สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : นครราชสีมา

วิทยานิพนธ์

ของ

สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ

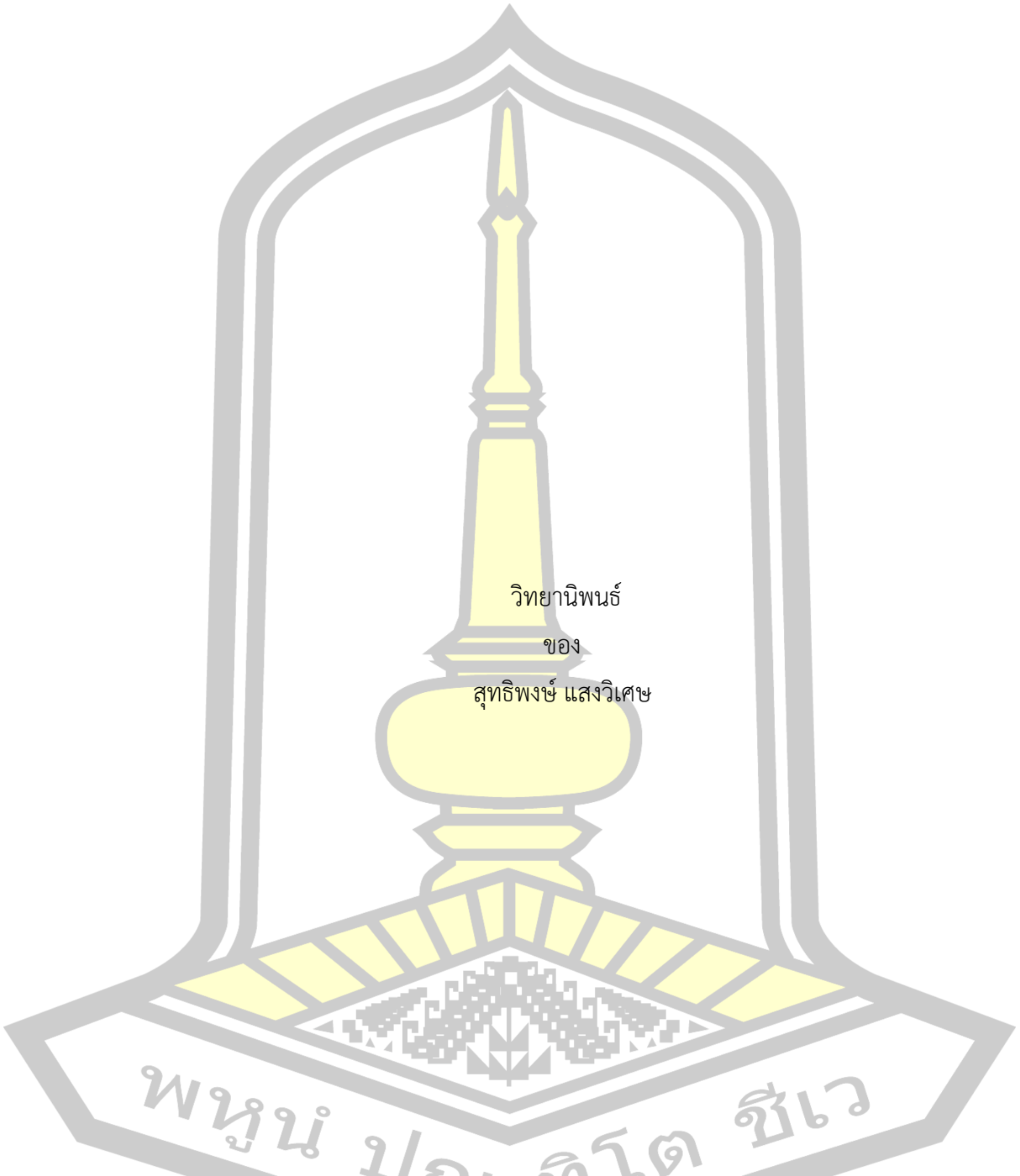
เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์

สิงหาคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : นครราชสีมา



วิทยานิพนธ์

ของ

สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์

สิงหาคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Gas stations and changes to a new culture: Nakhon Ratchasima

Sutthipong Saengwises

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements

for Doctor of Philosophy (Cultural Science)

August 2020

Copyright of Mahasarakham University

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายสุทธิพงษ์ แสงวิเศษ แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รศ. ดร. ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อ. ดร. มนตรี ศรีราชเลา)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(อ. ดร. บุญช่วย พาณิชย์กุล)

.....กรรมการ
(อ. ดร. สมคิด สุขเอิบ)

.....กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผศ. ดร. ธนัณชัย สิงห์มาตย์)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(รศ. ดร. ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : นครราชสีมา
ผู้วิจัย สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ ดร. มนตรี ศรีราชเลา
อาจารย์ ดร. บุญช่วย พาณิชย์กุล
ปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต **สาขาวิชา** วัฒนธรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม **ปีที่พิมพ์** 2563

บทคัดย่อ

“พลังงาน” นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจและพลังงานเป็นการสะท้อนความเป็นจริงของการที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และมีรูปแบบการศึกษาเก็บข้อมูลแบบผสมรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีความมุ่งหมายของงานวิจัย 1) เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 2) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 และ 3) เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

ผลการวิจัยพบว่าประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมาเริ่มต้นโดยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยเป็นบริษัทแรกเริ่มสร้างสถานีบริการน้ำมันในจังหวัดนครราชสีมาต่อมาเป็นบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ต่อมาเป็นบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ พบลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 ด้านบทบาท ด้านผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังพบด้านบริการ ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 พบประเด็นด้านสังคมและด้านวัฒนธรรม ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่พบปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยมการเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรสู่รูปแบบสถานีบริการน้ำมันแบบใหม่เป็นผลมาจาก การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมส่งผลให้ธุรกิจการบริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ : สถานีบริการน้ำมัน, การเปลี่ยนแปลง, วัฒนธรรมใหม่

TITLE Gas stations and changes to a new culture: Nakhon Ratchasima

AUTHOR Sutthipong Saengwises

ADVISORS Montri Srirajlao , Ph.D.

Boonchuay Panichkul , Ph.D.

DEGREE Doctor of Philosophy **MAJOR** Cultural Science

UNIVERSITY Mahasarakham University **YEAR** 2020

ABSTRACT

"Energy" is one of the key factors in driving economic growth and energy production in the face of increased competition. This research is a qualitative research and a mixed-format study model. Quantitative research. Quantitative Research is the purpose of research. 1) To study the history of gas stations before 1997.2) To study the change of gas station after 1997. 3) To study the transformation of gas stations into new cultures.

The research found that History of the gas station in Nakhon Ratchasima started by Shell of Thailand Co., Ltd. and the starting point in Nakhon Ratchasima, followed by PTT Public Company Limited and Bangchak Petroleum Public Company Limited, respectively. The pre-1997 service stations and the role of the gas station before 1997 found the product. And services. Factors contributing to the transformation of the gas station into a new culture. Social factors And the changes in values. Social change and cultural change result in fuel service station business changing products and services in line with changes.

Keyword : Gas stations, changes, new culture

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่งจาก อาจารย์ ดร. มนตรี ศรีราชเลาประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ผู้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ในด้านระเบียบวิธีวิจัยเกี่ยวกับการทำวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.บุญช่วย พาณิชย์กุล กรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้คอยแนะนำ ด้านทฤษฎี รูปแปบการจัดกระทำข้อมูลตรวจทานจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ โดยมีอาจารย์ รศ.ดร.ทวีศิลป์ สืบวัฒนะ ประธานกรรมการสอบ อาจารย์ ดร.สมคิด สุขเอิบ กรรมการสอบและ ผศ.ดร.ธนัณชัย สิงห์มาตย์ผู้ทรงคุณวุติภายนอก

ขอขอบพระคุณ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่สละเวลาอันมีค่าและให้ความร่วมมือในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เป็นอย่างดียิ่ง

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิสาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนร่วมงานและเพื่อนร่วมรุ่นที่ศึกษาในระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ ที่สนับสนุนส่งเสริมและเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยประสบผลสำเร็จในการวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ขอน้อมบูชาแต่บูรพาจารย์ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และขอมอบคุณงามความดีแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ

พหูน ปณฺฑิโต ชีเว

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

บัญชีตาราง ..... ญ

บัญชีภาพประกอบ ..... ฏ

บทที่ 1 บทนำ 1

ภูมิหลัง 1

ความมุ่งหมายของการวิจัย 3

คำถามในการวิจัย 3

ความสำคัญของการวิจัย 3

ขอบเขตของการวิจัย 4

วิธีดำเนินการวิจัย 7

นิยามศัพท์เฉพาะ 9

กรอบแนวคิดในการวิจัย 10

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 12

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย 12

องค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม 49

นโยบายภาครัฐ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง 68

บริบทพื้นที่ 83

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย 90

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 99
บทที่ 3 ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 109
ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา 109
ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 124
บทบาทสถานีบริการน้ำมันในยุคก่อน พ.ศ. 2540 126
บทที่ 4 การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 128
ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 128
บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด 128
บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) 131
บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด 133
บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 136
บทที่ 5 วัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา 140
รูปแบบวัฒนธรรมที่เกิดจากสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา 140
ผลกระทบของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 141
วัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา 144
บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 150
สรุปผลการวิจัย 150
อภิปรายผล 159
ข้อเสนอแนะ 163
บรรณานุกรม 165
ภาคผนวก 172
ภาคผนวก ก รายนามผู้ให้สัมภาษณ์ 173
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ 176
ภาคผนวก ค ภาพประกอบ 203

ประวัติผู้เขียน 209

บัญชีตาราง

หน้า

ตาราง 1 ปริมาณการผลิตวันละจำนวนโรงกลั่นน้ำมันดิบเชิงพาณิชย์..... 20

บัญชีภาพประกอบ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 11

ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิด 11

ภาพประกอบ 3 ภาพองค์กรบริหารสิ่งแวดล้อม 44

ภาพประกอบ 4 แสดงตัวแบบชั้นวัฒนธรรมองค์กรของรุสโซ 56

ภาพประกอบ 5 ตราประจำจังหวัดนครราชสีมา 84

ภาพประกอบ 6 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยภายในจังหวัดนครราชสีมา 115

ภาพประกอบ 7 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ภายในจังหวัดนครราชสีมา 119

ภาพประกอบ 8 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ภายในจังหวัดนครราชสีมา 124

ภาพประกอบ 9 ภาพสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย 130

ภาพประกอบ 10 ภาพสถานีบริการน้ำมันในเครือ ปตท. จำกัด(มหาชน) 133

ภาพประกอบ 11 ภาพร้านสะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมันในเครือบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) 136

ภาพประกอบ 12 ภาพแสดงความสัมพันธ์ผลกระทบของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 143

ภาพประกอบ 13 ภาพแสดงความสัมพันธ์ผลของวัฒนธรรมใหม่ต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน 148

พหุน ปณ ฑิโต ชีว

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

“พลังงาน” เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดประการหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการส่งเสริมสวัสดิภาพและความผาสุกของประชาชนในประเทศ นอกจากนั้นพลังงานยังมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับความมั่นคงของประเทศ ความต้องการพลังงาน ในประเทศจึงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วน ของพลังงานเชื้อเพลิง ทำให้มีความจำเป็นต้องเพิ่มอัตราการผลิตและกลายเป็นการแข่งขันทางด้านการตลาดของธุรกิจภายในสถานีบริการน้ำมัน เพื่อสนองตอบต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางพลังงาน และความสามารถในการแข่งขันในหลายภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคสมัยแห่งความเจริญก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจรวมทั้งทางสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน (สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม, 2558)

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอันส่งผลต่อวัฒนธรรมการกิน การอยู่ การใช้ชีวิต การประกอบสัมมาอาชีพ เปลี่ยนไป การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ ทำให้สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีการเปลี่ยนแปลงรองรับความเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้นของสังคม จากการใช้แรงงานมนุษย์ไปสู่การใช้แรงงานจากเครื่องจักรกลใช้ระบบ การทำงานแบบอุตสาหกรรม และบริเวณใดที่มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเป็นอุตสาหกรรมมีแนวโน้มกลายเป็นเขตเมืองเพราะมีการอพยพแรงงานจากชนบทเข้ามาทำงานในภาคอุตสาหกรรม การทำงานในกิจกรรมต่าง ๆ เปลี่ยนรูปแบบไปสู่ความเป็นระบบราชการ เกิดเป็นรูปแบบการบริหารจัดการแบบองค์กรขนาดใหญ่ที่มีการจัดการที่เป็นทางการ (Everett E. Hagen. 1996) เมื่อการประกอบธุรกิจธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เมื่อมีการแข่งขันที่สูงขึ้น บวกกับผลกระทบทางด้านการเปลี่ยนแปลงสังคมและวัฒนธรรมทำให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจน้ำมัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีน้ำมันที่อยู่ในพื้นที่ที่มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูง จะต้องหากลยุทธ์หรือวิธีการจัดการให้ธุรกิจของตนเองสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ หากแต่กลไกที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และเป็นพื้นที่จังหวัดที่มีประชากรอาศัยอยู่มากเป็นอันดับสองของประเทศไทย เป็นพื้นที่ที่มีการกระจายสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงเข้าสู่ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นแห่งแรก ปัจจุบันเป็นพื้นที่ที่มีการใช้พลังงานสูง มีการพัฒนาภายในพื้นที่จังหวัด เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ระบบการคมนาคมขนส่งภาครัฐและเอกชน พื้นที่เศรษฐกิจทางด้านการท่องเที่ยวและการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว สะท้อนถึงการแข่งขันที่สูงขึ้น

โดยเฉพาะน้ำมันเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติชนิดหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง น้ำมันถือเป็นพลังงานที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในการพัฒนาให้เกิดความเจริญก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็วและทันสมัย (วไลพร เจริญพร 2546)

การแข่งขันในด้านตลาดพลังงานในปัจจุบันในจังหวัดนครราชสีมามีมูลค่าสูง ด้วยพื้นที่จังหวัดนครราชสีมามีการปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านธุรกิจการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมภายในจังหวัดมากขึ้นส่งผลให้มีการตั้งสถานีบริการน้ำมันมากขึ้นตามความต้องการ แต่ละบริษัทพยายามหากลยุทธ์ในด้านการตลาดบริการ เพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันเพื่อที่จะได้บริการได้ครอบคลุมเป็นการสร้างคุณค่าให้กับบริษัท นอกจากการเพิ่มจำนวนสถานีบริการให้มีมากยิ่งขึ้นแล้ว บริษัทผลิตน้ำมันเชื้อเพลิงต่างก็ให้ความสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้ารวมถึงกลยุทธ์การให้บริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจในการเลือกใช้สินค้าของตนเอง การบริหารรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรจึงมีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาองค์กรเป็นวิธีการบริหารจดการคนซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสงสุดในสร้างวัฒนธรรมอันเป็นกลไกช่วยชี้นำพฤติกรรมบุคคลให้ดีอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพเปรียบเสมือนหัวใจที่หล่อหลอมบุคลากรให้เกิดความเชื่อในองค์กรว่าสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ วัฒนธรรมองค์กรจำเป็นต้องใช้เวลาในการสั่งสม ผ่านเวลาแห่งการทดสอบและพิสูจน์จนเป็นที่ยอมรับรวมกันช่วยแก้ปัญหาและสนองตอบต่อความต้องการของกลุ่มได้ ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ยังเป็นผลกระทบต่อวิถีชีวิตประชากรในจังหวัดนครราชสีมา ทำให้สถานีบริการน้ำมันในจังหวัดนครราชสีมามีการเปลี่ยนแปลงเป็นอันดับต้นของภูมิภาคเกิดเป็นการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมของกลุ่มสถานีบริการน้ำมันทั้งให้ด้านรูปแบบการบริการ และผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังทำให้เกิดผลกระทบต่อพื้นที่แวดล้อมในพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงที่มีการปรับเปลี่ยน เช่น ค่าคลองชีพที่สูงขึ้น ราคาที่ดิน การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตทางด้านประชากร อาชีพ ค่านิยมตลอดจนรูปแบบความเชื่อ

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันที่การตลาดที่สูงขึ้น เป็นผลต่อธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาและประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ในปัจจัยด้านค่านิยม และความเชื่อเป็นปัจจัยหลักให้เกิดการปรับตัวเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงส่งผลต่อบริษัทที่ทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงต้องพัฒนากิจการด้านต่าง ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบวัฒนธรรมสถานีบริการแบบเดิมสู่วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รูปแบบบริการ ตลอดจนทรัพยากรบุคคลหรือพนักงานภายในสถานีบริการ รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความเข้มแข็งเป็นแนวทางนำพาองค์กรให้พัฒนาก้าวหน้าท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันจนกลายเป็นรูปแบบวัฒนธรรมแบบใหม่ภายในสถานีบริการน้ำมัน อีกทั้งยังเป็นปัจจัยที่สงผลต่อชุมชนในพื้นที่ ที่เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายประการ เช่น กลุ่ม

ประชากร ชุมชน วิถีชีวิต ในท้องที่อันเป็นผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสนใจศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 และศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ ด้านวัฒนธรรมการเปลี่ยนแปลงในสถานีบริการน้ำมันในบริบทต่าง ๆ เช่น ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน ให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมในปัจจุบัน ตลอดจนผลที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมองค์กร เป็นแนวคิดที่เหมาะสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีคุณภาพ เกิดทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาองค์กร และเป็นทรัพยากรที่นำพาการบริหารองค์กรและผู้ที่มีความสนใจในการศึกษาด้านวัฒนธรรมองค์กรสืบไปต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540
2. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540
3. เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

คำถามในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 ในด้านการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม รูปแบบรูปแบบการเกิดธุรกิจสถานีบิการน้ำมันในพื้นที่ ที่ทำการวิจัยตลอดจนศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 ว่ามีแนวทางการเปลี่ยนแปลงอย่างไร พร้อมทั้งนำข้อมูลมาสังเคราะห์หาความเชื่อโยงจากการศึกษาเพื่อศึกษาต่อในประเด็นการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่เป็นอย่างไร และทำให้ทราบถึงวัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่มีผลจากการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของสถานีบริการน้ำมันสู่วัมนธรรมใหม่ในจังหวัดนครราชสีมา

ความสำคัญของการวิจัย

ความสำคัญของการวิจัย สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ ในครั้งนี้ เพื่อทราบถึง การศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 เป็นประโยชน์

ต่อการศึกษาในประเด็นการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ในด้านธุรกิจสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่ ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540

เป็นประโยชน์ต่อการศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงในด้านวัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนทราบถึงการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่มีผลเชิงบวกเป็นผลดีต่อกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผู้ที่มีความสนใจต่อการลงทุน ตลอดจนกลุ่มผู้เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันในแต่ละแห่งที่มีความแตกต่างกัน อันเป็นผลต่อการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน อีกทั้งยังทราบถึงผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่บริการ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 และศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ ของบริษัทธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

2. ด้านวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) (สุภางค์ จันทวานิช, 2546) ซึ่งมีลักษณะสำคัญ คือ

