

บทคัดย่อ

เรื่อง : กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว: กรณีศึกษา ธุรกิจสถานีให้บริการน้ำมันเชื้อเพลิง
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร

ผู้วิจัย : ธนากร คำนึ่ง

ชื่อปริญญา : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.ธามินทร์ เครือโสม

คำสำคัญ : กลยุทธ์, ธุรกิจสีเขียว, สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจสีเขียว 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว และ 3) เพื่อประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความคุ้มค่าของกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว สำหรับธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร การวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและการตรวจสอบสามเส้า โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้ 1) ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 7 ราย 2) ลูกค้าที่เข้าใช้บริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 12 ราย และ 3) เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการที่รับผิดชอบดูแลเกี่ยวกับการควบคุมมลพิษสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จำนวน 2 ราย คัดเลือกโดยวิธีเจาะจง และผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียวของธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดยโสธร จำนวน 3 ราย ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

(1) การดำเนินธุรกิจสีเขียว พบว่า 1) รูปแบบการดำเนินธุรกิจสีเขียวผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจสีเขียวทั้งหมด และยังคงดำเนินธุรกิจสีเขียวตามเงื่อนไขข้อตกลงกับธุรกิจแฟรนไชส์หลักเพียงเท่านั้น 2) การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงให้ความสำคัญในการลดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด เพื่อที่จะสามารถลดต้นทุน หรือช่วยลดค่าใช้จ่าย 3) การสร้างภาพลักษณ์ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงนำแนวทางการดำเนินธุรกิจสีเขียวเข้ามาใช้เพียงส่วนหนึ่งเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้ธุรกิจคอยสามารถสร้างแรงจูงใจลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการ 4) การพัฒนากระบวนการธุรกิจสีเขียวผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงนำโซล่าเซลล์มาใช้เป็นพลังงานทดแทนภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นส่วนใหญ่ และพยายามนำนวัตกรรมการนำน้ำที่ใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ได้เข้ามาใช้ในธุรกิจ ทั้งนี้ยังรวมถึงการคอยให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรและชุมชนใกล้เคียงอย่างสม่ำเสมอ

(2) กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสีเขียว พบว่า ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงควรใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาและปรับปรุง โดยแบ่งแนวทางปฏิบัติออกเป็น 4 แนวทางคือ (1) กลยุทธ์เชิงรุกผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นรูปธรรม โดยดำเนินกิจกรรมหลักคือ การประชาสัมพันธ์จุดยืนขององค์กรในการดำเนินธุรกิจไปตามแนวทางธุรกิจสีเขียว (2) กลยุทธ์เชิงรับ ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้จากองค์กรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ โดยดำเนิน

กิจกรรมหลัก คือ การศึกษาดูงานเพื่อเรียนรู้จากองค์กรที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจสีเขียว (3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การจัดอบรมเรื่องธุรกิจสีเขียวเพื่อให้เกิดองค์ความรู้แก่บุคลากร และ (4) กลยุทธ์เชิงแก้ไข ผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระยะยาวกับพันธมิตรคู่ค้า โดยดำเนินกิจกรรมหลัก คือ การลดการใช้ถุงพลาสติก และการประหยัดไฟฟ้าและน้ำ

(3) ผลการประเมินกลยุทธ์ พบว่า 1) กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์องค์กรอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การประชาสัมพันธ์วิสัยทัศน์ขององค์กรในการดำเนินธุรกิจตามแนวทางธุรกิจสีเขียว พบว่า ในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความคุ้มค่า ทั้งสามด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ทั้งหมด) 2) กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้จากองค์กรต้นแบบที่มีความเป็นเลิศ โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การศึกษาดูงาน พบว่า ในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความคุ้มค่า ทั้งสามด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33-4.66) 3) กลยุทธ์การสร้างความร่วมมือระยะยาวกับพันธมิตรคู่ค้า โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การลดการใช้ถุงพลาสติก พบว่า ในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความคุ้มค่า ทั้งสามด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33-4.66) และกิจกรรมหลักการประหยัดทรัพยากรสิ้นเปลือง อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า เป็นต้น พบว่า ในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความคุ้มค่า ทั้งสามด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33-4.66) 4) กลยุทธ์การสร้างองค์ความรู้แก่องค์กร โดยมีกิจกรรมหลัก คือ การจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการค้าดำเนินธุรกิจสีเขียวแก่บุคลากรในองค์กร พบว่า ในด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความคุ้มค่า ทั้งสามด้านอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00)

