศึกษา ค้นคว้าอิสระ กลยุทธ์การตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผู้ศึกษา ประเสริฐ ศรีมุข ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ ปีการศึกษา 2550

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 2) เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

วิธีการศึกษาใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับบริษัทปตท. บริษัทบางจาก บริษัทเชลล์ กรมธุรกิจพลังงาน กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน โดยใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานดังกล่าวและใช้ข้อมูลจากวารสารและสิ่งพิมพ์จากสำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนาถึง สภาพแวดล้อมมหภาค สภาพแวดล้อมจุลภาค การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด และกลยุทธ์การตลาด 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมตลาด

ผลการศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์พบว่า ตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ยังมีโอกาสเติบโต และกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่บริษัทปตท. บริษัทบางจากและบริษัทเชลล์ เน้นคือกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยการรับประกันซ่อมรถยนต์ให้ฟรีและการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ด้วยการเติมสารเติมแต่งในน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายด้วยการพัฒนาตัวสถานีบริการน้ำมันในเรื่องของการบริการที่ครบวงจรทั้งในตัวสถานีบริการ ร้านค้าและบริการอื่นๆรวมถึงความสะดวก

คำสำคัญ กลยุทธ์ , การตลาด , น้ำมันแก๊สโซฮอล์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ
รองศาสตราจารย์ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ เป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้โอกาสในการศึกษาเรียนรู้และให้
คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องมาโดยตลอด

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้การดูแลและสนับสนุนในทุกเรื่อง
นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมาราช เพื่อนนักศึกษา คุณมนินทร์ สืบพงษ์พันธ์ เจ้าหน้าที่สำนักงานนโยบายและ
แผนพลังงานที่ให้ข้อมูล และทุกท่านที่กรุณาให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

ประเสริฐ ศรีमुख

ธันวาคม 2550

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
บทที่ 2 วรรณกรรม	5
แนวคิด	5
ทฤษฎี	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	24
วัตถุประสงค์การศึกษา	24
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา	24
ขอบเขตการศึกษา	24
วิธีการศึกษา	24
บทที่ 4 ผลการศึกษา	26
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด	26
กลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์	37
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	57
สรุปผลการศึกษา	57
ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	66
ประวัติผู้ศึกษา	81

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1	มูลค่าการนำเข้าพลังงาน 2
ตารางที่ 1.2	ปริมาณการใช้น้ำมัน 3
ตารางที่ 1.3	สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549 3
ตารางที่ 1.4	ปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ปี 2549 4
ตารางที่ 2.1	โรงงานที่ดำเนินการผลิตเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงหลัก 6
ตารางที่ 2.2	โรงงานที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง 7
ตารางที่ 2.3	ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง 13
ตารางที่ 2.4	สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ปี 2549 แยกตามภูมิภาค 14
ตารางที่ 2.5	สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549 แยกตามภูมิภาค 14
ตารางที่ 2.6	สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549 15
ตารางที่ 2.7	ปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ปี 2549 15
ตารางที่ 2.8	ปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 (ม.ค.-มิ.ย. ปี 2550) 16
ตารางที่ 2.9	จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ไตรมาส 2/2550 ณ มิถุนายน 2550 16
ตารางที่ 2.10	จำนวนสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ประจำเดือน พฤษภาคม 2550 17
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนรถยนต์จำแนกตามชนิดเชื้อเพลิง ณ วันที่ 31 มีนาคม 2549 38
ตารางที่ 4.2	แสดงการเปรียบเทียบกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ 43
ตารางที่ 4.3	เปรียบเทียบสถานีบริการน้ำมันจำแนกประเภทของสถานีบริการน้ำมัน ปี 2549 45
ตารางที่ 4.4	เปรียบเทียบสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงและสถานีบริการจำหน่ายน้ำมัน แก๊สโซฮอล์ 46
ตารางที่ 4.5	การเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 56

สารบัญภาพ

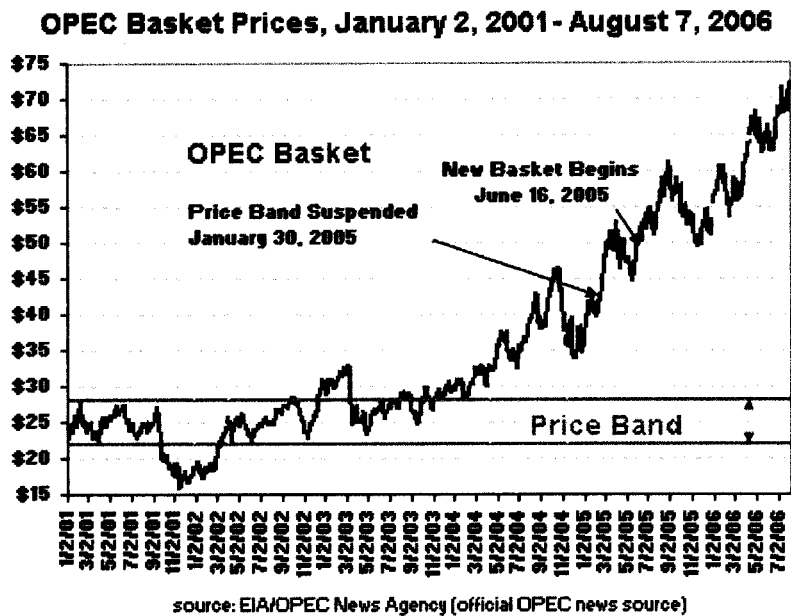
	หน้า
ภาพที่ 1.1 ราคาน้ำมันดิบ	1
ภาพที่ 2.1 กระบวนการผลิตเอทอล	5
ภาพที่ 2.2 กระบวนการผลิตแก๊สโซฮอล์	7
ภาพที่ 4.1 การวางตำแหน่งของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเครื่องยนต์ เบนซิน	39
ภาพที่ 4.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์	40
ภาพที่ 4.3 ตราสินค้าพีทีทีแก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 พลัส	40
ภาพที่ 4.4 ตราสินค้าบางจากแก๊สโซฮอล์ ซูเปอร์ฟาสต์ 95 และ 91	41
ภาพที่ 4.5 ตราสินค้าเชลล์แก๊สโซฮอล์ 95 และ 91	41

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขับเคลื่อนของเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศมีความจำเป็นต้องพึ่งพาพลังงานน้ำมัน จากสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้เกิดวิกฤตการณ์ความผันผวนของราคาน้ำมันในตลาดโลก กล่าวคือน้ำมันดิบในตลาดโลกมีราคาสูงขึ้นเป็นลำดับตามภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 ราคาน้ำมันดิบ

ที่มา : สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.eppo.go.th/retail_prices.html : ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

ประเทศไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศทั้งในรูปแบบของน้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูป

ตารางที่ 1.1 มูลค่าการนำเข้าพลังงาน

หน่วย : พันล้านบาท

การนำเข้า	2545	2546	2547	2548	2549
น้ำมันดิบ	287	346	487	645	754
น้ำมันสำเร็จรูป	26	31	41	56	60
ก๊าซธรรมชาติ	35	43	46	63	78
ถ่านหิน	8	9	12	15	19
ไฟฟ้า	4	4	6	7	8
รวม	360	433	592	786	919

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_conclude.html:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 1.1 จะพบว่าประเทศไทยมีแนวโน้มการนำเข้าน้ำมันดิบและน้ำมันสำเร็จรูป มีมูลค่าสูงขึ้นตามลำดับ จากปี 2545 ถึง 2549 ดังนั้นประเทศไทยจึงได้พยายามทุกวิถีทางที่จะพัฒนาแหล่งพลังงานทดแทน เพื่อลดการนำเข้าน้ำมันดังกล่าว ลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ และสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม

น้ำมันแก๊สโซฮอล์จัดว่าเป็นพลังงานทดแทนน้ำมันที่สำคัญชนิดหนึ่ง ที่ใช้ทดแทนน้ำมันเบนซินและจัดหาได้ในประเทศ ดังนั้นคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อ 9 ธันวาคม 2546 เห็นชอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อเป็นพลังงานทดแทน โดยกำหนดให้มีการใช้เอทานอลวันละ 1 ล้านลิตร ในปี 2549 สำหรับทดแทนสาร MTBE ในน้ำมันเบนซิน 95 และเพิ่มเป็น 3 ล้านลิตร ในปี 2554 เพื่อใช้แทนสาร MTBE ในน้ำมันเบนซิน 95 และทดแทนเนื้อน้ำมันเบนซิน 91 ในสัดส่วนร้อยละ 10 และเห็นชอบให้ตั้งคณะกรรมการร่วมระหว่างกระทรวงพลังงาน กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เพื่อกำหนดมาตรการส่งเสริมการจัดตั้งโรงงานผลิตเอทานอล และจัดทำแผนการจัดการด้านวัตถุดิบ ตลอดจนรูปแบบการนำไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน(การส่งเสริมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 2549 : 65)

จากมติคณะรัฐมนตรีดังกล่าว ทำให้ภาครัฐและเอกชนได้มีการรณรงค์และส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างจริงจัง ส่งผลทำให้ยอดปริมาณการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี 2549 มียอดใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์สูงถึง 1,279 ล้านลิตร คิดเป็นร้อยละ 18 ของยอดปริมาณน้ำมันเบนซินทุกชนิดที่ใช้ภายในประเทศ แสดงดังตารางที่ 1.2

ตารางที่ 1.2 ปริมาณการใช้น้ำมัน

หน่วย : ล้านลิตร

ชนิดน้ำมัน	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
น้ำมันแก๊สโซฮอล์	0.534	2.576	59.617	674.942	1,279.297
น้ำมันเบนซินออกเทน 91	4,341.358	4,550.343	4,631.245	4,332.867	4,464.376
น้ำมันเบนซินออกเทน 95	2,984.137	3,082.228	2,969.803	2,240.288	1,471.462

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/stat/sale_y.xls:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

ในปี 2549 มีผู้ค้าน้ำมันรายใหญ่ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 คือ บริษัท ปตท. มียอดการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปริมาณ 481.499 ล้านลิตร มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งคือประมาณร้อยละ 40.6 มีสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 รวมกว่า 1,200 แห่ง ส่วนผู้ค้าน้ำมันที่มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับสองคือ บริษัทเชลล์ มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 21.3 ส่วนแบ่งการตลาดอีกร้อยละ 16.7 เป็นของบริษัทบางจาก และที่เหลือเป็นของตราสินค้าอื่น ๆ อีก 10 บริษัท อีกประมาณร้อยละ 21.4 สำหรับตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ในปี 2549 มีเพียง 2 บริษัทที่จำหน่ายคือบริษัทบางจาก มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดร้อยละ 98.9 รองลงมาได้แก่บริษัทเชลล์ มีส่วนแบ่งการตลาดคือร้อยละ 1.1 ดังตารางที่ 1.3 และ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.3 สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549

บริษัท	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)	ร้อยละ
ปตท.	481.499	40.6
เชลล์	252.411	21.3
บางจาก	197.725	16.7
อื่น ๆ	253.183	21.4

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

ตารางที่ 1.4 ปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ในปี 2549

บริษัท	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)	ร้อยละ
บางจาก	93.423	98.9
เชลล์	1.056	1.1

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

เมื่อวันที่ 16 มีนาคม 2550 บริษัท ปตท. ได้เริ่มจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 โดยได้จำหน่ายตามสถานีบริการ ปตท. กว่า 242 สถานี (ณ 31 ก.ค. 50 ; <http://www.pttplc.com>: ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550) และมีแผนที่จะขยายสถานีบริการเป็น 500 สถานีบริการภายในปี 2550

ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้ใช้กลยุทธ์การตลาดเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น เช่น กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ โดยให้การรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์หากการตรวจสอบพบว่าความเสียหายเกิดจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ แล้วบริษัทก็จะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมเครื่องยนต์ให้ฟรีทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในคุณภาพ กลยุทธ์การตั้งราคา มีการกำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินออกเทน 91 และ 95 ถึง 3.50 บาทต่อลิตร (ข้อมูล ณ วันที่ 14 ก.ค. 2550 ; <http://www.pttplc.com>: ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550) กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย บริษัท ปตท. มีการขยายสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 จนครบทุกสถานีบริการกว่า 1,200 สถานี และขยายสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 กว่า 242 สถานี (ณ 31 ก.ค. 2550 ; <http://www.pttplc.com>: ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550) และกลยุทธ์การส่งเสริมตลาด มีการจัดตั้งบางจากแก๊สโซฮอล์คลับของบริษัทบางจาก

จะเห็นได้ว่า ตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในประเทศไทยปัจจุบันมีการขยายตัวมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และผู้เกี่ยวข้องกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์จะได้นำข้อมูลไปใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจในเชิงธุรกิจต่อไป

บทที่ 2

วรรณกรรม

2.1 แนวคิด

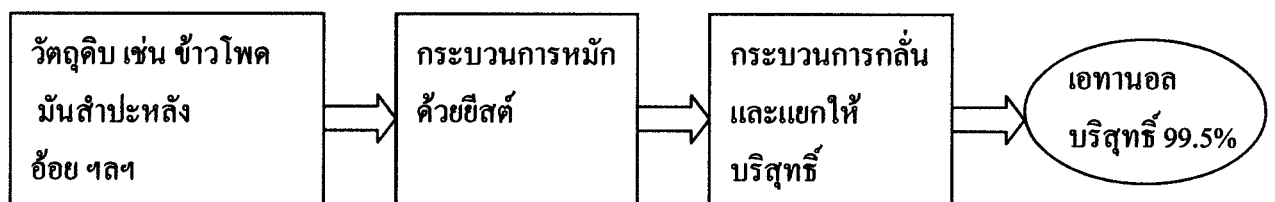
2.1.1 ที่มาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ตามประกาศกรมธุรกิจพลังงาน พ.ศ. 2549 (<http://www.doeb.go.th>; คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550) ได้ให้ความหมายของ “น้ำมันแก๊สโซฮอล์” คือ น้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมน้ำมันเบนซินพื้นฐานกับเอทานอลแปลงสภาพ และได้กำหนดแบ่งน้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็น 2 ชนิดคือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 ออกเทน 91 ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ได้จากการผสมน้ำมันเบนซินพื้นฐานชนิดที่ 1 กับเอทานอลแปลงสภาพในสัดส่วน 90 ต่อ 10 โดยปริมาตร

น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 ออกเทน 95 ได้แก่ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ได้จากการผสมน้ำมันเบนซินพื้นฐานชนิดที่ 2 กับเอทานอลแปลงสภาพในสัดส่วน 90 ต่อ 10 โดยปริมาตร

เอทานอลหรือเอทิลแอลกอฮอล์ (Ethyl Alcohol) คือแอลกอฮอล์ที่ได้จากการหมักพืชผลทางการเกษตร เช่น อ้อย มันสำปะหลัง กากน้ำตาล ฯลฯ โดยผ่านกระบวนการย่อยสลายและหมักจากแป้งเป็นน้ำตาล และสุดท้ายเปลี่ยนเป็นแอลกอฮอล์และแยกจนได้ความบริสุทธิ์ 99.5% สามารถนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงสำหรับเครื่องยนต์ได้

กระบวนการผลิตเอทานอล



ภาพที่ 2.1 กระบวนการผลิตเอทานอล

ที่มา: คณะกรรมการการพลังงาน สภาผู้แทนราษฎร 2545 : 32

สถานการณ์การผลิตเอทานอลในปัจจุบันและอนาคต

1. โรงงานที่ดำเนินการผลิตเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงหลัก

ตารางที่ 2.1 โรงงานที่ดำเนินการผลิตเอทานอลเพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงหลัก

ผู้ค้าน้ำมัน	จังหวัด	วัตถุดิบ	กำลังการผลิต ติดตั้ง(ลิตรต่อวัน)	เริ่มผลิต
1. บริษัท พรวิไล อินเตอร์เนชั่นแนล กรุ๊ป เทรคคิง จำกัด	อยุธยา	กากน้ำตาล	25,000	ต.ค. 46
2. บมจ. ไทยแอลกอฮอล์	นครปฐม	กากน้ำตาล	200,000	ส.ค. 47
3. บริษัท ไทยอะโกรเอนเนอร์จี จำกัด	สุพรรณบุรี	กากน้ำตาล	150,000	ม.ค. 48
4. บริษัท ไทยวงวน เอทานอล จำกัด	ขอนแก่น	มันสำปะหลัง	130,000	ส.ค. 48
5. บริษัท ขอนแก่นแอลกอฮอล์ จำกัด	ขอนแก่น	อ้อย/ กากน้ำตาล	150,000	ม.ค. 49
6. บริษัท เพโตรกรีน จำกัด	ชัยภูมิ	อ้อย/ กากน้ำตาล	200,000	ธ.ค. 49
7. บริษัท น้ำตาลไทยเอทานอล จำกัด	กาญจนบุรี	อ้อย/ กากน้ำตาล	100,000	เม.ย. 50
8. บริษัท เคไอเอทานอล จำกัด	นครราชสีมา	อ้อย/ กากน้ำตาล	100,000	มิ.ย. 50
รวมกลุ่ม 1			1,055,000	

ที่มา : กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

(<http://www.dede.go.th/dede/index.php?id=172>:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

2. โรงงานที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

ตารางที่ 2.2 โรงงานที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง

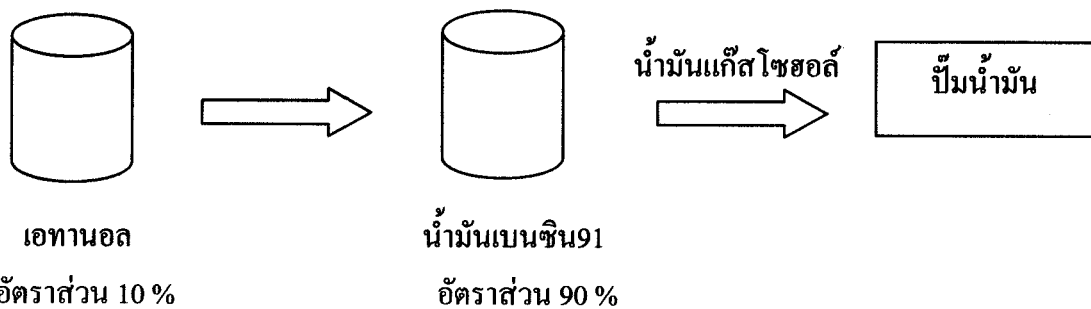
ผู้ค้าน้ำมัน	จังหวัด	วัตถุดิบ	กำลังการผลิต คิดตั้ง(ลิตร/วัน)	คาดว่า เริ่มผลิต
1. บริษัท ไออีซีปิซิเนสพาร์ทเนอร์ส จำกัด	ระยอง	มันสำปะหลัง	150,000	Q3-4 ปี 50
2. บริษัท ฟ้ายัญญพิทย์ จำกัด	ปราจีนบุรี	มันสำปะหลัง	60,000	Q4-50
3. บริษัท เอกรัฐพัฒนา จำกัด	นครสวรรค์	กากน้ำตาล	200,000	Q3-50
4. บริษัท ราชบุรีเอทานอล จำกัด	ราชบุรี	มันฯ/กากน้ำตาล	150,000	พ.ย.-50
5. บริษัท ไทยรุ่งเรืองพลังงาน จำกัด	สระบุรี	อ้อย/กากน้ำตาล	120,000	ธ.ค.-50
6. บริษัท เพโตรกรีน จำกัด	กาฬสินธุ์	อ้อย/กากน้ำตาล	200,000	ธ.ค.-50
7. บริษัท อี เอส เพาเวอร์ จำกัด	สระแก้ว	มันฯ/กากน้ำตาล	150,000	ก.พ.-51
8. บริษัท สีมานินเตอร์โปรดักส์ จำกัด	ฉะเชิงเทรา	มันสำปะหลัง	150,000	Q2-51
9. บริษัท ทรัพย์พิทย์ จำกัด	ลพบุรี	มันสำปะหลัง	200,000	Q1-51
10. บมจ. พี.เอส.ซี.สตาร์ช โปรดักส์	ชลบุรี	มันสำปะหลัง	150,000	ธ.ค.-50
11. บริษัท ที พี เค เอทานอล จำกัด	นครราชสีมา	มันสำปะหลัง	340,000	ต้นปี 51
รวมกลุ่ม 2			1,870,000	

ที่มา : กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน

(<http://www.dede.go.th/dede/index.php?id=172>:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

กระบวนการผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์

กระบวนการผลิตเริ่มจากนำส่วนประสมน้ำมันมาผสมกันให้ได้น้ำมันเบนซิน 91 จากนั้นจึงนำเอทานอลมาผสมลงในถังน้ำมันเบนซิน 91 ในอัตราส่วนน้ำมันเบนซิน 91 90% ต่อ เอทานอล 10 % ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 2.2 กระบวนการผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์

คุณลักษณะน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ควรทราบ(<http://www.doeb.go.th/new/gasohol.pdf>; ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550) คือ

- 1.เอทานอลที่รวมตัวอยู่ในน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณสมบัติรวมตัวได้ดีกับน้ำ
- 2.เอทานอลมีคุณสมบัติเป็นตัวทำละลายที่ดี สามารถชะล้างคราบสนิมและคราบสกปรกที่เกาะติดที่ถังและท่อทางเดินน้ำมันออกมาได้ทำให้ไส้กรองอุดตันได้ง่าย

จากคุณลักษณะของเอทานอลดังกล่าวข้างต้นทำให้เกิดปัญหาในการผลิตน้ำมันแก๊สโซฮอล์และการขนส่งรวมทั้งการจัดเก็บในถังเก็บของปั๊มสถานีบริการคือการรวมตัวของเอทานอล(ที่เป็นส่วนผสมในน้ำมันแก๊สโซฮอล์)กับน้ำ(ในและนอกระบบ)แล้วเกิดการแยกชั้นระหว่างชั้นน้ำกับชั้นน้ำมันส่งผลให้ค่าออกเทนลดลงทำให้การต้านทานการน็อกของเครื่องยนต์ลดลงและน้ำอาจเข้าไปในตัวเครื่องยนต์ทำความเสียหายแก่ตัวเครื่องได้ ดังนั้นสิ่งที่สถานีบริการจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ คือ น้ำจากภายนอกที่อาจเกิดการรั่วไหลเข้าไปในระบบจากการรั่วซึมของถังน้ำมัน และท่อเชื่อมระหว่างถังน้ำมันและหัวจ่ายน้ำมันอันจะเป็นเหตุให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณภาพต่ำ

ดังนั้นหากผู้ค้าน้ำมันที่จะเปลี่ยนการจำหน่ายจากน้ำมันเบนซินมาจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ต้องมีการตรวจสอบสภาพถังเก็บน้ำมันและล้างทำความสะอาดก่อน

ข้อแตกต่างระหว่างระหว่างน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ทั่วไกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 (แก๊สโซฮอล์ มั่นใจ ใช้ได้ : 2550 : 8) คือ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ผลิตจากน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ผสมกับเอทานอลซึ่งเป็นตัวเพิ่มค่าออกเทน ทำให้ได้แก๊สโซฮอล์ที่มีออกเทนเท่ากับน้ำมันเบนซิน 95 ที่ใช้สาร MTBE (Methyl Tertiary Butyl Ether) เป็นสารเพิ่มค่าออกเทน สาร MTBE มีข้อเสียคือทำให้เกิดการปนเปื้อนกับน้ำใต้ดินและน้ำดื่ม หลาย ๆ ประเทศจึงมีนโยบายเลิกใช้สาร MTBE นอกจากนี้แก๊สโซฮอล์ยังมีการเผาไหม้สมบูรณ์กว่าน้ำมันเบนซิน เนื่องจากมีส่วนผสมของเอทานอล ซึ่งมีโมเลกุลของออกซิเจนในเนื้อน้ำมันมากส่งผลให้เกิดมลพิษน้อยกว่าน้ำมันเบนซิน

ข้อดีของการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (แก๊สโซฮอล์ มั่นใจ ใช้ได้ : 2550 : 7)

1. ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันได้ลิตรละ 2.7 – 3.3 บาทต่อลิตร เนื่องจากรัฐบาลได้ใช้เงินกองทุนน้ำมันไปอุดหนุนราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์และเก็บภาษีที่ต่ำกว่า
2. การเปลี่ยนมาใช้ง่าย สะดวก ไม่ต้องปรับแต่งเครื่องยนต์เมื่อเปลี่ยนจากการเติมน้ำมันเบนซินเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพราะน้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถเติมผสมกับน้ำมันเบนซินที่เหลืออยู่ในถังได้เลย
3. สมรรถนะเทียบใกล้เคียงกัน การใช้งานอัตราเร่งเทียบเท่าการใช้น้ำมันเบนซิน

4. เครื่องยนต์เผาไหม้ดีเซล เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ช่วยลดปริมาณก๊าซไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนอกไซด์ ซึ่งเป็นปัจจัยก่อให้เกิดสภาวะเรือนกระจกชั้นบรรยากาศ
5. ลดการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิงจากต่างประเทศ ลดการขาดดุลการค้า ลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ
6. สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรในชนบทมีคุณภาพที่ดีขึ้น เนื่องจาก เอทานอลที่เป็นส่วนผสมของน้ำมันแก๊สโซฮอล์นั้น แอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5 % ที่ได้จากการหมักพืช เช่น มันสำปะหลัง อ้อย ข้าว เป็นต้น
7. ช่วยพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน เนื่องจากพลังงานเอทานอลเป็นพลังงานหมุนเวียน คือเป็นพลังงานที่ใช้แล้วสามารถนำพืชผลเกษตรในประเทศมาผลิตขึ้นใหม่ได้ในระยะเวลาไม่นาน

ข้อดีของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ (แก๊สโซฮอล์ มั่นใจ ใช้ได้ : 2550 : 9)

1. แม้ว่าปริมาณก๊าซไฮโดรคาร์บอน และคาร์บอนมอนอกไซด์จะลดลง แต่ปริมาณก๊าซไนโตรเจน(NOX) เพิ่มขึ้น และสารอะซีทัลดีไฮด์(Acetaldehyde) ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งก็เพิ่มขึ้น แต่ปริมาณสารเหล่านี้ยังคงอยู่ในเกณฑ์ตามข้อกำหนด
2. จากผลการทดสอบเปรียบเทียบอัตราการสิ้นเปลืองระหว่างการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 กับน้ำมันเบนซิน 95 ที่กรมธุรกิจพลังงานจัดขึ้น พบว่ารถยนต์ที่เติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีอัตราอึดเล็กน้อยในขณะรถออกตัวและขณะที่ต้องการเร่งความเร็ว ซึ่งอัตราอึดนี้ไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อผู้ใช้รถมากนัก เนื่องจากสภาพการจราจร และการใช้ชีวิตประจำวันนั้น ไม่จำเป็นต้องใช้ความเร็วสูงๆ

2.1.2 ความเป็นมาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในต่างประเทศ

(<http://www.bangchak.co.th/th/energyDetail.asp?id=17>: ค้นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550)

ต่างประเทศมีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทนน้ำมันที่กลั่นจากน้ำมันดิบ ประเทศที่มีการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างกว้างขวางได้แก่ บราซิล สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส

☆ การใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงมีมาตั้งแต่ยุคที่เริ่มมีการพัฒนายานยนต์ ในสหรัฐอเมริกาเริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2423 (ค.ศ. 1880) ต่อมาได้ขุดพบน้ำมันซึ่งราคาถูกกว่า ทำให้ความนิยมในการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงก็ได้ลดลง

☆ จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2513 (ค.ศ. 1970) ได้เกิดวิกฤตราคาน้ำมันขึ้น ส่งผลให้พลังงานจากพืชได้รับความสนใจอีกครั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและบราซิล

☆ ประเทศสหรัฐอเมริกาได้มีการออกกฎหมายและมาตรการสนับสนุนทางภาษีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้แก๊สโซฮอล์ ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้กันอย่างแพร่หลายในหลายมลรัฐ เช่น มินิโซต้า อิลลินอยด์ และเมืองใหญ่อย่างชิคาโก ก็มีการใช้กันเกือบทั้งหมด โดยผสมเอทานอลในสัดส่วนร้อยละ 10 และจะขยายไปสู่มลรัฐอื่น ๆ อีกเมื่อมีเอทานอลที่มากเพียงพอ

☆ ประเทศบราซิลถือว่าเป็นอีกประเทศหนึ่งที่เป็นผู้นำด้านแก๊สโซฮอล์ และมีการส่งเสริมการใช้อย่างจริงจัง ซึ่งเริ่มจากความพยายามที่จะลดการพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศที่สูงถึงร้อยละ 80 โดยรัฐบาลได้จัดตั้งโปรแกรมแอลกอฮอล์แห่งชาติ (National Alcohol Program) ขึ้นในปี พ.ศ. 2518 ในยุคที่ราคาน้ำมันดิบพุ่งขึ้นสูง เพื่อส่งเสริมการผลิตเอทานอลมาผสมกับน้ำมันเบนซินในอัตราร้อยละ 20-25 ทำให้มีการขยายตัวการใช้ เอทานอลเพิ่มขึ้นมากจนถึงปัจจุบัน

☆ สหภาพยุโรป ได้เริ่มมีการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มานานกว่า 20 ปีแล้ว ด้วยเหตุผลที่ต้องการหาดตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตรที่ปลูกในพื้นที่ห้ามเพาะปลูกพืชอาหาร ซึ่งในปัจจุบันได้มีการส่งเสริมเพื่อรองรับมาตรการการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกตามสนธิสัญญาเกียวโต

☆ ประเทศออสเตรเลีย ก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีการส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์กันมาก โดยผสมเอทานอลในอัตราส่วนร้อยละ 5-10

☆ ส่วนประเทศในแถบเอเชีย เช่น จีน อินเดีย ก็ให้ความสนใจมากในการใช้พลังงานทดแทน โดยเฉพาะเอทานอล ซึ่งอินเดียมีการประกาศใช้เอทานอลผสมในอัตราร้อยละ 5 ในน้ำมันเบนซินทุกชนิด ปัจจุบันอินเดียได้มีการส่งเสริมและพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตเอทานอลบริสุทธิ์ร้อยละ 99.5 เพื่อใช้ภายในประเทศ อีกทั้งยังสามารถส่งออกเทคโนโลยีไปยังประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย

☆ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีการใช้น้ำมันเบนซินเป็นจำนวนมาก ทางรัฐบาลมีนโยบายที่จะส่งเสริมให้มีการใช้เอทานอลผสมร้อยละ 3 ต่ำกว่าประเทศอื่น เนื่องจากต้องนำเข้าเอทานอลจากต่างประเทศ โดยคาดว่าจะเริ่มมีการใช้เอทานอลผสมอย่างจริงจังตั้งแต่ปี 2551 เป็นต้นไป

2.1.3 ความเป็นมาของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในประเทศไทย

(คณะกรรมการการพลังงาน สภาผู้แทนราษฎร : 2545 : 55)

- พ.ศ. 2523 ม.ร.ว. เทพฤทธิ์ เทวกุล ได้ริเริ่ม โครงการเอทานอล
- พ.ศ. 2528 โครงการส่วนพระองค์สวนจิตรดาเริ่ม โครงการกลั่นเชื้อเพลิงทำแก๊ส

โซฮอล์ ซึ่งมี ปตท. ให้การสนับสนุน ติดตาม ศึกษา วิจัยและสร้างสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำนวน 1 สถานีขึ้นภายในโครงการสวนจิตรลดา

- พ.ศ. 2528-2530 ปตท. และบริษัท สองพลอย จำกัด ทดลองจำหน่ายน้ำมันผสมพิเศษระหว่างน้ำมันกับเอทานอลในอัตราส่วน 90 ต่อ 10 ในสถานีบริการ 3 แห่ง คือสถานีบริการสวัสดิการกรมศุลกากร สถานีบริการสวัสดิการกรมวิชาเกษตร และสถานีบริการ ปตท. สำนักงานใหญ่
- พ.ศ. 2540-2545 ปตท.ร่วมมือกับองค์การความร่วมมือนานาชาติญี่ปุ่น หรือ JICA (Japan International Corporation Agency) ทำการศึกษาการใช้แก๊สโซฮอล์และดีโซฮอล์ในรถยนต์
- พ.ศ. 2543 ปตท. ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือโครงการพลังงานสะอาด อากาศบริสุทธิ์ กับ ขสมก. และ ร.ส.พ. ในโครงการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิง
- พ.ศ. 2545 คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติมีมติในเรื่องแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิง

2.1.4 นโยบายรัฐบาล

(คณะกรรมการการพลังงาน สภาผู้แทนราษฎร : 2545 : 74-75)

เมื่อวันที่ 14 พฤษภาคม 2545 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงดังนี้

1. ยกเว้นภาษีสรรพสามิตของเอทานอลหน้าโรงงาน 0.05 บาท/ลิตร และภาษีสรรพสามิตในส่วนของเอทานอลที่เติมในน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตลอดไป โดยจากเดิมเก็บ 3.685 บาท เหลือ 3.3165 บาท/ลิตร
2. ลดหย่อนกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อการส่งเสริมและอนุรักษ์พลังงาน เหลือเพียง 0.27 บาท/ลิตร และ 0.036 บาท/ลิตร ตามลำดับ
3. กำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ต่ำกว่าราคาจำหน่ายน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ประมาณ 0.50-0.70 บาท/ลิตร
4. กำหนดคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ขึ้นเป็นการเฉพาะ
5. การขออนุญาตตั้งโรงงานผลิตและจำหน่ายเอทานอลเป็นเชื้อเพลิง จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติก่อนทุกกรณี ซึ่งขณะนี้ มีโรงงานจำนวน 8 แห่ง ที่ได้รับอนุญาตตั้งโรงงานผลิตและจำหน่ายเอทานอลเป็นเชื้อเพลิง กำลังการผลิตรวมประมาณ 1.5 ล้านลิตร/วัน

6. การยกเลิกการใช้สาร MTBE ในน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ให้เป็นไปตามกลไกตลาด
7. กำหนดให้คณะกรรมการเอทานอลแห่งชาติศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการจัดตั้งกองทุนรักษาระดับราคาเอทานอล
8. มีนโยบายการส่งเสริมให้มีการประชาสัมพันธ์การใช้เอทานอลเป็นเชื้อเพลิงเพื่อรณรงค์ให้ประชาชนได้รับความรู้ความเข้าใจและร่วมกันใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีเอทานอลเป็นส่วนผสม
9. กำหนดนโยบายเกี่ยวกับองค์กรในการดูแลการนำพืชมารวมในน้ำมัน เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิง
10. มาตรการสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่
 - 10.1 ให้หน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ เตรียมกำหนดให้รถยนต์ของหน่วยงานเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นอันดับแรก
 - 10.2 ส่งเสริมและสนับสนุนให้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์และโรงกลั่นน้ำมันปิโตรเลียมเพื่อเตรียมพร้อมที่จะรองรับการผลิต และการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีเอทานอลเป็นส่วนผสม
 - 10.3 ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดตั้งโรงงานผลิตเอทานอลของผู้ค้าน้ำมันขนาดย่อมและขนาดกลาง โดยองค์กรหรือสถาบันเกษตรกรที่มีศักยภาพ เพื่อให้มีแหล่งผลิตเชื้อเพลิงจากผลผลิตทางการเกษตรกระจายอยู่ทั่วไปในท้องถิ่นต่าง ๆ

2.1.5 โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

(อย่าโยนทุกความคิดให้แก๊สโซฮอล์ : 2550 : 40)

สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานจัดทำโครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ภายใต้แนวคิด “กระตุ้นให้ทุกคิด อย่าโยนความคิดให้น้ำมันแก๊สโซฮอล์” เริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน 2550 - กรกฎาคม 2550 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- ให้ความรู้ ความเข้าใจ รณรงค์ปลูกจิตสำนึกการใช้พลังงานทดแทนน้ำมันรวมถึงนโยบายของรัฐ เหตุผลของรัฐเร่งส่งเสริมการใช้พลังงานทดแทน
- สร้างกระแสการรับรู้ เกิดทัศนคติที่ดี มีความมั่นใจต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้น้ำมันเบนซินมาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์
- ประชาสัมพันธ์ประโยชน์และผลสำเร็จของกลุ่มเป้าหมายต่างๆจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

โครงการ “กระตุ้นให้ลูกค้า อย่านอนความผิดให้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์”ประกอบด้วย

- ร่วมรณรงค์การใช้แก๊สโซฮอลล์ในงานแสดงเกี่ยวกับรถยนต์ต่างๆ
- ผลิตป้าย Cut out ติดตั้งบนเส้นทางจราจรหนาแน่นในกรุงเทพและต่างจังหวัด
- ภาพยนตร์โฆษณาออกอากาศทางโทรทัศน์ ระหว่างวันที่ 23 เม.ย. 2550 ถึง 15 ก.ค. 2550

2.1.6 สถานการณ์ตลาดปัจจุบันและแนวโน้มการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์ในประเทศไทย

จากการตื่นตัวต่อกระแสการใช้พลังงานทดแทน ขณะนี้กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคที่ราคาน้ำมันแพง ผู้ใช้รถจึงหันมาใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น โดยเฉพาะน้ำมันแก๊สโซฮอลล์

ตารางที่ 2.3 ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง

ปริมาณ : ล้านลิตร

ชนิดน้ำมัน	ปี 2545	ปี 2546	ปี 2547	ปี 2548	ปี 2549
น้ำมันแก๊สโซฮอลล์	0.534	2.576	59.617	674.942	1,279.297
น้ำมันเบนซินออกเทน 91	4,341.358	4,550.343	4,631.245	4,332.867	4,464.376
น้ำมันเบนซินออกเทน 95	2,984.137	3,082.228	2,969.803	2,240.288	1,471.462

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/stat/sale_y.xls:ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.3 จะพบว่า ปริมาณการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยปี 2549 มีปริมาณ 1,279.297 ล้านลิตร เพิ่มขึ้นจากปี 2548 ถึง 89.5% ในขณะที่ปริมาณการใช้น้ำมันเบนซินออกเทน 95 มีปริมาณลดลงเหลือ 1,471.462 ล้านลิตรในปี 2549 เปลี่ยนแปลงลดลง 34.3% จากปี 2548

ตารางที่ 2.4 สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ปี 2549 แยกตามภูมิภาค

ลำดับที่	ภูมิภาค	ปริมาณรวม (พันล้านลิตร)
1	กรุงเทพและปริมณฑล	89,237
2	ภาคกลาง	972
3	ภาคตะวันออก	1,390
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	142
5	ภาคเหนือ	41
6	ภาคตะวันตก	2,696
7	ภาคใต้	0
รวม		94,478

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

ตารางที่ 2.5 สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549 แยกตามภูมิภาค

ลำดับที่	ภูมิภาค	ปริมาณรวม (พันล้านลิตร)
1	กรุงเทพและปริมณฑล	644,071
2	ภาคกลาง	52,843
3	ภาคตะวันออก	101,505
4	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	114,576
5	ภาคเหนือ	98,763
6	ภาคตะวันตก	80,568
7	ภาคใต้	92,492
รวม		1,184,819

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.4 และ 2.5 พบว่ายอดการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 และ 91 ในปี 2549 ในเขตกรุงเทพและปริมณฑลมีปริมาณการใช้สูงที่สุด

ในปีพ.ศ.2549 มีผู้ค้าน้ำมันที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีทั้งสิ้น 13 บริษัท ประกอบด้วย ปตท. เซลล์ เอสโซ่ เซฟรอน (ไทย) บางจาก เช็สโก้ ภาคใต้เชื้อเพลิง ไทยออยล์ ไออาร์

พีซี ปริโตรนาส น้ำมันที่พีไอ คอนอโค และระยองเพียว ซึ่งทั้ง 13 บริษัทมีเพียง 3 บริษัทที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ด้วย ได้แก่ ปตท. บางจาก และเชลล์

ตารางที่ 2.6 สรุปปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 ปี 2549

บริษัท	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)	ร้อยละ
ปตท.	481.499	40.6
เชลล์	252.411	21.3
บางจาก	197.725	16.7
อื่น ๆ	253.183	21.4

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.6 บริษัทปตท. มีปริมาณการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 95 481.499 ล้านลิตรในปี 2549 คิดเป็นสัดส่วน 40.6% ของตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 จึงถือได้ว่าบริษัทปตท. เป็นผู้นำในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 และมีบริษัทเชลล์มีส่วนแบ่งการตลาด 21.3% บริษัทบางจาก 16.7% ตามลำดับ

ตารางที่ 2.7 ปริมาณการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ในปี 2549

บริษัท	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)	ร้อยละ
เชลล์	93.423	98.9
บางจาก	1.056	1.1

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.7 บริษัทบางจากมีส่วนแบ่งการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 สัดส่วนถึง 98.9% โดยมีปริมาณการจำหน่าย 93.423 ล้านลิตร และมีบริษัทเชลล์มีส่วนแบ่งการตลาด 1.1% เนื่องจากในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 จะมีเพียง 2 บริษัทที่เริ่มจำหน่ายในปี 2549 ส่วนบริษัทปตท. เริ่มจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ในวันที่ 16 มีนาคม 2550 โดยมียอดปริมาณการจำหน่ายตามตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 (ม.ค.-มิ.ย. ปี 2550)

บริษัท	ปริมาณการจำหน่าย (ล้านลิตร)	ร้อยละ
บางจาก	61.344	83.2
ปตท.	8.352	11.3
เชลล์	4.076	5.5

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose50.html: คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.8 บริษัทปตท. มียอดการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 ในช่วงเดือนม.ค.-มิ.ย. 2550 มีปริมาณ 8.352 ล้านลิตร มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.3 รองจากอันดับหนึ่งบางจาก ทั้งนี้เนื่องจาก บริษัทปตท. มีสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 รวมในกรุงเทพฯและต่างจังหวัดเพียง 242 สถานี เท่านั้น

สถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั่วประเทศไทยมีทั้งสิ้น 18,265 สถานี (ณ 30 มิถุนายน 2550) โดยสามารถจำแนกตามผู้ค้าน้ำมันและตามภูมิภาคได้ตามตารางที่ 2.9

ตารางที่ 2.9 จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ไตรมาส 2/2550 ณ 30 มิถุนายน 2550

ภาค	ปตท.	บางจาก	เชลล์	อื่นๆ	รวม
กรุงเทพฯ	152	118	131	479	880
ปริมณฑล	73	70	48	358	549
กลาง	78	78	29	975	1,160
เหนือ	213	220	88	3,765	4,286
ตะวันออกเฉียงเหนือ	228	319	67	5,443	6,057
ตะวันออก	141	103	73	1,171	1,488
ตะวันตก	148	92	52	1,507	1,799
ใต้	183	83	74	1,706	2,046
รวม	1,216	1,083	562	15,404	18,265

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(<http://www.doeb.go.th/information/stat/amount2-50.xls>: คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.9 จะพบว่า ณ เดือนมิถุนายน 2550 บริษัทปตท. มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง 1,216 สถานี บริษัทบางจาก 1,083 สถานี และบริษัทเชลล์ 546 สถานี

สำหรับสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทั่วประเทศไทยมีทั้งสิ้น 3,529 สถานี (ณ พฤษภาคม 2550) โดยสามารถจำแนกตามผู้ค้าน้ำมันและตามภูมิภาคได้ตามตารางที่ 2.10

ตารางที่ 2.10 จำนวนสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ประจำเดือน พฤษภาคม 2550

ภาค	ปตท.	บางจาก	เชลล์	อื่น	รวม
กรุงเทพฯ	145	120	131	293	689
ปริมณฑล	74	65	48	130	317
กลาง	78	43	29	72	222
เหนือ	215	142	84	140	581
ตะวันออกเฉียงเหนือ	225	149	71	150	595
ตะวันออก	138	69	67	113	387
ตะวันตก	148	65	46	123	382
ใต้	183	38	70	65	356
รวม	1,206	691	546	1,086	3,529

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls: คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 2.10 จะพบว่า ณ เดือนพฤษภาคม 2550 บริษัทปตท. มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์มากที่สุดถึง 1,206 สถานี รองลงมาคือ บริษัทบางจาก 691 สถานี และบริษัทเชลล์ 546 สถานี กระจายอยู่ทั่วประเทศไทย โดยมีจำนวนสถานีบริการของผู้ค้าน้ำมันอยู่ในกรุงเทพฯ มากที่สุดถึง 689 สถานี รองลงมาคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 595 สถานี

2.2 ทฤษฎี

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แบบแผนสำคัญเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และที่ได้วางแผนไว้ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและปฏิบัติการได้ต่อกันระหว่างบริษัทกับตลาด คู่แข่งขันและปัจจัยต่างๆ ในสภาวะแวดล้อม (Orville C. Walker, Jr. และคณะ, op.cit., P.2. อ้างถึงใน อดุลย์:2549:5)

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ความมุ่งหมายเบื้องต้นของกลยุทธ์การตลาด (อดุลย์:2549:7) คือ

- 1) ทำการจัดสรรทรัพยากรทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) ทำการประสานกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ
- 3) ทั้ง(1)และ(2) ก็เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทที่มีอยู่กับตลาดสินค้า

กลยุทธ์การตลาด(Marketing Strategy) นั้นอาจแบ่งพิจารณาได้เป็น
 ก)วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมของธุรกิจและระบุความต้องการของลูกค้า
 ข)เปรียบเทียบกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์กับตลาดเป้าหมายซึ่งประกอบด้วยลูกค้าที่
 เลือกสรรแล้ว

ค)นำโปรแกรมมาประยุกต์เพื่อให้บรรลุถึงตำแหน่งในการแข่งขัน
 ดังนั้นกลยุทธ์การตลาด(Marketing Strategy กล่าวถึงองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ ลูกค้า คู่
 แข่งขันและปัจจัยภายในของบริษัท(อคุลย์:2549:4)

การศึกษากลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ในครั้งนี้ได้มีการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ
 ที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด จะประกอบด้วย

1.) สภาพแวดล้อมมหภาค (Macroenvironment) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดบ้างที่มี
 ผลกระทบต่อผู้ค้าน้ำมันทั้งอุตสาหกรรม ที่สำคัญแบ่งได้เป็น 6 ด้านคือ

- 1.1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ
- 1.2) ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย
- 1.3) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม
- 1.4) ปัจจัยทางประชากรศาสตร์
- 1.5) ปัจจัยทางเทคโนโลยี
- 1.6) ปัจจัยทางธรรมชาติ

2.) สภาพแวดล้อมจุลภาค (Microenvironment) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบ
 โดยตรงต่อองค์กร โดยจะวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการแข่งขันตามที่ Michale E. Porter
 คิดทฤษฎี Porter's 5 Forces Model เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันและการวิเคราะห์
 สภาพแวดล้อมภายในของบริษัท

2.1) Porter's 5 Forces Model โดยพิจารณาจากแรงผลักดัน 5 ประการคือ

1. ภัยคุกคามจากคู่แข่งในปัจจุบัน (Threat of Intense Segment Rivalry)
2. ภัยคุกคามจากผู้มาใหม่ (Threat of New Entrants)
3. อุปสรรคจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)
4. อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

5. อำนาจในการต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers)

2.2) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis) เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นภายในองค์กรที่นักการตลาดควบคุมได้ โดยการประเมินศักยภาพความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ที่สำคัญ 6 ด้านคือ

- ด้านการเงิน
- ด้านการตลาด
- ด้านการผลิต
- ด้านบุคลากร
- ด้านการบริหาร
- ด้านการวิจัยและการพัฒนา

2.2.2 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Segmentation , Targeting and Positioning : STP Marketing)

ในการตลาดสู่เป้าหมายนั้น นักการตลาดต้องดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอนคือ (Philip Kotler ,P.235. อ้างถึงใน อดุลย์:2549:117)