2.1 เน้นการมองปรากฏการณ์ให้เห็นภาพรวม โดยการมองจากหลายแง่มุม การศึกษา ปรากฏการณ์สังคมจะต้องกระทำโดยศึกษาปรากฏการณ์นั้นจากแง่มุม หรือแนวคิดทฤษฎีที่มีความหลากหลายมากกว่ายึดแนวคิดอันใดอันหนึ่งเป็นหลัก

2.2 เป็นการศึกษาติดตามระยะยาวและเจาะลึกเพื่อให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์สังคมซึ่งมีความเป็นพลวัต

2.3 ศึกษาปรากฏการณ์ในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อให้เข้าใจความหมายของปรากฏการณ์มักมีการวิจัยสนาม (Field research)

2.4 คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ของผู้ถูกวิจัย ด้วยเหตุที่การศึกษาปรากฏการณ์สังคมเป็น การศึกษามนุษย์ จึงให้ความและเคารพผู้ถูกวิจัยในฐานะเพื่อนมนุษย์

2.5 ใช้การพรรณนาและการวิเคราะห์แบบอุปนัย เป็นการนำข้อมูลรูปธรรมย่อย ๆ หลาย ๆ กรณี มาสรุปเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรม โดยพิจารณาร่วมที่พบ จะเน้นการวิเคราะห์แบบอุปนัยมากกว่าใช้ สถิติตัวเลข

2.6 เน้นปัจจัยหรือตัวแปรด้านความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความหมาย ในปรากฏการณ์สังคม การวิจัยเชิงคุณภาพเชื่อว่า องค์ประกอบด้านจิตใจ ความคิดและความหมาย คือสิ่งที่อยู่เบื้องหลัง พฤติการณ์มนุษย์และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ที่แสดงออกมา ซึ่งในการวิจัยนี้

3. ระยะเวลาในการวิจัย

ใช้เวลาในการศึกษาวิจัย 1 ปี ตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2559

4. พื้นที่ในการวิจัย

การคัดเลือกพื้นที่วิจัยมีความสำคัญต่อการได้มาซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องศึกษาลักษณะของพื้นที่ต้องสอดคล้องและตรงตามความมุ่งหมายของการวิจัย ปัญหาการวิจัย และกรอบแนวคิดการวิจัยในการกำหนดพื้นที่ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาคือพื้นที่ จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษาจากสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 3 บริษัท ได้แก่ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จากการเลือกพื้นที่วิจัยแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ

4.1 เป็นพื้นที่ที่มีความต้องการใช้น้ำมันสูงที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จากสถิติสถานีบริการน้ำมันปีพ.ศ.2558 จังหวัดนครราชสีมามี 1,104 แห่งจากสถิติปริมาณการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ปีพ.ศ. 2558)

4.2 เป็นพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การค้าและการบริการ

4.3 เป็นพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอย่างเด่นชัดที่สุด

4.4 เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

5. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่เข้าใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันของทั้ง 3 บริษัท ในจังหวัดนครราชสีมา

5.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการได้รับผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรมใหม่ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งกลุ่มเป้าหมายเพื่อเก็บและรวบรวมข้อมูลออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป ดังนี้

5.2.1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) คือ ผู้รู้ที่มีความเชี่ยวชาญและประสบผลสำเร็จทางด้านการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน จากองค์กรของรัฐและเอกชน ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ จำนวน 14 คน โดยแบ่งเป็น

1) เจ้าหน้าที่รัฐ (ผู้บริหาร) จำนวน 5 คน

2) ผู้ประกอบการธุรกิจ (ผู้บริหาร) จำนวน 9 คน ที่อยู่พื้นที่การทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ และขอนแก่น

5.2.2 กลุ่มผู้ปฏิบัติหรือกลุ่มเกี่ยวข้อง (Casual Informants) คือปฏิบัติและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ และการสังเกต จำนวน 50 คน ประกอบด้วย

1) เจ้าหน้าที่รัฐ (เจ้าหน้าที่) จำนวน 20 คน

2) ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องภายในสถานีบริการ จำนวน 30 คน

5.2.3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ลูกค้าที่มาใช้บริการธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์ และการสังเกต รวมทั้งสิ้น 300 คน ประกอบด้วย

1) ลูกค้าเข้าใช้บริการในสถานีน้ำมัน แบ่งได้ดังนี้

1.1 สถานีบริการน้ำมัน ปตท. 100 คน

1.2 สถานีบริการน้ำมันเชลล์ 100 คน

1.3 สถานีบริการน้ำมันบางจาก 100 คน

โดยใช้การสัมภาษณ์แบบสุ่ม กลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้าที่เลือกเข้ารับบริการในสถานีบริการนั้น ๆ โดยกระจายแบบสัมภาษณ์ออกเป็นสถานีบริการน้ำมันบริษัทละ 100 ชุดต่อแบบไม่เจาะจงบริษัทละ 3-4 สถานีในเขตพื้นที่ที่ทำการวิจัย สุ่มจนครบจำนวน และแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการในพื้นที่ ได้แก่กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว กลุ่มอาชีพการเกษตร กลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำ และกลุ่มลูกค้านอกพื้นที่ จัดอยู่ในกลุ่มนักเดินทาง

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1.1 แบบสำรวจ (Observation) เพื่อใช้ในการสำรวจเกี่ยวกับพื้นที่ที่เป็นแหล่งประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน ในจังหวัด

1.2 แบบสัมภาษณ์ (Interview) มี 2 แบบ คือ

1.2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์ กลุ่มผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ และผู้เกี่ยวข้องที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งข้อมูลในแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับ ชื่อ นามสกุล เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่อยู่ เป็นต้น

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมัน

1.2.2 แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ที่มีประเด็นคำถามเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมสถานีบริการ วัฒนธรรมองค์กรที่มีความเหมาะสมในการจัดการผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีน้ำมันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมแบบใหม่

1.3 แบบสังเกต (Observation) มี 2 แบบ คือ แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อใช้สังเกตกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ ผู้วิจัยได้สังเกตสภาพทั่วไปภายในชุมชน วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และสังคมวัฒนธรรม

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล โดยยึดหลักข้อมูลที่มีลักษณะสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย สามารถตอบคำถามของการวิจัยได้ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจน้ำมัน ในประเทศไทยและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีด้านนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงทาง

วัฒนธรรม อีกทั้งเนื้อหาเกี่ยวกับพื้นที่ที่ทำการศึกษา โดยค้นคว้าเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิจากหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษาของรัฐและเอกชน ประเภทหนังสือ ตำรา รายงานการประชุม งานวิจัย ปริญญานิพนธ์ ภาคนิพนธ์ การศึกษาค้นคว้าอิสระ อินเตอร์เน็ทและวีดีทัศน์

2.2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย โดยวิธีการสำรวจจากแบบสำรวจ การสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structure Interview) และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) แบบสังเกต (Observation) ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

3. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการจัดกระทำกับข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาเอกสารและข้อมูลภาคสนามมาจัดกระทำดังต่อไปนี้

3.1 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารต่าง ๆ มาศึกษาอย่างละเอียด พร้อมจัดระบบหมวดหมู่ ตามความมุ่งหมายของการวิจัยที่กำหนดไว้

3.2 นำข้อมูลจากภาคสนามที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสำรวจ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยจดบันทึกไว้และในการบันทึกเสียงและบันทึกวีดีทัศน์มาถอดความแยกประเภท จัดหมวดหมู่สรุปสาระสำคัญตามประเด็นที่ทำการศึกษาวิจัยตามความมุ่งหมายของงานวิจัย

3.3 นำข้อมูลจากภาคสนามที่เก็บรวบรวมจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ที่ได้ในส่วนของการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้หลักวิเคราะห์ทางสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สถิติ ดังนี้

3.3.1 สถิติพื้นฐาน

3.3.1.1 การแจกแจกความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.3.1.2 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

3.3.1.3 สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่ว ไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายในงานวิจัยในด้านการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรมใหม่และนำข้อมูลทั้งสองชุดที่ได้จากการสัมภาษณ์และข้อมูลทางสถิติทั้งสองชุดมาเปรียบเทียบหาความสอดคล้องและความแตกต่าง

3.3 นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่รวบรวมได้จากการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์และข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูล

3.4 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Triangulation) คือ การแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่าง หากมีข้อมูลส่วนใดที่ยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมใน

ส่วนที่ขาดหายไป จากนั้นผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายผลตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยนำข้อมูลกลับไปให้ผู้อ่านหรือกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลหลักฐาน และผลการวิจัยที่อาศัยการตีความหมายของข้อมูล หลักฐานที่เก็บรวบรวมมาได้ว่ามีความไว้วางใจได้ มีความถูกต้อง ตรงตามความเป็นจริงที่นำเสนอในทางปฏิบัติการกระทำโดยใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation) และสามารถเข้าถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการวิจัยที่ผู้วิจัยสืบค้นหาคำตอบได้อย่างละเอียด ครบถ้วน

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่ได้จากการสำรวจ การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการประชุมเชิงปฏิบัติการมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ตามแนวคิดของสุภางค์ จันทวานิช, (2546) ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) คือ วิธีตีความสร้างข้อสรุปจากข้อมูล รูปธรรม หรือปรากฏการณ์ที่มองเห็น

3.5.2 การวิเคราะห์โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) คือ การจำแนกข้อมูลเป็นชนิดๆ (Typologies) ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกันไป โดยใช้วัฒนธรรมเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาวิจัยตามความมุ่งหมายของการวิจัย ด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) พร้อมทั้งแสดงตาราง ภาพถ่าย ประกอบคำอธิบาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

สถานีบริการน้ำมัน หมายถึง สถานีบริการน้ำมันในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาประกอบไปด้วยสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น

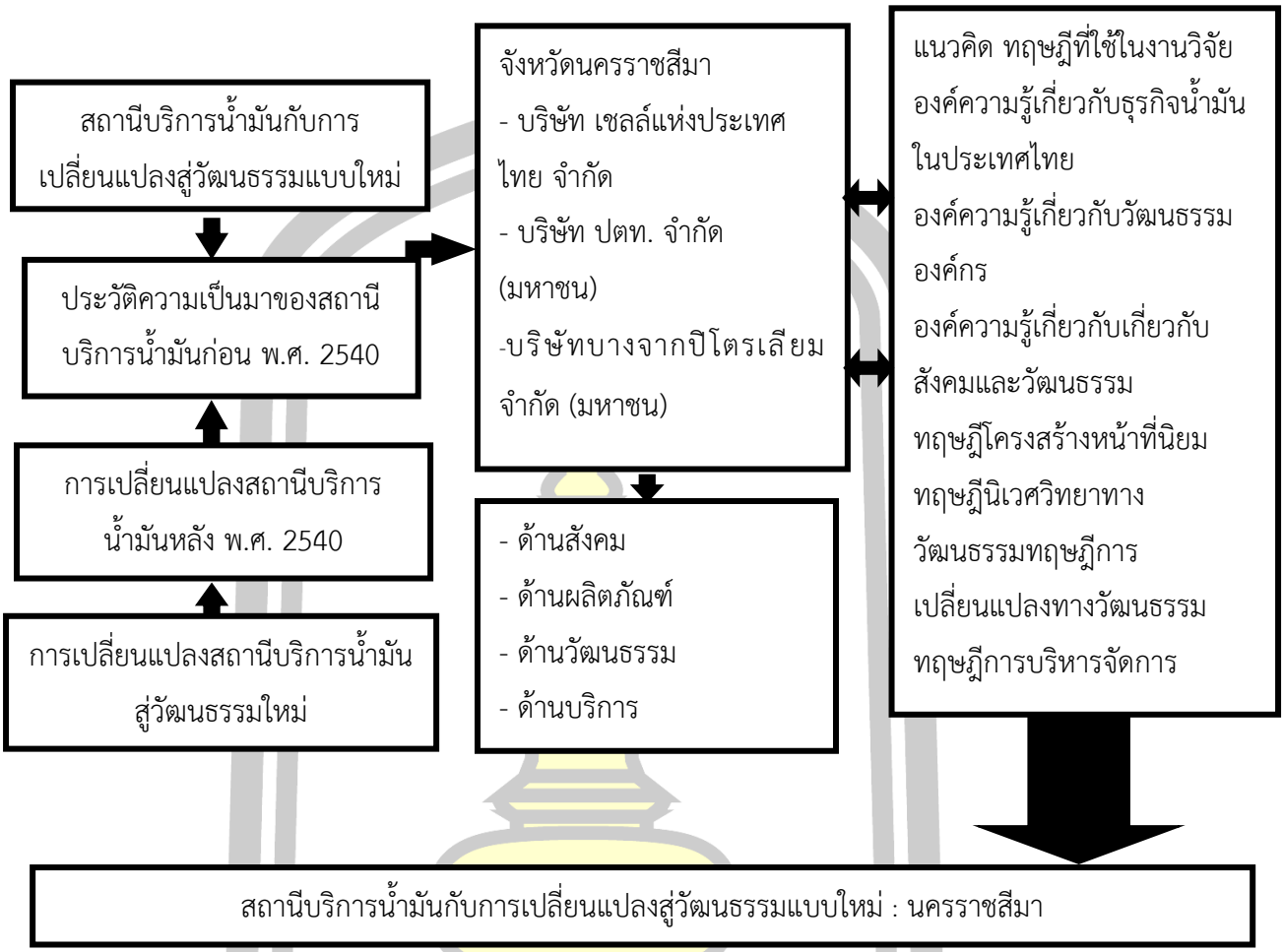
การเปลี่ยนแปลง หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรทางด้านการปรับเปลี่ยนรูปแบบบารบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน (หลัง พ.ศ. 2540) ในประเด็นลักษณะและการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 และประเด็นบทบาทและการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540

วัฒนธรรมแบบใหม่ หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบการปฏิบัติของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงภายหลัง พ.ศ. 2540 ของแต่ละเครือบริษัทที่ทำการวิจัยได้แก่ บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเท่านั้น โดยศึกษาเฉพาะ 1) การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการ จากปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม2)วัฒนธรรมในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงด้านวัฒนธรรม 3)อัตลักษณ์วัฒนธรรมใหม่ในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย อัตลักษณ์วัฒนธรรมใหม่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา 2) วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา 3) วัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ในประเด็นผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตผู้ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน และผลกระทบต่อกลุ่มประชากรในจังหวัดนครราชสีมาอันส่งผลให้สถานีบริการนำมันเชื่อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมามีลักษณะจำเพราะและผลที่ส่งต่อประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ มีการศึกษาในด้าน ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 และศึกษาสภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันในเครือของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในภาคจังหวัดนครราชสีมา ในการวิจัยนี้มีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบต่อไปนี้

พหูน ปณ ฑิโต ชีเว



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิด

พหุน ปณฺ ฑิโต ชีเว

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา ในครั้งนี้มีการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับงานวิจัย แนวความคิด ทฤษฎี บริบทพื้นที่ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปเป็นพื้นฐานในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ให้ตรงกับกับความมุ่งหมายของงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย
   1.1 องค์ความรู้เกี่ยวกับปิโตรเลียม
   1.2 องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
   1.3 องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)
   1.4 องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทบางจาก จำกัด (มหาชน)
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม
3. นโยบายภาครัฐ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. บริบทพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
5. แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
   6.1 งานวิจัยในประเทศ
   6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย

องค์ความรู้เกี่ยวกับปิโตเลียม

คำว่า ปิโตเลียม เดิมมาจากภาษาลาตินสองคำ คือ Petro แปลว่า ดิน และคำว่า Oleum แปลว่า น้ำมัน เมื่อรวมกัน หมายถึง น้ำมันที่ได้มาจากพื้นดิน ปัจจุบันความหมายของปิโตเลียม หมายถึง สารประกอบไฮโดรคาร์บอน ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติจากการทับถมของซากสัตว์เป็นเวลานาน ๆ หลายล้านปี อยู่ในสภาพกึ่งของแข็ง ของเหลวและก๊าซ

ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่เรานิยมนำมาใช้กัน ได้แก่ ก๊าซธรรมชาติและน้ำมันดิบองค์ประกอบของน้ำมันดิบ โดยทั่วไปประกอบด้วย 1) คาร์บอน 83-90% โดยน้ำหนัก 2) ไฮโดรเจน 10-15% 3) ออกซิเจน 5% 4) กำมะถัน 7% 5) ไนโตรเจน 0.5% และ 6) อื่น ๆ 0.1%

การกำเนิดปิโตรเลียม

ปิโตรเลียมเป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่มีโครงสร้างลับซับซ้อนและเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ที่เจริญเติบโตและอาศัยอยู่ในโลกนับหลายล้านปีได้ตายลงตกตะกอนหรือถูกน้ำพัดพามาจมลง ณ บริเวณที่เป็นทะเลหรือทะเลสายจากนั้นถูกทับถมด้วยกรวดทราย โคลน สลับไปมา กระทั่งมีความหนาเป็นกิโลเมตร ส่งผลให้เกิดน้ำหนักทับเป็นชั้นหิน ความกดดันจากชั้นหินเหล่านี้ผสมกับความร้อนใต้พื้นผิวโลกและการสลายตัวของอินทรีย์สารตามธรรมชาติทำให้ซากพืชซากสัตว์สลายตัวกลายสภาพเป็นหยดน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ที่เราเรียกกับว่าปิโตเลียมนั้นเอง โดยมีธาตุคาร์บอนและไฮโตรเจนเป็นองค์ประกอบหลัก ปิโตรเลียมที่เกิดขึ้นนี้เกิดจากการเคลื่อนตัวไปอยู่บริเวณช่องว่างระหว่างเม็ดทรายหรือชั้นหินที่มีรูพรุน อาจอยู่ในสภาพของน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติปนกัน ขึ้นอยู่กับว่าอย่างไหนมีปริมาณมากกว่าและการนำขึ้นมาใช้งานมีการสำรวจปริมาณเสียก่อนว่าคุ้มกับการลงทุนหรือไม่ (ราศี วงศ์ทรายทอง, 2543)

ชนิดของน้ำมันดิบ โดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 3 ชนิดใหญ่ ๆ ดังนี้

1. น้ำมันดิบฐานแอสฟัลร์หรือสารแนพธีน (Asphalt Base Crude Napthene) เป็นน้ำมันดิบที่ขุดพบในตะวันออกกลาง แม็กซิโก เวเนซูเอล่า มีลักษณะเหนียวเหมือนยางมะตอย คุณสมบัติสำคัญคือ 1) เมื่อผ่านการกลั่นให้กากดิบสูง เช่นน้ำมันเตา 2) ขนส่งง่ายไม่จับตัวเป็นไข 3) ให้ค่าออกเทนสูง และ 4) ค่า API ต่ำ

2. น้ำมันดิบฐานพาราฟิน (Parafin Base Crude Oil) น้ำมันดิบชนิดนี้มักขุดพบบนบก นำมาจากสิ่งที่มีชีวิตบนบก สำหรับประเทศไทย ณ แห่งสิริกิต์จังหวัดกำเพชรคุณสมบัติ คือ 1) ให้ค่า API สูง 2) เมื่อนำมากลั่นให้ผลิตภัณฑ์ตระกูลเบนซินสูง 3) มักจับตัวเป็นไขเมื่ออุณหภูมิต่ำกว่า 30 องซาเซลเซียส 4) ให้ค่า VI สูง