ABSTRACT

TITLE : STRATEGY FOR GREEN BUSINESS: A CASE STUDY OF PETROLEUM
STATION IN MUEANG DISTRICT, YASOTHON PROVINCE
AUTHOR : THANAKORN KAMNUENG
DEGREE : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
ADVISOR : TAWAMIN KRUSOM, Ph.D.
KEYWORDS : STRATEGY, GREEN BUSINESS, GAS STATION

The objectives of this research were as follows: 1) to study green business operations, 2) to create green business strategies, and 3) to assess the suitability, feasibility, and cost-effectiveness of a green business strategy for an oil and gas service station business in Mueang District, Yasothon Province. This research used an integrated research methodology. The research instrument was an interview form. The research used in-depth interviews and non-participant observations to collect data. Data analysis was based on content analysis and a triangular validation method. The main contributors were 1) 7 petrol station operators, 2) 12 customers who used fuel services, and 3) 2 government agency officials responsible for environmental pollution control and safety within the gas service station, specific methods were selected and 3 specialists and experts were employed to assess the green business strategy of the gas service station business in Mueang District, Yasothon Province. The research results were as follows.

(1) Green business operations found that 1) according to a green business model, gas service station operators still lack full knowledge and understanding of green businesses and continue to operate a green business according to the terms of agreements with the main franchise business only. 2) Utilization of resources: gas service station operators focused on reducing the use of extravagant resources and creating the greatest cost-effectiveness in order to reduce cost and expense. 3) Image creation: gas service station operators adopted only part of the green business practice to create an image for the business to motivate customers to use the service. 4) Green business process development: gas service station operators mostly use solar cells as renewable energy in their service stations and attempt to introduce innovation for reusing used water in their business, including always paying attention to the environment within the organization and nearby communities.

(2) Green business strategy revealed that gas service station operators should use strategies to develop and improve by dividing the guidelines into 4 approaches. 1) A proactive strategy involves operators creating a concrete corporate image by carrying out principal

activities while promoting the organization's stature as conducting business in accordance with green business guidelines. 2) Passive strategies: operators should use strategies to learn from an excellent model organization by carrying out principal activities with a study tour to learn from organizations that have succeeded in running a green business. (3) Remedial strategies: operators should use strategies to create a body of knowledge for the organization by carrying out principal activities serving as training in green business to educate personnel. (4) Remedial strategies: operators should use strategies to build long-term cooperation with partners. The principle activities are reducing the use of plastic bags and saving electricity and water.

(3) Strategic assessment results found that 1) the principal strategy for developing a concrete corporate image involved publicizing the organization's vision of doing business in line with green business practices. It was found that in terms of suitability, feasibility, and cost-effectiveness, all three aspects were at the highest level (mean equal to 4.33 total). 2) Strategies for education based on an excellent model organization principally involved a study tour. It was found that in terms of suitability, feasibility, and cost-effectiveness, all three aspects were at the highest level (mean = 4.33-4.66). 3) In terms of strategies for building long-term cooperation with business partners, the main activity was to reduce the use of plastic bags. It was found that in terms of suitability, feasibility, and cost-effectiveness, all three aspects were at the highest level (mean = 4.33-4.66). The activity had the principle of preventing the waste of resources such as the water supply, electricity, etc. It was found that in terms of suitability, feasibility, and cost-effectiveness, all three aspects were at the highest level (mean = 4.33-4.66). 4) Strategies for creating a body of knowledge for the organization principally involved organizing training to educate personnel about green business operations. It was found that in terms of suitability, feasibility, and cost-effectiveness, all three aspects were at the highest level (mean = 5.00).