1. การแบ่งส่วนตลาด(Market Segmentation) ระบุและพิจารณาโฉมหน้าของกลุ่มผู้ซื้อแต่ละกลุ่มที่ต้องการสินค้าแยกกันหรือส่วนผสมทางการตลาดแยกกัน
2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย(Market Target) เลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือมากกว่านั้นเพื่อจะเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย
3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด(Market Positioning) สร้างและทำการสื่อสารคุณสมบัติประโยชน์ที่โดดเด่นของสินค้าในตลาด

2.2.3 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

ในการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดจะวิเคราะห์จากส่วนประสมทางการตลาด คือกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing Strategy) กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย (Distribution Strategy) และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) (อดุลย์:2549:170)

● กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ คือการตัดสินใจว่าสินค้าและบริการอะไรที่จะทำการตลาด และวิธีที่จะทำการบริหารผลิตภัณฑ์ที่ได้เลือกแล้วอย่างถาวร เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเกี่ยวกับชื่อของตราหือ การรับประกันการสร้างหีบห่อและบริการที่ผนวกติดกัน ไปกับสิ่งเสนอขายที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์ด้วย

เช่นกัน และยังรวมไปถึงวิธีการสร้างตราหือด้วย

- กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing Strategy)

การตั้งราคาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของส่วนประสมการตลาด เนื่องจากเป็นตัวที่ก่อให้เกิดรายได้โดยตรง ซึ่งวิธีในการตั้งราคามี 3 วิธีคือ

1. การตั้งราคาโดยใช้เกณฑ์ต้นทุน
2. การตั้งราคาโดยมุ่งที่คู่แข่ง
3. การตั้งราคาโดยมุ่งที่การตลาด

- กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย (Distribution Strategy)

การจัดจำหน่ายเป็นองค์ประกอบด้านสถานที่(P-Place)ในส่วนประสมการตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีและปรากฏในคุณภาพที่ถูกต้อง ในทำเลที่สะดวกและในเวลาที่ถูกค้าต้องการจะซื้อ

- กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด (Promotion Strategy)

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้วิธีการสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นเป้าหมายซึ่งประกอบด้วย การ โฆษณา(Advertising) การส่งเสริมการขาย(sale promotion) การประชาสัมพันธ์(public relations) และการขายโดยพนักงาน(personal selling)

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิวัฒน์ สุขพันธ์ (2549) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์ผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่าระดับการศึกษา ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันรถยนต์ ความแตกต่างด้านราคาและความคิดเห็นถึงในเรื่องความสำคัญของพลังงานนั้นมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ อายุการใช้งานของรถยนต์ และปัจจัยความแตกต่างด้านราคาระหว่างน้ำมันเบนซินกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ค่าใช้จ่ายในการเติมน้ำมันในแต่ละเดือน

สุขุมลย์ กล่อมประมูล (2548) พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภค

ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านพฤติกรรม และปัจจัยทางการตลาด ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ ซึ่งปัจจัยด้านราคามีอิทธิพลมากที่สุดและการส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยสุดท้ายที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

นายนาวิ ฟ้ากระจ่าง (2548) ศึกษาแผนการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลอุตสาหกรรมโดยรวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจและสภาพการแข่งขัน รวมถึงข้อมูลและกลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขัน และการวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร โดยผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ พบว่า ตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ยังมีโอกาสเติบโต บริษัทได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อบรรลุถึงการเติบโตของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และการพัฒนากำไรในระยะยาว ด้วยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์หลัก ด้วยการเติมสารชะล้างเพื่อเพิ่มคุณภาพให้กับน้ำมันแก๊สโซฮอล์ นอกจากนี้ยังสร้างความแตกต่างในด้านการบริการทั้งด้านสถานีบริการที่จะทำการปรับปรุงให้ทันสมัย และด้านบุคลากรที่มีการฝึกอบรมพนักงาน สำหรับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด บริษัทได้ใช้รูปแบบการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งให้ความรู้ที่ถูกต้องผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ เพื่อสร้างการรับรู้ทำให้เกิดการตลาดที่ใช้และติดตามการซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอล์

ดำรงฤทธิ์ พงษ์ไพบุรย์ (2548) ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมอาหารสุนัขและแมวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างและกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารและแมวในประเทศไทย วิธีศึกษาใช้ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิรายปี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2538-2546 ผลการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมสุนัขและแมวมีโครงสร้างตลาดเป็นตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด และพบว่ากลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในอุตสาหกรรมอาหารสุนัขและแมวคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย

ศุภนันท์ กาญจนวัฒน์ (2547) ศึกษาทัศนคติที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์และพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคน้ำมันแก๊สโซฮอล์และน้ำมันเบนซิน และศึกษาถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์และพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักน้ำมันแก๊สโซฮอล์จากโทรทัศน์มากที่สุด ผลของเครื่องยนต์เป็นปัจจัยที่สำคัญเป็นลำดับแรกต่อการเลือกชนิดน้ำมันที่เติม ส่วนในด้านทัศนคติกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่แน่ใจว่าจะเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใน

อนาคตหรือไม่ ผู้บริโภคจะเลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เนื่องจากราคาถูก และไม่เลือกเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์เนื่องจากไม่มั่นใจในคุณภาพ

มูทิตา ชมพูแสง (2546) ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบโครงสร้างตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย ศึกษาถึงปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในของผู้ประกอบการแต่ละรายในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มบำรุงกำลัง และศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ผลิตใช้ในการแข่งขัน ผลการศึกษาพบว่า โอกาสของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มบำรุงกำลังคือภาวะการแข่งขันที่ปรับตัวดีขึ้น ส่วนอุปสรรคเกิดจากด้านกฎหมาย มีการควบคุมด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ส่วนโครงสร้างตลาดพบว่าแนวโน้มการผูกขาดโดยผู้ประกอบการรายใหญ่ 2 รายที่ลดลงจากการที่มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาแข่งขัน

ช่อลัดดาและคณะ (2544) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์เป็นพลังงานทดแทน กรณีศึกษาผู้ใช้แก๊สโซฮอล์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่าเพศชายจะยอมรับมากกว่าเพศหญิง ผู้มีรายได้ต่ำและปานกลาง จะเป็นกลุ่มที่ใช้แก๊สโซฮอล์มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง ด้านสมรรถนะของเครื่องยนต์หลังการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ มีผลต่อการตัดสินใจน้อยเนื่องจากผู้ใช้ไม่สามารถประเมินเครื่องยนต์หลังการใช้ได้ทันที และปัญหาที่พบมากที่สุด คือ สถานีบริการที่ยังมีอยู่น้อย

ประเสริฐ เต้าแสงฟ้า (2544) ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างตลาดของบริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการเครือข่ายระหว่างปี พ.ศ. 2541-2543 ผลการศึกษาพบว่าธุรกิจบริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่มีโครงสร้างตลาดเป็นแบบผู้ขายน้อยราย กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการขยายเครือข่ายสัญญาณและพัฒนาบริการเสริมใหม่ๆ และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งใช้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทุกสื่อ โดยใช้สื่อโทรทัศน์มากที่สุด ตลอดจนเน้นการส่งเสริมการขาย โดยจัดให้มีโปรโมชั่นเป็นประจำทุกเดือน

มงคล ขรจันทร์ (2543) ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบโครงสร้างตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการระหว่างปี พ.ศ. 2538-2541 ผลการศึกษาพบว่าตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มมีโครงสร้างตลาดเป็นผู้ขายน้อยราย กลยุทธ์การตลาดที่สำคัญในอุตสาหกรรมกาแฟพร้อมดื่ม ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด

ฐานกรณ์ รติสุขทิมล (2542) ศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมแป้งเด็ก โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแป้งเด็ก ผลการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมแป้งเด็กมีโครงสร้างตลาดเป็นผู้ขายน้อยราย สำหรับกลยุทธ์การตลาดพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้กันมาก

นิติพันธุ์ นิติวัดน์ชาญชัย (2542) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ รวมทั้งการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของโลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ผลการศึกษาพบว่า โลตัส ซูเปอร์เซ็นเตอร์ มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มคนทั่วไป ที่อาศัยในชุมชนใกล้เคียงหรือในบริเวณสาขา ระดับรายได้จะอยู่ตั้งแต่ปานกลางถึงระดับสูง กำหนดตำแหน่งทางการตลาด ตามราคาและคุณภาพ เน้นการจำหน่ายสินค้าที่มีคุณภาพราคาถูก สำหรับส่วนประสมทางการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์จำแนกสินค้าได้ 2 ประเภทคือ สินค้าอุปโภคและบริโภค ด้านราคา คือมุ่งขอยอดขาย ด้านการจัดจำหน่ายเน้นที่การขายสาขาให้ครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดเน้นการโฆษณาที่สินค้าและราคา มีการส่งเสริมการขายเป็นประจำทุกสัปดาห์

โอภาส บำรุงชาติอุดม (2541) ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันเชื้อเพลิงของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพทางการตลาดของธุรกิจน้ำมันเชื้อเพลิง และศึกษาแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงของ ปตท. โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ จากการศึกษาปัจจัยที่เป็นปัจจัยหลักที่มุ่งใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้น้ำมันของสถานีบริการ ปตท. คือ คุณภาพ ราคา บริการที่ดี แผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการเสริมต่าง ๆ และ ปตท. ก็ได้ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก จนถือได้ว่าเป็นผู้นำด้านคุณภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

1. วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1.1 เพื่อศึกษาถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์
- 1.2 เพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

2.1 ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ทำให้ได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มแข่งขันซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนธุรกิจ กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและนโยบายที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรม

2.2 สำหรับประชาชนทั่วไปสามารถนำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลในการพิจารณาผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

3. ขอบเขตการศึกษา

3.1 การศึกษาครั้งนี้จะศึกษากลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยจะศึกษาข้อมูลรายปีเป็นเวลา 4 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546-2550 เนื่องจากการส่งเสริมจากรัฐอย่างจริงจัง

3.2 การวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จะทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดของบริษัทปตท. บริษัทบางจากและบริษัทเชลล์ซึ่งเป็นผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีส่วนแบ่งการตลาด 3 อันดับแรก โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด และกลยุทธ์การตลาด 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมตลาด

4. วิธีการศึกษา

4.1 วิธีการรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคือแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทปตท. บริษัทบางจากและบริษัทเชลล์ สภาพการแข่งขันในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ กลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ จากหน่วยงานกรมธุรกิจพลังงาน กรมพัฒนา

พลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน สำนักงานนโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน โดย
ใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ของหน่วยงานดังกล่าวและใช้ข้อมูลจากวารสารและสิ่งพิมพ์จากสำนักงาน
นโยบายและแผนพลังงานกระทรวงพลังงาน

4.2 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำมา
วิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค อันประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ ด้านประชากรศาสตร์ ด้าน
เทคโนโลยี ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านวัฒนธรรมและสังคม สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และ
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุลภาคซึ่งจะวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการแข่งขัน โดยใช้ทฤษฎี
Porter's 5 Forces Model รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยภายในของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ซึ่งจะวิเคราะห์ 6
ด้านคือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านบุคลากร ด้านวิจัยและพัฒนา ด้านการเงิน ด้านบริหาร เพื่อ
นำไปสู่การวิเคราะห์โอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อนของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์

4.2.2 การศึกษากลยุทธ์การตลาดของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยใช้วิธีวิเคราะห์เชิง
พรรณนาถึง การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ใน
ตลาด (STP Marketing)และกลยุทธ์การตลาด 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา
กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมตลาด

บทที่ 4

ผลการศึกษา

4.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาด

4.1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค (Macroenvironment)

สภาพแวดล้อมมหภาคเป็นปัจจัยที่ผู้ค้าน้ำมันไม่อาจควบคุมได้ และผู้ค้าน้ำมันทุกรายต้องเผชิญ ซึ่งปัจจัยภายนอกอาจเป็น ได้ทั้ง โอกาสและอุปสรรค ซึ่งจะวิเคราะห์ 6 ด้านคือ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economics Factors)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) รายงานอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2550 เศรษฐกิจ ขยายตัวร้อยละ 4.3 ความต้องการพลังงานของประเทศไทยในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2550 อยู่ที่ระดับ 1,619 เทียบเท่ากับนํ้ามันดิบต่อวัน เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.9 โดยความต้องการใช้น้ำมันสำเร็จรูปลดลงร้อยละ 4.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2549 (สถานการณ์พลังงานไทยในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2550 : 2550 : 17)

ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Factors)

ในตลาดค้าปลีกน้ำมัน รัฐบาลมีบทบาทในการกำกับดูแลการกำหนดราคาน้ำมันและสถานะการแข่งขัน โดยอาศัยกลไกทางด้านกฎหมาย เช่น พ.ร.ก. แก้ไขและป้องกันภาวะการฉ้อขาดแคลนน้ำมันฯ พ.ศ. 2516 รวมทั้งมาตรการทางด้านภาษีสรรพสามิต และการส่งเสริมการลงทุนน้ำมันเชื้อเพลิง สำหรับกฎระเบียบข้อบังคับและกฎหมายที่ภาครัฐได้ใช้บังคับเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการใช้แก๊สโซฮอล์ สรุปได้ดังนี้

☆ ยกเว้นภาษีสรรพสามิตของเอทานอลหน้าโรงงาน 0.05 บาทต่อลิตร และภาษีสรรพสามิตในส่วนของเอทานอลที่เติมในน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตลอดไป โดยจากเดิมเก็บ 3.685 บาท เหลือ 3.3165 บาทต่อลิตร

☆ ลดหย่อนกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์พลังงาน เหลือเพียง 0.27 บาทต่อลิตร และ 0.036 บาทต่อลิตร ตามลำดับ

☆ กำหนดลักษณะและคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามประกาศกรมธุรกิจพลังงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2547 และ พ.ศ. 2549

ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Factors)

จากการที่ภาครัฐได้รณรงค์ให้ประชาชนตระหนักถึงสถานการณ์ราคาน้ำมันที่ปรับสูงขึ้น ลดการใช้ น้ำมันและให้ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้วิถีชีวิต (Lifestyle) ของผู้ใช้น้ำมันเปลี่ยนไป และการที่สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน ได้จัดทำโครงการ “ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์” อย่างต่อเนื่องตามสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ทำให้ผู้ใช้น้ำมันเกิดทัศนคติที่ดีมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแก๊สโซฮอล์มากขึ้น รวมทั้งการที่ผู้ค้าน้ำมันได้ออกประกาศรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากการใช้น้ำมันเบนซินมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factors)

การเปลี่ยนแปลงของลักษณะ โครงสร้างประชากรในเรื่องอายุ เพศ เชื้อชาติ ฐานะทางสังคมและการศึกษา จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ซึ่งจากการศึกษาของสุกมาลย์ กล่อมประมูต (2548) พบว่าเพศชายจะยอมรับแก๊สโซฮอล์มากกว่าเพศหญิง และผู้มีรายได้น้อยกว่ารายได้ปานกลางเป็นกลุ่มที่ใช้แก๊สโซฮอล์มากกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors)

ในปัจจุบันนี้ อาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยหนึ่งมีผลกระทบรุนแรงต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ในอุตสาหกรรมยานยนต์ได้มีการพัฒนาเครื่องยนต์ที่สามารถใช้แก๊สโซฮอล์ที่มีส่วนผสมของเอทานอลสูงกว่าร้อยละ 10 โดยการออกแบบเครื่องยนต์มาโดยเฉพาะดังนี้

(<http://www.bangchak.co.th> : ค้นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550)

☆ รถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ E20 ได้มีการปรับปรุงเครื่องยนต์ โดยเฉพาะระบบเชื้อเพลิงและการทำงานของหัวฉีดน้ำมัน โดยเทคโนโลยีดังกล่าวนี้ได้มีการพัฒนาและนำมาใช้ในประเทศสหรัฐอเมริกา ยุโรป และบราซิล

☆ รถ FFV (Flexible Fuel Vehicle) เป็นการออกแบบเครื่องยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันที่มีส่วนผสมของเอทานอลในอัตราส่วนต่าง ๆ โดยรถยนต์ประเภทนี้จะได้รับการออกแบบให้มีระบบเซ็นเซอร์สำหรับตรวจสอบอัตราส่วนผสมของเอทานอลกับน้ำมันเบนซิน เพื่อควบคุมระบบการเผาไหม้เชื้อเพลิงให้เหมาะสมกับชนิดของเชื้อเพลิงที่ใช้

ปัจจัยทางธรรมชาติ (Natural Factors)

น้ำมันดิบซึ่งเป็นวัตถุดิบในการกลั่นน้ำมัน ในปัจจุบันมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ราคาน้ำมันดิบมีราคาสูงขึ้นเป็นลำดับ และทำให้ต้นทุนพลังงานเพิ่มขึ้น

4.1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุลภาค(Microenvironment)

4.1.2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการแข่งขัน โดยตัวแบบ The Five Forces Model

ภัยคุกคามจากคู่แข่งในปัจจุบัน (Threat of Intense Segment Rivalry)

ปัจจัยที่ใช้ในการวิเคราะห์ความรุนแรงของอุตสาหกรรมประกอบไปด้วยปัจจัยหลักดังนี้

☆ โครงสร้างทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Competitive Structure) จะเป็นแบบอุตสาหกรรมกึ่งผูกขาด (Oligopoly Industry) โดยมี ปตท. บางจาก และเชลล์ ที่ครอบครองส่วนแบ่งตลาดส่วนใหญ่ โดยอุตสาหกรรมกึ่งผูกขาดจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีระดับการแข่งขันสูง เนื่องจากแต่ละรายต่างก็มีความแข็งแกร่งในการแข่งขัน มีการตอบโต้เพื่อรักษาส่วนแบ่งตลาด

☆ การออกจากอุตสาหกรรม (Exit Barrier) จะพบว่า การออกจากอุตสาหกรรมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ค้าน้ำมันทำได้ยาก เนื่องจากมีการลงทุนสินทรัพย์และเทคโนโลยีเฉพาะเจาะจงสำหรับผลิตน้ำมัน ทำให้ทรัพย์สินและเทคโนโลยีดังกล่าวไม่อาจนำไปใช้กับธุรกิจประเภทอื่นได้ หากว่าผู้ค้าน้ำมันในธุรกิจน้ำมันแก๊สโซฮอล์จำเป็นต้องออกจากธุรกิจของตนไป และมีต้นทุนในการออกจากอุตสาหกรรม (Exit Cost) ที่มีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก ส่งผลทำให้การออกจากอุตสาหกรรมทำได้ยาก

ดังนั้นจะพบว่า มีภาวะการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ค้าน้ำมันต้องรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด คือเป็นปัจจัยลบ

ภัยคุกคามจากผู้มาใหม่ (Threat of New Entrants)

โอกาสในการเข้ามาของกลุ่มแข่งขันรายใหม่พิจารณาจากปัจจัยดังต่อไปนี้

☆ ความประหยัดต่อขนาด (Economic of Scale) จะพบว่าในอุตสาหกรรมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในปัจจุบัน บริษัทต่าง ๆ ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ไม่มีข้อได้เปรียบจากความประหยัดต่อขนาดสูงมากนัก

☆ ต้นทุนในการเปลี่ยนการบริโภคจากราคาสินค้าหนึ่ง ไปยังอีกตราสินค้าหนึ่ง (Switching Cost) ผู้ใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยนการบริโภค

สรุปได้ว่าคู่แข่งรายใหม่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมได้ง่าย เนื่องจากการลงทุนไม่สูงมากนัก รวมทั้งมีธุรกิจ out source ในปัจจุบันมีมากมาย เช่น การเช่าคลัง การจัดส่ง จึงเป็นผลลบต่อธุรกิจ

อุปสรรคจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Product)

สินค้าทดแทนน้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้แก่ น้ำมันเบนซินออกเทน 95 และ 91 ซึ่งเป็นสินค้าทดแทนกันได้ และผู้บริโภคไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost) และนอกจากนี้ ยังมีพลังงานทดแทนชนิดอื่น ๆ ได้แก่ NGV, LPG ซึ่งมีบทบาทค่อนข้างมาก แต่ผู้บริโภคมีต้นทุนในการเปลี่ยนสินค้า

ดังนั้นสินค้าทดแทน มีได้ง่ายโดยผู้บริโภคไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยน (Switching Cost) จึงถือได้ว่าเป็นปัจจัยลบต่อธุรกิจ

อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

ปัจจัยที่ส่งผลให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรอง

☆ ผู้ค้าน้ำมันในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีจำนวนมากทำให้ลูกค้าสามารถเลือกได้

☆ ผู้บริโภคสามารถใช้สินค้าอื่นทดแทนได้ โดยไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยน (Switching Cost)

ดังนั้นลูกค้า มีอำนาจต่อรองสูงเนื่องจากมีผู้ค้าน้ำมันในตลาดเป็นจำนวนมาก รวมทั้งไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยน (Switching Cost) จึงเป็นผลลบต่อธุรกิจ

อำนาจต่อรองของคู่ค้า (Bargaining Power of Suppliers)

คู่ค้าในอุตสาหกรรมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ประกอบด้วยโรงกลั่นน้ำมัน และผู้ผลิตเอทานอล

☆ คู่ค้าสถานีบริการจำหน่ายน้ำมัน มีโอกาสค่อนข้างน้อยที่จะเปลี่ยนสถานะตัวเองให้กลายเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย จึงทำให้คู่ค้าสถานีบริการมีอำนาจต่อรองกับโรงกลั่นน้ำมันไม่มากนัก

☆ ผู้ผลิตเอทานอล ไม่มีอำนาจต่อรองมากเนื่องจากราคาเอทานอลถูกควบคุมโดยภาครัฐ และสินค้าของผู้ผลิตเอทานอลไม่มีความแตกต่าง

ดังนั้นอำนาจต่อรองของคู่ค้าต่ำ เนื่องจากเนื่องจากราคาเอทานอลถูกควบคุมโดยภาครัฐ จึงเป็นผลบวกต่อธุรกิจ

ผลการวิเคราะห์โอกาสและ อุปสรรค ของผู้ค้าน้ำมันแก๊ส โซฮอล์ คือ

โอกาส (Opportunity)

1. ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้ผู้บริโภคประหยัดค่าใช้จ่าย และประกอบกับราคาน้ำมัน

เบนซินอยู่ในระดับที่สูงกว่าแก๊สโซฮอล์ ประมาณ 3.50 บาทต่อลิตร ผู้บริโภคจึงหันมาใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น

2. ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจนในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์และมีการดำเนินการปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และมีการออกกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ต่าง ๆ ที่ภาครัฐใช้บังคับเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ เช่น โครงการการยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95

3. จากการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ของภาครัฐทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูล ความรู้ และมีทัศนคติที่ดีขึ้นเกี่ยวกับน้ำมันแก๊สโซฮอล์

4. ผู้ค้าน้ำมันในอุตสาหกรรมยานยนต์มีการปรับปรุงและพัฒนาเทคโนโลยีเกี่ยวกับเครื่องยนต์ และให้การรับรองการเครื่องยนต์ว่าสามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

5. เอทานอล ซึ่งเป็นวัตถุดิบในการผลิตแก๊สโซฮอล์มีราคาถูก และมีปริมาณการผลิตออกสู่ตลาดในปริมาณมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. สินค้าทดแทนมีได้ง่าย (น้ำมันเบนซินออกเทน 91 และ 95) และผู้บริโภคไม่มีต้นทุนในการเปลี่ยน (Switching Cost) รวมทั้งมีพลังงานทดแทนชนิดอื่น เช่น LPG และ NGV

2. น้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ในขั้นการเติบโต (Growth Stage) ส่งผลให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางตลาด และคู่แข่งรายใหม่ที่มีความสนใจจะเข้ามาในอุตสาหกรรมทำได้ง่าย

3. ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองสูง

4.1.2.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในนั้น เป็นการวิเคราะห์ถึงทรัพยากรของผู้ค้าน้ำมันน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละรายที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในจะบอกถึงจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) ของผู้ค้าน้ำมันได้ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์จะประเมินศักยภาพความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ 6 ด้าน ได้แก่

1. ด้านการเงิน (Finance)
2. ด้านการตลาด (Marketing)
3. ด้านการผลิต (Operation)
4. ด้านบุคลากร (Human Resource Management)

5. ด้านการบริหาร (Executive Management)

6. ด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development)

โดยจะทำการวิเคราะห์ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีส่วนแบ่งตลาด 3 อันดับแรกคือ บริษัทปตท. บริษัทบางจาก และบริษัทเชลล์ ดังนี้

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมา (<http://www.pttplc.com>: คำนับวันที่ 25 สิงหาคม 2550)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จดทะเบียนจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2544 หลังการแปลงสภาพ ตามพระราชบัญญัติทุนรัฐวิสาหกิจ พ.ศ. 2542 โดยรับโอนกิจการ สิทธิ หนี้ ความรับผิดชอบ สินทรัพย์ และพนักงานทั้งหมดจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) (ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2521) บริษัท ปตท. มีทุนจดทะเบียน 28,572,457,250 บาท ประกอบด้วยหุ้นสามัญ 2,857,245,725 หุ้น มูลค่าหุ้นละ 10 บาท (ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2549) และมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่

ลักษณะการประกอบธุรกิจ

โครงสร้างการดำเนินงานธุรกิจของ ปตท. แบ่งออกเป็นธุรกิจหลัก และธุรกิจการลงทุน ดังต่อไปนี้

(1) ธุรกิจหลัก ประกอบด้วยธุรกิจสำรวจ ผลิตและก๊าซธรรมชาติ ประกอบด้วยหน่วยธุรกิจ ก๊าซธรรมชาติซึ่งทำหน้าที่จัดหาก๊าซธรรมชาติจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ขนส่งก๊าซผ่านระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ แยกก๊าซธรรมชาติ และจัดจำหน่าย ส่วนการสำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาติดำเนินการ โดยบริษัทย่อยของ ปตท. คือ บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (“ปตท.สผ.”) และมีการลงทุนในบริษัทในกลุ่มที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับก๊าซธรรมชาติอีกด้วยธุรกิจน้ำมัน การดำเนินธุรกิจน้ำมันของ ปตท. สามารถแบ่งได้เป็น 2 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมัน (Oil Marketing) และการค้าสากล (Trading) ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและการส่งออกผลิตภัณฑ์น้ำมันและปิโตรเคมีและมีการลงทุนในบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับน้ำมันอีกด้วย

(2) ธุรกิจการลงทุน ปตท. มีเงินลงทุนในธุรกิจต่างๆ โดยลงทุนในธุรกิจปิโตรเคมีและการกลั่นเป็นส่วนใหญ่

ลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจน้ำมัน ของ ปตท.