3. น้ำมันดิบฐานผสม (Mixed Base Oil) น้ำมันดิบที่ผสมระหว่างชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 สันนิษฐานว่าเกิดจากการทับถมกันของสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่บนพื้นดินที่เคยเป็นทะเลมาก่อน

การกลั่นน้ำมันเชื้อเพลิง

น้ำมันดิบถูกแปรสภาพให้เป็นผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงประเภทต่าง ๆ โดยกระบวนการกลั่นซึ่งแต่ละโรงกลั่นมีขั้นตอนที่ต่างกันออกไป แต่โดยหลักการใหญ่ แล้วกระบวนการเหมือนกัน มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกลั่นหรือหารแยก (Separation)

น้ำมันดิบถูกนำมาผ่านกระบวนกลั่นลำดับส่วน (Fractional Distillation) โดยการแยกในหอกลั่นบรรยากาศ (Atmospheric Fractionating Tower) โดยใช้หลักการของจุดเดือดของส่วนประกอบของน้ำมันดิบ โดยสารที่มีจุดเดือดต่ำกลายเป็นไอเร็วและกลั่นตัวออกมาก่อน

2. การแปรรูปหรือการเปลี่ยนโครงสร้างทางเคมี (Conversion)

2.1 การแตกตัว (Cracking) เป็นการแยกสลายของสารประกอบไฮโดรคาร์บอนที่มีโมเลกุลขนาดใหญ่ ให้มีขนาดเล็กลงมาและมีคุณภาพสูงโดยกระบวนการต่าง ๆ คือ การใช้ความร้อน (Thermal Cracking) การใช้สารเร่งปฏิกิริยา (Catalytic Cracking) และการใช้ไฮโดรเจน (Hydro Cracking)

2.2 การเปลี่ยนสภาพ (Reforming) การเปลี่ยนสภาพสารประกอบไฮโดรคาร์บอนพวกแนฟธีนและพาราฟิน ให้เป็นพวกอะโรเมติก ทำให้มีค่าออกเทนสูงขึ้น โดยอาศัยความร้อนหรือสารเร่งปฏิกิริยาหรือการเติมไฮโดรเจน

2.3 วิธีการไอโซเมอร์ไรเซชั่น (Isomerization) เป็นการเปลี่ยนโครงสร้างโมเลกุลจากชนิดห่วงโซ่ แยกโดยใช้สารประกอบไฮโดรคาร์บอนจำพวกโอลิฟิน ให้เป็นสารประกอบไฮโดรคาร์บอนพวกพาราฟินโมเลกุลยาว ๆ มีผลทำให้การให้ค่าออกเทนนัมเบอร์สูงขึ้นโดยใช้สารเร่งปฏิกิริยา

3. การปรับปรุงคุณภาพ (Treating)

ผลิตภัณฑ์ปิโตเลียมที่ได้จากการกลั่นลำดับส่วนและการเปลี่ยนโครงสร้างทางเคมีส่วนใหญ่ยังมีคุณภาพไม่เหมาะสมกับการใช้งาน เช่น อาจมีสิ่งปนเปื้อน จำเป็นต้องมีการแยกสารต่าง ๆ เหล่านี้ออกไปเสียก่อน โดยการใช้ไฮโดรเจนทำปฏิกิริยากับกัมถันในน้ำมันและใช้สารเร่งปฏิกิริยาเปลี่ยนสารกำมะถันให้เป็นไฮโดรเจนซัลไฟต์หรือฟอกด้วยโซดาไฟ กำมะถันในน้ำมันจะถูกแยกออกมาในรูปของเกลือโซเดียมซัลไฟต์

4. การผสม (Blending)

เป็นการนำผลิตภัณฑ์จากกระบวนการต่าง ๆ ข้างต้นมาปรับปรุงแต่ง เติมสารที่เหมาะสมเพิ่มเติมให้ได้คุณภาพยิ่งขึ้น เช่นการเติมสารเพื่อเพิ่มค่าออกเทนในน้ำมันเบนซินหรือผสมน้ำมันเตากับน้ำมันที่เบากว่า เพื่อปรับค่าความหนืดให้ได้ตามที่ต้องการ การเพิ่มคุณภาพ (Additive) คือสารปรุงแต่งคุณภาพของน้ำมันที่ มีความสำคัญดังนี้ 1) สารชะล้างเขม่า (Detergents) มีหน้าที่ทำความสะอาดภายในเครื่องยนต์โดยการล้างสิ่งสกปรก คราบตะกอน เขม่าต่าง ๆ ออกจากชิ้นส่วนของเครื่องยนต์ 2) สารป้องกันการกัดกร่อน (Anti-Corrosives) มีหน้าที่ ป้องกันการกัดกร่อนของกรดกำมะถัน mujเกิดขึ้นจากการเผาไหม้ของกำมะถันที่มีผสมอยู่ในน้ำมันเชื้อเพลิง 3) สารป้องกันการออกซิเดชั่น (Anti-Oxidants) มีหน้าที่ ป้องกันไม่ให้น้ำมันแปรสภาพเป็นยางเหนียว เป็นโคลนเมื่อเครื่องยนต์ร้อนจัด 4) สารรับแรงกดดันสูง (Extreme Pressure) มีหน้าที่ เพิ่มความแข็งแรงให้กับฟิล์มน้ำมันและเพิ่มความสามารถในการรับภาระน้ำหนัก 5) สารป้องกันสนิม (Rust Inhibitor) มีหน้าที่ ป้องกันสนิมชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่ทำด้วยเหล็กในขณะที่เครื่องยนต์ไม่ได้ทำงานหรือขณะเก็บรักษาเพื่อรอการใช้งานต่อไป 6) สารป้องกันการเกิดฟอง (Foam Inhibitor) มีหน้าที่ ป้องกันไม่ให้น้ำมัน

เกิดฟองอากาศขณะใช้งาน และ7) สารที่ทำให้น้ำรวมตัวกับน้ำมัน (Emulsifiers) มีหน้าที่ เป็นตัวทำให้น้ำรวมตัวกับน้ำมันได้เพื่อให้เป็นของเหลวที่สามารถทำหน้าที่หล่อลื่นได้โดยไม่ทำให้ชิ้นส่วนของเครื่องยนต์เสียหาย

ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

นับตั้งแต่ปี 2534 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ยกเลิกควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง โดยได้นำระบบราคาน้ำมัน “ลอยตัว” มาใช้สำหรับน้ำมันเบนซิน น้ำมันดีเซล น้ำมันก๊าดแลละน้ำมันเตาและระบบ “กึ่งลอยตัว” สำหรับก๊าซรถยนต์ ระบบราคาน้ำมันลอยตัวดังกล่าว ทำให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกมีทั้งขึ้นและลง ช่วงปลายปี 2538 รัฐบาลได้มีนโยบายให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาใกล้เคียงกันทั่วประเทศ จึงได้ใช้มาตรการเกลี่ยค่าการตลาดและปรับปรุงบัญชีค่าขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นผลให้ช่องว่างระหว่างราคาขายปลีกของกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดได้แคบลง

1. โครงสร้างราคาน้ำมันระบบราคาน้ำมัน “ลอยตัวเต็มที่” ไม่มีการกำหนดราคา ณ โรงกลั่น ราคาขนส่ง ค่าการตลาดหรือราคาขายปลีกโดยรัฐ โครงสร้างราคาน้ำมันในปัจจุบันประกอบด้วย 2 ส่วน คือราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นและราคาขายปลีก ในส่วนของราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นประกอบด้วยราคา ณ โรงกลั่น ภาษีสรรพสามิต ภาษีเทศบาล กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงานและภาษีมูลค่าเพิ่ม และในส่วนของราคาขายปลีกประกอบด้วยราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น ค่าการตลาดและภาษีมูลค่าเพิ่ม

2. การเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมันภายหลังยกเลิกการควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ราคาขายปลีกน้ำมันของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงตามราคาผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปในตลาดโลกด้านตะวันออก มีศูนย์กลางการซื้อขายอยู่ประเทศสิงคโปร์ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “ตลาดสิงค์โปร” เมื่อราคาน้ำมันสำเร็จรูปในตลาดสิงค์โปรเปลี่ยนแปลงจะส่งผลให้ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นของไทยเปลี่ยนแปลงตามและการเปลี่ยนแปลงคือการกำหนดราคาขายส่งของโรงกลั่นไทยแข่งขันกับการนำเข้า อิงตามราคาผลิตภัณฑ์ในตลาดสิงคโปร์ย้อนหลังประมาณ 3-7 วันตามแต่ละโรงกลั่น ซึ่งช่วงเวลาย้อนหลังนี้ไม่ได้หมายถึงการระบายน้ำมันคงเหลือของโรงกลั่น แต่หมายถึงช่วงเวลาของการนำเข้าซึ่งถ้าผู้ค้าน้ำมันไม่ซื้อน้ำมันจากโรงกลั่นแต่นำเข้าต้องใช้เวลาประมาณ 5-7 วัน ในการขนส่งและผ่านด่านศุลกากรจนพร้อมที่จะจำหน่าย หลังจากนั้นเมื่อผู้ค้าน้ำมันซื้อน้ำมันจากโรงกลั่นด้วยราคาขายส่งดังกล่าวแล้ว ต้องใช้เวลาในการระบายน้ำมันคงเหลือของสถานีบริการให้หมดประมาณ 1 สัปดาห์ ดังนั้นน้ำมันชุดใหม่จะมีผลต่อราคาขายปลีกในอีก 1 สัปดาห์ หลังจากที่ซื้อจากโรงกลั่นแล้วหรือมีต้นทุนเท่ากับราคาขายส่งย้อนหลังประมาณ 1 สัปดาห์ สรุปได้ว่าเมื่อราคาผลิตภัณฑ์น้ำมันในตลาดโลกเปลี่ยนแปลงแล้ว หลังจากนั้นประมาณ 2 สัปดาห์ มีผลต่อราคาขายปลีกของไทย

3. การลดช่องว่างราคาขายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตกรุงเทพฯและในส่วนภูมิภาค เนื่องจากปัจจุบันได้มีระบบการขนส่งใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น ท่อส่งน้ำมันและเส้นทางคมนาคมใหม่

ซึ่งทำให้สามารถขนส่งน้ำมันได้สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้ค่าขนส่งจริงต่ำกว่าค่าขนส่งตามบัญชีค่าขนส่งที่ผู้ค้าน้ำมันใช้ในการตั้งราคาขายปลีกของสถานีบริการต่างจังหวัด ประกอบกับรัฐบาลได้มีนโยบายให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาใกล้เคียงกันทั่วประเทศสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ ได้จัดทำข้อเสนอมาตรการลดช่องว่างระหว่างราคาขายปลีกของกรุงเทพฯและส่วนภูมิภาค เพื่อให้ประชาชนในต่างจังหวัดได้ใช้น้ำมันในราคาที่ถูกลงประกอบด้วย 5 มาตรการ ดังนี้ 1) การเกลี่ยค่าการตลาดกรุงเทพฯและต่างจังหวัด 2) การปรับปรุงบัญชีค่าขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง 3) การปรับปรุงกฎเกณฑ์ส่งเสริมการตั้งสถานีบริการ 4) การขยายหรือสร้างโรงกลั่นในส่วนภูมิภาค และ5) การส่งเสริมการขนส่งน้ำมันทางท่อได้มีการดำเนินการในมาตรการที่สามารถปฏิบัติได้ทันที ได้แก่ การเกลี่ยค่าการตลาดและการปรับปรุงบัญชีค่าขนส่งน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นผลให้ตั้งแต่ปลายปี 2538 เป็นต้นมา

ความแตกต่างระหว่างราคาขายปลีกน้ำมันในกรุงเทพฯกับส่วนภูมิภาคลดลงโดยเฉลี่ยลิตรละ 15 สตางค์และมีจังหวัดที่ราคาขายปลีกลดลงจนเท่ากับกรุงเทพฯรวม 18 จังหวัดภาคกลางรอบกรุงเทพฯ ได้แก่ ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง สุพรรณบุรี กาญจนบุรี สระบุรี อยุธยา นครนายก ปทุมธานี ราชบุรีและเพชรบุรี และมี 1 จังหวัด คือ ชลบุรี ราคาต่ำกว่ากรุงเทพฯ ส่วนในภูมิภาคอื่น ๆ มีความแตกต่างกันดังนี้

ภาคเหนือตอนบน ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 21-35 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 18-45 สตางค์ ตามแต่พื้นที่

ภาคเหนือตอนล่าง ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 18 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 2-17 สตางค์ ตามแต่พื้นที่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 20 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 12-30 สตางค์ ตามแต่ละพื้นที่

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 20 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 12-30 สตางค์ ตามแต่ละพื้นที่

ภาคใต้ตอนบน ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 20 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 15-30 สตางค์ ตามแต่ละพื้นที่

ภาคใต้ตอนล่าง ความแตกต่างของราคาลดลงประมาณลิตรละ 20 สตางค์ เหลือความแตกต่างประมาณลิตรละ 13-30 สตางค์ ตามแต่ละพื้นที่

สถานีบริการน้ำมัน

ในอดีตสถานีบริการน้ำมันของไทยเป็นธุรกิจจำหน่ายปลีกน้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูปนั้นเกือบทั้งหมดถูกครอบครองโดยบริษัทใหญ่เพียง 4 ราย ได้แก่ การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท เอสโซ่สแตนดาร์ดแห่งประเทศไทยและบริษัท คาลเท็กซ์แห่ง

ประเทศไทย การแข่งขันมีอยู่บ้างแต่ไม่นับว่ารุนแรงมากนัก แต่หลังจากที่รัฐบาลมีนโยบายนำระบบราคาน้ำมันลอยตัวมาใช้ในปี 2534 และได้สนับสนุนให้มีการเพิ่มจำนวนผู้ค้าน้ำมันและจำนวนสถานีบริการน้ำมัน เพื่อให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ค้าและสถานีน้ำมันมากขึ้น โดยลดขั้นตอนการขออนุญาตจัดตั้งปั๊มน้ำมัน ตลอดจนปรับปรุงกฎเกณฑ์ในการตั้งสถานีบริการน้ำมันส่งผลให้มีบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายใหม่ ๆ ก้าวเข้าสู่ธุรกิจนี้มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันบริษัทผู้ค้าน้ำมันรายเก่าและรายใหม่ต่างก็เร่งเพิ่มจำนวนสถานีบริการน้ำมันในสังกัดของตนเพื่อเป็นการเสริมสร้างฐานทางการตลาดให้มั่นคงและรองรับสภาวะการแข่งขันในอนาคต ส่งผลให้จำนวนสถานีบริการน้ำมันได้ขยายตัวเพิ่มขึ้น

ลักษณะสถานีบริการน้ำมัน

สถานีบริการน้ำมันในประเทศไทยนั้นสามารถจำแนกได้ 4 ลักษณะ ได้แก่

1. ปั๊มหลอดแก้ว เป็นสถานีบริการน้ำมันที่บรรจุน้ำมันประมาณ 200 ลิตร ตั้งในชนบทที่ปริมาณความต้องการน้ำมันมีน้อยไม่คุ้มค่าต่อการเปิดเป็นสถานีบริการน้ำมัน เป็นปั๊มอิสระไม่อยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้าใด

2. ปั๊มถังลอย บรรจุน้ำมันไม่เกิน 20,000 ลิตร ตั้งในต่างจังหวัด ส่วนมากเป็นน้ำมันดีเซลลักษณะของการดำเนินงานมีทั้งบริษัทเป็นผู้ตั้งเองหรือเป็นการร่วมทุน ยกเว้นสถานีบริการของบางจากเท่านั้นที่มีลักษณะร่วมทุนอย่างเดียว เนื่องจากจัดตั้งในรูปแบบของสหกรณ์

3. ปั๊มขนาดเล็ก เป็นสถานีบริการน้ำมันแบบไม่ครบวงจร เช่น อาจจะไม่มีบริการล้างอัดฉีด ในกรุงเทพฯ ส่วนมากเป็นสถานีบริการแบบนี้ เนื่องจากที่ดินในกรุงเทพฯมีราคาสูงไม่คุ้มกับการลงทุน

4. ปั๊มมาตรฐาน เป็นสถานีบริการน้ำมันแบบครบวงจร มีบริการล้างอัดฉีดรถยนต์และมีน้ำมันหลากหลายชนิดรวมถึงบริการร้านค้าขนาดย่อม ร้านอาหาร เป็นต้น

ลักษณะการลงทุนของสถานีบริการน้ำมัน

การลงทุนในสถานีบริการน้ำมันแบ่งคร่าว ๆ ได้ 3 ประเภท คือ

1. สถานีบริการน้ำมันที่บริษัทค้าน้ำมันลงทุนเองทั้งหมด โดยบริษัทเช่าที่ดินจากนั้นจะลงทุนทางด้านอาคาร สิ่งก่อสร้าง ตลอดจนอุปกรณ์ทุกอย่างแล้วจึงประกาศหาผู้ดำเนินกิจการ ทั้งนี้ผู้สนใจจะทำกิจการดังกล่าวต้องแบ่งเบาภาระบางส่วนของบริษัทในรูปค่าเช่าและค่าธรรมเนียมลิขสิทธิ์ในการประกอบการ (License fee) สถานีบริการน้ำมันประเภทนี้มีข้อดีสำหรับบริษัทคือตั้งอยู่ได้นานเพราะเป็นของบริษัทเอง แต่ข้อเสียคือการลงทุนสูง ในปัจจุบันสถานีบริการน้ำมันประเภทนี้มีแนวโน้มอยู่ในใจกลางเมืองที่มีทำเลดี ค่าเช่าที่ดินแพงมากจำเป็นที่บริษัทต้องเช่าที่ลงทุนเองเพื่อรักษายอดขายของตนเองไว้

2. สถานีบริการน้ำมันที่บริษัทค้าน้ำมันมีส่วนร่วมลงทุน โดยผู้ดำเนินกิจการอาจเป็นคนเดียวกับเจ้าของที่ดินเป็นผู้จัดหาที่ดินมาแล้วปรึกษากับทางบริษัทน้ำมันให้ช่วยลงทุนให้สถานี

บริการประเภทนี้ ในแง่ของบริษัทน้ำมันรู้สึกว่าผู้ดำเนินกิจการหรือลูกค้าอาจเปลี่ยนไปเป็นบริษัทอื่นได้ง่ายกว่าในแบบแรก สถานีบริการน้ำมันเหล่านี้มีแนวโน้มจะอยู่ในเขตรอบนอกออกไป ทำเลสู้แบบแรกไม่ได้แต่ค่าเช่าหรือราคาที่ดินไม่สูงมากนัก ทำให้ต้องการดำเนินกิจการจัดหาที่ดินและร่วมทุนกับบริษัทได้ไม่ยาก

3. สถานีบริการน้ำมันที่บริษัทผู้ค้าน้ำมันไม่มีส่วนร่วมในการลงทุน โดยผู้ดำเนินกิจการอาจเป็นเจ้าของที่ดินเองจัดหาหรือเช่าที่ดินแล้วลงทุนเองเกือบทั้งหมด โดยบริษัทอาจให้ยืมอุปกรณ์เครื่องไม้เครื่องมือที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงาน ปัจจุบันสถานีบริการน้ำมันประเภทนี้ มีแนวโน้มตั้งอยู่ในเขตที่ห่างไกลออกไปและผู้ดำเนินกิจการมักมีความสนใจทำมากกว่าบริษัท

ประเภทของน้ำมันเชื้อเพลิงที่จำหน่ายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

1. น้ำมันเบนซิน ในอดีตประกอบด้วยน้ำมันเบนซินธรรมดา น้ำมันเบนซินพิเศษสูตรทดแทนสารตะกั่วและน้ำมันเบนซินพิเศษไร้สารตะกั่ว ซึ่งทั้งสามชนิดแตกต่างกันที่ค่าออกเทนและสารผสมพิเศษ (Additive) ที่เติมลงไปเพื่อปรับปรุงคุณภาพน้ำมัน เช่น สารชะล้างและทำความสะอาดเครื่องยนต์และสารเคลือบวาล์ว เป็นต้น และในปัจจุบันน้ำมันเบนซินมีอยู่ 3 ประเภท คือเบนซินออกเทน 87 (สีเขียว) 91 (สีแดง) 95 (สีเหลือง)

2. น้ำมันดีเซล เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงหลักที่ใช้ในกิจการขนส่ง สามารถแบ่งได้เป็นดีเซลหมุนช้าและดีเซลหมุนเร็ว ปัจจุบันเกือบทั้งหมดเป็นน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว ปริมาณการใช้น้ำมันดีเซลมีการขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการขยายตัวทางด้านการคมนาคมขนส่งและความไม่สมดุลระหว่างราคาจำหน่าย รัฐเรียกเก็บภาษีจากน้ำมันดีเซลน้อยกว่าน้ำมันเบนซินเป็นอย่างมาก ทำให้โครงสร้างราคาน้ำมันระหว่างดีเซลและเบนซินผิดจากที่ควรเป็น

ตลาดน้ำมัน

ตลาดการขายน้ำมันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ ตลาดพาณิชยกรรมและตลาดอุตสาหกรรม ตลาดพาณิชยกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 2 ตลาด คือ ตลาดขายส่งและตลาดขายปลีกตลาดขายส่งประกอบด้วย ผู้จำหน่าย ผู้ขายส่งและผู้บริโภค ผู้จำหน่ายคือ บริษัทผู้ค้าน้ำมันหรือกลุ่มผู้นำเข้าน้ำมันอิสระ มีหน้าที่หาผลิตภัณฑ์น้ำมันป้อนเข้าสู่ตลาด ผู้ขายส่งเป็นตัวกลางระหว่างผู้จำหน่ายกับผู้บริโภค ผู้ค้าส่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ กลุ่มผู้ค้าน้ำมันรายย่อยที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปจากบริษัทน้ำมันขนาดใหญ่ภายในประเทศหรือบางครั้งซื้อจากผู้นำเข้าอิสระอีกกลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มผู้นำเข้าอิสระ นำเข้าน้ำมันดีเซลเพื่อจำหน่ายแก่กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้บริโภคคือกลุ่มโรงงานอุตสาหกรรมขนาดเล็ก กลุ่มขนส่งทางบก กลุ่มเรือประมงและสถานีบริการน้ำมันตลาดขายปลีกน้ำมันประกอบด้วย บริษัทผู้ค้าน้ำมันทั้งรายใหญ่และรายย่อย ผู้ค้าส่งรายใหญ่ สถานีบริการและผู้บริโภค ผู้ค้าส่งรายใหญ่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์น้ำมันเป็นปริมาณมากจากบริษัทผู้ค้าน้ำมันราย

ใหญ่ในราคาถูกไปขายต่อให้กับผู้ค้าปลีกหรือผู้รับขนส่งน้ำมัน และ ประชาชนผู้ใช้น้ำมันเป็นผู้บริโภคขั้นสุดท้าย

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทเชลล์ แห่งประเทศไทยจำกัด

บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัดจดทะเบียนในประเทศอังกฤษจัดตั้งขึ้นจากการร่วมกันระหว่างบริษัท Royal Dutch แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์และบริษัท Shell Transport and Trading Company, P.L.C. แห่งประเทศ สหราชอาณาจักรดำเนินกิจการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมใน 40 ประเทศทั่วโลกรวมทั้งดำเนินกิจการค้าปลีกผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและเคมีภัณฑ์ทั่วโลก นอกจากนี้บริษัทชิวยังมีหุ้นส่วนในกิจการโรงกลั่นน้ำมันมากกว่า 50 แห่งทั่วโลก

ธุรกิจการดำเนินงานของบริษัท

ธุรกิจการสำรวจน้ำมันปิโตรเลียม การสำรวจน้ำมันดิบถือเป็นธุรกิจน้ำมันต้นทางทำการสำรวจและขุดเจาะน้ำมันปิโตรเลียม โดยได้รับสัมปทานจากรัฐบาลดังนั้นบริษัทได้จัดตั้งบริษัทไทยเชลล์ เอ็กซ์พลอเรชั่นแอนด์โปรดักชั่นจำกัด ขึ้นมาเพื่อเป็นผู้ดำเนินการค้นหาและพบแหล่งน้ำมันในเชิงพาณิชย์แห่งแรกของประเทศไทยที่อำเภอลานกระบือจังหวัดกำแพงเพชรเคลียร์และได้รับพระราชทานนามว่าแหล่งน้ำมันสิริกิติ์การปฏิบัติงานในแหล่งน้ำมันสิริกิติ์เป็นไปในลักษณะกิจการร่วมทุนระหว่างไทยเชลล์กับบริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียมจำกัดมหาชน หรือ ปตท.สผ. สามารถผลิตน้ำมันดิบได้วันละ 20,000 บาร์เรลและน้ำมันดิบที่ผลิตได้จากแหล่งน้ำมันสิริกิติ์นี้มีบริษัท ปตท. จำกัดมหาชน เป็นผู้รับซื้อทั้งหมดต่อมาพ.ศ. 2546 เชลล์ได้ขายหุ้นของเชลล์ทั้งหมดในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมในประเทศไทยให้แก่บริษัท ปตท.สผ. จำกัดมหาชน โดยมีการลงนามในสัญญาซื้อขายหุ้นเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2546

ธุรกิจการกลั่นน้ำมัน โรงกลั่นน้ำมันระยองเริ่มเปิดเมื่อปีพ.ศ. 2539 โดยมีชิวถือหุ้น 64% และการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยถือหุ้น 36% โรงกลั่นน้ำมันระยองเป็นโรงกลั่นน้ำมันแห่งที่สี่ของประเทศตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุดจังหวัดระยองโดยมีระบบการกลั่นน้ำมันอันทันสมัยมีกำลังกลั่น145,000 บาร์เรลต่อวันโดยโรงกลั่นน้ำมันระยองสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมต่าง ๆ ได้แก่ ก๊าซปิโตรเลียมเหลวน้ำมันเครื่องบินน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วน้ำมันดีเซลน้ำมันเตาและแนฟธา โดยมีกำมะถันเป็นผลพลอยได้โครงการนี้ผลิตภัณฑ์ขั้นกลางคือน้ำมันเครื่องบินและน้ำมันดีเซลได้ถึง 54% ของผลผลิตทั้งหมดสัดส่วนนี้ใกล้เคียงกับสัดส่วนการใช้น้ำมันของประเทศไทยโดยโรงกลั่นนี้มีทั้งเก็บผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 40 ถัง

กระบวนการกลั่นน้ำมันเป็นขั้นตอนการแยกน้ำมันดิบให้ได้ส่วนประกอบตามที่ต้องการและกำจัดส่วนที่ไม่ต้องการออกไปโรงกลั่นน้ำมันแต่ละแห่งแยกน้ำมันออกเป็นให้ดูคาร์บอนกลุ่มต่าง ๆ หรือองค์ประกอบย่อยในน้ำมันองค์ประกอบย่อยในน้ำมันนี้ถูกนำไปผ่านขั้นตอนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเคมีด้วยสารประเภทต่าง ๆ ดังนั้นกระบวนการ กลั่นสามารถแบ่งออกได้เป็น

1) การแยก 2) การแปรสภาพ และ 3) การปรับปรุงคุณภาพทางเคมีเปลี่ยนสภาพน้ำมันดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปชนิดต่าง ๆ ตามที่ต้องการ เพื่อความสะดวกและเหมาะสมแก่การใช้ประโยชน์ เช่น ก๊าซหุงต้มน้ำมันเบนซินน้ำมันเครื่องบินน้ำมันก๊าซน้ำมันดีเซลน้ำมันยางมะตอยน้ำมันหล่อลื่น น้ำมันเตาจาระบีรวมทั้งเคมีภัณฑ์ต่าง ๆ ถูกนำไปผ่านกระบวนการปรับปรุงคุณภาพและส่วนผสมให้ได้น้ำมันสำเร็จรูปที่มี คุณสมบัติตรงตามมาตรฐานที่กำหนดและเหมาะสมแก่การใช้งานแต่ละประเภท ตามความต้องการของตลาดปัจจุบันประเทศไทยมีโรงกลั่นน้ำมันเชิงพาณิชย์ทั้งสิ้น 7 แห่ง ดังตาราง 1

ตาราง 1 ปริมาณการผลิตวันละจำนวนโรงกลั่นน้ำมันดิบเชิงพาณิชย์
ที่มา: สถาบันปิโตรเลียมแหงประเทศไทย. (2547) กำลังการกลั่นของโรงกลั่นใน ประเทศไทย. ค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2547, จาก htfo://www.pttmtemet.pttple.com.

(หน่วย:บาร์เรล/วัน)

โรงกลั่น	2542 (1999)	2543 (2000)	2544 (2001)	2545 (2002)	2546 (2003)
ไทยออยล์	220,000	220,000	220,000	220,000	220,000
บางจาก	120,000	120,000	120,000	120,000	120,000
เอสโซ่	160,000	160,000	160,000	160,000	160,000
สตาร์ปิโตรเลียม	150,000	150,000	150,000	150,000	150,000
ฝาง	2,500	2,500	2,500	2,500	2,500
ระยอง	145,000	145,000	145,000	145,000	145,000
ทีพีไอ	65,000	65,000	65,000	65,000	65,000
รวม	862,500	862,500	862,500	862,500	862,500

ธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัดเป็นการจัดจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงและเคมีภัณฑ์โดยเชลล์พยายามขยายธุรกิจของบริษัทให้ครบวงจรสามารถแบ่งตามสายผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจค้าปลีก-ค้าส่งน้ำมันเชื้อเพลิงการค้าส่งน้ำมันเชื้อเพลิงของบริษัทฯส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานใหญ่เช่นสนามบินกรุงเทพฯ สถานทูตบริษัทที่ดำเนินงานการขนส่งสินค้าเป็นต้นส่วนด้านค้าเปลี่ยนน้ำมันเชื้อเพลิงบริษัทเชลล์ได้จัดตั้งบริษัทอาร์บีเซอร์วิสจำกัดบริหารงานสถานีบริการ

น้ำมันเชลล์ทั่วประเทศ ปัจจุบันเชลล์มีสถานีบริการทั้งสิ้น 653 สาขาโดยผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงของบริษัทมีคุณสมบัติที่โดดเด่นมีการพัฒนาคุณภาพตลอดเวลา เช่น

1.1 เชลล์ แก๊สโซฮอล์ 95 เป็นโครงการที่เกิดขึ้นจากแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 โดยทรงเล็งเห็นว่าประเทศไทยอาจประสบปัญหาการขาดแคลนน้ำมันและปัญหาพืชผลทางการเกษตรมีราคาตกต่ำจึงทรงมีพระราชดำริให้โครงการส่วนพระองค์สวนจิตลดา ได้ศึกษา กระบวนการผลิตน้ำมันโดยใช้แอลกอฮอล์จากอ้อยและน้ำแอลกอฮอล์ที่ผลิตได้นี้มาผสมกับน้ำมันเบนซินผลิตเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์เพื่อใช้เป็นพลังงานทดแทน โดยโครงการส่วนพระองค์ได้เริ่มผลิตแอลกอฮอล์จากอ้อยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 และได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ เชลล์ แก๊สโซฮอล์ 95 เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่ได้จากการผสมระหว่าง เอทานอล หรือเอทิแอลกอฮอล์เป็นแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ 99.5% ผสมกับน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วในอัตราส่วนเบนซิน 9 ส่วน เอทานอล 1 ส่วนได้มาเป็นน้ำมันแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 ที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับน้ำมันเบนซินพิเศษไร้สารตะกั่วออกเทน 95 ช่วยให้ประหยัดทั้งค่าใช้จ่ายและช่วยลดมลพิษทางอากาศปัจจุบันเชลล์มียอดจำหน่ายแก๊สโซฮอล์มากที่สุดจากทั่วโลกโดยมีสถานีบริการน้ำมันที่จำหน่ายแก๊สโซฮอล์ทั้งสิ้น 9 แห่งในประเทศไทยและกำลังเพิ่มจำนวนสถานีจำหน่ายมากขึ้น

1.2 น้ำมันเบนซินสูตรพิเศษ S.A.F.E เชลล์ร่วมนโยบายประหยัดน้ำมันของรัฐบาลด้วยการออกน้ำมันเบนซินออกเทน 91และ95 สูตรพิเศษ S.A.F.E (Shell’s Advanced Fuel Economy) ที่ช่วยเพิ่มสมรรถนะเครื่องยนต์ให้ทำงานเต็มประสิทธิภาพช่วยลดการสูญเสียพลังงาน หลังจากที่ชิวได้ทำการวิจัยตลอดระยะเวลากว่าหนึ่งปีที่ผ่านมาก็ประสบความสำเร็จในการพัฒนาน้ำมันเบนซินที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและช่วยประหยัดพลังงาน

1.3 เชลล์ เพียวร่า ดีเซล โดยเชลล์ฯ ได้เล็งเห็นถึงปัญหามลพิษ จึงได้คิดค้น พัฒนาทำการทดลองทั้งในห้องแล็บและศูนย์การทดสอบของเชลล์ที่ประเทศอังกฤษ ซึ่ง รวมถึงการทดสอบบนท้องถนนเมืองไทยนับครั้งไม่ท้วน เพื่อให้ได้มาซึ่งเทคโนโลยีของ นำมันดีเซล ให้เป็นทางเลือกใหม่ที่เหมาะสมกับสภาพอากาศและสภาพการใช้งานบน ท้องถนนของเมืองไทยโดยเฉพาะ

2. ธุรกิจเคมีภัณฑ์ โดยเชลล์ฯ จัดตั้งบริษัท เชลล์ ดิสทริบิวเทอ จำกัด บริหารงานขายส่งและขายปลีกนำมัน เครื่อง โดยแบ่งสายผลิตภัณฑ์ตามภาคธุรกิจ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ภาคธุรกิจการขนส่ง เช่น น้ำมันเครื่องสำหรับเครื่องยนต์ดีเซล-เชลล์ ริมูล่าเป็นน้ำมัน เครื่องที่ผ่านการทดสอบและรับรองจากสถาบันนานาชาติและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกด้วยเทคโนโลยีล่าสุด ทำให้เหมาะสำหรับเครื่องยนต์ดีเซลงานหนักทุกประเภท

น้ำมันเกียร์และเฟืองท้ายยานยนต์-เชลล์ สไปแร็กซ์เพื่อยืดอายุ การใช้งานของยานยนต์

น้ำมันจาระบี-เรติแนกซ์ และนำมันหล่อลื่นพิเศษ เช่น นำมันเบรค และคลัทซ์ น้ำมันเกียร์อัตโนมัติและระบบส่งกำลังน้ำมันระบายความร้อน น้ำมันชะล้าง สิ่งสกปรกภายในเครื่องยนต์

ผลิตภัณฑ์ภาคธุรกิจก่อสร้าง ประกอบด้วย แอสฟัลต์ซีเมนต์ แอสฟัลต์ อิมัลชั่น และคัทแบค สำหรับการก่อสร้างถนน เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์กันรั่วกันซึม (ฟลินท์ โค็ท) และยางมะตอย

ผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ ธุรกิจเคมีภัณฑ์เป็นหนึ่งในธุรกิจหลัก 5 อย่างของ กลุ่มบริษัท รอยัลดัทช์-เชลล์ ในเวลานี้มีบริษัทเคมีภัณฑ์ของเชลล์ดำเนินงานอยู่ทั่วโลก เกือบ 70 บริษัท โดยทำการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีชนิดต่าง ๆ ลูกค้าและ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมได้นำไปดำเนินการแปรรูปต่อ เมื่อรวมบริษัทเคมีภัณฑ์ของ เชลล์ฯ เข้าด้วยกัน จัดว่าเชลล์เป็นผู้จัดหาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีที่ใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของ โลก สิ่งที่ทำจากผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เป็นสี ผงซักฟอก เทปกาว ยา คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์ มือถือ ชุดสวมใส่กันน้ำหรือตู้เย็นทั้งหมดนี้เป็นเพียงบางส่วนในจำนวนสิ่งของเครื่องใช้ประจำวันมากมายที่อาศัยผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี

ผลิตภัณฑ์ภาคอุตสาหกรรม เชลล์ฯ ได้รวมการใช้เทคโนโลยีชั้นนำกับนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน เพื่อคิดค้น และพัฒนาทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้า เพื่อการได้มาของกำลังผลิตสูงสุดของผลิตภัณฑ์ คุณภาพสูงและการให้บริการอย่างมืออาชีพของเชลล์ได้รับการพัฒนา เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในภาคอุตสาหกรรมได้อย่างครบถ้วน

เช่น

กลุ่มอาหาร เพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ยี่ห้อ กระบวนการผลิตและ ชื่อเสียงของธุรกิจลูกค้า โดยการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หล่อลื่นประเภท Food Grade ที่ เหมาะสมต่อเครื่องจักรในกระบวนการผลิตอาหาร ผลิตภัณฑ์หล่อลื่นประเภท Food Grade ในตระกูลคาสซิด้าที่เชลล์ได้ผลิตขึ้นมาเป็นพิเศษจะสร้างความมั่นใจว่ากระบวน การผลิตเป็นไปตามกฎหมายการผลิตอาหารระหว่างประเทศ

อุตสาหกรรมพลังงาน การเดินของเครื่องจักรถือเป็นหัวใจสำคัญ สำหรับอุตสาหกรรมการผลิตพลังงานหรือโรงไฟฟ้าต่าง ๆ ไม่ว่าลูกค้าทำธุรกิจแบบ ระบบสัมปทานกับตลาดเฉพาะกลุ่มหรือผลิตพลังงาน เพื่อป้อนในเหมืองแร่หรือใน โรงงานอุตสาหกรรม กำลังการผลิตทุก ๆ กิโลวัตต์ต่อชั่วโมงถือเป็นสิ่งสำคัญ การเลือก น้ำมันหล่อลื่นสำหรับเครื่องเทอร์ไบน์ หม้อแปลงไฟฟ้าและเกียร์เปิดที่ใช้กับเครื่องบด ถ่านหินถือเป็นส่วนสำคัญในการได้มาซึ่งกำลังการผลิตสูงสุดและสามารถลดต้นทุนให้ ได้มากที่สุด

ผลิตภัณฑ์ภาคการเดินเรือ เชลล์ฯ เป็นผู้นำระดับโลก ในการจัดหา ผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิง นำมันหล่อลื่นและบริการสำหรับเรือเดินทะเล ผลิตภัณฑ์ที่เชลล์ ผลิตขึ้นมาสำหรับเรือเดินทะเลเป็นผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงช่วยให้อุปกรณ์ที่ใช้ในการเดิน เรือสามารถทำงานได้เต็มประสีทธิภาพ