แบ่งเป็น 2 กิจกรรมหลักได้แก่

(1) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม (Oil Marketing) ดำเนินธุรกิจการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงและผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น

(2) การค้าสากลและการนำเข้าส่งออกน้ำมันดิบ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี

ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงจำแนกได้ดังนี้

- (1) ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied Petroleum Gas : LPG)
- (2) น้ำมันเบนซิน (Gasoline) แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทหลัก คือ น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วออกเทน 91 ออกเทน 95 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์
- (3) น้ำมันก๊าด (Kerosene)
- (4) น้ำมันเชื้อเพลิงเครื่องบิน (Aviation Fuel)
- (5) น้ำมันดีเซล (Diesel)
- (6) น้ำมันเตา (Fuel Oil)

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

1. ด้านการเงิน บริษัท ปตท. มีฐานะทางการเงินที่แข็งแกร่ง โดยมีกระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นรายใหญ่ ร้อยละ 52.33 (ณ 31 ธันวาคม 2549 ; <http://www.pttplc.com>: คืบค้นวันที่ 25 สิงหาคม 2550) ทำให้มีความสามารถในการจัดหาเงินทุน แต่อาจมีภาคการเมืองเข้าไปหาผลประโยชน์และเข้าครอบงำได้ง่าย

2. ด้านการตลาด ด้วยประสบการณ์การค้าเนิ่นนานของ บริษัท ปตท. ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันผ่านตลาดค้าปลีกที่มีมากกว่า 10 ปี ทำให้เกิดเส้นโค้งแห่งการเรียนรู้ (Experience Curve) ความหลากหลายของสายผลิตภัณฑ์ทำให้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงของแบรนด์เป็นที่ยอมรับในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งมีการจัดจำหน่ายผ่านสถานีบริการที่ครอบคลุมทั่วประเทศถึง 1216 สถานี

3. ด้านการผลิต บริษัท ปตท. เป็นบริษัทที่มีคลังน้ำมัน คลังปิโตรเลียม และคลังก๊าซรวม 22 แห่ง กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ส่งผลให้ต้นทุนราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลดลง และ บริษัท ปตท. มีระบบควบคุมคุณภาพของแก๊สโซฮอล์ได้มาตรฐาน ISO 9000นอกจากนี้บริษัท ปตท. มีการผลิตและจำหน่ายน้ำมันในปริมาณมาก ซึ่งจะทำให้เกิดความประหยัดจากขนาด (Economic of Scale)

4. ด้านบุคลากร ปตท. มีนโยบายมุ่งเน้นที่จะพัฒนาและปรับปรุงระบบการบริหารและระบบการพัฒนาบุคคลให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับเทคโนโลยีและเป็นไปตามมาตรฐานสากล ทำให้พนักงานมีขวัญกำลังใจ มีระบบการจัดการบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งพนักงาน ปตท. มีทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านสูง

5. ด้านการบริหาร ผู้บริหารระดับสูงของ ปตท. เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีวัฒนธรรมขององค์กรที่ดี

6. ด้านการวิจัยและพัฒนา ปตท. ได้ให้ความสำคัญในด้านการวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์จากปิโตรเลียม โดยมีการจัดตั้งสถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ปตท. ขึ้นในปี พ.ศ. 2540 โดยลงทุนสร้างห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชีย เป็นเงินประมาณ 1.600 ล้านบาท มีผลงานวิจัยที่สำคัญ เช่น การวิจัยเพื่อส่งเสริมการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงทดแทน การศึกษาวิจัยการนำน้ำมันปาล์มมาผสมกับน้ำมันดีเซล เพื่อใช้เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงทดแทนน้ำมันดีเซล เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของบริษัท ปตท. คือ

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง
2. ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์
3. บุคลากรมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ
4. ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย
5. เป็นผู้นำทางด้าน การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ในตลาดค้าปลีก
6. มีการจัดจำหน่ายผ่านสถานีบริการจำนวนมากที่สุดถึง 1216 สถานี
7. ภาพลักษณ์ตัวสถานีบริการที่มีการปรับปรุงให้ทันสมัยมากขึ้น
8. มีสถาบันวิจัยและเทคโนโลยี ปตท. ที่มีห้องปฏิบัติการที่ทันสมัยที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชีย ซึ่งมีการวิจัยในด้านผลิตภัณฑ์อย่างจริงจังและมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงในการใช้งานออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

จุดอ่อน (Weaknesses)

1. อาจถูกภาคการเมืองเข้าแทรกแซงการบริหารจัดการได้และอาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับผู้ถือหุ้นรายอื่นได้
2. องค์กรมีขนาดใหญ่เนื่องจากการขยายการลงทุน อาจทำให้การบริหารจัดการมีความซับซ้อน

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมา (<http://www.bangchak.co.th>:ค้นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550)

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด จัดตั้งขึ้นตามมติของคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2527 โดยให้มีรูปแบบบริษัทบางจากมีโครงสร้างการบริหารที่มีเอกภาพและมีอำนาจการบริหาร

งานอย่างมีอิสรภาพและได้จดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทจำกัด เมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2547

บริษัทบางจากได้ดำเนินธุรกิจตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2528 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชน จำกัด เมื่อวันที่ 23 เมษายน 2536 และได้นำหุ้นสามัญของบริษัทจดทะเบียนเป็นหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2537

บริษัทบางจาก ประกอบธุรกิจจำหน่ายน้ำมันสำเร็จรูปทั้งค้าปลีกและค้าส่งในปริมาณประมาณร้อยละ 15 ของความต้องการใช้น้ำมันในประเทศ และบริหารกิจการโรงกลั่นน้ำมันขนาด 120,000 บาร์เรลต่อวัน มีที่ตั้งสำนักงานใหญ่เลขที่ 210 ถนน สุขุมวิท 64 แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร 1026 ปัจจุบันมีทุนจดทะเบียน 1,532 ล้านบาท ทุนชำระแล้ว 1,119 ล้านบาท

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

1. ด้านการเงิน บริษัทบางจาก ได้มีการปรับโครงสร้างทางการเงินในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งเป็นผลให้บริษัทบางจากฟื้นสภาพจากการเป็นรัฐวิสาหกิจ โดยมีกระทรวงการคลังและ ปตท. ถือหุ้นในบริษัทบางจากผ่านคิอาร์หุ้นสามัญประมาณร้อยละ 22 และร้อยละ 9 ตามลำดับ ดังนั้นฐานะทางการเงินของบางจากในปัจจุบันถือว่ามีความฐานะการเงินที่ดีขึ้น

2. ด้านการตลาด บริษัทบางจากใช้กลยุทธ์ CSR จนทำให้มีภาพลักษณ์เป็นองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

มีการปรับปรุงภาพลักษณ์สถานีบริการให้มีความทันสมัย และยกระดับการบริหารให้ได้มาตรฐาน มีการดำเนินโครงการทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการเราคนไทยใช้บางจาก โครงการแนะนำกินเที่ยว โครงการเหนือนักพักผ่อน เป็นต้น

บางจากใช้กลยุทธ์การลงทุนในสถานีบริการประเภทสถานีบริการน้ำมันชุมชน (CO-OP) ซึ่งเจาะกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในชุมชน โดยปัจจุบันมีสถานีบริการชุมชน 530 แห่ง (ณ 31 ธันวาคม 2549 ; <http://www.bangchak.co.th>: ค้นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550)

บางจากเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ออกแทน 91 เป็นรายแรกของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2547

จำนวนสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ของบางจากมีเพียง 691 สถานี (ณ พ.ศ. 2550 ; http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls: ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

3. ด้านการผลิต มีการพัฒนาระบบงานโดยนำ IT เข้ามาบริหารจัดการกระบวนการกลั่น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น Planning Optimization

ที่ตั้งของโรงกลั่นบางจากทำให้มีความได้เปรียบเชิงต้นทุน เนื่องจากตั้งอยู่ในกรุงเทพ

ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่ที่บริโภคน้ำมันเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 50 ของปริมาณการใช้ทั่วประเทศ ทำให้มีข้อได้เปรียบในการขนส่งน้ำมันสำเร็จรูปจากโรงกลั่นไปยังผู้บริโภค

4. ด้านบุคลากร บริษัทบางจากได้พัฒนาองค์กรโดยมุ่งสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Life Long Learning) อย่างต่อเนื่อง โดยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง

5. ด้านการบริหาร มีการบริหารจัดการที่ดีโดยบริษัทบางจากได้รับคัดเลือกเป็น 1 ใน 9 บริษัทที่มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี อยู่ในเกณฑ์ดีเลิศประจำปี 2549 จากโครงการสำรวจการกำกับดูแลกิจการบริษัทจดทะเบียนที่สมาคมส่งเสริมสถานบันกรรมการบริษัทไทย (IOD) ได้จัดทำขึ้น

6. ด้านการวิจัยและพัฒนา การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาสูตรการผสมระหว่างสารองค์ประกอบน้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันก๊าดสำเร็จรูป และสารเพิ่มประสิทธิภาพ (Additive) โดยบริษัทผู้จำหน่ายเพิ่มประสิทธิภาพจะทำการวิจัยพัฒนา ทำให้บริษัทบางจาก ไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์แก๊ส โซฮอสต์ใหม่สูตร Super Fast 91 และ 95 ซึ่งผสมสาร Boost Up Cleaner ช่วยทำให้เครื่องยนต์แรงขึ้น เผาไหม้สมบูรณ์

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของบริษัท บางจาก คือ

จุดแข็ง

1. ภาพลักษณ์องค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
2. ภาพลักษณ์ตัวสถานีบริการที่มีการปรับปรุงให้ทันสมัยมากขึ้น
3. เป็นผู้นำด้านพลังงานทดแทน โดยเฉพาะแก๊ส โซฮอสต์
4. ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งของโรงกลั่น
5. มีการปรับปรุงตัวผลิตภัณฑ์แก๊ส โซฮอสต์อย่างต่อเนื่อง โดยการเติมสารเพิ่มประสิทธิภาพ (Additive)

6. การตลาดมีความเข้มแข็ง มีการดำเนิน โครงการทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง
7. มีสถานีบริการน้ำมันชุมชน (CO-OP) โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในชุมชน นั้น ๆ

จุดอ่อน

1. มี ปตท. ถือหุ้นอยู่ในบริษัทบางจาก ซึ่งอาจทำให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ขึ้นระหว่าง ปตท. กับบางจาก เนื่องจากดำเนินธุรกิจเดียวกัน
2. สถานีบริการน้ำมันแก๊ส โซฮอสต์ยังมีน้อยเมื่อเทียบกับผู้นำอย่าง ปตท.
3. ภาพลักษณ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ยังไม่สูงมากนัก

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

ความเป็นมา (<http://www.shell.com>: ค้นคืนวันที่ 26 สิงหาคม 2550)

เชลล์เริ่มเข้ามามีบทบาทในราชอาณาจักรไทย ตั้งแต่ เมื่อครั้งเรือเอส เอส มิวเร็กซ์ ซึ่งเป็นเรือที่สร้างขึ้น เพื่อบรรทุกน้ำมันโดยเฉพาะ บรรทุกมันก๊าด เข้ามาจอดเทียบท่าที่ กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2435 นับเป็นการนำเข้าน้ำมันก๊าด ครั้งแรกของประเทศไทย นับจากนั้นต่อมาประมาณ 40 ปี ตลาดน้ำมันก๊าดก็ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ มีการแต่งตั้ง บริษัท เมสเซอร์ส มาร์ควอลด์ แอนด์ โค เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าของเชลล์ ในประเทศไทย จากนั้น บริษัท เอเชียติก ปีโตรเลียม (สยาม) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มบริษัทรอยัลดัตช์/เชลล์ ก็ได้แต่งตั้ง บริษัท บอร์เนียว จำกัด ให้เป็นผู้แทนจำหน่ายอย่างเป็นทางการ ของเชลล์ในประเทศไทยจนกระทั่งเกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 บริษัท เอเชียติก ปีโตรเลียม (สยาม) จำกัด มีอันต้องปิดกิจการชั่วคราว จนเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 สงบลง รัฐบาลไทยได้ติดต่อขอให้เชลล์กลับเข้ามาดำเนินกิจการในประเทศไทยอีกครั้ง และในปี พ.ศ. 2489 บริษัท เอเชียติก ปีโตรเลียม (สยาม) จำกัด ก็ได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด มีบริษัท เชลล์ โอเวอร์ซีส์ โฮลดิ้งส์ จำกัด เป็นผู้ถือหุ้น 100 %

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

1. ด้านการเงิน บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงแข็งแกร่ง เนื่องจากมีบริษัทเชลล์ในต่างประเทศเป็นผู้ถือหุ้นทั้งหมด
2. ด้านการตลาด ตัวผลิตภัณฑ์ของเชลล์ได้รับการยอมรับถึงคุณภาพระดับโลก ความมีชื่อเสียงของ Brand ที่ติด 1 ใน 3 ของ Brand น้ำมันรายใหญ่ของโลก มีการทำการตลาดแบบครบวงจร (IMC) เพื่อสร้าง Brand Awareness และก่อให้เกิด Brand Loyalty มีการวางตำแหน่งตัวผลิตภัณฑ์ของเชลล์อยู่ในระดับ Premium เช่น จำหน่ายน้ำมันเพียวราดีเซล รวมทั้งการนำกลยุทธ์ราคา มาสร้างภาพของความเป็นน้ำมันดีเซลระดับ Premium ที่ต่างจากน้ำมันดีเซลทั่ว ๆ ไป โดยตั้งราคาสูงกว่าดีเซลทั่วไปลิตรละ 1 บาท
3. ด้านการผลิต มีการคัดสรรวัตถุดิบและเอทานอลตามมาตรฐานขอเชลล์อย่างเข้มงวด และมีการตรวจสอบตัวอย่างน้ำมันของแต่ละสถานีบริการอย่างสม่ำเสมอด้วย เชลล์มีประสบการณ์ในการผลิตน้ำมันมากกว่า 25 ปี
4. ด้านบุคลากร จากการที่เป็นบริษัทข้ามชาติทำให้บุคลากรของเชลล์เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และมีความสามารถเฉพาะด้านเป็นอย่างดี
5. ด้านการบริหาร มีการควบคุมการบริหารจัดการ โดยบริษัทเชลล์ในต่างประเทศ ซึ่งผู้บริหารมีทักษะและความชำนาญในธุรกิจน้ำมันเป็นอย่างดี

6. ด้านการวิจัยและพัฒนา ได้รับการยอมรับถึงการเป็นผู้นำในเรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่ (Leadership in Technology) โดยมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มี Innovation ที่ล้ำหน้าคู่แข่งในตลาด เช่น เชลล์ เพียวร่า ดีเซล ซึ่งเป็นน้ำมันดีเซลกึ่งสังเคราะห์ที่มีส่วนผสมของ SMDS (Shell Middle Distillate Synthesis)

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง และจุดอ่อนของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด คือ

จุดแข็ง

1. มีฐานะทางการเงินและการตลาดที่เข้มแข็ง เนื่องจากเป็นบริษัทข้ามชาติ
2. มีประสบการณ์ในการผลิตน้ำมันมากกว่า 25 ปี (Experience Curve)
3. เป็นผู้นำเรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่ (Leadership in Technology)
4. ภาพลักษณ์ของคุณภาพน้ำมันอยู่ในระดับสูง

จุดอ่อน

1. มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันน้อยกว่าคู่แข่งชั้น
2. ภาพลักษณ์ของตัวสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันยังดูล้าสมัย

4.2 กลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

การศึกษากลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ครั้งนี้จะศึกษาโดยจะวิเคราะห์ถึงการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (STP Marketing)และกลยุทธ์การตลาด 4 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตั้งราคา กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

4.2.1 การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและการกำหนดตำแหน่ง (Segmentation , Targeting and Positioning : STP Marketing)

● การแบ่งส่วนตลาด(Market Segmentation)

ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งตลาดออกเป็น ตลาดรถยนต์จำแนกตามชนิดเชื้อเพลิงที่รถยนต์ใช้ ซึ่งได้จัดทะเบียนไว้กับกรมการขนส่งทางบกดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนรถยนต์จำแนกตามชนิดเชื้อเพลิง ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2549

หน่วย:คัน

ประเภทเชื้อเพลิง	กรุงเทพ	ส่วนภูมิภาค	รวมรถยนต์
เบนซิน	4,637,680	14,763,760	19,401,440
ดีเซล	1,750,088	4,633,604	6,383,692
ก๊าซ LPG	8,416	10,775	19,191
LPGและเบนซิน	78,743	4,627	83,370
LPGและดีเซล	209	469	678
ไฟฟ้า	309	812	1,121
CNG และเบนซิน	5,375	143	5,518
CNG และดีเซล	73	44	117
CNG	545	20	565
ไฮบริด	1	4	5
ไม่ใช่เชื้อเพลิง	18463	56,514	74,977
อื่น ๆ	35,217	80,848	116,065
รวมทั้งสิ้น	6,535,119	19,551,620	26,086,739

ที่มา : กรมการขนส่งทางบก สำนักจัดระบบการขนส่งทางบก กลุ่มวิชาการและวางแผน ฝ่ายสถิติ

(http://www.dlt.go.th/statistics_web/fuel.html: คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

- การกำหนดตลาดเป้าหมาย(Market Target)

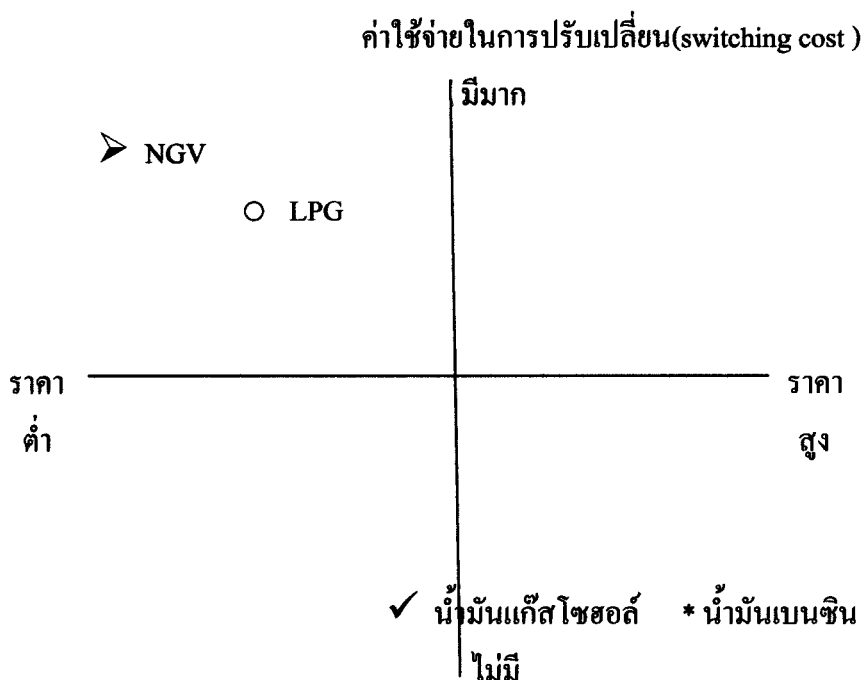
สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ กลุ่มผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเครื่องยนต์เบนซินทุกรุ่น ที่ใช้เบนซินไร้สารตะกั่ว 91 และ 95 ซึ่งจากตารางที่ 4.1 พบว่ามีจำนวนรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซินอย่างเดียวกัทั้งสิ้น 19,401,440 คัน แบ่งเป็นในกรุงเทพ 4,637,680 คันและในส่วนภูมิภาค 14,763,760 คัน และมีจำนวนรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเบนซินร่วมกับเชื้อเพลิงอื่นอีกรวม 88,888 คันแยกเป็นกรุงเทพ 84,118 คัน ภูมิภาค 4,770 คัน

ดังนั้นตลาดเป้าหมายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์จะมีจำนวนผู้บริโภคทั้งหมด 19,490,328 คัน แยกตามกรุงเทพ 4,726,568 คัน และภูมิภาค 14,768,530 คัน

- การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด(Market Positioning)

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากประเภทของผลิตภัณฑ์(Product Category)และในระดับตราชื่อ(Brand Level)) (อคุลย์:2549:143)

การวิเคราะห์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์จากประเภทของผลิตภัณฑ์จะวิเคราะห์การวางตำแหน่งน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเครื่องยนต์เบนซิน โดยการตรวจการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประเภทของสินค้า(น้ำมันแก๊สโซฮอล์)เทียบกับสินค้าทดแทน(ได้แก่น้ำมันเบนซิน , NGV , LPG)โดยใช้ลักษณะ 2 ประการคือค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยน (switching cost)และราคาเป็นตัวเทียบเคียง ดังภาพที่ 4.1