ยิ่งไปกว่านั้นการบริการทางด้านเทคนิคระบบ การสื่อสารและวิจัยน้ำมันยังช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ธุรกิจเรือเดินทะเลเป็นอย่างดี

ธรกิจอื่น ๆ นอกจากเชลล์ฯ ผลิตและจำหน่ายน้ำมันปิโตรเลียมแล้ว เชลล์ยังมี ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย สามารถดำเนินการควบคู่กับสถานีบริการ ดังนี้

ธุรกิจโปรเซิร์ฟ เป็นศูนย์บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องมาตรฐานที่สถานี บริการเชลล์กว่า 340 แห่งทั่วประเทศ การบริการปฏิบัติโดยพนักงานมืออาชีพที่ผ่านการ อบรมเป็นอย่างดีจากอาจารย์ของสถาบันการศึกษาชั้นนำจากหลาย ๆ แห่งพร้อมด้วย เครื่องมือที่ได้มาตรฐานและสะดวกรวดเร็ว โปรเซิร์ฟนำเสนอผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น ที่มีคุณภาพสูง โดยได้รับการรับรองคุณภาพตามมาตราฐาน ISO 9002 รวมถึงไส้กรองและน้ำมันเครื่อง ซึ่งผลิตจากโรงงานที่ผ่านการรับรองคุณภาพตามมาตราฐาน ISO 9001

ธุรกิจคาร์วอช เป็นบริการล้างรถจากเชลล์ รับประกันความพึงพอใจของผู้บริโภคในการล้างรถอย่างทะนุถนอม สะอาดและมีประสิทธิภาพ พิถีพิถันทุกขันตอน ในการล้าง บริการคาร์วอช ประกอบด้วยบริการล้างรถด้วยเครื่องอัตโนมัติ บริการล้างรถ ด้วยเครื่องเจ็ทวอชและบริการล้างรถโดยพนักงานล้างรถของบริษัท

ธุรกิจร้านค้าสะดวกซื้อซีเล็ค เป็นการบริหารงานโดยตรงจากเชลล์โดยมีสาขา อยู่กว่า 7500 ร้านใน 47 ประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทยซีเล็คมีสาขาอยู่กว่า 100 สาขาทั่วกรุงเทพและในเขตเมืองใหญ่ทั่วประเทศ ซึ่งภาพของร้านค้าสะดวกซื้อซีเล็คบน ถนนไฮเวย์ที่เตรียมอาหารฟาสต์ฟูด ซาลาเปา ขนมจีบ เครื่องดื่มและสินค้าอื่น ๆ ที่จำเป็น ในชีวิตประจำวันมากมายไว้คอยบริการลูกค้า

ธุรกิจ MAX Auto Express เป็นเครือข่ายศูนย์บริการของ MAX ให้บริการ รถยนต์แบบเร่งด่วน เช่น การเปลี่ยนยาง การเปลี่ยนแบตเตอรี่ การเปลี่ยนผ้าเบรค และ อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ ปัจจุบัน MAX มีสาขาทั้งสิน 49 สาขา บริการในสถานี บริการนำมัน 13 สาขาและแหล่งอื่น ๆ อีก 36 สาขา โดยเชลล์จัดตั้งบริษัท เชลล์ ออโต้ เซิร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด บริหารธุรกิจโปรเซิร์ฟนี้

การขนส่งผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทถูกขนส่งไปยังลูกค้าโดยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การขนส่งทางเรือ (Tanker & Barge) ใช้บริษัทผู้รับเหมาที่มีมาตรฐานในการบรรทุกและการขนถ่าย น้ำมันเชื้อเพลิงต่าง ๆ ที่ใช้ในการขนถ่ายทางเรือไปยังคลังน้ำมันของบริษัท โดยอาศัยท่าเรือท้องถิ่นในการขนถ่าย ได้แก่ ท่าเรือกรุงเทพฯ ท่าเรือ ศรีราชา ท่าเรือเกาะสีชังหรือท่าเรือสิชัง ท่าเรือแหลมฉบังและท่าเรือมาบตาพุด เชลล์มีโรงเก็บพัสดุทังหมด 14 แห่งทั่วประเทศ โรงเก็บพัสดุที่มีไว้เพื่ออำนวย ความสะดวกต่อธุรกิจขนส่งทางน้ำมีเพียง 3 แห่งดังต่อไปนี้

1) โรงเก็บพัสดุกรุงเทพฯ (โรงเก็บพัสดุช่องนนทรี) สถานที่ตั้งใจกลางจังหวัดกรุงเทพฯ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา 2) โรงเก็บพัสดุภูเก็ต สถานที่ตั้งใกล้กับท่าเรือทะเลน้ำลึก จังหวัดภูเก็ต 3) โรงเก็บพัสดุสงขลา สถานที่ตั้งใกล้กับท่าเรือทะเลน้ำลึก จังหวัดสงขลา

2. การขนส่งทางรถไฟ (tank car) ใช้อุปกรณ์ถังเหล็กทรงกระบอกรูปไข่หรือกลมแบ่งเป็นช่อง ๆ ตามแนวขวางป้องกันการกระฉอกของผลิตกัณฑ์และขนส่งโดยผ่าน การอนุมัติจากการรถไฟแห่งประเทศไทยเป็นผู้จัดช่วงเวลาการขนส่ง

3. การขนส่งทางรถบรรทุก (tank truck) โดยบริษัทที่มีมาตรฐาน มีการตรวจสอบระบบเครื่องยนต์และระบบทั่วไปอย่างสม่ำเสมอ

4. การขนส่งน้ำมันทางท่อ (pipeline) ในอดีตที่ผ่านมาการขนส่งและลำเลียงผลิตภัณฑ์น้ำมันที่กลั่นได้ไปยังคลังน้ำมันต่าง ๆ ของเชลล์ทั่วประเทศจะต้องใช้คลัง น้ำมันช่องนนทรีเป็นศูนย์กลางก่อนมีรถบรรทุกน้ำมันของลูกค้าและบริษัทมารับ ผลิตภัณฑ์ไปอีกที แต่เนื่องด้วยสภาพการจราจรในกรุงเทพฯ ในขณะนั้นและข้อจำกัดทาง ด้านเวลาที่ห้ามรถบรรทุกเข้าเมืองเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้การบริการส่งถ่ายน้ำมันไปยัง ที่ต่าง ๆ ไม่สามารถให้ความสะดวกและรวดเร็วเท่าที่ควร บริษัทเชลล์ฯ จึงได้มีการ ร่วมทุนกับบริษัทน้ำมันชั้นนำอื่น ๆ เช่น ปตท. เอสโซ่ คาลเท็กซ์ ไทยออยล์ และคิวเอท เป็นต้น ก่อตั้งบริษัทท่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด (Thai Petroleum Pipeline Co.,Ltd.) หรือเรียกโดยย่อว่าแทปไลน์ ขึ้นในปี พ.ศ. 2534

ท่อส่งน้ำมันนี้มีความยาวทั้งสิ้น 252 กิโลเมตร และมีกำลังการส่งปีละประมาณ 26,000 ล้านลิตร เริ่มต้นที่ศรีราชามุ่งไปสู่ลำลูกกามีท่อแยกออกไปที่บริษัทเชื้อเพลิง การบินกรุงเทพ จำกัด หรือ BAFS (Bangkok Aviation Fuel Services) เพื่อส่งน้ำมันให้ แก่เครื่องบินในท่าอากาศยานกรุงเทพฯ และสิ้นสุดที่จังหวัดสระบุรี รองรับน้ำมันที่ส่ง ผ่านมาทางท่อและให้บริการแก่ลูกค้าได้โดยไม่ต้องผ่าวิกฤตจราจรเข้ามาในเมืองอย่าง เช่นเคย และยังสามารถจัดส่งผลิตภัณฑ์ไปสู่ลูกค้าภาคกลางภาคเหนือและภาคตะวัน ออกเฉียงเหนือได้มากยิ่งขึ้น (โดยในปี พ.ศ. 2548 แทปไลน์ขยายท่อขนส่งน้ำมันจาก ศรีราชาไปยังระยองเพื่อรับน้ำมันจากโรงกลั่นระยองและโรงกลั่นสตาร์ปิโตรเลียม) ระบบการจัดส่งน้ำมันทางท่อนี้สามารถส่งผลิตภัณฑ์น้ำมันหลายชนิดได้ในท่อเดียว ได้แก่ น้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วชนิดต่าง ๆ น้ำมันดีเซลและน้ำมันอากาศยาน โดยมีการ ควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ SCADA หรือ Supervisory Control and Data

Acquisition System เพื่อควบคุมการจัดส่งของสถานีต้นทางและปลายทาง ระบบนี้สามารถควบคุมปริมาณน้ำมันและตรวจสอบชนิดของน้ำมันที่ผ่านท่อ รวมทั้งตรวจสอบ การรั่วไหลของน้ำมันได้ทุกจุดพร้อมทั้งแจ้งสัญญาณฉุกเฉิน ควบคุมการเปิด/ปิดวาล์ว ปั๊ม อุปกรณ์ในระบบท่อทั้งหมดและควบคุมการเปิด/ปิดของถังน้ำมันทั้งที่ต้นทางและ ปลายทางได้โดยอัตโนมัติ

ห้องวิจัยเคมีภัณฑ์

บริษัทเคมีภัณฑ์เชลล์มีโรงงานผลิตอยู่ใกล้เคียงกับตลาดสารเคมีที่สำคัญ ๆ ทุก แห่งของโลก นักวิจัยของเชลล์ไต้พัฒนาเทคโนโลยีที่ล้ำหน้าขึ้นมามากมายสำหรับใช้ใน โรงงานเหล่านี้ ในปัจจุบันการพัฒนากระบวนการแปรรูปยังคงดำเนินต่อไปที่ศูนย์วิจัย ใหญ่ของเชลล์ที่เท็กซัสและเนเธอร์แลนด์ สิ่งสำคัญที่ผลักดันการค้นหาเทคโนโลยีใหม่ ๆ คือ ความมุ่งมั่นที่แน่วแน่ของบริษัทที่พัฒนาการแบบยั่งยืน โดยเชลล์พยายามเสาะหา วิธีการแนวใหม่อย่างต่อเนื่องในอันที่จะลดการใช้พลังงาน รักษาทรัพยากรและจำกัด ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับห้องวิจัย ทดลองและทดสอบผลิตภัณฑ์ของบริษัท ภายในประเทศไทยตั้งอยู่ที่สำนักงานช่องนนทรี เขตคลองเตย กรุงเทพฯ

การส่งเสริมการตลาดและการโฆษณา

ฝ่ายการตลาดของเชลล์จัดรายการส่งเสริมการตลาดตลอดเวลา เช่น

1. รายงานราคาน้ำมันผ่าน DTAC โดยรับข้อมูล (Short Message Service) ของ การเปลี่ยนแปลงราคาขายปลีกน้ำมันมาตรฐานล่วงหน้าผ่านโทรศัพท์มือถือ

2. เชลล์ทุกปั้ม แจกน้ำดื่มตลอดปีเมื่อเติมน้ำมันเชลล์ครบ 350 บาท

3. เมื่อเติมน้ำมันเชลล์ครบทุก 350 บาท ด้วยบัตรเครดิตซิตี้แบงค์ รับฟรีมันฝรั่งเทสโต้ ขนาด 17 กรัม มูลค่า 5 บาท ทันที 1 ซองและยังรับน้ำดื่มไอโอฟรี

4. รายการส่งเสริมการขาย น้ำมันหล่อลื่น-เชลล์ เฮลิกส์ เมื่อซื้อน้ำมันเครื่อง เชลล์ เฮลิกส์ ขนาด 4 ลิตร ฟรีเกลดน้ำหอมปรับอากาศรถยนต์ มูลค่า 149 บาท

5. รายการส่งเสริมการขายที่ศูนย์บริการเปลี่ยนถ่ายนามันเครื่อง เมื่อซื้อเชลล์ เฮลิกส์ซูเปอร์ ขนาดแกลลอน+ไส้กรองโปรเซิร์ฟ เพียง 519 บาท จากปกติ 645 บาท และเชลล์ซูเปอร์แมกซ์เพาทอร์พลัส +ไส้กรองโปรเซิร์ฟ เพียง 570 บาท

6. รายการส่งเสริมการขาย น้ำมันหล่อลื่น-ซื้อเชลล์ริมูล่า เอกซ์ หรือ เจ รับฟรี ขนาด 1 ลิตร พร้อมคูปองลุ้นโชคชั้นที่ 2 และ 3

7. รายการส่งเสริมการขายที่ร้านค้าสะดวกซื้อซีเล็ค ฟรี ซีเล้เต้กาแฟเย็นขนาดกลาง 1 แก้ว เมื่อสะสมใบเสร็จเครื่องดื่มเย็นซีเล้เต้ ทุกชนิด ครบ 5 แก้ว

8. เที่ยวไทยไปกับเชลล์ ร่วมเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทยไปกับเชลล์ ด้วยหนังสือคู่มือท่องเที่ยวและนิตยสารคุณภาพที่เชลล์ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การ เดินทาง ที่พัก ร้านอาหารและอื่นจากทั่วประเทศไทย

9. การโฆษณา บริษัทเชลล์จ้างบริษัทโฆษณาที่มีฝีมือ มีผลงานเพื่อให้สินค้าและภาพพจน์ของบริษัทเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมของลูกค้าทุกระดับ โดยข้อมูลจาก เอ็มดีอาร์แปซิฟ ได้ระบุว่าสินค้านามันเครื่องกลุ่มรถยนต์ที่ทุ่มงบโฆษณาผ่านสื่อหลัก มากที่สุด 3 อันดับแรก ตั้งแต่เดือนมกราคม-สิงหาคม 2547 คือ 1) เชลล์ 31,094,000 บาท 2)โมบิล 7,486,000 บาท 3) พีทีที

(ปตท.) 6,945,000 บาท ส่วนสินค้านามันเครื่อง กลุ่มรถมอเตอร์ไซด์ 3 อันดับแรก คือ 1) คาสตรอล 42,946,000 บาท 2) พีทีที (ปตท.) 32,521,000 บาท 3) ไดเดียว 10,406,000 บาท ส่วนสินค้าน้ำมันเครื่องกลุ่มรถกระบะ/ รถบรรทุก 3 อันดับแรก คือ 1) คาลเท็กซ์ 34,303,000 บาท 2) เชลล์ 31,138,000 บาท 3) เพนซอย 26,275,000 บาท

10. การใช้บัตรเชลล์ฟลีทคาร์ด มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักคือองค์กรธุรกิจที่ต้อง การควบคุมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้ในธุรกิจ รูปแบบของบัตรเชลล์ฟลีทคาร์ดถูกออกแบบมาเพื่อให้สอดคลองกับเอกลักษณ์อันโดดเด่นของบัตรเชลล์ฟลีทคาร์ด ที่ใช้อยู่ในตลาดทั่วโลกบัตรนี้สามารถใช้บริการเติมนามันกับสถานีบริการของเชลล์ ทั่วประเทศไทย บัตรเชลล์ฟลีทคาร์ดเป็นบัตรที่ออกให้ประจำรถเปรียบเสมือนบัตร ประจำตัวของรถแต่ละคันไว้สำหรับเติมน้ำมันและเปลี่ยนถ่ายนำมันเครื่อง บริษัทที่เป็น เจ้าของรถจะได้รับรายงานการใช้น้ำมันของรถแต่ละคันอย่างละเอียดพร้อมการวิเคราะห์ข้อมูลค่าใช้จ่ายน้ำมันของรถแต่ละคัน

11. เชลล์ ทรัคพอร์ทคือสถานีบริการน้ำมันเชลล์ที่ให้บริการพิเศษสำหรับกลุ่ม ลูกค้าเชลล์ ที่เป็นเจ้าของฟลีทหรือผู้ขับขี่รถขนาดใหญ่ อาทิ รถบรรทุก รถขนส่งสินค้า รถบัสโดยสารที่ต้องเดินทางในระยะไกล อาจทำให้ผู้ขับขี่รู้สึกเหนื่อยล่าหรืออาจเกิด อาการง่วงนอน ดังนั้นเชลล์ ทรัคพอร์ค จึงเป็นสถานีบริการน่าบันที่เป็นเสมือนแหล่ง พักผ่อนหรือจุดแวะพักสำหรับผู้ขับขี่รถขนาดใหญ่เหล่านี้ เชลล์ ทรัคพอร์ค จัดเตรียมที่ จอดรถกว้างขวางที่ออกแบบขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ขับขี่รถขนาดใหญ่ และ นอกจากนี้ยังมีบริการห้องอาบน่า ห้องน่า ร้านค้า น่าดื่มและโทรศัพท์พร้อมทั้งจัดศาลา พักผ่อนและสวนหย่อม เชลล์ทรัคพอร์ทแห่งแรกในประเทศไทยตังอยู่ที่จังหวัดนครสวรรค์

การฝึกอบรมและบริการทางด้านเทคนิค

เชลล์มีโครงการฝึกอบรมผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นต่าง ๆ ตั้งแต่การนำเสนอแบบย่อเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้ของการหล่อลื่นไปจนถึงหลักสูตรที่มีความละเอียดสูงและมี การปฏิบัติระหว่างการ**ฝึก**อบรม เช่น การวินิจฉัยต้านโลหะผสมและวิเคราะห์การเสีย หายของเครื่องจักร เป็นต้น

นอกจากนั้นเชลล์ยังมีบริการทางด้านเทคนิคโดยวิศวกรที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องจักรและผลิตภัณฑ์เชลล์โดยพร้อมให้บริการด้าน เทคนิคแก่ลูกค้า เช่น

1. ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์พร้อมตั้งค่าปรึกษาในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

2. ให้ข้อเสนอแนะ และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์

3. จัดอบรมทางด้านวิชาการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเชลล์ เพื่อการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย เป็นต้น รางวัลและผลงานของบริษัทบริษัทเชลล์ฯ ได้ใบรับรองมาตรฐานเอเอสโอ รวมทังสิน 6 ฉบับ จาก กระทรวงอุตสาหกรรม โดยเป็นใบรับรองระบบบริหารคุณภาพ

ไอเอสโอ 9001: 2000 จำนวน 4 ฉบับ และใบรับรองการจัดการสิ่งแวดล้อม ไอเอสโอ 14001 2 ฉบับ สำหรับ โรงงานน้ำมันหล่อลื่นและจาระบี ยางมะตอย เคมีภัณฑ์และศูนย์บริการลูกล้า ทั้งปีเชลล์เป็นองค์กรที่ได้ใบรับรองมาตรฐานระบบบริหาร คุณภาพไอเอสโอ 9001 ฉบับแรกของ ประเทศไทย เมื่อปี พ.ศ. 2535 สำหรับโรงงานน้ำมันหล่อลื่นและจาระบี

บริษัทเชลล์ฯ เป็นบริษัทแรกที่ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ น้ำมันเชื้อเพลิงจากกระทรวงพาณิชย์ รับรองระบบการควบคุมคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง บนตู้จ่ายน้ำมันที่สถานีบริการเชลล์ ในฐานะที่เชลล์เป็นบริษัทน้ำมันรายแรกที่ได้รับการ รับรองระบบการควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิงในทุกขั้นตอนตั้งแต่น้ำมันที่ออกจากโรงกลั่น การขนส่งทั้งทางบก ทางเรือและทางท่อ การจัดเก็บในคลังน้ำมัน ตลอดจนการขนถ่ายสู่ สถานีบริการจนถึงมือผู้บริโภค

เชลล์รับมอบใบรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการ มอก. 17025-2543 จาก เลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นการรับรองมาตรฐานวิธี การทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงถึง 16 วิธีการในห้องปฏิบัติการ นับเป็นห้องแล็บที่ได้รับการรับรองวิธีการทดสอบมากที่สุดในอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศ ไทย

นโยบายด้านบุคลากร

พนักงานเชลล์ทุกคนเป็นพลังในการผลักดันให้บริษัทเชลล์สามารถก้าวขึ้นมาเป็นองค์กรชั้นนำระดับโลกได้ ดังนั้นเชลล์ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเอาใจใส่ และการพัฒนาบุคลากรให้ความรู้ความสามารถในวิทยาการใหม่ ๆ ที่ก้าวไปอย่างไม่ หยุดยั้งเพราะนั้นหมายความว่าจะเป็นการเพิ่มพลังให้องค์กรก้าวไปสู่ศตวรรษใหม่อย่าง แข็งแกร่งและทำให้บริษัทประสบความสำเร็จ

บริษัทเชลล์ฯ ได้จัดให้มีโครงการอบรมและพัฒนาบุคลากรตลอดเวลา เพื่อส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ โดยจัดให้มีการฝึกอบรม ความรู้ทั่วไปจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในรูปแบบของการประชุม สัมมนาหรือการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อสร้างผู้นำและสนับสนุนตำแหน่งที่สูงขึ้นทั้งใน และต่างประเทศเชลล์ได้มอบสวัสดิการต่าง ๆ ให้แต่พนักงานเพื่อเป็นหลักประกันความ มั่นคงและพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้น เช่น การให้เงินเดือนที่สูงและจูงใจ การให้สวัสดิการเงินกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ การรักษาพยาบาล เงินโบนัส เงินบำเหน็จ เงิน ค่าครองชีพ เงินรางวัลต่าง ๆ และยังจัดให้มีการตรวจสุขภาพพนักงานเป็นประจำทุกปี

นอกจากสวัสดิการต่าง ๆ แล้ว บริษัทเชลล์ยังได้จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานของหน่วยงานทั่วประเทศให้มีบรรยากาศในการทำงานที่ดีและปลอดภัย จัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้การทำงานเป็น ไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ มีสโมสรพนักงานได้จัดให้มีห้องออกอำลังกาย ห้อง ซ้อมกีฬา ห้องสมุด จุดพักผ่อน เพื่อให้พนักงานได้มีโอกาสพักผ่อนหย่อนใจ มีการแจ้ง ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านระบบคอมพิวเตอร์

และติดบอร์ดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ พนักงานทุกคนรับทราบและได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทางสโมสรหรือองค์กรจัดขึ้น รวมทั้งข่าวสารทั่วไปอันก่อต่อให้เกิดผลในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีแต่หมู่คณะและก่อให้เกิดความสามัคคีอีกด้วย

บริษัท เชลล์มีจำนวนพนักงานทั้งสิ้นในปี พ.ศ. 2544 จำนวน 640 คน พ.ศ. 2545 จำนวน 670 คน และ พ.ศ. 2546 จำนวน 630 คน พนักงานมีอัตราการเข้า-ออก ต่ำเนื่องจากมีแรงจูงใจที่ดีจากสวัสดิการของบริษัททำให้บริษัทมีพนักงานมีประสบการณ์และ ความชำนาญสูง เกิดการประหยัดทางด้านการฝึกอบรมพนักงานใหม่ ยกเว้นในเครือ คือ บริษัท อาร์ บี เซอร์วิส จำกัด เป็นบริษัทบริหารสถานีบริการนามันที่เชลล์ลงทุนและ ดำเนินงานเอง โดยพนักงานเติมน้ำมันส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานรายวัน พนักงานได้รับค่าแรงขั้นต่ำหรือสูงกว่าเล็กน้อยทำให้มีอัตราการเข้า-ออกสูง บริษัทต้องเสีย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมค่อนข้างมาก

นโยบายด้านการเงินบัญชี

บริษัทต้องเผชิญกับความเสี่ยงทางการเงินที่สำคัญ ได้แก่ ความเสี่ยงจากอัตรา ดอกเบี้ยและความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ วัตถุประสงค์ในการใช้ เครื่องมือทางการเงินเพื่อลดความไม่แน่นอนของกระแสเงินสดในอนาคตที่เกิดจากการ เปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ยและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบริษัทได้ ป้องกันโดยการทำสัญญาซื้อขายเงินตราต่างประเทศล่วงหน้ากับธนาคารพาณิชย์ที่กู้ยืม เงิน การบริหารความเสี่ยงได้ ดำเนินการโดยหน่วยงานบริหารเงินส่วนกลางของบริษัท ภายใต้นโยบายอนุมัติโดยกรรมการ หน่วยงานบริหารเงินทำหน้าที่อย่างใกล้ชิดกับ หน่วยปฏิบัติการในการกำหนด ประเมินและป้องกันความเสี่ยงทางการเงิน กรรมการบริษัทเป็นผู้กำหนดและร่างนโยบายในการบริหารความเสี่ยง รวมถึงความเสี่ยง ของอัตราแลกเปลี่ยนอัตราดอกเบี้ยและการใช้อนุพันธ์ทางการเงิน ส่วนความเสี่ยงทาง ด้านสินเชื่อ บริษัทมีนโยบายและระบบการประเมินสินเชื่อที่ดีและรัดกุม ถือปฏิบัติ เพื่อให้บริษัทแน่ใจได้ว่าได้ขายสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าที่มีประวัติด้านสินเชื่อที่ เหมาะสม

กิจกรรมเพื่อสังคมและวัฒนธรรม

เชลล์ตระหนักดีว่าหน้าที่ของบริษัทฯ มิใช่เพียงการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการอันมีคุณภาพให้แก่ลูกค้าเท่านั้น บริษัทฯ ยังต้องประพฤติตนเป็นพลเมืองดีของสังคม ด้วยโดยการมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือสังคมไทยในด้านต่าง ๆ เช่น

1. ด้านการศึกษาและเยาวชน ทุนการศึกษาเชลล์ระดับปริญญาโท ณ ประเทศอังกฤษ บริษัท Shell Transport and Trading มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ ณ ประเทศ อังกฤษได้ฉลองครบรอบ 100 ปี เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2540 ได้จัดตั้งกองทุนมูลค่า 10 ล้านปอนด์ เพื่อให้เป็นทุนการศึกษาระดับปริญญาโทแก่ผู้มีคุณสมบัติเหมาะสมจาก ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกปีละ 65 ทุน ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกได้รับทุนไปศึกษาต่อที่ มหาวิทยาลัยชันนำ 1 ใน 7 แห่งในประเทศอังกฤษที่

บริษัทฯ ไต้ติดต่อไว้เป็นระยะเวลา 1 ปี ทุนการศึกษาที่ได้รับครอบคลุมถึงค่าเล่าเรียน ค่าที่พัก ค่าใช้จ่ายส่วนตัวและตั๋วเครื่องบินไปกลับ 1 ที่นั่ง

2. โครงการประกวดโครงงานวิทยาศาสตร์-เชลล์ ในสังคมโลกาภิวัฒน์การ ศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นอีกหนึ่งสาขาวิชาที่เชลล์ตระหนักถึงความ สำคัญ และส่งเสริมเยาวชนให้มีความสนใจในการศึกษา วิทยาศาสตร์ให้มากยิ่งขึ้นใน พ.ศ. 2526 บริษัทเชลล์ในประเทศไทยได้ร่วมกับสมาคมวิทยาศาสตร์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมจัดให้มีการ ประกวดโครงงานวิทยาศาสตร์-เชลล์ ระดับประเทศขึ้นเป็นครั้งแรก เยาวชนที่ชนะเลิศ จากการประกวดระดับประเทศได้รับการสนับสนุนให้ไปร่วมงานสัปดาห์แห่ง วิทยาศาสตร์นานาชาติ ณ ประเทศสิงคโปร์หรือประเทศไต้หวัน เพื่อพบปะแลกเปลี่ยน ความรู้และประสบการณ์กับผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ

3. โครงการนิสิต-นักศึกษาฝึกงานภาคฤดูร้อนเชลล์ ระยะเวลาการฝึกงานของโครงการรับนักศึกษาฝึกงานภาคฤดูร้อน บริษัทเชลล์ฯ เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เมษายนถึงวันที่ 31 พฤษภาคมของทุกปี ผู้สมัครเข้าร่วมโครงการนี้ต้องเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ ในชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยภาครัฐหรือเอกชนทั่วประเทศหรือนักศึกษา ปวส.ปีที่ 1

4. โครงการมอบทุนการศึกษา ทุนสนับสนุนการวิจัยจากกองทุนการศึกษาของ เชลล์ 100 ปีมีมูลค่าทุนละไม่เกิน 100,000บาท

5. โครงการ "เพื่อโลกที่ดีกว่า,, เป็นโครงการที่ริเริ่มและบริหารจัดการโดย พนักงานของเชลล์ทั้งหมด เพื่อสนับสนุนแนวคิดด้านการพัฒนาอันยั่งยืน โดยมุ่งเน้นให้ บริษัทเชลล์ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก พยายามส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีบทบาทและมี ส่วนร่วมในการพัฒนาช่วยเหลือสังคมและชุมชนของตน โดยในประเทศไทยได้จัดให้มี โครงการ "สอนภาษาอังกฤษให้น้อง" ซึ่งเริ่มเป็นครั้งแรก เมื่อเดือนมิถุนายน 2546 รูปแบบโครงการเป็นการจัดการสอนภาษาอังกฤษให้กับนักเรียนชั้นประถม 1-3 สัปดาห์ละ หนึ่งครั้งโดยพนักงานของบริษัท

6. กิจกรรมวันเด็กเพื่อเด็กชุมชนคลองเตย ในวันเด็กแห่งชาติของทุกปี เชลล์จะ จัดกิจกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กด้อยโอกาสจากชุมชนแออัดคลองเตยและชุมชนอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพภายใต้การดูแลของศูนย์การพัฒนาบุคคลได้เข้ามาวิ่งเล่นอย่างสนุกสนานที่สนามฟุตบอลภายในบริษัทฯ โดยมีพี่ ๆ เชลล์มาร่วมตอนรับและจัดเกมส์ให้แก่น้อง ๆ และร่วมแจกของขวัญ ของรางวัล มากมาย

7. ศาลาเชลล์น้อมเกล้า อุทยานเบญจสิริ บริษัทเชลล์ในประเทศไทย มอบเงิน จำนวน 6.5 ล้านบาท ให้แก่กรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เพื่อก่อสร้างศาลา “เชลล์ น้อมเกล้า,, จำนวน 2 หลังภายในบริเวณสวนสาธารณะ "อุทยานเบญจสิริ" กรมธนารักษ์ ได้จัดสร้างขึ้น ณ บริเวณ กรมอุตุนิยมวิทยาเดิม เพื่อน้อมเกล้าฯ ถวายแด่สมเด็จพระนาง เจ้าสิริกิต พระบรมราชินีนาถ เนื่องในวโรกาสทรงเจริญพระชนมายุครบ 60 พรรษา เพื่อ เป็นการส่งเสริมศิลปินไทยและอนุรักษ์ผลงาน

ศิลปะของไทย เชลล์ได้สะสมผลงานด้าน จิตรกรรมและประติมากรรมของศิลปินไทยที่มีชื่อเสียง และได้จัดแสดงอยู่ภายในอาคาร สำนักงานใหญ่ของบริษัทเชลล์ เพื่อให้ผู้มาติดต่อกับบริษัทได้มีโอกาสสัมผัสและชื่นชม ในผลงานทางศิลปะที่นับวันเพิ่มคุณค่ามากยิ่งขึ้น

กิจกรรมด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

1. โครงการสนามฝึกจราจรเยาวชนเชลล์ ความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน เป็นสิ่งที่เชลล์ให้ความสำคัญและถือเป็นนโยบายหลักประการหนึ่งที่พนักงานต้อง ปฏิบัติ-อย่างเคร่งครัด เชลล์จึงได้สนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความ ปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน อาทิ “โครงการสนามปีกจราจรเยาวชนเชลล์-กรมการขน ส่งทางบก” เป็นความร่วมมือระหว่างเชลล์และกรมการขนส่งทางบก เพื่อปลูกฝังจิต สำนึกความมีระเบียบวินัยและมารยาทในการใช้รถใช้ถนนอย่างแก่เยาวชน

2. ศูนย์การขับรถอย่างปลอดภัย บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ได้จัดตั้ง “ศูนย์การขับรถอย่างปลอดภัยขึ้น” เพื่อเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมด้านความปลอดภัย ในการใช้รถใช้ถนนให้แก่พนักงานของบริษัทฯ และบริษัทในเครือรวมถึงการฝึกอบรม ให้กับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในภาครัฐและเอกชนด้วย อาทิ

3. การจัดฝึกอบรมการขับขี่รถจักรยานยนต์และรถยนต์ส่วนบุคคลอย่างถูกวิธี และปลอดภัยให้แก่นักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และมหาวิทยาลัยขอนแก่น

4. การจัดฝึกอบรมโครงการพนักงานขับรถฉุกเฉินร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข เพื่อมุ่งพัฒนาให้พนักงานขับรถฉุกเฉินได้เรียนรู้เทคนิคการขับรกอย่างปลอดภัยเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้มากยิ่งขึ้น

5. โครงการฝึกอบรมการป้องกันอัคคีภัย เชลล์ฯ ให้ความสำคัญสูงสุดกับการ ป้องกันอัคคีภัย เนื่องจากธุรกิจของบริษัทฯ เกี่ยวข้องกับน้ำมันเชื้อเพลิง ดังนั้นเชลล์มีมาตรการอันเข้มงวดในการป้องกันอัคคีภัยทั้งในบริเวณสำนักงานและคลังน้ำมันเชลล์ที่ มีอยู่ทั่วประเทศ นอกจากนั้นเชลล์ยังพยายามถ่ายทอดทัศนคติด้านการป้องกันอัคคีภัยนี้ ไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ด้วย โดยการจัดฝึกอบรมการดับเพลิงอย่างถูกวิธีแก่ผู้แทนชุมชนและ มอบอุปกรณ์ในการป้องคันอัคคีภัยให้แก่ชุมชน

6. เชลล์รักษ์ชล ในการเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินอันเนื่องจากน้ำมันรั่วไหล เชลล์ได้สั่งต่อเรือ “เชลล์รักษ์ชล,, ขึ้นด้วยเจตนารมณ์อันแน่วแน่ใน การรักษาสภาพแวดล้อมบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา หากมีน้ำมันรั่วไหลลงในแม่น้ำแล้ว ไม่มีเรือหรืออุปกรณ์ที่มีความพร้อมก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในแม่น้ำ เป็นอย่างมาก “เชลล์รักษ์ชล” เป็นเรือที่มีความเร็วสูงแล่นด้วยความเร็วที่ 12 น็อต มีถัง บรรจุน้ำมันเชื้อเพลิง 24 ตัน หรือ 30,000 ลิตร

สำหรับเดินทางได้ไกลถึง 100 กิโลเมตร ติดตั้งอุปกรณ์เก็บคราบน้ำมันที่ทำจากวัสดุที่มีประสิทธิภาพสูงในการดูดจับคราบน้ำมัน สามารถดูดซับน้ำมันได้ประมาณ 50 ตันต่อชั่วโมง

บริษัทในเครือและการร่วมลงทุนของเชลล์

บริษัท เชลล์นอกจากดำเนินธุรกิจทางด้านปิโตรเลียมและปิโตรเคมีแล้วยังมี บริษัทในเครือและการร่วมลงทุนกับบริษัทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.บริษัท เชื้อเพลิงการบินกรุงเทพฯ จำกัด (มหาชน) ดำเนินธุรกิจการบริการเติม นำมันสำหรับเครื่องบิน จัดตั้งในประเทศไทย โดยเชลล์มีหุ้นส่วนอัตราร้อยละ 9.6

2. บริษัท ท่อส่งปิโตรเลียม จำกัด ดำเนินธุรกิจขนส่งน้ำมัน จัดตั้งในประเทศ ไทย โดยเชลล์มีหุ้นส่วนอัตราร้อยละ 15

3. บริษัท ขนส่งน้ำมันทางท่อ จำกัด ดำเนินธุรกิจขนส่งน้ำมันทางท่อ จัดตั้งในประเทศไทย เชลล์มีหุ้นส่วนอัตราร้อยละ 2.8

4. บริษัท อาร์ บี เซอร์วิส จำกัด ดำเนินงานบริหารสถานีบริการและร้านสะดวกซื้อซีเล็ค จัดตั้งในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 3,050,000 บาท

5. บริษัท เชลล์ ดิสทริบิวเทอ จำกัด ดำเนินงานบริหารการขายส่งและขายปลีกน้ำมันเครื่องของเชลล์จัดตั้งในประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 10,000,000 บาท เชลล์ มีหุ้นส่วนอัตราร้อยละ 33.30

6. บริษัท เชลล์ ออโต้เซิร์ฟ (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินงานบริการรถยนต์แบบเร่งด่วน เช่น การเปลี่ยนยาง การเปลี่ยนแบตเตอรี่ การเปลี่ยนผ้าเบรคและอื่น ๆ จัดตั้งใน ประเทศไทย โดยมีทุนจดทะเบียน 500,000,000 บาท

โครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

การค้าน้ำมันเชื้อเพลิงของไทยในปัจจุบันเป็นไปตามระบบการค้าเสรี โดยราคา น้ำมันเคลื่อนไหวขึ้นลงไปตามกลไกการตลาด และขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ อย่างเช่น ภาวการณ์ผลิต การบริโภคและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับน้ำมันปิโตรเลียม โดยได้ สังเกตเห็นว่าราคาน้ำมันสำเร็จรูป ณ สถานีบริการน้ำมันยี่ห้อต่าง ๆ มักเคลื่อนไหว ขึ้นลงไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องตามราคาน้ำมันในตลาดโลก

ราคาขายน้ำมันในประเทศแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น ประกอบด้วย ราคา ณ โรงกลั่น บวกด้วยภาษี สรรพสามิต กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิง กองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์,พลังงานและภาษี มูลค่าเพิ่ม

2. ราคาขายปลีก ณ สถานีบริการ ประกอบด้วย ราคาขายส่งหน้าโรงกลั่น บวก ค่าการตลาดและภาษีมูลค่าเพิ่ม ราคาขายปลีกจากสถานีบริการประกอบด้วยส่วนสำคัญ 3 ส่วน คือ

2.1 ค่าต้นทุนในการซื้อน้ำมันจากโรงกลั่น หรือนำเข้าจากต่างประเทศ โดย ทั่วไปมีสัดส่วนประมาณ 50-60 % ของราคาขายปลีกน้ำมัน ณ สถานีบริการ

2.2 เงินภาษีและกองทุนที่รัฐเรียกเก็บจากผู้ค้าน้ำมัน ได้แก่ ภาษีสรรพสามิต ภาษีเทศบาล ภาษีมลค่าเพิ่ม กองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงและกองทุนเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ พลังงาน คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 30-35 %

2.3 ค่าการตลาด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบ การ เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าขนส่งจากโรงกลั่นน้ำมันผ่านคลังน้ำมันไปยังสถานีบริการ น้ำมัน ค่าสารปรับปรุงคุณภาพ ค่าส่งเสริมการดลอดและค่าผลตอบแทนในการดำเนิน ธุรกิจ ค่าการตลาดนี้คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 10%