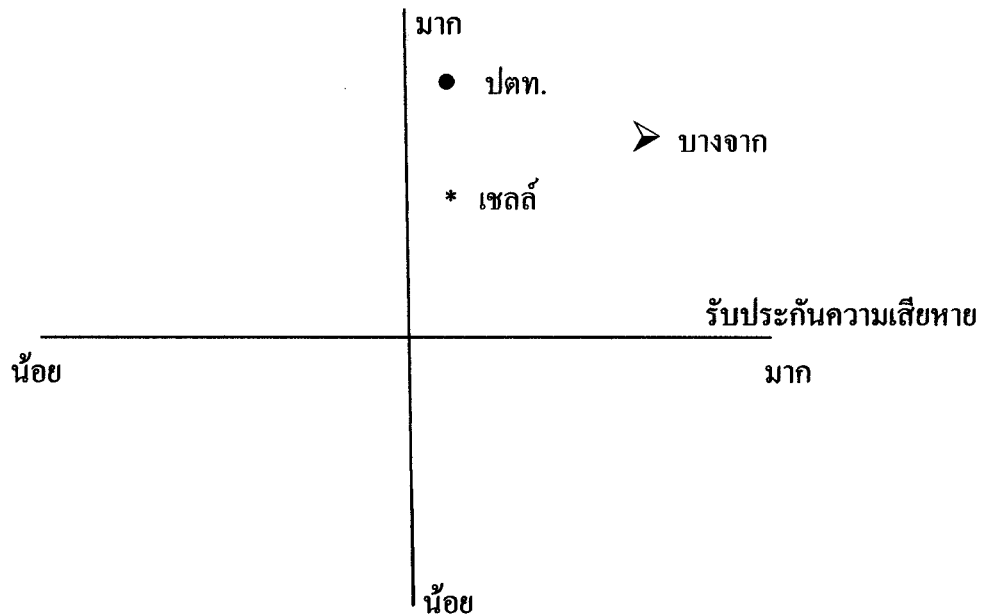


ภาพที่ 4.1 การวางตำแหน่งของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ในตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเครื่องยนต์เบนซิน

จากภาพที่4.1 จะพบว่าในตลาดรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเครื่องยนต์เบนซินนั้นน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ในตำแหน่งที่ดีเพราะผู้บริโภครับรู้ว่ามีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินและไม่มีค่าใช้จ่ายในการปรับเปลี่ยน(switching cost)

การวิเคราะห์การวางตำแหน่งของตราชื่อ(ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์)ในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยใช้ลักษณะ 2 ประการคือจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและการรับประกันความเสียหายต่อเครื่องยนต์ที่เกิดจากน้ำมันแก๊สโซฮอล์ดังภาพที่

จำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ครอบคลุมพื้นที่



ภาพที่ 4.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์

4.2.2 กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy)

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

- สายผลิตภัณฑ์(Product Line)

น้ำมันแก๊สโซฮอล์แบ่งออกได้เป็น 2 ชนิดคือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 ซึ่งในปี 2549 มี บริษัทบางจากและเชลล์ที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทั้ง 2 ชนิด ส่วนบริษัทปตท.จำหน่ายเพียงน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 และเริ่มที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 ในวันที่ 16 มีนาคม 2550

- ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์

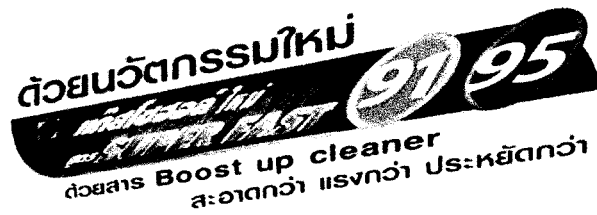
บริษัท ปตท. จำกัด จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยใช้ชื่อว่า พีทีทีแก๊สโซฮอล์ 95 พลัส และพีทีทีแก๊สโซฮอล์ 91 พลัส ใช้ตราสินค้าดังภาพที่ 4.3 ซึ่งสิ่งที่ใช้กับตราสินค้าพีทีทีแก๊สโซฮอล์ 95 พลัส จะเป็นสีส้ม ส่วนพีทีทีแก๊สโซฮอล์ 91 พลัส จะใช้พื้นสีเขียวซึ่งสีส้มและสีเขียวเป็นสีที่กฎหมายกำหนดให้ใช้สำหรับเติมลงในน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 ตามลำดับ



ภาพที่ 4.3 ตราสินค้าพีทีทีแก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 พลัส

ที่มา : <http://www.pttplc.com> : ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550

บริษัทบางจาก จำกัด นำน้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยใช้ชื่อว่า บางจากแก๊สโซฮอล์ ซูเปอร์ฟาสต์ 91 และบางจากแก๊สโซฮอล์ ซูเปอร์ฟาสต์ 95 ใช้ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ดังภาพที่ 4.4 ซึ่งตราสินค้าบางจากแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ใช้ตราสินค้าเดียวกันโดยใช้สีเขียวใน วงกลม 91 และฟ้าในวงกลม 95 ส่วนคำว่า super fast ใช้สีส้มและที่ตราสินค้าจะมีชื่อสารเติมแต่ง Boot up cleaner รวมทั้งมีการบอกคุณภาพของสารว่าช่วยให้เครื่องยนต์สะอาด แรงกว่า ประหยัด กว่าแสดงอยู่ด้วย



ภาพที่ 4.4 ป้ายสัญลักษณ์บางจากแก๊สโซฮอล์ ซูเปอร์ฟาสต์ 95 และ 91

ที่มา : <http://www.bangchak.co.th>: ค้นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550

บริษัทเชลล์ จำกัด นำน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยใช้ชื่อว่า เชลล์แก๊สโซฮอล์ 95 และเชลล์ แก๊สโซฮอล์ 91 ใช้ตราสินค้ากับผลิตภัณฑ์ดังภาพที่ 4.5 ซึ่งใช้สีเขียวกับตราสินค้าเชลล์แก๊สโซฮอล์ 95 และสีแดงกับเชลล์แก๊สโซฮอล์ 91

เชลล์
แก๊สโซฮอล์ 95

เชลล์
แก๊สโซฮอล์ 91

ภาพที่ 4.5 ตราสินค้าเชลล์แก๊สโซฮอล์ 95 และ 91

ที่มา : <http://www.shell.com>: ค้นคืนวันที่ 26 สิงหาคม 2550

■ คุณภาพผลิตภัณฑ์

สำหรับคุณภาพเบื้องต้นของน้ำมันแก๊สโซฮอล์อยู่ภายใต้ข้อกำหนดลักษณะและคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ พ.ศ. 2549 ตามประกาศของกรมธุรกิจพลังงาน ดังนั้นการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์จึงมาเน้นที่การเติมสารเติมแต่ง (Additive)

บริษัทปตท. ได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนาคุณภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 พลัส โดยการเพิ่มสาร "ฟริกชั่น โมดิฟายเออร์" ช่วยเพิ่มการหล่อลื่นภายในกระบอกสูบ และผสมสารเติมแต่งชะล้างทำความสะอาดในระดับดีเยี่ยม ตามมาตรฐาน Top Tier Gasoline ของสหรัฐอเมริกา ลด

มลพิษในอากาศ ช่วยเพิ่มสมรรถนะของรถยนต์ดีเซล เครื่องยนต์เดินเรียบ ลดการซ่อมบำรุง เพิ่มกำลังให้เครื่องยนต์

สำหรับบริษัทบางจากในปี พ.ศ. 2547 บริษัทบางจาก ได้พัฒนาคุณภาพน้ำมันบางจากแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ด้วยการผสมสารเพิ่มประสิทธิภาพ SCSS (Super Clean for Super Save) ที่สามารถชะล้างขจัดความสกปรกและคงความสะอาด ทำให้เครื่องยนต์ทำงานได้เต็มประสิทธิภาพ ต่อมาในปี พ.ศ. 2549 ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์แก๊สโซฮอล์อีกครั้งโดยการผสมสาร Boost UP Cleaner ช่วยให้เครื่องยนต์แรงขึ้น เผาไหม้สมบูรณ์ประหยัดน้ำมันมากขึ้น โดยใช้ชื่อว่าบางจากแก๊สโซฮอล์ ซูเปอร์ฟาสต์ 95 และ 91

บริษัทเชลล์ มีการผสมสารพิเศษสูตรเฉพาะจากเชลล์ในน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 ซึ่งจะช่วยให้ความสะอาดระบบป้อนเชื้อเพลิง ทำให้เครื่องยนต์เผาไหม้ได้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ช่วยลดเขม่าในห้องเผาไหม้ ทำให้เครื่องยนต์สะอาดและมีประสิทธิภาพที่ดี

▪ การรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์




บริษัท ปตท. ได้ให้การรับประกันคุณภาพของน้ำมันพีทีที แก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 พลัสที่จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมัน ปตท. โดยการซ่อมแซมเครื่องยนต์หรือเปลี่ยนอะไหล่ให้ฟรีหากความเสียหายดังกล่าวเกิดจากการเติมน้ำมันพีทีที แก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 พลัสแต่ทั้งนี้ต้องเป็นรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการรับรองตามประกาศของสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

บริษัทบางจาก มีการรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ด้วยการซ่อมเครื่องยนต์ให้ฟรีไม่เกิน 1 แสบนาทหากความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องยนต์ที่เกิดจากการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 และ 95 และบริษัทบางจากเป็นบริษัทเดียวที่ให้การรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 กับรถคาบูกอเตอร์ด้วยและต้องเป็นรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการรับรองตามประกาศของสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

บริษัทเชลล์มีการรับประกันคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้ผู้บริโภคด้วยการซ่อมเครื่องยนต์ให้ฟรี ที่ศูนย์บริการรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์มาตรฐานของบริษัทผู้ผลิตยี่ห้ออื่นๆ หากเครื่องยนต์มีปัญหาจากการเติมเชลล์แก๊สโซฮอล์ 95 และ 91 และต้องเป็นรถยนต์และรถจักรยานยนต์ที่ได้รับการรับรองตามประกาศของสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

ดังนั้นสามารถเปรียบเทียบกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทปตท. บริษัทบางจากและบริษัทเชลล์ได้ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

บริษัท	สายผลิตภัณฑ์		ตราสินค้า		สารเติมแต่ง	
	แก๊สโซฮอล์ 95	แก๊สโซฮอล์ 91	แก๊สโซฮอล์ 95	แก๊สโซฮอล์ 91	แก๊สโซฮอล์ 95	แก๊สโซฮอล์ 91
ปตท.	/	/*			ฟริกชั่น โมดิฟายเออร์	
บางจาก	/	/			Boost UP Cleaner	
เชลล์	/	/	เชลล์ แก๊สโซฮอล์ 95	เชลล์ แก๊สโซฮอล์ 91	สูตรเฉพาะจากเชลล์	

เครื่องหมาย /* คือ มีจำหน่ายในปี 2550

- กลยุทธ์การตั้งราคา (Pricing Strategy)

โครงสร้างราคาน้ำมันในประเทศไทยจะประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น และราคาขายปลีก ในส่วนของราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น จะประกอบด้วย ราคา ณ โรงกลั่น บวกภาษีสรรพสามิต ภาษีเทศบาล กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน และภาษีมูลค่าเพิ่ม และในส่วนของราคาขายปลีก ณ สถานีบริการ จะประกอบด้วย ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น บวกค่าการตลาด และภาษีมูลค่าเพิ่ม

จากการที่รัฐบาลได้เปิดเสรีอุตสาหกรรมน้ำมันเมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2534 ส่งผลให้ธุรกิจการจัดจำหน่ายน้ำมันมีการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากมีผู้ค้าน้ำมันอิสระรายใหม่เข้ามาในตลาดจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในตลาดค้าปลีกของไทยอยู่ในระดับที่สูงมาก จนทำให้ผู้ค้าไม่สามารถกำหนดราคาขายปลีกในระดับที่แตกต่างกันได้มาก จากการศึกษาของ สนพ. พบว่าการกำหนดราคาขายปลีกในระดับที่แตกต่างกัน 50 สตางค์ต่อลิตร จะส่งผลให้ปริมาณการจำหน่ายของผู้ค้าน้ำมันลดลงครึ่งหนึ่ง (<http://www.pttplc.com>: คืบค้นวันที่ 25 สิงหาคม 2550)

ดังนั้นผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อย่างบริษัทบางจากและเชลล์ จะใช้วิธีการตั้งราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยมุ่งที่คู่แข่ง (Competitor Oriented Pricing) ซึ่งเป็นการตั้งราคาแบบเท่ากับตลาด (Going-Rate Pricing) โดยมีบริษัทปตท. เป็นผู้นำในด้านราคาเนื่องจากปตท. เป็นผู้จำหน่าย

รายใหญ่มีปริมาณการจำหน่ายสูง ดังนั้นผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์จึงไม่นิยมใช้กลยุทธ์การตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แต่จะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาเปรียบเทียบกับสินค้าทดแทน

กลยุทธ์การตั้งราคาเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าทดแทนแล้ว ปตท. ได้กำหนดราคาจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 และ 95 ให้มีราคาต่ำกว่าน้ำมันเบนซินพิเศษไร้สารตะกั่วออกเทน 91 และ 95 ถึง 3.50 บาทต่อลิตร (ข้อมูล ปตท. ณ วันที่ 14 ก.ค. 2550 ; <http://www.pttplc.com>: ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550) เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงความแตกต่างของราคาจำหน่าย

● กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย (Distribution Strategy)

■ สถานีบริการ

สำหรับผู้ค้าน้ำมันแล้ว กลยุทธ์การตลาดที่ใช้ในการแข่งขันกันจะเน้นที่กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย ซึ่งได้แก่ สถานีบริการจำหน่ายน้ำมัน โดยการกระจายสถานีบริการให้ทั่วถึง เนื่องจากการกระจายจุดจำหน่ายน้ำมันให้ครอบคลุมพื้นที่ได้กว้างขวาง จะส่งผลต่อยอดขายและส่วนแบ่งการตลาดของผู้ค้าน้ำมัน

สถานีบริการน้ำมันโดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้ 5 ประเภทดังนี้

(<http://www.pttplc.com>: ค้นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550)

(1) สถานีบริการประเภท Company Own Company Operate (COCO)

บริษัทน้ำมันเป็นผู้ลงทุนและเป็นเจ้าของสถานีบริการที่ดำเนินกิจการและบริหารงานภายในสถานีบริการเองทั้งหมด

(2) สถานีบริการประเภท Company Own Dealer Operate (CODO)

บริษัทน้ำมันเป็นผู้ลงทุนและเป็นเจ้าของสถานีบริการที่เปิดให้ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และสนใจบริหารงานภายในสถานีบริการประเภทนี้เข้ามาเช่าดำเนินงาน โดยจะมีสัญญาซื้อขายน้ำมันขึ้นต่ำตามที่กำหนดโดยบริษัทน้ำมันและให้ส่วนลดราคาแก่ผู้ประกอบการสำหรับการซื้อน้ำมันในปริมาณที่เกินกว่าปริมาณขึ้นต่ำที่กำหนด

(3) สถานีบริการประเภท ร่วมลงทุน (Joint Venture)

สถานีบริการเหล่านี้เป็นการร่วมลงทุนระหว่างบริษัทน้ำมัน และผู้ประกอบการภาคเอกชน โดยสัดส่วนในการร่วมลงทุนจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับการเจรจา โดยผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินการบริหารและจัดการทั้งหมด

(4) สถานีบริการประเภท สหกรณ์ และสวัสดิการราชการและรัฐวิสาหกิจ (Co-operative)

บริษัทน้ำมันเป็นผู้สนับสนุนในส่วนสิ่งปลูกสร้างและอุปกรณ์ในส่วนที่สหกรณ์หรือส่วนราชการ และรัฐวิสาหกิจขอมาแต่จะมอบหมายให้หน่วยงานนั้นๆ เป็นผู้บริหารเอง โดยวัตถุประสงค์หลักในการดำเนินการสถานีบริการคือ เพื่อรองรับผู้บริโภคในส่วนของสหกรณ์ และเป็นสวัสดิการให้แก่พนักงานของหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจต่างๆ

(5) สถานีบริการประเภท Dealer Own Dealer Operate (DODO)

ผู้ประกอบการเอกชนเป็นเจ้าของสถานีบริการ โดยทำหน้าที่เป็นตัวแทนการบริหารสถานีบริการ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันภายใต้เครื่องหมายการค้าของบริษัทน้ำมัน โดยมีข้อตกลงว่า จะต้องซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง ในปริมาณขั้นต่ำต่อเดือน และจะต้องบริหารจัดการสถานีบริการตามมาตรฐานของบริษัทน้ำมัน

ดังนั้นหากเปรียบเทียบสถานีบริการน้ำมันจำแนกตามประเภทของสถานีบริการ น้ำมันแล้วจะได้ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบสถานีบริการน้ำมันจำแนกประเภทของสถานีบริการน้ำมัน ในปี 2549

ผู้ค้าน้ำมัน	ประเภทของสถานีบริการน้ำมัน					รวม
	COCO	CODO	Joint Venture	Co-operative	DODO	
ปตท.	56	174	262	75	649	1216
บางจาก	165	106	169	530	126	1096
เชลล์	100	0	0	0	446	546

ที่มา : <http://www.bangchak.co.th>: คืบค้นวันที่ 27 สิงหาคม 2550 , <http://www.pttplc.com> : คืบค้นวันที่ 25 สิงหาคม 2550 และ <http://www.shell.com>: คืบค้นวันที่ 26 สิงหาคม 2550

จากตารางที่ 4.3 พบว่าบริษัทปตท.จะมีสถานีบริการประเภท Company Own Dealer Operate (CODO) มากที่สุดถึง 649 แห่ง ในขณะที่บริษัทบางจากใช้กลยุทธ์การกระจายเครือข่ายสถานีบริการชุมชน(Co-operative) ซึ่งตัวสถานีบริการดังกล่าวจะใช้เงินลงทุนน้อยที่สุด แต่ให้ผลตอบแทนสูงสุดเมื่อเทียบกับสถานีบริการน้ำมันประเภทอื่น ซึ่ง ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2549 มีสถานีบริการชุมชน 530 แห่งกระจายอยู่ 70 จังหวัด

ส่วนบริษัทเชลล์จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชลล์ที่มีอยู่ทั้งหมด 546 แห่งในจำนวนนี้ 100 แห่ง เป็นสถานีบริการน้ำมันที่ บริษัทเชลล์เป็นเจ้าของ-บริหารเองหรือ ประเภท Company Own Company Operate (COCO) ส่วนที่เหลืออีก 446 แห่ง มีทั้งบริหารงานผ่านคิลเลอร์ รวมไปถึงคิลเลอร์เป็นเจ้าของสถานีบริการน้ำมัน

หากจำแนกสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเฉพาะที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของบริษัทปตท. บางจากและเชลล์นั้นสามารถจำแนกตามภาคได้ตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 เปรียบเทียบสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิง และสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ภาค	ปตท.		บางจาก		เชลล์	
	ทั้งหมด*	แก๊สโซฮอล์**	ทั้งหมด	แก๊สโซฮอล์	ทั้งหมด	แก๊สโซฮอล์
กรุงเทพฯ	152	145	118	120	131	131
ปริมณฑล	73	74	70	65	48	48
กลาง	78	78	78	43	29	29
เหนือ	213	215	220	142	88	84
ตะวันออกเฉียงเหนือ	228	225	319	149	67	71
ตะวันออก	141	138	103	69	73	67
ตะวันตก	148	148	92	65	52	46
ใต้	183	183	83	38	74	70
รวม	1216	1206	1083	691	562	546

*จำนวนสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ณ 30 มิถุนายน 2550

**จำนวนสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ ประจำเดือน พฤษภาคม 2550

ที่มา : กรมธุรกิจพลังงาน กระทรวงพลังงาน

(<http://www.doeb.go.th/information/stat/amount2-50.xls>: คำนวณวันที่ 21 สิงหาคม 2550)

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้นำตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่าง ปตท. มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั่วประเทศถึง 1216 แห่ง แบ่งเป็นกรุงเทพฯ 152 แห่ง ภูมิภาค 1064 แห่งและเฉพาะที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 95 มีมากถึง 1,206 แห่งทั่วประเทศ โดยตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ 145 แห่ง และในภูมิภาค 1,061 แห่ง (ข้อมูล ณ พ.ค. 50 :

http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls: คำนวณวันที่ 21 สิงหาคม 2550) แต่สำหรับสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 91 มีเพียง 211 แห่ง (ณ 20 มิ.ย. 50 ; สัมภาษณ์พิเศษ : 2550 : 14)

สำหรับบางจาก มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทั้งสิ้น 691 แห่ง แยกเป็นในกรุงเทพฯ 120 แห่ง ในภูมิภาค 571 แห่ง แต่มีจำนวนสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งสิ้น 1083 แห่ง ซึ่งจะพบว่าบริษัทบางจาก ยังมีสถานีบริการอีกถึง 392 แห่งที่ยังไม่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในต่างจังหวัด

บริษัทเชลล์ มีจำนวนสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งหมด 564 แห่งและมีสถานีบริการที่จำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์รวมทั้งสิ้น 546 แห่งแยกเป็นในกรุงเทพ 131 แห่ง ในภูมิภาค 415 แห่ง (ข้อมูล ณ พ.ค. 2550 ;http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls; คืบค้นวันที่ 21 สิงหาคม 2550) ซึ่งจะพบว่าสถานีบริการที่อยู่ในกรุงเทพจะมีการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกแห่ง แต่ในภูมิภาคมีบางแห่งที่ยังไม่เริ่มจำหน่าย

▪ ธุรกิจร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟสด

นอกจากการขยายจำนวนสถานีบริการให้ครอบคลุมพื้นที่ให้มากขึ้นแล้วยังมีการใช้กลยุทธ์การพัฒนาด้านบริการที่หลากหลายในตัวสถานีบริการ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าเข้ามาใช้บริการในสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันของตน เช่น การตกแต่งสถานีบริการให้ดูสวยงาม การพัฒนาบริการรองรับที่ต่อเนื่องครบวงจร ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการซึ่งจัดเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่ง รวมทั้งมีการดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในและรอบนอกสถานีบริการ

บริษัทปตท. มีแผนในการพัฒนาสถานีบริการให้เป็นสถานีบริการแบบครบวงจรด้วยการพัฒนาและขยายแนวธุรกิจไปสู่ธุรกิจค้าปลีกเสริมอื่น ๆ ที่ช่วยดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเข้าสู่สถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้น เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อภายในสถานีบริการ (Convenience-Store) ได้แก่ ร้าน 7-Eleven บริการล้างรถอัตโนมัติ ศูนย์บริการน้ำมันหล่อลื่น ร้านกาแฟสด Café Amazon ศูนย์บริการรับล้างรูปถ่าย Film Drop Point ร้าน KFC และ ไอศกรีมบาสกินร้อบบิน

บริษัทเชลล์มีแผนที่จะปรับปรุงแบบสถานีบริการใหม่ให้ดูโปร่งและสะอาดตามากขึ้น ด้วยการเน้น "สีขาว" เพิ่มเติมเข้าไปในโครงสร้างของสถานีบริการ มีร้านสะดวกซื้อได้แก่ร้าน Select แต่สำหรับร้านกาแฟสดแล้วจะเป็นตราสินค้าทั่วไป

บริษัทบางจากได้พัฒนาธุรกิจ Non-oil อย่างต่อเนื่องเช่นร้านเลมอนกรีนร้านกาแฟสด "Inthanin" และธุรกิจบริการหลังถ่าน ศูนย์บริการล้างรถ-ขัดเคลือบสี มาตรฐาน แบบครบวงจร Green Wash , ศูนย์บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมาตรฐานแบบ Quick Service Green Serve และ ศูนย์บริการรถยนต์มาตรฐานครบวงจร Green Auto Service

▪ คลังน้ำมัน

บริษัท ปตท. มีสถานีเติมน้ำมันอากาศยานจำนวน 13 แห่ง คลังปิโตรเลียม คลังน้ำมัน และ คลังก๊าซรวม 22 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศเพื่อให้บริการลูกค้าและสนับสนุนการดำเนินธุรกิจน้ำมันของ ปตท. ซึ่งเป็นผลให้ การขนส่งมีความสะดวก รวดเร็ว การเก็บรักษาและการจัดจำหน่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำ

บริษัทบางจากมีคลังน้ำมันใหญ่อยู่ที่เขตพระโขนง กรุงเทพฯและต่างจังหวัดอยู่ที่คลังน้ำมันบางปะอิน คลังน้ำมันสุราษฎร์ธานี คลังน้ำมันศรีราชา คลังน้ำมันระยอง คลังน้ำมันสมุทรสาครและคลังน้ำมันหล่อลื่นสุโขทัย ซึ่งรวม 7 แห่งด้วยกัน
บริษัทเชลล์มีคลังน้ำมันทั้งหมด 16 แห่งโดยมีคลังน้ำมันใหญ่ตั้งอยู่ที่ชองนนทบุรี กรุงเทพฯ

● กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด (Promotion Strategy)

■ การโฆษณา(Advertising)

บริษัท ปตท. ได้ออกภาพยนตร์ , วิทยุ , สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ โดยโฆษณาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทางโทรทัศน์ใช้ชื่อว่า “คนแปลกหน้า” เพื่อสื่อให้ผู้บริโภคได้รับสิ่งดีๆที่คุณอาจยังไม่คุ้นเคย

ส่วนบริษัทเชลล์ได้มีการโฆษณาทางนิตยสาร และโฆษณาโดยใช้ป้ายโฆษณาตามริมถนนสายหลักๆ รวมทั้งได้มีการโฆษณาทางสื่อวิทยุ เช่น “ เชลล์ แก๊สโซฮอล์ 95 ไครๆ ก็เดิม ” ความยาว 30 วินาที แต่ไม่พบการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์

บริษัทบางจากจะ ใช้การโฆษณาผลิตภัณฑ์น้ำมันแก๊สโซฮอล์ทางสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์รวมทั้งป้ายโฆษณาริมทาง แต่ไม่พบการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์

■ การประชาสัมพันธ์(Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ของบริษัทผู้ค้าน้ำมันจะอยู่ในรูปแบบการร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงเพิ่มบทบาทการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น

กิจกรรมการประชาสัมพันธ์ของบริษัทปตท.อาทิจ เช่น

○ โครงการปลูกป่าห้วยแฝก

ปตท. ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ พร้อมใจกันจัดทำ "โครงการปลูกหญ้าแฝก เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี" ขึ้น โดย ปตท. มุ่งเน้นการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับหญ้าแฝก การปลูกและส่งเสริมให้หน่วยงานของ ปตท. เครือข่าย และชุมชนต่างๆ ร่วมกันปลูกหญ้าแฝก

○ โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ

ปตท. ได้เข้าร่วมโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ฯ เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50 ในปีพุทธศักราช 2537 โดยได้ตั้งปณิธานและเป้าหมายไว้ว่าจะปลูกและฟื้นฟูผืนป่าทั่วประเทศ เพื่อถวายเป็นราชสักการะ จำนวนทั้งสิ้น 1 ล้านไร่

แก่อุชนรุ่นหลัง

- สวนสมุนไพรสมเด็จพระรัตนราชสุตาฯ สยามบรมราชกุมารี

ปตท. จึงได้จัดทำสวนสมุนไพรขึ้นเป็นแห่งแรกของประเทศไทย เมื่อปี 2527-2528 ณ บริเวณศูนย์บำรุงรักษาและบ้านพักพนักงาน ตำบลมาบข่า กิ่งอำเภอนิคมน้ำจืด จังหวัดระยอง บนเนื้อที่ประมาณ 60 ไร่ โดยรวบรวมสมุนไพรพันธุ์ต่าง ๆ ที่แพทย์แผนโบราณเคยใช้ได้ผล มาปลูกไว้ให้ได้มากที่สุด และได้โน้มเกล้าฯ ถวายสวนสมุนไพรแห่งนี้แก่ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุตาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อทรงใช้ประโยชน์ตามพระราชอัธยาศัย

- รางวัลลูกโลกสีเขียว

"รางวัลลูกโลกสีเขียว" โครงการต่อเนื่องจากโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ ปตท. จึงได้ถือกำเนิดขึ้นในปี พ.ศ. 2542 เพื่อถวายเป็นราชสักการะแก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมายุ 72 พรรษา

- ชุมชน

ปตท. ได้สนับสนุนการจัดตั้ง "โครงการหมู่บ้าน ปตท. พัฒนา" มุ่งส่งเสริมให้ชาวบ้านฝึกฝน เรียนรู้ แก้ปัญหา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของชุมชน โดยดำเนินการในหมู่บ้านเป้าหมายหลัก 2 กลุ่มคือ หมู่บ้านรอบแนวท่อก๊าซธรรมชาติไทย-พม่า และรอบแปลงปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติฯ ปัจจุบันหมู่บ้าน ปตท. พัฒนามีจำนวนกว่า 200 หมู่บ้าน ได้รับการพัฒนา จนเข้มแข็งสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถยืนหยัดได้

- โครงการมอบทุนการศึกษา ปตท.

"โครงการมอบทุนการศึกษา ปตท. นำน้ม" เพื่อสนับสนุนเยาวชนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์จากโรงเรียนต่างๆ ในเขตรอบคลัง ปตท. ทั่วประเทศ ในแต่ละปี กลุ่มธุรกิจนำน้มจะจัดสรรทุนการศึกษามูลค่า 1 ล้านบาท โดยมอบเป็นทุนการศึกษาต่อเนื่องให้แก่นักเรียนระดับมัธยมศึกษาทุนละ 3,000 บาท และระดับอุดมศึกษา ทุนละ 7,000 บาท ปัจจุบัน มีนักเรียนทุนการศึกษา ปตท. นำน้ม จำนวน 324 คน จากโรงเรียนทั่วประเทศ รวม 107

- โรงเรียนในฝัน ความฝันของเรา

โรงเรียนในฝัน (Lab School) รวมจำนวนทั้งสิ้น 3 แห่ง ในพื้นที่ที่ ปตท. มีหน่วยงานตั้งอยู่ ได้แก่

- โรงเรียนปอไร่วิทยาคม จังหวัดตราด (โรงเรียนเร่งสู่ฝัน)
- โรงเรียนเสด็จจวนชยางค์กุลวิทยา จังหวัดลำปาง (โรงเรียนเร่งสู่ฝัน)
- โรงเรียนชุมชนบ้านบางโหนด จังหวัดนครศรีธรรม

- ถนนปลอดภัย

“โครงการขับเคลื่อนปลอดภัย รักวินัยจราจรกับ ปตท.” เป็นโครงการเพื่อสังคมที่ ปตท. ได้จัดขึ้นร่วมกับ กรมการขนส่งทางบก เป็นประจำทุกปีนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา โดยได้จัดหลักสูตรที่เหมาะสมแก่นักขับรถมือใหม่ในเรื่อง พ.ร.บ.จราจรทางบก, เทคนิคการขับรถอย่างปลอดภัยและมารยาทในการขับรถยนต์, การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและหล่อลื่นสำหรับรถยนต์ ด้วยการถ่ายทอดจากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

○ การประกวดศิลปกรรมปตท.

ปตท. ได้ร่วมกับ มหาวิทยาลัยศิลปากร จัดการประกวดศิลปกรรม ปตท. ขึ้น เพื่อมุ่งส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนไทย และศิลปินมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และพัฒนาผลงานทางด้านศิลปะ

บริษัทบางจากได้ทำกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ได้แก่

- ด้านความปลอดภัย ได้แก่
- โครงการบางจากห่วงใย ปลอดภัยในชุมชน

บริษัทบางจากมีนโยบายส่งเสริมความปลอดภัยชุมชนรอบข้างโดยจัดทำ “โครงการบางจากห่วงใย ปลอดภัยในชุมชน” เพื่อร่วมดูแล ปลูกฝังจิตสำนึก และส่งเสริมความปลอดภัยให้เกิดขึ้นในชุมชนรอบบริษัท

○ กิจกรรมอบรมความปลอดภัยชุมชน

บริษัทบางจาก ได้จัดกิจกรรมอบรมดับเพลิงสำหรับชุมชนขึ้น เพื่อให้ความรู้เรื่องการป้องกันการเกิดอัคคีภัย การตรวจสอบและดูแลระบบไฟฟ้า เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ฝึกสอนวิธีการใช้ถังดับเพลิง และอุปกรณ์ดับเพลิงเบื้องต้น โดยมีเจ้าหน้าที่จากศูนย์ฝึกอบรมสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยของบริษัทเป็นวิทยากร

○ กิจกรรมอบรมดับเพลิงขั้นต้น

จัดอบรมดับเพลิงขั้นต้นให้แก่ผู้นำของชุมชนรอบโรงกลั่นน้ำมันบางจาก โดยอบรมทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ซึ่งผู้เข้าอบรมจะได้ฝึกดับเพลิงในสถานการณ์จำลอง เพื่อเตรียมความพร้อมและฝึกฝนทักษะในการใช้อุปกรณ์และควบคุมสถานการณ์เป็นหมู่คณะ โดยจัดอบรม ณ ศูนย์ฝึกอบรมสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัย ศูนย์จ่ายน้ำมันบางปะอิน

○ บริการเติมสารเคมีและมอบถังดับเพลิง

บริษัทบางจาก ส่งเสริมและสนับสนุนให้โรงเรียน และชุมชนรอบข้างเห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัยทั้งในเวลาปกติและในสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยบริษัทบางจาก จะบริการตรวจสภาพ เปลี่ยนอะไหล่ที่ชำรุดของถังดับเพลิงทั้งชุมชนและโรงเรียน เติมสารเคมี

ดับเพลิงให้ทุกถังพร้อมใช้งานอยู่เสมอ อีกทั้งยังมอบถังดับเพลิงใหม่ให้แก่โรงเรียนและชุมชนที่มีจำนวนถังดับเพลิงไม่เพียงพอ

○ กิจกรรมอบรมดับเพลิงและซ้อมแผนฉุกเฉิน โรงเรียน

บริษัทบางจากจัดกิจกรรมอบรมดับเพลิงและซ้อมแผนฉุกเฉิน โดยอบรมให้ความรู้การดับเพลิงเบื้องต้นและซ้อมอพยพหนีไฟ ให้แก่คณะครูและนักเรียนทุกระดับชั้นของโรงเรียนรอบบริษัทบางจาก

○ ด้านการศึกษา ได้แก่

○ โครงการทุนการศึกษาเยาวชนบางจาก

บริษัทบางจาก ส่งเสริมสนับสนุนการศึกษาให้แก่เยาวชนไทยมา โดยได้มอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่น้องๆ นักเรียนจากโรงเรียนทั้ง 19 แห่งในโครงการอาหารกลางวันของบริษัท

○ โครงการโรงเรียนของหนู มีกิจกรรม

โครงการโรงเรียนของหนู มีกิจกรรมที่บางจากสอนน้อง

บริษัทบางจากได้สนับสนุนให้อาสาสมัครพนักงานใช้ช่วงเวลาก่อนเลิกงาน 1 -1.5 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 4 วัน สอนการบ้านและจัดกิจกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเด็ก และเยาวชนชุมชน โดยใช้พื้นที่ภายในบริษัท

กิจกรรมค่ายเยาวชนบางจาก

ในช่วงเวลาปิดเทอมใหญ่ บริษัทบางจากได้จัดค่ายเยาวชนบางจาก โดยที่พนักงานบางจากได้อาสาสมัครมาร่วมจัดค่าย เป็นเวลา 5 วัน (ไม่ค้างแรม) ให้แก่เด็กๆ จากชุมชนรอบโรงกลั่นบางจาก โครงการเปิดโลกการเรียนรู้กับบางจาก

กิจกรรมเปิดโลกการเรียนรู้

บริษัทบางจาก ได้ร่วมมือกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 พัฒนากิจกรรมเป็นเปิดโลกการเรียนรู้ เพื่อเปิดบริการให้โรงเรียนต่างๆ นำนักเรียนในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาทั่วประเทศเข้าร่วมกิจกรรม ในหน่วยการเรียนรู้เชิงบูรณาการ 3 หน่วย ได้แก่ ตะลุยโลกน้ำมัน สร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม และเตรียมพร้อมความปลอดภัย

กิจกรรมสื่อการเรียนรู้พลังงานทดแทน

บริษัทบางจากได้จัดทำสื่อการเรียนรู้ เรื่องพลังงานทดแทน ทั้งแก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซล เพื่อมอบให้แก่โรงเรียนที่อยู่ในชุมชนรอบโรงกลั่นฯ โดยมีจุดประสงค์ให้เป็นสื่อการเรียนรู้ประกอบการเรียนการสอนในการสร้างความรู้ความเข้าใจเรื่องพลังงานทดแทน และเป็นสร้างความตระหนักถึงประโยชน์ของพลังงานทดแทนให้แก่เยาวชน

ด้านการศึกษา

บริษัทบางจาก ได้สนับสนุนกิจกรรมของโรงเรียน โดยจัดการแข่งขันฟุตบอลเยาวชนบางจากอย่างต่อเนื่อง โดยมีเยาวชนจากโรงเรียนในชุมชนเข้าร่วมการแข่งขัน นอกจากนี้ยังได้จัดให้มีการประกวดกองเชียร์ เพื่อสนับสนุนให้เยาวชนกล้าแสดงออก และเรียนรู้การทำงานเป็นหมู่คณะ นอกจากนี้ ยังได้จัดให้มีคลินิกฟุตบอล เพื่อให้ความรู้กับเยาวชนในชุมชน ก่อนการแข่งขันด้วย

- ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่
- โครงการรับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อผลิตไบโอดีเซล

บริษัท บางจาก ได้ริเริ่มโครงการ "รับซื้อน้ำมันพืชใช้แล้วเพื่อผลิตไบโอดีเซล" ด้วยการนำน้ำมันพืชใช้แล้วมาผลิตเป็นพลังงานไบโอดีเซล โดยรับซื้อน้ำมันพืชที่ใส่แล้วเหลือจากการปรุงอาหารผ่านสถานีบริการน้ำมันบางจาก เพื่อช่วยลดปัญหาสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจากการทิ้งน้ำมันใช้แล้วลงสู่สาธารณะ หรือนำไปจำหน่ายด้วยการทอดซ้ำ

บริษัทเชลล์ แห่งประเทศไทย ได้ทำกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์เช่น

- กิจกรรมการศึกษาและเยาวชน ได้แก่
- มอบทุนการศึกษาเชลล์ระดับปริญญาโท ณ ประเทศอังกฤษ

บริษัท Shell Transport and Trading ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ ประเทศอังกฤษ ได้ได้จัดตั้งกองทุนมูลค่า 10 ล้านปอนด์ขึ้นเพื่อให้เป็นทุนการศึกษาระดับปริญญาโทแก่ผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมจากประเทศต่างๆทั่วโลกปีละ 65 ทุน ผู้ได้รับการคัดเลือกจะได้รับทุนไปศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยชั้นนำ 1 ใน 7 แห่งในประเทศอังกฤษและ 3 แห่งในประเทศเนเธอร์แลนด์ ที่บริษัทฯ ได้ติดต่อไว้ เป็นระยะเวลา 1 ปี ทุนการศึกษาที่ได้รับจะครอบคลุมถึงค่าเล่าเรียน ค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายส่วนตัว และตั๋วเครื่องบินไปกลับ 1 ที่

- รายการตอบปัญหาภาษาอังกฤษเชลล์

เชลล์จัดรายการแข่งขันตอบปัญหาภาษาอังกฤษ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการเรียน การสอนภาษาอังกฤษสำหรับนักเรียนในระดับมัธยม ศึกษาตอนปลาย รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ชมรายการได้เพิ่มพูน ความรู้และทักษะทางด้านภาษาอังกฤษด้วยเช่นกัน

- โครงการมอบทุนการศึกษา

เชลล์มอบทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนการศึกษาเชลล์ 100 ปี มีมูลค่า ทุนละไม่เกิน 100,000 บาท

- โครงการสนามฝึกจรรยาบรรณเยาวชนเชลล์

เชลล์ได้สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความปลอดภัย ในการใช้รถใช้ถนน อาทิ “โครงการสนามฝึกจรรยาบรรณเยาวชนเชลล์- กรมการขนส่งทางบก” ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างเชลล์ และกรมการขนส่งทางบก เพื่อปลูกฝังจิตสำนึก ระเบียบวินัย และมารยาทในการใช้รถใช้ถนนอย่างแก่เยาวชน

- กิจกรรมความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ได้แก่
- ศูนย์การขับรถยนต์อย่างปลอดภัย

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ได้จัดตั้ง “ศูนย์การขับรถยนต์อย่างปลอดภัยขึ้น” เพื่อเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนให้แก่ พนักงานของบริษัทฯ และบริษัทในเครือ รวมถึงการฝึกอบรมให้กับหน่วยงานต่างๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชนด้วย

- โครงการฝึกอบรมการป้องกันอัคคีภัย

เชลล์ได้ให้ความสำคัญสูงสุดกับการป้องกันอัคคีภัย เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เกี่ยวข้องกับน้ำมันเชื้อเพลิง ดังนั้น เชลล์จึงมีการจัดฝึกอบรมการดับเพลิงอย่างถูกวิธี แก่ผู้แทนชุมชน และมอบอุปกรณ์ในการป้องกันอัคคีภัยให้แก่ชุมชน

- เชลล์รักรักษ์ชล

เชลล์ได้ส่งต่อเรือ “เชลล์รักรักษ์ชล” ขึ้น เพื่อการเตรียมพร้อมรับมือกับสถานการณ์ ฉุกเฉินอันเนื่องมาจากน้ำมันรั่วไหล “เชลล์รักรักษ์ชล” เป็นเรือที่มีความเร็วสูง แล่นด้วยความเร็ว 12 นีโอด มีถังบรรจุน้ำมันเชื้อเพลิง 24 ตัน หรือ 30,000 ลิตร สำหรับเดินทางได้ไกลถึง 100 กิโลเมตร ติดตั้งอุปกรณ์เก็บคราบน้ำมันที่ทำจากวัสดุที่มีประสิทธิภาพสูงในการดูดซับคราบน้ำมัน สามารถดูดซับน้ำมันได้ประมาณ 50 ตันต่อชั่วโมง

- กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม ได้แก่
- การบูรณะหอพระไตรปิฎก วัดระฆังโฆสิตาราม

โครงการบูรณะหอพระไตรปิฎก ที่วัดระฆังโฆสิตาราม ซึ่งเชลล์ได้ให้การสนับสนุน เนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองกรุงเทพมหานคร ครบรอบ 200 ปี

- ศาลาเชลล์น้อมเกล้า อุทยานเบญจสิริ

บริษัทเชลล์ในประเทศไทย มอบเงินจำนวน 6.5 ล้านบาท ให้แก่ กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เพื่อก่อสร้าง ศาลา “เชลล์น้อมเกล้า” จำนวน 2 หลัง ภายในบริเวณสวนสาธารณะ “อุทยานเบญจสิริ” ซึ่งกรมธนารักษ์ได้จัดสร้างขึ้น ณ บริเวณ กรมอุตุนิยมวิทยาเดิม เพื่อ น้อมเกล้าฯ ถวายแด่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวโรกาส ทรงเจริญพระชนมายุ ครบ 60 พรรษา ศาลา “เชลล์น้อมเกล้า” ได้รับการออกแบบ และตกแต่ง ภายในอย่าง

งดงาม ตามลักษณะ สถาปัตยกรรมไทย เพื่อใช้เป็น สถานที่จัดงานแสดง นิทรรศการ เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ ในสมเด็จพระนางเจ้าฯพระบรมราชินีนาถ

- กิจกรรมเพื่อชุมชนและการพัฒนาสังคม ได้แก่
- มูลนิธิก้าวไปคู่ไทย

บริษัท เซลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ได้รวบรวมทุนทรัพย์ส่วนตัวเพื่อจัดตั้ง “มูลนิธิก้าวไปคู่ไทย” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อนำดอกผลมาใช้ช่วยบรรเทาสาธารณภัยต่างๆ หรือภัยพิบัติร้ายแรงอื่นๆ ที่เกิดขึ้นภายในประเทศและเพื่อช่วยบรรเทาทุกข์แก่ผู้ยากไร้ และค้ำชูโอกาสในสังคม โดยไม่เกี่ยวข้องกับการเมือง

- โครงการ "เพื่อโลกที่ดีกว่า" – สอนภาษาอังกฤษให้น้อง

โครงการ "เพื่อโลกที่ดีกว่า" เป็นโครงการที่ริเริ่ม เพื่อสนับสนุนแนวคิดด้านการพัฒนาอันยั่งยืน โครงการ "สอนภาษาอังกฤษให้น้อง" ได้เริ่มเป็นครั้งแรก เมื่อเดือนมิถุนายน 2546 รูปแบบโครงการเป็นการจัดการสอนภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนชั้นประถม 1-3 สัปดาห์ละหนึ่งครั้งอันเป็นการเสริมทักษะภาษาอังกฤษเพิ่มเติมจากหลักสูตรในโรงเรียน ซึ่งในแต่ละชั้นจะมีอาสาสมัครเซลล์ 4-5 คนมาดำเนินการสอน

- กิจกรรมวันเด็กเพื่อเด็กชุมชนคลองเตย

ในวันเด็กแห่งชาติของทุกปี เซลล์จะจัด กิจกรรมเพื่อเปิดโอกาสให้เด็กค้ำชูโอกาส จากชุมชนแออัดคลองเตย และชุมชนอื่นๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้การดูแล ของศูนย์การพัฒนาบุคคล

- ร่วมแรงร่วมใจ ทำชุมชนให้น่าอยู่

คณะผู้บริหารและ พนักงานเซลล์ พร้อมด้วยชาวชุมชนคลองเตย จะร่วมกันทำความสะอาดชุมชนคลองเตย ซึ่งเป็นชุมชนที่อยู่ข้างเคียงสำนักงานของ บริษัทเซลล์ในประเทศไทยปีละครั้ง มอบทุนการศึกษา ชุดเครื่องเขียน และจัดเลี้ยงอาหารแก่เยาวชนในเขตชุมชนคลองเตยด้วย

- ศูนย์ดูแลเด็กเล็กในชุมชน

สำนักงานใหญ่บริษัทเซลล์ ซึ่งตั้งอยู่ติดกับชุมชนคลองเตย ได้ให้การสนับสนุน การสร้างศูนย์ดูแลเด็กเล็ก

■ การขายโดยพนักงาน(personal selling)

บริษัทปตท. มีการฝึกอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ด้านเครื่องยนต์ และมีบรรยายในการให้บริการที่ดี พนักงานขายจะใส่ชุดกางเกงขายาวสีน้ำเงิน เสื้อแดงแถบสีขาว สวมหมวกสีน้ำเงินลายสีแดง เมื่อผู้ใช้รถยนต์เข้ามาจอดรถ พนักงานขายจะยกมือไหว้กล่าวคำสวัสดิ์แล้วถามว่าเติมน้ำมันอะไรจำนวนเท่าไร

บริษัทบางจาก พนักงานขายจะใส่ชุดกางเกงขา 3 ส่วนสีเทา เสื้อสีฟ้าแถบสีเขียว สวมหมวกสีเขียว พนักงานจะมีนกหวีดติดตัวสำหรับเป่าให้สัญญาณ เมื่อผู้ซื้อรถยนต์เข้ามาจอดรถ พนักงานขายยกมือไหว้กล่าวคำสวัสดิ์แล้วถามว่าเติมน้ำมันอะไรจำนวนเท่าไร

บริษัทเชลล์ พนักงานขายจะใส่ชุดกางเกงขาสีน้ำตาล เสื้อสีเหลืองแถบสีแดง สวมหมวกสีน้ำตาล เมื่อผู้ซื้อรถยนต์เข้ามาจอดรถพนักงานขายจะนำป้ายพลาสติกมีข้อความว่าห้ามเคลื่อนที่รถขณะเติมน้ำมัน มาวางด้านหน้ารถแล้วยกมือไหว้กล่าวคำสวัสดิ์และถามว่าเติมน้ำมันอะไรจำนวนเท่าไร

■ การส่งเสริมการขาย (sale promotion)

การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมซื้อต่อสินค้าและบริการซึ่งเป็นการจูงใจระยะสั้น

การส่งเสริมการขายของบริษัท ปตท. จำกัด เช่น

- ฟรี ข้าวหอมมะลิแดงอบกรอบเมื่อเติมน้ำมันครบ 400 บาท
- เติมน้ำมัน ปตท. ด้วยบัตรเครดิต HSBC รับส่วนลดสูงสุด 3 %
- เติมน้ำมันปตท. ด้วยบัตรเครดิต KTC ทุก 600 บาท รับน้ำดื่มตราช้าง(500มล.)ฟรี
- เติมน้ำมัน พีทีที แก๊สโซฮอล์ 91 พลัส ด้วยบัตรเครดิต KTC ทุก 600 บาท รับฟรี Nescafe 1 กระป๋อง