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

ปตท. เป็นบริษัทพลังงานแห่งชาติที่ประกอบธุรกิจปิโตรเลียมและปิโตรเคมีครบวงจร โดยมีพันธกิจในการสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้กับประเทศไทยและคนไทยการประกอบธุรกิจของ ปตท. เป็นการลงทุนตลอดห่วงโซ่ธุรกิจตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มต่อยอดธุรกิจควบคู่ไปกับการสร้างนวัตกรรมด้านพลังงาน ซึ่งการประกอบธุรกิจของ ปตท. ประกอบด้วยธุรกิจที่ดำเนินงานเองและธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทในกลุ่ม ปตท.สามารถสรุปภาพรวมการประกอบธุรกิจได้ 2 กลุ่มใหญ่ คือ ธุรกิจที่ดำเนินการเองและธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทในกลุ่ม ดังนี้

ธุรกิจที่ดำเนินงานเอง

1. หน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติ

ดำเนินธุรกิจการจัดหา ขนส่ง จัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติและผลิตภัณฑ์จากโรงแยกก๊าซธรรมชาติ และการจำหน่ายก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ (NGV) ในสถานีบริการ NGV รวมทั้งการลงทุนในธุรกิจที่ใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับก๊าซธรรมชาติผ่านบริษัทในกลุ่ม ปตท. โดยการจัดหาก๊าซธรรมชาติครอบคลุมการจัดหาจากแหล่งในประเทศ นำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านและในรูปของก๊าซธรรมชาติเหลว (Liquefied Natural Gas: LNG) เพื่อให้การจัดหาก๊าซธรรมชาติเพียงพอกับความต้องการที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สำหรับการจัดจำหน่ายครอบคลุมการจัดจำหน่ายให้กับผู้ผลิตไฟฟ้ารายใหญ่ผ่านการลงทุนระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ การจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมผ่านการลงทุนระบบท่อจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ และการจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์ เพื่อส่งเสริมการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นเชื้อเพลิงทางเลือกทดแทนน้ำมันเบนซินและดีเซลผ่านการลงทุนในสถานีบริการ NGV

ในส่วนธุรกิจโรงแยกก๊าซธรรมชาติ ปตท. ได้ลงทุนในโรงแยกก๊าซธรรมชาติเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทย โดยการแยกผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่มีมูลค่าออกจากก๊าซ

ธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในการพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไทยเพื่อสนับสนุนภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจของไทยให้เติบโต รวมทั้งการจำหน่ายเป็นก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquefied Petroleum Gas: LPG) เพื่อใช้เป็นเชื้อเพลิงในภาคครัวเรือน อุตสาหกรรม และขนส่งนอกจากนี้ หน่วยธุรกิจก๊าซธรรมชาติยังได้มีการลงทุนในคลังรับก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG Receiving Terminal) ผ่าน บริษัท พีทีที แอลเอ็นจี จำกัด ซึ่ง ปตท. ถือหุ้นร้อยละ 100 เพื่อให้บริการในการรับเรือขนส่ง จัดเก็บ LNG และแปลงสภาพ LNG เป็นก๊าซธรรมชาติแล้วส่งเข้าระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ เพื่อรองรับความต้องการใช้ก๊าซธรรมชาติของประเทศ

ธุรกิจการจัดหา ขนส่ง และจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติ อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 โดยมีคณะกรรมการกำกับกิจการพลังงานซึ่งพระมหากษัตริย์ทรงแต่งตั้งเป็นผู้กำกับดูแล โดยธุรกิจจัดหาและจำหน่ายให้กับลูกค้ากลุ่มผู้ผลิตไฟฟ้า รวมทั้งการบริหารการขนส่งก๊าซธรรมชาติทางท่อในอัตราผลตอบแทนคงที่ และธุรกิจจัดจำหน่ายก๊าซธรรมชาติให้กับลูกค้าอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาน้ำมันเตาในตลาดโลก เพื่อให้แข่งขันได้กับราคาขายปลีกน้ำมันเตาในประเทศ ในส่วนของโรงแยกก๊าซธรรมชาติจะขึ้นอยู่กับราคาผลิตภัณฑ์จากโรงแยกก๊าซธรรมชาติที่จำหน่ายเป็นวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ขึ้นอยู่กับราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีในตลาดโลก แต่ในส่วน LPG ที่จำหน่ายเป็นเชื้อเพลิงในประเทศ ในปี 2557 รัฐบาลมีนโยบายช่วยเหลือประชาชน โดยยังคงควบคุมราคา LPG ภาคครัวเรือนที่จำหน่ายจากโรงแยกก๊าซธรรมชาติไว้ที่ 333 เหรียญสหรัฐต่อเมตริกตันต่ำกว่าราคาตลาดโลก ขณะที่ NGV ได้ปรับราคาขายปลีกขึ้นมา 2 ครั้ง ครั้งละ 1 บาทต่อกิโลกรัม ในเดือนตุลาคมและธันวาคม 2557 โดยสิ้นเดือนธันวาคม 2557 ราคาขายปลีก NGV อยู่ที่ 12.50 บาทต่อกิโลกรัม ยกเว้นรถสาธารณะที่ใช้ NGV ได้แก่ รถแท็กซี่ รถสามล้อสาธารณะ รถตู้โดยสารสาธารณะ รวมถึงรถร่วม ขสมก. และ บขส. ที่กำหนดราคาขายปลีกอยู่ที่ 9.50 บาทต่อกิโลกรัม ทำให้ราคา LPG และNGV สะท้อนต้นทุนมากขึ้น ทั้งนี้ การจัดหาก๊าซธรรมชาติส่วนใหญ่ ร้อยละ 78 มาจากก๊าซธรรมชาติในประเทศ ส่วนที่เหลือมาจากการนำเข้าก๊าซธรรมชาติจากสหภาพพม่า และก๊าซธรรมชาติเหลว (LNG)

2. หน่วยธุรกิจน้ำมัน

ดำเนินธุรกิจจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่มีคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ชนิดผลิตภัณฑ์หลัก ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิง ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิง และก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) 2) ผลิตภัณฑ์หล่อลื่น ได้แก่น้ำมันหล่อลื่น และผลิตภัณฑ์หล่อลื่นอื่น ๆ 3) ผลิตภัณฑ์และบริการในธุรกิจค้าปลีกผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีการจำหน่ายผ่าน 3 ช่องทางหลักคือ 1) ตลาดค้าปลีก ผ่านสถานีบริการน้ำมัน ในปัจจุบันนอกจากมีการพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เป็นสถานีบริการที่ทันสมัย PTT Life Station สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างครบครัน (One Stop Service) ด้วยธุรกิจค้าปลีกที่หลากหลายในสถานีบริการแล้วในปี 2557 ยังได้เปิดตัวธุรกิจ PTT Fit Auto เป็น

ศูนย์บริการยานยนต์ครบวงจรรูปแบบใหม่ ที่ให้บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันหล่อลื่น เปลี่ยนแบตเตอรี่ ยางรถยนต์ อะไหล่ต่าง ๆ และบริการซ่อมบำรุงแบบ Light Maintenance อื่น ๆ รวมถึงบริการล้างอัดฉีด และ Car Detailing เช่น บริการเคลือบสีล้างแอร์แบบส่องกล้อง เคลือบแก้ว เป็นต้น และเพื่อเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการและสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง หลังจากการเปิดตัว PTT Blue Card อย่างเป็นทางการเมื่อปี 2556 ปัจจุบัน PTT Blue Card มีสมาชิกกว่า 800,000 ราย โดยมีเป้าหมายเพิ่มยอดสมาชิกอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ ยังได้เปิดตัว PTT Blue Card Mobile Application ทั้งในระบบ Android และ iOS สำหรับสมาชิกในการรับสิทธิประโยชน์จากร้านค้าชั้นนำต่าง ๆ ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ Smart Phone รวมถึงมีการจัดกิจกรรมพิเศษสำหรับสมาชิกอย่างต่อเนื่องอีกด้วยเพิ่มเติมจากการจำหน่ายผ่านสถานีบริการ นอกจากนี้ยังมีการจำหน่ายก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ผ่านโรงบรรจุร้านค้าก๊าซ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หล่อลื่นผ่านร้านค้าหล่อลื่น 2) ตลาดพาณิชย์ จัดจำหน่ายผ่านกลุ่มลูกค้าราชการ รัฐวิสาหกิจ อุตสาหกรรม อากาศยาน เรือขนส่ง เรือประมง และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดต่างประเทศ 3) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้ค้ามาตรา 7 และมาตรา 10 ตามพระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง นอกจากนี้ หน่วยธุรกิจน้ำมันยังมีการบริหารการลงทุนผ่านบริษัทในกลุ่ม ปตท. ซึ่งส่วนใหญ่ ปตท. ถือหุ้นร้อยละ 100 ในธุรกิจและบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินธุรกิจน้ำมันทั้งในและต่างประเทศ เช่น ธุรกิจค้าปลีกและสถานีบริการธุรกิจผสมและบรรจุน้ำมันหล่อลื่น และธุรกิจให้บริการรับ เก็บ จ่าย ผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและปิโตรเคมี เป็นต้น

ธุรกิจน้ำมันเป็นธุรกิจการค้าเสรีที่มีการแข่งขันสูงและอยู่ภายใต้กฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติการค้าน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2543 และพระราชบัญญัติควบคุมน้ำมันเชื้อเพลิง พ.ศ. 2542 เป็นต้น โดย ปตท. เป็นหนึ่งในผู้ค้าน้ำมันตามมาตรา 7 ที่จดทะเบียนกับกรมธุรกิจพลังงานรวมทั้งสิ้น 41 ราย (ณ เดือนธันวาคม 2557) นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจน้ำมันยังอยู่ภายใต้การติดตามดูแลอย่างใกล้ชิดจากหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน กรมธุรกิจพลังงาน กรมการค้าภายใน และสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น โดยผลประกอบการส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับค่าการตลาดในการจำหน่ายน้ำมันเชื้อเพลิงในสถานีบริการ และการขยายธุรกิจค้าปลีกในสถานีบริการน้ำมัน รวมทั้งขึ้นอยู่กับภาวะราคาพลังงานในตลาดโลกด้วย

3. หน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

ดำเนินธุรกิจการค้าระหว่างประเทศครบวงจร ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ในการสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานให้กับประเทศไทย ควบคู่ไปกับการขยายฐานการค้าไปทั่วทุกภูมิภาคทั่วโลก ครอบคลุมการจัดหา การนำเข้า การส่งออกและการค้าระหว่างประเทศของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่น้ำมันดิบ คอนเดนเสท ผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูป ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG) ผลิตภัณฑ์ ปิโตรเคมี

ตัวทำละลายเคมีภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อาทิ น้ำมันปาล์มดิบ และกะลาปาล์ม เป็นต้น รวมทั้งให้บริการบริหารความเสี่ยงด้านราคา และการจัดหาการขนส่งต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจที่มีเป้าหมายหลักในการเป็นการค้าสากลข้ามชาติชั้นนำที่สร้างความมั่นคงทางพลังงาน และสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศด้วยธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศเป็นธุรกรรมที่มีมูลค่าสูง ต้องการการกำกับดูแลที่ครอบคลุมทั่วถึงในทุกรายละเอียด หน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศจึงวางระบบควบคุมความเสี่ยงในลักษณะ 3 มิติ เป็นระบบที่ Trading House ชั้นนำในระดับสากลใช้ (Best Practice) ประกอบด้วย (1) การควบคุมและกำกับโดยนโยบาย กล่าวคือ มีคณะกรรมการกำกับดูแลกำหนดกรอบการค้า นโยบายการบริหารความเสี่ยงและการให้สินเชื่อทางการค้า ควบคุมและติดตามความเสี่ยงเป็นประจำ (2) การควบคุมโดยโครงสร้างและหน้าที่ กล่าวคือแบ่งโครงสร้างการทำงานและบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนเป็นแบบ Front-Mid-Back และใช้การตรวจสอบแบบถ่วงดุล (Check & Balance) และ (3) การควบคุมโดยเทคโนโลยีกล่าวคือ การใช้ระบบ Trading Control System ที่เป็นแบบอิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถควบคุมและตรวจสอบได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส และมีประสิทธิภาพหน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศได้จัดตั้งบริษัทและสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดการค้าและมุ่งสู่การเป็นผู้นำธุรกิจการค้าปิโตรเลียมและปิโตรเคมีในภูมิภาค ได้แก่ บริษัท ปตท. ค้าสากล จำกัด (PTT International Trading Pte. Ltd.: PTTT) ณ ประเทศสิงคโปร์ บริษัท PTT International Trading DMCC ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สำนักงานตัวแทนในเมืองกวางเจา สาธารณรัฐประชาชนจีน (PTT International Trading Guangzhou Representative Office) และสำนักงานตัวแทนในกรุงจาการ์ตาประเทศอินโดนีเซีย (PTT International Trading Jakarta Representative Office) ส่งผลให้ในปัจจุบัน หน่วยธุรกิจการค้าระหว่างประเทศมีธุรกรรมการค้ากับคู่ค้าต่าง ๆ มากกว่า 50 ประเทศ ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลก

4. หน่วยธุรกิจโครงสร้างพื้นฐานและบริหารความยั่งยืน

หน่วยธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2556 โดยมีลักษณะการดำเนินธุรกิจประกอบด้วยระบบจัดส่งก๊าซธรรมชาติ (ระบบท่อส่งก๊าซธรรมชาติ และระบบการจัดส่งก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์) ธุรกิจไฟฟ้าและพลังงานร่วม ธุรกิจการพัฒนาที่ดิน ธุรกิจการให้บริการด้านมาตรฐานและระบบการปฏิบัติการเพื่อความยั่งยืนธุรกิจการให้บริการด้านวิศวกรรมและบริหารโครงการก่อสร้างธุรกิจการให้บริการด้านวิศวกรรมและซ่อมบำรุง และธุรกิจการให้บริการด้านอาคารสำนักงาน

โดยในปี 2557 เป็นระยะแรกของหน่วยธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วยธุรกิจและบริษัทภายใต้หน่วยธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน ดังนี้ธุรกิจบริหารความยั่งยืน ประกอบด้วยงานคุณภาพ ความมั่นคง ความปลอดภัย อาชีวอนามัย และสิ่งแวดล้อม (QSSHE) งานบริหารจัดการสู่ความยั่งยืน

กลุ่ม ปตท. (PTT Group Sustainability Management) และงานพัฒนาระบบปฏิบัติการสู่ความเป็นเลิศ กลุ่ม ปตท. (PTT Group Excellence Transformation)

ธุรกิจวิศวกรรมและบริการโครงการ ประกอบด้วยงานบริหารโครงการด้านวิศวกรรมและการก่อสร้าง รวมทั้งการจัดการที่ดิน และการประเมินโครงการที่เกี่ยวกับความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน การจัดทำข้อกำหนดเพื่อสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ของ ปตท. ให้ดำเนินการได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดในปี 2557 บริษัทในกลุ่ม ปตท. สังกัดกลุ่มธุรกิจโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย 2 บริษัท คือ บริษัท พีทีทีเมนเทนแนนซ์ แอนด์ เอนจิเนียริง จำกัด (PTTME) มีวัตถุประสงค์เพื่อประกอบธุรกิจด้านวิศวกรรม การออกแบบก่อสร้าง และงานก่อสร้างโครงการต่าง ๆ รวมทั้งให้บริการงานซ่อมบำรุงต่าง ๆ ในโรงงานอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและโรงงานอุตสาหกรรมทุกประเภท และ บริษัท พีทีที เอนเนอร์ยี่ โซลูชั่นส์ จำกัด (PTTES) ให้บริการทางเทคนิควิศวกรรมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ให้แก่บริษัทในกลุ่ม ปตท. นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2558 เป็นต้นมา มีบริษัทในกลุ่ม ปตท. ที่ได้รับการโอนย้ายการกำกับดูแลมาสังกัดกลุ่มธุรกิจโครงสร้างพื้นฐานอีกจำนวน 2 บริษัท คือ บริษัทโกลบอลเพาเวอร์ ซินเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) (GPSC) และบริษัท เอนเนอร์ยี่ คอมเพล็กซ์ จำกัด (EnCo)

ธุรกิจที่ลงทุนผ่านบริษัทในกลุ่ม

1. ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม

ปตท. ดำเนินธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมผ่าน บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หรือ ปตท.สผ. โดย ปตท.สผ. ดำเนินธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งลงทุนในธุรกิจที่ต่อเนื่อง เพื่อแสวงหาแหล่งปิโตรเลียมทั้งน้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ เพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานให้กับประเทศ โดย ปตท.สผ. จำหน่ายปิโตรเลียมที่ผลิตได้จากโครงการในประเทศและภูมิภาคใกล้เคียง ส่วนใหญ่เป็นก๊าซธรรมชาติให้กับตลาดในประเทศเป็นหลัก

นอกจากนี้ ในปี 2557 ปตท.สผ. ได้มีการขยายการลงทุนในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียมทั้งในประเทศและในภูมิภาคอื่น เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการถือสัดส่วนในโครงการมาเรียนา ออยล์ แซนด์ (ชื่อเดิม โครงการแคนาดาออยล์ แซนด์ เคเคดี) การเข้าซื้อบริษัทในเครือของบริษัท Hess Corporation การลงนามสัญญาแบ่งปันผลผลิตโครงการเมียนมาร์ เอ็มโอจีอี 3 การเข้าซื้อสัดส่วนในโครงการบาร์รินเนียส์ เอพี 1 และโครงการบราซิล บีเอ็ม อีเอส 23 โดยปิโตรเลียมที่ผลิตได้บางส่วนถูกนำกลับมาจำหน่ายในประเทศ และในส่วนที่จำหน่ายในต่างประเทศสามารถสร้างรายได้กลับคืนสู่ประเทศไทยอีกทางหนึ่งผลประกอบการของ ปตท.สผ. ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาน้ำมันในตลาดโลก ความสำเร็จในการสำรวจและการพัฒนาแหล่งปิโตรเลียม และการบริหารต้นทุนในการสำรวจและผลิตที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งโอกาสในการลงทุนและพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร

ทั้งนี้ ธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม รวมทั้งราคาจำหน่ายปิโตรเลียมอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติปิโตรเลียม พ.ศ. 2514 โดยมีคณะกรรมการปิโตรเลียมกำกับดูแล

2. ธุรกิจไฟฟ้า

ปตท. ดำเนินธุรกิจไฟฟ้าผ่าน บริษัท โกลบอล เพาเวอร์ ซินเนอร์ยี่ จำกัด (มหาชน) (GPSC) เป็นแกนนำในการดำเนินธุรกิจไฟฟ้าของ กลุ่ม ปตท. โดยมี 4 บริษัทร่วมถือหุ้นตามสัดส่วนดังนี้ ปตท. ร้อยละ 30.10 PTTGC ร้อยละ 30.31 TOP ร้อยละ 11.88 และ TP ร้อยละ 27.71 ปัจจุบัน GPSC ดำเนินธุรกิจผลิตสาธารณูปการ (ไฟฟ้า ไอน้ำ และน้ำปราศจากแร่ธาตุ) ทั้งในและต่างประเทศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ กลุ่ม ปตท. และสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานให้กับประเทศ โดย GPSC จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) ลูกค้าโรงงานปิโตรเคมีของ กลุ่ม ปตท. และลูกค้าอื่น ๆ นอกจากนี้ GPSC ได้มีการขยายการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน อาทิ โรงไฟฟ้าพลังน้ำในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเป็นการสร้างรายได้กลับคืนสู่ประเทศไทยอีกทางหนึ่ง รวมถึงมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนโรงไฟฟ้าประเภทต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ โรงไฟฟ้าในประเทศพม่า โรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน ได้แก่ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานจากเชื้อเพลิงขยะ และชีวมวล ในพื้นที่ที่มีความเหมาะสมของเชื้อเพลิงอีกด้วย