การส่งเสริมการขายของบริษัท บางจาก เช่น

- เติมน้ำมันหรือซื้อสินค้าในมาร์ท บางจาก มีสิทธิ์ซื้อหนังสือคู่มือกินลมชมวิวในราคา 190 บาท(จาก ราคาปกติ 250 บาท)
- เติมน้ำมันบางจากครบ 600 บาท ฟรี เยลลี่มะขามรสขี้วย
- เติมน้ำมันบางจากครบ 600 บาท ฟรี อเมซิ่งคูปองเงินสดลดทั่วไทย

การส่งเสริมการขายของบริษัท เชลล์ เช่น

- ฟรี น้ำดื่มขนาด 600 มล. 1 ขวด เมื่อเติมน้ำมันเชลล์ ครบ 600 บาท
- ฟรี ส่วนลดน้ำมัน 50 บาท เมื่อซื้อเชลล์ฟลักซ์ซิ่งออยล์ ดี 22 ขนาด 4 ลิตร 1 แกลลอน
- รับคะแนนสะสมซีดีเบงก์รีเวิร์ด 3 เท่า เมื่อเติมน้ำมันเชลล์ ครบ 600 บาทและชำระด้วยบัตรเครดิตซีดีเบงก์

จากการศึกษากลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์สามารถนำมาเปรียบเทียบกับกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 การเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์

บริษัท	บริษัทปตท.	บริษัทบางจาก	บริษัทเชลล์
กลยุทธ์ด้าน			
1.ผลิตภัณฑ์			
1.1สายผลิตภัณฑ์	2 ผลิตภัณฑ์	2 ผลิตภัณฑ์	2 ผลิตภัณฑ์
1.2ตราสินค้า	2 ตราสินค้า	ตราสินค้าเดียว	2 ตราสินค้า
1.3คุณภาพสารเติมแต่ง	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
1.4การรับประกัน	ไม่รวมเครื่องยนต์คาบูเรเตอร์	รวมเครื่องยนต์คาบูเรเตอร์	ไม่รวมเครื่องยนต์คาบูเรเตอร์
2.การตั้งราคา	เป็นผู้นำด้านราคา	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
3.ในการจัดจำหน่าย			
3.1จำนวนสถานีบริการ	1206 แห่ง	691 แห่ง	546 แห่ง
3.2ร้านสะดวกซื้อและร้านกาแฟสด	7-Eleven , Amazon	เลมอนกรีน, Inthanin	Select, ตราสินค้าต่างๆไป
3.3คลังน้ำมัน	22 แห่ง	7 แห่ง	16 แห่ง
4.การส่งเสริมตลาด			
4.1 การโฆษณา	สื่อสิ่งพิมพ์,วิทยุ,web site และโทรทัศน์	สื่อสิ่งพิมพ์,วิทยุและ web site	สื่อสิ่งพิมพ์,วิทยุและ web site
4.2 การประชาสัมพันธ์	เน้นการสร้างภาพพจน์ที่ดี	เน้นการสร้างภาพพจน์ที่ดี	เน้นการสร้างภาพพจน์ที่ดี
4.3การขายโดยพนักงาน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน
4.4 การส่งเสริมการขาย	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน	แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การสรุปผลการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์” จะแบ่งการสรุปผลออกเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ประเด็นสภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

1.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมหภาค อันประกอบด้วยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านกฎหมายและการเมือง ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยทางธรรมชาติ สามารถนำมาสรุปผลการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ได้ดังนี้

โอกาส (Opportunity)

1. ผู้บริโภคต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย จึงหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์มากขึ้น
2. มีการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างจริงจัง
3. ผู้บริโภคได้รับข้อมูล ความรู้ และมีทัศนคติที่ดีขึ้นเกี่ยวกับ น้ำมันแก๊สโซฮอล์
4. ผู้ผลิตรถยนต์มีการปรับปรุงและพัฒนาเครื่องยนต์ที่ใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์
5. เอทานอล มีราคาถูก

อุปสรรค (Threats)

1. สินค้าทดแทนมีได้ง่าย
2. ผู้บริโภคมีอำนาจต่อรองสูง

1.2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจุลภาค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการแข่งขันและวิเคราะห์ปัจจัยภายในของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ 6 ด้านคือ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ด้านบุคลากร ด้านวิจัยและพัฒนา ด้านการเงิน ด้านบริหาร เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ จุดแข็ง และจุดอ่อนของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 สรุปจุดแข็ง และจุดอ่อนของผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์

ผู้ค้าน้ำมัน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1.บริษัท ปตท.	1.ฐานะทางการเงินที่มั่นคง 2.มีสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันมากที่สุด 3.มีห้องปฏิบัติการที่ทันสมัย 4.เป็นผู้นำในตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์	1.มีการเมืองเข้าแทรกแซงและเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ 2.มีความซับซ้อนในการบริหารจัดการ
2.บริษัทบางจาก	1.ทำเลที่ตั้งได้เปรียบ 2.มีสถานีบริการน้ำมันชุมชน	1.มีสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันน้อย 2.อาจเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์กับบริษัทปตท.
3.บริษัทเชลล์	1.ฐานะทางการเงินที่มั่นคง 2.เป็นผู้นำเรื่องผลิตภัณฑ์ใหม่	1.มีสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันน้อย 2.ตัวสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันยังคู่ค้าสมัย

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์จึงสรุปได้ว่า ตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ยังมีโอกาสเติบโต

2. ประเด็นกลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของน้ำมันแก๊สโซฮอล์คือ กลุ่มผู้ใช้รถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่เป็นเครื่องยนต์เบนซินทุกรุ่น ที่ใช้เบนซินไร้สารตะกั่ว 91 และ 95 ทั้งหมด 19,490,328 คัน แยกตามกรุงเทพฯ 4,726,568 คัน และภูมิภาค 14,768,530 คัน

2.2 กลยุทธ์การตลาด

➤ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

บริษัทปตท. บริษัทบางจาก และบริษัทเชลล์ มีสายผลิตภัณฑ์ 2 ชนิดคือน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10 ออกเทน 91 และน้ำมันแก๊สโซฮอล์ E10ออกเทน95ใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยการรับประกันซ่อมรถให้ฟรีหากเกิดความเสียหายจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

บริษัทปตท. บริษัทบางจาก และบริษัทเชลล์ ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์หลักโดยการเติมสารเติมแต่ง (Additive) เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของน้ำมันแก๊สโซฮอล์

➤ กลยุทธ์การตั้งราคา

การแข่งขันด้านราคาน้ำมัน ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดไม่มาก จะตั้งราคาขายปลีกตามบริษัท ปตท. จำกัด โดยจะใช้กลยุทธ์การตั้งราคาโดยการลดราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้แตกต่างกับน้ำมันเบนซิน ไร้สารตะกั่ว(สินค้าทดแทน)ประมาณ 3.50 บาทต่อลิตร

➤ กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย

บริษัทปตท. บริษัทบางจาก และบริษัทเชลล์ ใช้กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายโดยการเพิ่มการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้กระจายตามสถานีบริการน้ำมันที่มีอยู่ให้ครบทุกสถานีบริการซึ่งบริษัทปตท.เป็นผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่ใช้กลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายเป็นกลยุทธ์หลักและเห็นอย่างเด่นชัด โดยมีสถานีบริการครอบคลุมทั่วประเทศมากที่สุดส่งผลกระทบต่อยอดขายและส่วนแบ่งตลาด

นอกจากนี้ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ยังมีการพัฒนาตัวสถานีบริการน้ำมัน โดยมีบริการรองรับที่หลากหลายรวมทั้งการตกแต่งตัวสถานีบริการให้ดูสวยงาม มีความสะอาดเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเข้ามาใช้บริการในสถานีบริการ

➤ กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด

ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดโดยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์การขาย โดยพนักงาน และการส่งเสริมการขาย ซึ่งผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์แต่ละรายจะมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดที่ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์เน้นคือการประชาสัมพันธ์การสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อสังคม เนื่องจากในปัจจุบันผู้บริโภคต่างให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและสภาพแวดล้อมกันมาก

กลยุทธ์การตลาดของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่บริษัทปตท. บริษัทบางจากและบริษัทเชลล์เน้นคือกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์โดยการรับประกันซ่อมรถยนต์ให้ฟรีและการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายด้วยการพัฒนาตัวสถานีบริการน้ำมัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในครั้งนี้คือ

- กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ยังคงต้องให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพเป็นหลักและควรเน้นให้มากขึ้นอีกโดยการวิจัยและพัฒนาคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้อยู่ในระดับดีเยี่ยมด้วยการพัฒนาสูตรน้ำมันแก๊สโซฮอล์ที่มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มการหล่อลื่นภายในกระบอกสูบ ขจัดความฝืด ลดการซ่อมบำรุง เพิ่มกำลังให้เครื่องยนต์ รวมทั้งลดมลพิษ และการควบคุม ตรวจสอบการปลอมปนของน้ำมันแก๊สโซฮอล์ตามสถานีบริการของคนให้มากขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าน้ำมันแก๊สโซฮอล์มีคุณภาพดี ไม่มีผลเสียต่อเครื่องยนต์

- กลยุทธ์การตั้งราคา

ควรกำหนดราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มีส่วนต่างราคาให้ต่ำกว่าน้ำมันเบนซินมากขึ้นอีก โดยควรมีส่วนต่างราคาอยู่ที่ลิตรประมาณ 4-5 บาทต่อลิตร เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น

- กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย

ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ทุกบริษัทควรเพิ่มการจัดจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ครบทุกสถานีบริการทั่วประเทศ พร้อมทั้งร่วมมือกันลดปริมาณการจัดจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95 ลงเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของรัฐบาลในการยกเลิกการจัดจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95 เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันจากต่างประเทศ

- กลยุทธ์การส่งเสริมตลาด

ผู้ค้าน้ำมันแก๊สโซฮอล์ควรมีการร่วมมือกับภาครัฐในการ โฆษณาส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้บริโภคในต่างจังหวัดหันมาใช้ น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้มากขึ้น โดยการกระตุ้นให้เกิดการตลาดใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ ด้วยการชูประเด็นด้านผลงานการวิจัยและการทดสอบจากหน่วยงานต่างๆ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ถึงการรับประกันความเสียหายของเครื่องยนต์ที่เกิดจากการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ให้ผู้บริโภคทราบเพื่อสร้างความมั่นใจต่อการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์

- ภาครัฐและเอกชนอื่นๆ

1. หน่วยงานรัฐควรมีการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพน้ำมันแก๊สโซฮอล์อย่างทั่วถึงเนื่อง

จากในสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ห่างไกลที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์อาจมีปัญหาคุณภาพ เพราะไม่ได้ล้างถังเก็บน้ำมันก่อนจึงมีสิ่งสกปรกและน้ำปนมากับแก๊สโซฮอล์

2. ภาครัฐควรสนับสนุนออกค่าใช้จ่ายให้ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันในการเปลี่ยนการจำหน่ายจากน้ำมันเบนซินเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการล้างถังเก็บน้ำมันและการทดสอบรอยรั่วของถัง ค่าใช้จ่ายในการล้างท่อเชื่อมระหว่างถังกับตู้จ่ายน้ำมันรวมทั้งค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนตัวกรองที่เป็นชนิดพิเศษสามารถดักน้ำได้

3. ภาครัฐควรสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการปรับแต่งเครื่องยนต์ หรือเปลี่ยนอุปกรณ์รถยนต์รุ่นเก่าเครื่องยนต์ระบบคาร์บูเรเตอร์เพื่อให้สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้ แล้วควรยกเลิกการจำหน่ายน้ำมันเบนซิน 95

4. ผู้ผลิตรถยนต์ควรให้ความร่วมมือในการส่งเสริมสนับสนุนการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์โดยการติดสติ๊กเกอร์ไว้ที่รถยนต์ที่ผลิตใหม่ว่าสามารถเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ได้และเขียนรายละเอียดถึงข้อควรระวัง วิธีปฏิบัติในการเติมน้ำมันแก๊สโซฮอล์ไว้ในคู่มือการใช้รถยนต์

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ธีรยุทธ วัฒนาศุกโชก (2548) *การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน* กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2549) *กลยุทธ์การตลาด* กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- คณะกรรมการกิจการพลังงาน สถาผู้แทนราษฎร (2545) *พลังงานทดแทน เอทานอล และไบโอดีเซล* เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม 2545 กรุงเทพมหานคร
บริษัท แพลน พรินท์ติ้ง จำกัด
- "การส่งเสริมน้ำมันแก๊สโซฮอล์" (2549) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 74 (ตุลาคม-ธันวาคม) : 65 - 68
- "แก๊สโซฮอล์ มั่นใจ ใช้ได้" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 7 - 11
- "สถานการณ์พลังงานไทย ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2550" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 17 - 32
- "อย่าโยนทุกความผิดให้แก๊สโซฮอล์" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 39 - 44
- "สัมภาษณ์พิเศษ : นายประเสริฐ บุญสัมพันธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 12 - 16
- อภิวัฒน์ สุขพันธ์ (2549) "ปัจจัยที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุชมาลย์ กล่อมประมูด (2548) "พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นายนาวิ ฟ้ากระจ่าง (2548) "แผนการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภนันท์ กาญจนวัฒน์ (2547) "ทัศนคติที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์และพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- มุกิตา ชมภูแสง (2546) "การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องดื่มบำรุงกำลังในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ช่อลัดดา และคณะ (2544) "ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการใช้น้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นพลังงานทดแทน กรณีศึกษา ผู้ใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" รายงานการศึกษาวิจัยการสัมมนาเชิงปฏิบัติการว่าด้วยการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ประเสริฐ เล้าแสงฟ้า (2544) "โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- มงคล ขรจันทร์ (2543) "การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จรูปพร้อมดื่ม" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฐนภรณ์ รติสุขพิมล (2542) "โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมแปงเด็ก" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- โอภาส บำรุงชาติอุดม (2541) "กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันเชื้อเพลิงของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกการตลาด ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (2550) ราคาน้ำมันวันนี้ ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.eppo.go.th/retail_prices.html
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (2550) โรงงานที่ดำเนินการผลิตเอทานอล ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.dede.go.th/dede/index.php?id=172>
- กรมธุรกิจพลังงาน (2550) สถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/stat_gasohol.xls
- _____ (2550) คู่มือเตรียมความพร้อมสำหรับสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ ค้นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.doeb.go.th/new/gasohol.pdf>.

- _____. (2550) สรุปการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายและส่งออกน้ำมันเชื้อเพลิงปี2549(รายเดือน) คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_conclude.html
- _____. (2550) สรุปการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายและส่งออกน้ำมันเชื้อเพลิงปี2550(รายเดือน) คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_conclude50.html
- _____. (2550) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายจังหวัด แยกประเภทธุรกิจปี2549 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html
- _____. (2550) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายจังหวัด แยกประเภทธุรกิจปี2550 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose50.html
- _____. (2550) รายละเอียดการนำเข้าเปรียบเทียบกับ 5 ปี คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/stat/import_year.xls
- _____. (2550) รายละเอียดการจำหน่ายเปรียบเทียบกับ 5 ปี คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/sale_y.xls
- _____. (2550) สถิติจำนวนสถานีบริการจำหน่ายเชื้อเพลิง ไตรมาส 2/2550 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/amount2_50.xls
- _____. (2550) สถิติสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) คั่นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.pttplc.com>
- บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด คั่นคืนวันที่ 26 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.shell.com>
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คั่นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550 จาก
<http://www.bangchak.co.th>
- ศูนย์กลางข่าวสารค่าน้ำมันคมนาคม คั่นคืนวันที่ 5 ตุลาคม 2550 จาก <http://www.logisticnews.net>
- กรมการขนส่งทางบก (2550) สถิติจำนวนรถจำหน่ายตามชนิดเชื้อเพลิง คั่นคืนวันที่ 20 พฤศจิกายน 2550 จาก http://www.dlt.go.th/statistics_web/fuel.html

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ธีรยุทธ วัฒนาศุกโขภ (2548) *การบริหารเชิงกลยุทธ์และการแข่งขัน* กรุงเทพมหานคร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2549) *กลยุทธ์การตลาด* กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- คณะกรรมการกิจการพลังงาน สภาผู้แทนราษฎร (2545) *พลังงานทดแทน เอทานอล และไบโอดีเซล* เนื่องในวโรกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษา 5 ธันวาคม 2545 กรุงเทพมหานคร
บริษัท แพลน พรินท์ติ้ง จำกัด
- "การส่งเสริมน้ำมันแก๊สโซฮอล์" (2549) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 74 (ตุลาคม-ธันวาคม) : 65 - 68
- "แก๊สโซฮอล์ มั่นใจ ใช้ได้" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 7 - 11
- "สถานการณ์พลังงานไทย ในช่วง 3 เดือนแรกของปี 2550" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 17 - 32
- "อย่าโยนทุกความผิดให้แก๊สโซฮอล์" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 39 - 44
- "สัมภาษณ์พิเศษ : นายประเสริฐ บุญสัมพันธ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัทปตท. จำกัด (มหาชน)" (2550) *วารสารนโยบายพลังงาน*, 76 (เมษายน-มิถุนายน) : 12 - 16
- อภิวัฒน์ สุขพันธ์ (2549) "ปัจจัยที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจใช้แก๊สโซฮอล์ของผู้ใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุชมาลย์ กล่อมประมูด (2548) "พฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิต่อการตัดสินใจซื้อแก๊สโซฮอล์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นายนาวิ ฟ้ากระจำง (2548) "แผนการตลาดน้ำมันแก๊สโซฮอล์ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศุภนันท์ กาญจนวัฒน์ (2547) "ทัศนคติที่มีต่อน้ำมันแก๊สโซฮอล์และพฤติกรรมในการเติมน้ำมันของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

- มุกิตา ชมภูแสง (2546) "การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องคั้บบำรุงกำลังในประเทศไทย" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ช่อลัดดา และคณะ (2544) "ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จการใช้งานน้ำมันแก๊สโซฮอลล์เป็นพลังงานทดแทน กรณีศึกษา ผู้ใช้แก๊สโซฮอลล์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล" รายงานการศึกษาวิจัยการสัมมนาเชิงปฏิบัติการว่าด้วยการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- ประเสริฐ เล้าแสงฟ้า (2544) "โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ให้บริการระบบเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- มงคล ขรขันธ์ (2543) "การศึกษาโครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของกาแฟปรุงสำเร็จรูปพร้อมคั้บ" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ฐนภรณ์ รติสุขพิมล (2542) "โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมแป้งเด็ก" วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- โอภาส บำรุงชาติอุดม (2541) "กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของน้ำมันเชื้อเพลิงของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย" การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาเอกการตลาด ภาควิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (2550) ราคาน้ำมันวันนี้ คั้บคั้บวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.eppo.go.th/retail_prices.html
- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน (2550) โรงงานที่ดำเนินการผลิตเอทานอล คั้บคั้บวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.dede.go.th/dede/index.php?id=172>
- กรมธุรกิจพลังงาน (2550) สถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอลล์ คั้บคั้บวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/stat_gasohol.xls
- _____ (2550) คู่มือเตรียมความพร้อมสำหรับสถานีบริการจำหน่ายน้ำมันแก๊สโซฮอลล์ คั้บคั้บวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.doeb.go.th/new/gasohol.pdf>.

- _____. (2550) สรุปการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายและส่งออกน้ำมันเชื้อเพลิงปี2549(รายเดือน) คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_conclude.html
- _____. (2550) สรุปการผลิต การนำเข้า การจำหน่ายและส่งออกน้ำมันเชื้อเพลิงปี2550(รายเดือน) คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_conclude50.html
- _____. (2550) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายจังหวัด แยกประเภทธุรกิจปี2549 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose.html
- _____. (2550) ปริมาณการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงรายจังหวัด แยกประเภทธุรกิจปี2550 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/infor_dispose50.html
- _____. (2550) รายละเอียดการนำเข้าเปรียบเทียบกับ 5 ปี คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/stat/import_year.xls
- _____. (2550) รายละเอียดการจำหน่ายเปรียบเทียบกับ 5 ปี คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/sale_y.xls
- _____. (2550) สถิติจำนวนสถานีบริการจำหน่ายเชื้อเพลิง ไตรมาส 2/2550 คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก http://www.doeb.go.th/information/stat/amount2_50.xls
- _____. (2550) สถิติสถานีบริการจำหน่ายแก๊สโซฮอล์ คั่นคืนวันที่ 21 สิงหาคม 2550 จาก
http://www.doeb.go.th/information/stat_gasohol.xls
- บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) คั่นคืนวันที่ 25 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.pttplc.com>
- บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด คั่นคืนวันที่ 26 สิงหาคม 2550 จาก <http://www.shell.com>
- บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คั่นคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2550 จาก
<http://www.bangchak.co.th>
- ศูนย์กลางข่าวสารค่าน้ำมันคมนาคม คั่นคืนวันที่ 5 ตุลาคม 2550 จาก <http://www.logisticnews.net>
- กรมการขนส่งทางบก (2550) สถิติจำนวนรถจำหน่ายตามชนิดเชื้อเพลิง คั่นคืนวันที่ 20 พฤศจิกายน 2550 จาก http://www.dlt.go.th/statistics_web/fuel.html

ภาคผนวก

รายชื่อรถยนต์ที่สามารถใช้น้ำมันแก๊สโซฮอล์ (E10) ได้

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
AUDI			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
BMW			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
CHRYSLER					
Grand Voyager			ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
Neon			ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
PT Cruiser			ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
CHEVROLET					
Aveo	F14D3	1.4 Base, LS, LT	2006 - ปัจจุบัน	✓	
Captiva	Z24SED	2.4LS, 2.4 LT	2007 - ปัจจุบัน	✓	
Lumina	VA	3.8LTZ V6-3.8L	2004	✓	
	VA	3.8S V6-3.8L	2004	✓	
	LY7	3.6LTZ V6-3.6L	2005 - ปัจจุบัน	✓	
Optra	F16D3	1.6LS, 1.6LT	2003 - ปัจจุบัน	✓	
	T18SED	1.8LS, 1.8LT	2003 - 2005	✓	
	F18D3	1.8LS, 1.8LT	2006 - ปัจจุบัน	✓	
Optra Estate	F16D3	Estate 1.6LS, 1.6LT	2005 - ปัจจุบัน	✓	
Zafira	Z18XE,X18XE1	1.8CD 4cyl-1.8L	ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 2000		✓
	Z18XE	1.8GL 4cyl-1.8L	ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 2000		✓
	Z22SE	2.2CDX, 2.2LT, 2.2ST	ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 2000		✓
CITROEN			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
FORD					
Escape	YF	5-door Wagon 2.0L 4EAT	2002	✓	
	L3	5-door Wagon 2.3L 4EAT	2004	✓	
	AJ	5-door Wagon 3.0L 4EAT	2002	✓	
Explorer	XS	4.0L XLT	1999	✓	
	V2	4.8L Limited	2002	✓	
Territory	SY Barra 190		2006 - ปัจจุบัน	✓	
Focus	QQDD	1.8L 4-door Sedan, 5-door Hatchback	2005 - ปัจจุบัน		✓
	AODB	2.0L 4-door Sedan, 5-door Hatchback	2005 - ปัจจุบัน		✓
HONDA					
Accord	F23A5	2.3 PGM FI	1998 - 2002	✓	

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
HONDA Accord	F23A1	2.3 VTEC	1998 - 2002	✓	
	J30A1	3.0 V6	1998 - 2002	✓	
	K24A4	2.4 DOHC i-VTEC	2003 - 2005	✓	
	J30A4	3.0 V6 VTEC	2003 - ปัจจุบัน	✓	
	K20A7	2.0 VTEC	2005 - ปัจจุบัน	✓	
	K24A8	2.4 i-VTEC	2006 - ปัจจุบัน	✓	
City	D13B4	1.3 PGM FI	1996 - 1998	✓	
	B15B9	1.5 PGM FI	1997 - 2002	✓	
	B15C2	1.5 VTEC	1999 - 2002	✓	
	L15A2	1.5 i-DSI	2003 - ปัจจุบัน	✓	
	L15A1	1.5 VTEC	2004 - ปัจจุบัน	✓	
Civic	D16Y4	1.6 PGM FI	1996 - 2000	✓	
	D16Y8	1.6 VTEC	1996 - 2000	✓	
	B18B4	1.8 Si	1999 - 2000	✓	
	D17Z1	1.7 PGM FI	2001 - 2005	✓	
	D17A2	1.7 VTEC	2001 - 2005	✓	
	K20A3	2.0 VTEC	2003 - 2005	✓	
	R18A1	1.8 i-VTEC	2006 - ปัจจุบัน	✓	
	K20Z2	2.0 i-VTEC	2006 - ปัจจุบัน	✓	
Civic Hybrid	LDA1		2002 - 2005	✓	
	LDA2		2006 - ปัจจุบัน	✓	
CR-V	B20B1	2.0 DOHC	1996 - 1997	✓	
	B20B3	2.0 DOHC	1998	✓	
	B20Z1	2.0 DOHC	1999 - 2001	✓	
	K20A4	2.0 DOHC i-VTEC	2002 - 2006	✓	
	K24A1	2.4 DOHC i-VTEC	2005 - 2006	✓	
	K20A1	2.0 i-VTEC	2007 - ปัจจุบัน	✓	
	K24Z1	2.4 i-VTEC	2007 - ปัจจุบัน	✓	
Insight	ECA1		2000		✓
Jazz	L15A2	1.5 i-DSI	2004 - ปัจจุบัน	✓	
	L15A1	1.5 VTEC	2005 - ปัจจุบัน	✓	
Legend	C35A3	EXi	1996	✓	
	C35A5	EXi	2002		✓
Nsx	C30A3	3.0 VTEC	1996		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
HONDA					
Nsx	C30A4	3.0 VTEC	1996		✓
Odyssey	F22B6	2.2 PGM FI	1995 - 1997	✓	
	F23A7	2.3 PGM FI	1998 - 2000	✓	
	F23Z4	2.3 VTEC	2000 - 2003	✓	
	K24A6	2.4 DOHC i-VTEC	2004 - ปัจจุบัน	✓	
Prelude	H22A4	2.2 VTEC	1996 - 1997		✓
	F22Z6	2.2 DOHC	1996 - 1997	✓	
S2000	F20C1		2000		✓
Stream	K20A1	2.0 i-VTEC	2002 - 2006	✓	
Vigor	G25A5	2.5 PGM FI	1996	✓	
HYUNDAI					
Sonata	NF	2.4 (Seta)	2007		✓
Coupe	GK	2.0 (Beta)	2007		✓
		2.7 (Delta)	2007		✓
Elantra	HD	2.0 (Beta)	2007		✓
Santa Fe	CM	2.7 (Mu)	2007		✓
JEEP					
Cherokee		2.5 L	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
		4.0 L	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
Cherokee Liberty		3.7 L	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
Grand Cherokee		4.0 L	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
		4.7 L	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
Wrangler			ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
KIA					
Carnival			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
MAZDA					
Mazda 3 Hatchback	LF	Sport 5-door 2.0L 4EAT	2004 - 2007		✓
			2007 - ปัจจุบัน	✓	
Mpv	AJ	5-Door Wagon 3.0L 5AT	2002	✓	
Mazda 3 Sedan	Z6	4-door 1.6L 4EAT, 5MT	2004 - 2007		✓
			2007 - ปัจจุบัน	✓	
MX-5	LF		2004 - 2007		✓
			2007 - ปัจจุบัน	✓	
			2006-ปัจจุบัน		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
MAZDA					
Tribute	YF	5-door Wagon 2.0L 4EAT	2002	✓	
	L3	5-door Wagon 2.3L 4EAT	2004	✓	
	AJ	5-door Wagon 3.0L 4EAT	2002	✓	
MERCEDES-BENZ					
300 CE		C 124	ผลิตตั้งแต่ ปี 1986 ที่เป็นแบบหัวฉีด		✓
190 E		W 201		✓	
200 E		W 124		✓	
220 E		W 124		✓	
230 E		W 124		✓	
280 E		W 124		✓	
300 E		W 124		✓	
300 SE		W 140		✓	
500 SEC		C 140		✓	
600 SEC		C 140		✓	
400 SEL		V 140		✓	
500 SEL		V 140		✓	
600 SEL		V 140		✓	
300 SL		R 129		✓	
500 SL		R 129		✓	
600 SL		R 129		✓	
220 TE		S 124		✓	
230 TE		S 124		✓	
A 160		-		✓	
A 170		W 169		✓	
A 200		W 169		✓	
C 200		W 202		✓	
C 220		W 202		✓	
C 240		W 202		✓	
C 280		W 202		✓	
C 32 AMG		W 203		✓	
C 180 K		W 202		✓	
C 180 K		W 203	✓		
C 200 K		W 203	✓		
C 230 K		W 203	✓		

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต/นำเข้า/รุ่นปี	เก็สโซฮอด	
				91	95
MERCEDES-BENZ					
C 230 2.5		W 203	ผลิตตั้งแต่ ปี 1986 ที่เป็นแบบหัวฉีด		✓
C 200 K Coupe		CL 203			✓
C 230 K Coupe		CL 203			✓
C 180 K Estate		S 203			✓
C 200 K Estate		S 203			✓
C 230 ML		W 202			✓
C 200 T		S 202			✓
CL 500		C 215			✓
CL 500		C 216			✓
CLK 200 K Cabriolet		A 209			✓
CLK 200 K Coupe		C 209			✓
CLK 230 K		C 208			✓
CLK 240 Coupe		C 209			✓
CLS 350		C 219			✓
CLS 500		C 219			✓
CLS 55 AMG		R 219			✓
E 200		W 210			✓
E 220		W 124			✓
E 230		W 210			✓
E 240		W 210			✓
E 240		W 211			✓
E 280		W 124			✓
E 280		W 210			✓
E 55 AMG		W 211			✓
E 220 Convertible		A 124			✓
E 220 Coupe		C 124			✓
E 200 K		W 210			✓
E 200 K		W 211			✓
E 200 NGT		W 211			✓
E 230 2.5		W 211			✓
E 200 K Estate		S 211			✓
E 200 K Estate		S 210			✓
E 280 R6		-			✓
E 220 T		S 124		✓	

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
MERCEDES-BENZ					
E 230 T		S 210			✓
E 500		W 211			✓
ML 320		W 163			✓
ML 350		W 163			✓
ML 350		W 164			✓
R 350 L		V 251			✓
S 280		W 140			✓
S 280		W 220			✓
S 500 C		C 140			✓
S 600 C		C 140			✓
S 280 L		V 220			✓
S 300 L		V 221			✓
S 320 L		V 140			✓
S 320 L		W 140			✓
S 320 L		V 220			✓
S 350 L		V 220			✓
S 350 L		V 221			✓
S 500 L		V 140			✓
S 500 L		V 220			✓
S 500 L		V 221			✓
S 600 L		V 140			✓
SL 55 AMG		R 230			✓
SL 280		R 129			✓
SL 320		R 129			✓
SL 350		R 230			✓
SL 500		R 129			✓
SL 500		R 230			✓
SL 600		R 129			✓
SLK 200		R 170			✓
SLK 200 K		R 171			✓
SLK 230 K		R 170			✓
SLK 280		R 171			✓
SLK 350		R 171			✓
SLK 55 AMG		R 171			✓

ผลิตตั้งแต่
ปี 1986
ที่เป็นแบบหัวฉีด

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
MINI			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 2001		✓
MITSUBISHI					
Asti	4G93	1.8 (CA5, EFI)	1993		✓
Colt	4G92	1.6 (CA4, EFI)	1993		✓
Lancer	4G15	1.5 (CB2, EFI)	1993		✓
	4G15	1.5 (CK2, EFI)	1996		✓
	4G92	1.6 (CB4, EFI)	1993		✓
Lancer	4G92	1.6 (CK4, EFI)	1996		✓
	4G93	1.8 (CB5, EFI)	1993		✓
	4G93	1.8 (CK5, EFI)	1996		✓
	4G63	2.0 (CS9, EFI)	2004		✓
Lancer Cedia	4G18	1.6 (CS3, EFI)	2001		✓
	4G93	1.8 (CS5, EFI)	2001		✓
Outlander	4G69 MIVEC	CU5, EFI	2003		✓
Pajero V6	6G72	3.0 (V73)	2000		✓
Space Runner	4G93	N11, EFI	1993		✓
Space Wagon	4G69 MIVEC	NA4, EFI	2004		✓
	4G93	N31, EFI	1993		✓
Ultima	4G63	16V (E55, EFI)	1993		✓
	6G12	24V (E54, EFI)	1993		✓
NISSAN					
350Z	VQ35DE	Z33	2003 - 2007		✓
	VQ35HR	Z33	2007 - ปัจจุบัน		✓
Cefiro	RB20E	A31	1994		✓
	RB20DE	A31	1994 - 1996		✓
	VQ20, VQ30	A32	1996 - 2000		✓
	VQ20, VQ30	A33	2001 - 2004		✓
Murano	VQ35DE	Z50	2004 - ปัจจุบัน		✓
	QR25DE	Z50	2006 - ปัจจุบัน		✓
NV-Q/C	GA16DNE	Y10	1997 - ปัจจุบัน		✓
Sunny	GA15DE, GA16DNE	B14	1995 - 2000		✓
	QG16DE, QG18DE	N16	2000 - ปัจจุบัน		✓
Teana	VQ23	J31	2004 - ปัจจุบัน	✓	✓
	QR20DE	J31	2006 - ปัจจุบัน	✓	✓
TIIDA	HR16DE	C11	2006 - ปัจจุบัน		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
NISSAN					
TIIDA	MR18DE	C11	2006 - ปัจจุบัน	✓	✓
X-TRAIL	QR25DE	T30	2005 - ปัจจุบัน		✓
PEUGEOT			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
SAAB					
900		S, SE	1992 - 1998		✓
9000		CD, CDE, CS, CSE	1992 - 1998		✓
9-3			1999		✓
9-5			1999		✓
SEAT			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
SKODA			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
TOYOTA					
Avanza	K3	F601RM-GMMFJT	2004 - 2006	✓	
	K3	F601RM-GQMFJT	2004 - 2006	✓	
	K3	F601RM-GQSFJT	2004 - 2006	✓	
	3SZ-VE	F602RM-GMDFJT	2006 - ปัจจุบัน	✓	
	3SZ-VE	F602RM-GQMFJT	2006 - ปัจจุบัน	✓	
	3SZ-VE	F602RM-GQSFJT	2006 - ปัจจุบัน	✓	
Camry	5S-FE	SXV10R-DEMEKQ	1993 - 1997	✓	
	5S-FE	SXV10R-DEPEKQ	1993 - 1997	✓	
	3VZ-FE	VCV10R-DEPEKQ	1993 - 1997	✓	
	5S-FE	SXV20R-DEMEK	1997 - 1999	✓	
	5S-FE	SXV20R-DEPEK	1997 - 1999	✓	
	1MZ-FE	MCV20R-DEPEKQ	1997 - 1999	✓	
	5S-FE	SXV20R-JEMEKT	1999 - 2002		✓
	5S-FE	SXV20R-JEMNKT	1999 - 2002		✓
	5S-FE	SXV20R-JEPEKT	1999 - 2002		✓
	5S-FE	SXV20R-JEPNKT	1999 - 2002		✓
	1AZ-FE	ACV31R-JEPNKT	2002 - เมษายน 2004		✓
	2AZ-FE	ACV30R-JEPEKT	2002 - เมษายน 2004		✓
	2AZ-FE	ACV30R-JEPNKT	2002 - เมษายน 2004		✓
	1AZ-FE	ACV31R-JEPNKT	พ.ศ. 2004 - ส.ค. 2006	✓	
	2AZ-FE	ACV30R-JEPEKT	พ.ศ. 2004 - ส.ค. 2006	✓	
	2AZ-FE	ACV30R-JEPNKT	พ.ศ. 2004 - ส.ค. 2006	✓	
	2AZ-FE	ACV40R-JEANKT	สิงหาคม 2006 - ปัจจุบัน	✓	

ยี่ห้อ รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์		
				91	95	
TOYOTA	Camry	2AZ-FE	ACV40R-JEAEKT	สิงหาคม 2006 - ปัจจุบัน	✓	
		2AZ-FE	ACV40R-JEAGKT	สิงหาคม 2006 - ปัจจุบัน	✓	
		1AZ-FE	ACV41R-JEPNKT	สิงหาคม 2006 - ปัจจุบัน		✓
		2GR-FE	GSV40R-JETGKT	พฤศจิกายน 2006 - ปัจจุบัน	✓	
	Celica	5S-FE	ST184	1992 - 1994	✓	
		3S-GTE	ST185	1992 - 1994		✓
		3S-GTE	ST205R	1994 - 1995		✓
		5S-FE	ST204R-BLMSKQ	1994 - 1999	✓	
		5S-FE	ST204R-BLPSKQ	1994 - 1999	✓	
		2ZZ-GE	ZZT231R-BLFGFQ	2000 - ปัจจุบัน		✓
		2ZZ-GE	ZZT231R-BLPGFQ	2000 - ปัจจุบัน		✓
	Century	1GZ-FE	GZG50R-AEPGKW	1999 - 2001		✓
	Corolla	4A-FE	AE101R-AEMNK	1992 - 1996		✓
		4A-FE	AE101R-AEPNK	1992 - 1996		✓
4E-FE		EE101R-AEMDK	1994 - 1996		✓	
4E-FE		EE101R-AEHDK	1994 - 1996		✓	
4A-FE		AE111R-AEPEK	1996 - 2000		✓	
4A-FE		AE111R-AEMNK	1996 - 2000		✓	
5A-FE		AE110R-AEMDK	1996 - 2000		✓	
5A-FE		AE110R-AEPDK	1996 - 2000		✓	
4A-FE		AE111R-AEMDK	1996 - 2000		✓	
7A-FE		AE112R-GEMEKT	1996 - 2000		✓	
7A-FE		AE112R-GEPEKT	1996 - 2000		✓	
5A-FE		AE110R-GEMDKT	1996 - 2000		✓	
5A-FE		AE110R-GEPDKT	1996 - 2000		✓	
4A-FE		AE111R-GEMDKT	1996 - 2000		✓	
4A-FE		AE111R-GEMNKT	1996 - 2000		✓	
4A-FE		AE111R-GEPNKT	1996 - 2000		✓	
3ZZ-FE		ZZE121R-GEMRKT	2001 - ปัจจุบัน		✓	
3ZZ-FE		ZZE121R-GEMDKT	2001 - ปัจจุบัน		✓	
3ZZ-FE		ZZE121R-GEMNKT	2001 - ปัจจุบัน		✓	
3ZZ-FE		ZZE121R-GEPDKT	2001 - ปัจจุบัน		✓	
3ZZ-FE		ZZE121R-GEPNKT	2001 - ปัจจุบัน		✓	
1ZZ-FE	ZZE122R-GEPEKT	2001 - ปัจจุบัน	✓			

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
TOYOTA					
Corolla	1ZZ-FE	ZZE122R-GEPGKT	2001 - ปัจจุบัน	✓	
Corona	3S-FE	ST171R-AEMNK	1990 - 1992		✓
	3S-FE	ST171R-AEPNK	1990 - 1992		✓
	4A-FE	AT190R-AEMNK	1992 - 2000		✓
	4A-FE	AT190R-AEPNK	1992 - 2000		✓
	3S-FE	ST191R-AEMNK	1992 - 2000		✓
	3S-FE	ST191R-AEPNK	1992 - 2000		✓
Crown	2JZ-GE	JZS133R-AEPQF	1992 - 1997		✓
	2JZ-GE	JZS155R-AEPQF	1992 - 1997		✓
	1G-FE	GS151R-ATPSK	1997 - 1999		✓
	2JZ-GE	JZS155R-ATPQF	1997 - 1999		✓
	2JZ-GE	JZS175R-AEPQF	2000 - 2004		✓
	3GR-FE	GRS182R-AETQK	2005 - ปัจจุบัน		✓
Fortuner	2TR-FE	TGN51R-NKPSKT	2004 - ปัจจุบัน	✓	
Hiace	2RZ-E	RZH153R-RBMNE	1997 - 2004	✓	
	2RZ-E	RZH113R-RBMRE	1997 - 2004	✓	
	2RZ-E	RZH135R-JFMGE	1997 - 2004	✓	
	2TR-FE	TRH213R-KDPNK	2005 - ปัจจุบัน	✓	
	2TR-FE	TRH223R-LEMDK	2006 - ปัจจุบัน	✓	
Hilux Vigo	2TR-FE	TGN26R-PRPSKT	2005 - ปัจจุบัน	✓	
	2TR-FE	TGN26R-CRPSKT	2005 - ปัจจุบัน	✓	
	2TR-FE	TGN16R-CRPSKT	2005 - ปัจจุบัน	✓	
Innova	1TR-FE	TGN40R-GKPNKT	2004 - ปัจจุบัน	✓	
Land Cruiser Prado	5VZ-FE	VZJ95R-GKPNKW	1996 - 1999		✓
	5VZ-FE	VZJ95R-GKPNKW	1999 - 2003	✓	
	1GR-FE	GRJ120R-GKPEKW	2003 - ปัจจุบัน		✓
Paseo	5E-FE	EL44	1992 - 1995	✓	
Previa	2TZ-FE	TCR11	1992 - 1995	✓	
Prius	1NZ-FXE	NHW20R-AHEEBW	2007 - ปัจจุบัน		✓
Rav4	3S-FE	SXA11R-AWMGKW	1994 - 2000		✓
	3S-FE	SXA11R-AWPGKW	1994 - 2000		✓
	1AZ-FE	ACA21R-AWMNKW	2001 - ปัจจุบัน	✓	
	1AZ-FE	ACA21R-AWPNKW	2001 - ปัจจุบัน	✓	
Soluna	5A-FE	AL50R-AEHNK	1997 - 2002		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์		
				91	95	
TOYOTA	Soluna	5A-FE	AL50R-AEMNK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEHDK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEMDK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEMFK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEPDK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEPFK	1997 - 2002		✓
		5A-FE	AL50R-AEPNK	1997 - 2002		✓
	Soluna Vios	1NZ-FE	NCP42R-EEMRKT	2002 - 2007	✓	
		1NZ-FE	NCP42R-EEMSKT	2002 - 2007	✓	
		1NZ-FE	NCP42R-EEPRKT	2002 - 2007	✓	
		1NZ-FE	NCP42R-EEPSKT	2002 - 2007	✓	
		1NZ-FE	NCP42R-EEPGKT	2002 - 2007	✓	
		1NZ-FE	NCP42R-EEMGKT	2002 - 2007	✓	
Vios	1NZ-FE	NCP93R-BEPVKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP93R-BEPGKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP93R-BEPRKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP93R-BEPDKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP93R-BEMDKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP93R-BEMRKT	มี.ค. 2007 - ปัจจุบัน	✓		
Wish	1AZ-FE	ANE11R-JWPQKT	2003 - ปัจจุบัน	✓		
	1AZ-FE	ANE11R-JPPQKT	ธ.ค.2005 - ปัจจุบัน	✓		
Yaris	1NZ-FE	NCP91R-AHMRKT	2006 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP91R-AHPRKT	2006 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP91R-AHPGKT	2006 - ปัจจุบัน	✓		
	1NZ-FE	NCP91R-AHPVKT	2006 - ปัจจุบัน	✓		
LEXUS	ES300	3VZ-FE	VCV10R-BTPGKQ	1994 - 1996	✓	
		1MZ-FE	MCV20R-BTPGKQ	1996 - 2001	✓	
	ES300	1MZ-FE	MCV30R-BEAGKQ	2001 - ปัจจุบัน	✓	
	GS300	2JZ-GE	JZS160R-BEAQFQ	1997 - ก.พ. 2005		✓
		3GR-FE	6RS190R-BETQK	มี.ค. 2005 - ปัจจุบัน		✓
	IS200	1G-FE	GXE10R-AEPVKQ	1999 - 2006		✓
		1G-FE	GXE10R-AEFVKQ	1999 - 2006		✓
	IS250	4GR-FSE	GSE20R-AETLHW	พ.ค. 2006 - ปัจจุบัน		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
LEXUS					
LS400	1UZ-FE	UCF20R-AEPGKQ	1992 - 1997		✓
LS400	1UZ-FE	UCF20R-AEAGKQ	1997 - 2000		✓
LS430	3UZ-FE	UCF30R-AEAGKW	2000 - 2003		✓
	3UZ-FE	UCF30R-AETGKW	2003 - ปัจจุบัน		✓
LS460	1UR-FSE	USF40R-AEZGHW	2006 - ปัจจุบัน		✓
LS460L	1UR-FSE	USF41R-AEZGHW	2006 - ปัจจุบัน		✓
LX470	2UZ-FE	UZJ100R-GNPGKQ	2000 - ปัจจุบัน		✓
RX300	1MZ-FE	MCU35R-AWAGKW	2003 - ม.ค. 2006		✓
RX350	2GR-FE	GSU35R-AWAGKW	ก.พ. 2006 - ปัจจุบัน		✓
RX400h	3MZ-FE	MHU38R-AWXGKW	2007 - ปัจจุบัน		✓
VOLKSWAGEN			ทุกรุ่นที่ผลิตตั้งแต่ปี 1995		✓
VOLVO					
S40	B4204S	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B4204S2	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B4204T3	2.0T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B4204T5	2.0T4	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5254T3	2.5T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
S60	B5204T5	2.0T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5244T3	2.4T3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
S80	B6294S	2.9	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6294S2	Executive	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6294T	2.9T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6284T	2.8T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6244S	2.4S	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5244T4	2.4T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5244T2	2.4T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5204T5	2.0T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
V40	B4204S	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B4204S2	2.0S2	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B4204T3,T5	2.0T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
V70	B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5234T3	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
VOLVO	V70	B5234T2	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5254T	2.5T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5244S2	2.4	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234FS	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234S	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5204T5	2.0T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	XC70	B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234T7	2.3 (V70XC)	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	XC90	B6294T2	2.9T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5254T2	2.5T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	C70 & C30	B5254T	2.5T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5244S4	2.4	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	S70	B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234FS	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234S	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	440	B20F	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	460	B20F	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	740	B230E	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	760	B230FT	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
		B5234T7	2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
	850	B5204F	2.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓
B5234FS		2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
B5234FT		2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
B5234T		2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
B5234T2		2.3T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
B5254S		2.5	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
940	B230E	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B230F	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B230FB	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B230FK	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B230G	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B230GT	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B234G	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	
	B234F	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี	✓	

ยี่ห้อ /รุ่น	รหัสเครื่องยนต์	แบบ	ปี ค.ศ. ที่ผลิต /นำเข้า/รุ่นปี	แก๊สโซฮอล์	
				91	95
VOLVO 960	B230GT	2.3	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6244GS	2.4	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6304GS	3.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B6304FS	3.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
960EXE	B6304FS	3.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
	B5254T2	2.5T	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
S90 2.4	B6244FS2	2.4	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓
S90 3.0	B6304FS2	3.0	ใช้ได้ทุกรุ่นปี		✓

ที่มา : สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย

หมายเหตุ : รถยนต์ยี่ห้ออื่น ให้สอบถามจากตัวแทนบริษัทรถยนต์

ข้อมูลเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2550

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	ประเสริฐ ศรีมูข
วัน เดือน ปี	5 ตุลาคม 2516
สถานที่เกิด	อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2539 นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช พ.ศ. 2545 เนติบัณฑิตไทย สมัยที่ 60 พ.ศ. 2550
สถานที่ทำงาน	พ.ศ.2539 ถึง 1 กันยายน พ.ศ.2550 บริษัท IRPC จำกัด (มหาชน)
ตำแหน่ง	นักเคมี
	1 กันยายน พ.ศ.2550 ถึง ปัจจุบัน สำนักงานทนายความสันศักดิ์ วิเศษศรี
ตำแหน่ง	ทนายความ