ทั้งนี้ GPSC ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน 2557 รวมทั้งดำเนินการยื่น Filing กับ ก.ล.ต. เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2557 เพื่อเตรียมการเสนอขายหลักทรัพย์ในตลาด เป็นการระดมเงินลงทุนสำหรับรองรับการเจริญเติบโตของบริษัทในอนาคตผลประกอบการของ GPSC ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับราคาก๊าซธรรมชาติ อุปสงค์และอุปทานของไฟฟ้าและไอน้ำค่าไฟฟ้าฐานและค่าไฟฟ้าผันแปรในแต่ละประเทศที่ดำเนินการความเสถียรในการผลิตไฟฟ้าความพร้อมจ่ายพลังไฟฟ้าและการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพรวมทั้งโอกาสในการลงทุนและพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร

3. ธุรกิจถ่านหิน

ปตท. ดำเนินธุรกิจพลังงานในต่างประเทศเพื่อแสวงหาแหล่งพลังงาน ใหม่ ๆ และแหล่งพลังงานทดแทน เพื่อสร้างความมั่นคงในการจัดหาพลังงานให้กับประเทศ และเป็นการต่อยอดธุรกิจที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญประสบการณ์ของบุคลากร และความร่วมมือระหว่างบริษัทในกลุ่ม ปตท. ในการขยายการลงทุนในต่างประเทศ ทั้งนี้ ปตท. ลงทุนผ่านบริษัทย่อย (ปตท. ถือหุ้นร้อยละ 100) คือ บริษัทพีทีที เอ็นเนอร์ยี่ รีซอร์สเซส จำกัด (PTTER) (เดิมชื่อ บริษัทพีทีทีอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (PTTI)) โดยในปัจจุบัน PTTER มีการลงทุนธุรกิจเหมืองถ่านหินในสาธารณรัฐอินโดนีเซีย และในสาธารณรัฐมาดากัสการ์ รวมถึงการร่วมทุนเพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งถ่านหินในสาธารณรัฐบรูไน

4. ธุรกิจปิโตรเคมี

ปตท. ลงทุนในธุรกิจปิโตรเคมีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับก๊าซธรรมชาติในประเทศและผลิตภัณฑ์จากโรงกลั่นของ กลุ่ม ปตท. สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไทยในการผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีเพื่อทดแทนการนำเข้ารวมถึงสนับสนุนการขยายตัวของภาคเศรษฐกิจที่สำคัญอื่น ๆ ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีเป็นวัตถุดิบ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นต้น โดย ปตท. ดำเนินธุรกิจปิโตรเคมีแบบครบวงจรผ่านการร่วมทุนบริษัทในกลุ่ม 7 บริษัท ได้แก่ บริษัท พีทีทีโกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) (PTTGC) บริษัท เอ็ช เอ็มซีโปลีเมอส์ จำกัด (HMC) บริษัท พีทีที อาซาฮี เคมิคอล จำกัด(PTTAC) บริษัท พีทีที เอ็มซีซี ไบโอเคม จำกัด (PTTMCC) บริษัท พีทีที พีเอ็มเอ็มเอ จำกัด (PTTPMMA) บริษัท พีทีทีโพลีเมอร์ มาร์เก็ตติ้ง จำกัด (PTTPM) และ บริษัท พีทีทีโพลีเมอร์ โลจิสติกส์ จำกัด (PTTPL) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ปิโตรเคมีขั้นต้น ขั้นกลาง และเม็ดพลาสติกประเภทต่าง ๆ การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดเพื่อจำหน่ายเม็ดพลาสติกทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงการให้บริการด้านโลจิสติกส์อย่างครบวงจรผลประกอบการของธุรกิจปิโตรเคมีส่วนใหญ่ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจ ราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีในตลาดโลกปรับขึ้นลงตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก รวมถึงมูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี ทั้งนี้ วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีมาจากผลิตภัณฑ์จากโรงแยกก๊าซธรรมชาติของ ปตท. ได้แก่ ก๊าซอีเทน ก๊าซโพรเพนก๊าซปิโตรเลียมเหลว และก๊าซโซลีนธรรมชาติ รวมทั้งผลิตภัณฑ์จากโรงกลั่นของ กลุ่ม ปตท. เช่น แนฟทา และรีฟอร์เมทธุรกิจการกลั่นปตท. ลงทุนในธุรกิจการกลั่นเพื่อสร้างความมั่นคงในการจัดหาผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงให้กับประเทศเพื่อทดแทนการนำเข้า โดยลงทุนในธุรกิจการกลั่นน้ำมันผ่านการร่วมทุนบริษัทในกลุ่ม 4 บริษัท ได้แก่ บริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) (TOP) บริษัท ไออาร์พีซี จำกัด (มหาชน) (IRPC) บริษัท สตาร์ ปิโตรเลียม รีไฟน์นิ่ง จำกัด (มหาชน) (SPRC) และบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (BCP) โดย ปตท.จัดหาน้ำมันดิบและรับซื้อน้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูปรวมถึงผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีจากกลุ่มบริษัทการกลั่นเพื่อจำหน่ายให้กับตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศผลประกอบการของธุรกิจการกลั่นส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับค่าการกลั่นซึ่งเป็นส่วนต่างของราคาเฉลี่ยของผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่กลั่นได้ หักด้วยต้นทุนน้ำมันดิบเฉลี่ยที่ใช้กลั่นตามราคาตลาดโลกที่มีความผันผวน รวมถึงราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมีที่มีการปรับขึ้นลงตามอุปสงค์และอุปทานของตลาดโลก และมูลค่าสินค้าคงเหลือ ณ สิ้นปี ในการวิจัยนี้มีการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องเฉพาะธุรกิจที่ ปตท. ดำเนินการเอง ใน 2 กลุ่มธุรกิจ คือ ธุรกิจก๊าซธรรมชาติ และธุรกิจน้ำมัน เพื่อให้ขอบข่ายงานมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์

องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทบางจาก จำกัด (มหาชน)

ก่อนมาเป็นบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยกระทรงกลาโหมเล็งเห็นความจำเป็นที่ประเทศไทยจำต้องดำเนินกิจการในเรื่อง “น้ำมัน” เองทั้งหมด เพื่อช่วยตรึงราคาน้ำมันในตลาด มิให้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบริษัทค้าน้ำมันต่างชาติแต่เพียงฝ่ายเดียว และ สำรองน้ำมันไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน หลังจากโรงกลั่นน้ำมันของราชการถูกบังคับขายให้บริษัทต่างชาติ ที่เป็นฝ่ายชนะสงครามโลก

ต่อมาการพัฒนาและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไปอย่างต่อเนื่องรวดเร็วและมั่นคง อันเป็นผลมาจากการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมของประเทศ ส่งผลให้อัตราเติบโตของการใช้พลังงานในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย และได้ส่งผลให้ความต้องการใช้น้ำมันเชื้อเพลงภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องควบคู่กันไป ด้วยโอกาสทางธุรกิจค้าน้ำมันในประเทศไทยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็วนี้ทำให้มีบริษัท น้ำมันรายใหม่ๆ เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งได้สร้างสภาพการแข่งขันในการค้าน้ำมัน โดยเฉพาะการค้าปลีกให้สูงขึ้น อย่างไรก็ตามแม้ว่าสภาพการแข่งขันธุรกิจน้ำมันจะมีมากขึ้น บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ก็ยังสามารถขยายตัวทางด้านตลาดค้าปลีกน้ำมันได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพการเติบโตอย่างมั่นคงในการแข่งขันทางธุรกิจน้ำมันของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ดังนั้นจะเห็นได้จากการขยายตัวของสถานีบริการบางจากที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ในส่วนของธุรกิจการกลั่นน้ำมัน โรงกลั่นที่ทันสมัยของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ มีสิ่งแวดล้อมที่ดี ดังนั้นจึงได้มีการจัดตั้งบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้จดทะเบียนก่อตั้งเริ่มแรกตามมติของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2527 โดยมีมติส่วนหนึ่งกล่าวถึงรูปแบบบริษัท ดังนี้ มีโครงสร้างการบริหารที่มีเอกภาพ และมีอำนาจการบริหารอย่างอิสระมีความคล่องตัวในด้านปฏิบัติการและด้านการเงิน พร้อมอยู่ในองค์กรเดียวกัน และสามารถดำเนินการไปด้วยความมั่นคง มีประสิทธิภาพและมีความคล่องตัวสูงในการดำเนินธุรกิจ ปิโตรเลียม และจัดตั้งบริษัทภายใต้ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์และดำเนินการในลักษณะดำเนินบริษัทจำกัด ให้รัฐถือ หุ้นมากกว่าร้อยละ 50 หรือ ทั้งหมด และให้บริษัทบริหารงานในรูปแบบบริษัทเอกชนทั่วไป และไม่นำคำสั่ง กฎระเบียบ ข้อบังคับ มติครม. ที่ใช้บังคับกับรัฐวิสาหกิจทั่วไปมาบังคับ แนวนโยบายของรัฐต่ออุสาหกรรมน้ำมันและพลังงาน สรุปได้ดังนี้

จัดหาพลังงานให้มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ และให้มีความมั่นคงในราคาที่เหมาะสม โดยดำเนินการเพื่อให้ระบบการค้า การกลั่น และการขนส่งน้ำมันในประเทศมีประสิทธิภาพและ มีการแข่งขันสูง

1. ส่งเสริมตลาดการค้าน้ำมันสำเร็จรูปให้มีการแข่งขันอย่างเสรีและเป็นธรรม เช่น ส่งเสริมให้มีสถานีบริการน้ำมันภายใต้เครื่องหมายการค้าหลายชนิดมากขึ้น โดยขจัดนโยบาย และ

กฎเกณฑ์ของรัฐที่เป็นอุปสรรค รวมทั้งปรับปรุงกฎเกณฑ์ในการจัดซื้อน้ำมันของหน่วยงานราชการโดยลดการผูกขาดจากการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยโดยเฉพาะการจัดจำหน่ายน้ำมันให้แก่รัฐวิสาหกิจที่ใช้น้ำมันเชื่อเพลิงในปริมาณสูง นอกจากนั้นต้องปรับปรุงขั้นตอนการขออนุญาต ตั้งสถานีบริการน้ำมันให้มีความรวดเร็ว และแก้ไขกฎเกณฑ์การตั้งสถานีบริการให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาวะของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในปัจจุบัน เพื่อการกระจายสถานีบริการสู่ภูมิภาคและลดต้นทุนในการประกอบกิจการในเขตเมืองซึ่งที่ดินมีราคาแพง

2. ส่งเสริมตลาดก๊าซปิโตรเลียมเหลวให้มีการแข่งขันกันมากยิ่งขึ้นอย่างเป็นธรรมในทุกขั้นตอนโดยเฉพาะการยกเลิกการควบคุมการนำเข้าก๊าซปิโตรเลียมเหลว

3. ตรวจสอบ ควบคุมการดูแล ให้คุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิงตามสถานีบริการเป็นไปตามมาตรฐานที่ทางราชการกำหนดเพื่อคุ้มครองผู้บริโภค โดยให้หน่วยงานของรัฐมีอุปกรณ์กำลังคนในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอ

ส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด นอกจากช่วยลดการลงทุนในการจัดหาพลังงานแล้ว ยังช่วยลดผลกระทบขององค์การใช้พลังงานต่อสภาวะแวดล้อมอีกด้วย มาตรการหลัก ได้แก่ มาตรการทางด้านราคา เพื่อสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ดำเนินการควบคุมคู่ไปกับการกำหนดและปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ การปรับปรุงและส่งเสริมบทบาทขององค์กรที่เกี่ยวข้อง และการส่งเสริมจิตสำนึกของประชาชน

1. ปรับปรุงโครงสร้างและระดับราคาพลังงานรวมทั้งระบบการกำหนดราคาให้สะท้อนถึงต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ และเป็นกลไกตลาดมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องอาศัยการตัดสินใจระดับการเมือง เพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด ดำเนินการให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเข้าสู่ระบบลอยตัวเต็มที่ โดยการยกเลิกการควบคุมราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นและราคา ณ โรงกลั่นน้ำมันเชื้อเพลิงต่อเนื่องจากที่ได้ ยกเลิกการควบคุมราคาขายปลีกแล้ว

2. กำหนดและปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด

ส่งเสริมบทบาทเอกชนและการพัฒนาองค์กรของรัฐ

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน และลงทุนกับรัฐด้านพลังงานมากขึ้นเพื่อลดภาระการลงทุนของรัฐบาล เพิ่มการแข่งขันอันจะนำไปสู่การใช้การจัดหาและการจำหน่ายพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจน ส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุน และการระดมทุน เงินออมจากภาคเอกชน และให้ประชาชนมีส่วนร่วมพัฒนาพลังงานด้วย โดยในกิจการปิโตรเลียมให้เอกชนเข้าร่วมลงทุนในกิจการของรัฐด้านการกลั่นน้ำมัน (เช่น โรงกลั่นบางจาก) การจำหน่ายน้ำมัน การขนส่งก๊าซธรรมชาติ และการสำรวจเอกชนเข้าร่วมทุน และหรือนำหุ้นเข้าจำหน่ายในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. พัฒนาองค์กรของรัฐให้สามารถบริหารและดำเนินการด้านพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร และการบริหารงานของรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องด้านพลังงานให้เป็นเชิงพาณิชย์มากขึ้นหรือให้เป็นในรูปของบริษัทเอกชน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการลงทุนและการพัฒนาบุคลากรรวมทั้งเพิ่มการแข่งขัน

ปัจจุบันโรงกลั่นของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีกำลังการผลิต 120,000 บาร์เรลต่อวัน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีการบริหารงานเพื่อพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนไปกับสิ่งแวดล้อม และสังคม พร้อมกับสร้างสรรค์สิ่งที่ดีที่สุด และประโยชน์แก่ผู้บริโภคประสานสอดคล้องไปกับวิถีไทยที่กำลังพัฒนารุดหน้าไป

ในด้านการดูแลสิ่งแวดล้อมของ บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ถือว่าสิ่งแวดล้อมเป็นเรื่องความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกันของคน สัตว์ ต้นไม้ ชีวิตจิตใจสมดุลและอยู่ร่วมกัน ดังนั้นการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นความรับผิดชอบของบริษัทฯ ต่อสังคม และเป็นหน้าที่ของพนักงานทุกคน

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) สายการผลิต ส่วนการกลั่นน้ำมัน 24 ชั่วโมง อาศัยเทคโนโลยีชั้นสูงของการกลั่นน้ำมัน เพื่อให้การกลั่นน้ำมันได้ตามข้อกำหนดของกฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงด้านเศรษฐศาสตร์ รวมถึงผลกระทบของเสียที่ถูกปล่อยออกมา โดยจัดการอย่างมีระบบโดยไม่ให้กระทบต่อพนักงานและชุมชนรอบข้าง โดยอาศัย เทคนิคกิจกรรม 5 ส. มาใช้ในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานให้ดีขึ้น แต่ยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงาน และสังคมได้มากนักในเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อมในโรงกลั่นได้ ผู้บริหาร บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จึงสนใจศึกษาระบบทำงาน การจัดการสิ่งแวดล้อมตามมาตรฐาน ISO 14001 เพื่อนำมาใช้ปฏิบัติในโรงกลั่น เพราะระบบ ISO14001 เป็นระบบที่ได้รับการรับรองมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่ามีความเป็นสากล สามารถสร้างความมั่นใจกับพนักงานและชุมชนที่อาศัยอยู่รอบข้างได้อย่างดี ผลของการนำเอาระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ISO 14001 มาใช้ในองค์กร

การกลั่นน้ำมัน เป็นส่วนสำคัญของการดำเนินธุรกิจน้ำมัน และเป็นปัจจัยในการพัฒนาประเทศประชาชนทั่วไปต่างมุ่งหวังว่าเมื่อกลั่นน้ำมันได้ตามข้อกฎหมายและกากของเสียงก็คงเป็นไปตามกฎหมายเช่นกัน และมีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ แต่เนื่องจากคุณสมบัติของน้ำมันมีสารพิษจำนวนมากอาจหลุดออกมาและมีโอกาสเกิดขึ้นได้สูงอาจมีผลกระทบต่อสังคมทำให้สังคมเดือดร้อนและมีผลต่อ สุขภาพทำให้เกิดการร้องเรียนผ่านทางสื่อสาธารณะต่าง ๆ และการฟ้องร้องต่อองค์กร ส่งผลให้มีความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสังคมลดลงโดยเฉพาะโรงกลั่นที่เป็นของภาครัฐทำให้ภาพลักษณ์ของ องค์กรไม่เป็นที่น่าไว้วางใจ

จากการที่มีบริษัทนำเอาระบบมาตรฐานสากล ISO 14001 มาใช้ในสายการผลิตส่วนการกลั่นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการทำงานในทุกส่วนจากระบบเดิมทั้งรูปแบบมาจัดระบบการทำงานให้ชัดเจนขึ้น และยังคงต้องรักษาการทำงานให้ได้รับรองมาตรฐานต่ออีก 3 ปี เพราะการรับรองมาตรฐาน เป็นเพียงระยะหนึ่งเท่านั้นและต้องมีการประเมินใหม่เพื่อรับรองผลของการจัดระบบว่ายังดีเหมือนเดิมถ้ามีการจัดการที่ต่อเนื่องได้มาตรฐานนั้นยังเป็นที่น่าวางใจของผู้ประเมินต่อ

ภารกิจองค์กร (Mission)ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

พัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน ไปกับสิ่งแวดล้อม และสังคม

อุตสาหกรรมและสิ่งแวดล้อม หรือธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมต้องอยู่กันอย่างเกื้อกูลและสร้างประโยชน์ร่วมกันวัฒนธรรมของบุคลากรของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

เป็นคนดี มีความรู้ เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นวัฒนธรรมการดำเนินธุรกิจของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ต้องทำกำไรขณะเดียวกันยังมีความจำเป็นต้องคิดถึงสังคมและสิ่งแวดล้อมเมื่อทำธุรกิจแล้วต้องเชื่อมโยงไปกับชุมชน และต้องเชื่อมโยงไปกับสิ่งแวดล้อม

บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีการจัดโครงสร้างองค์กรแบ่งเป็นการทำงานออกเป็น 5 สายงานดังนี้ 1) สายตลาดค้าปลีก 2) สายการผลิต 3) สายตลาดอุตสาหกรรมและน้ำมันหล่อลื่น 4) สายวางแผนและจัดหา 5) สายบัญชีและการเงิน และ6) สำนักกรรมการผู้จัดการใหญ่

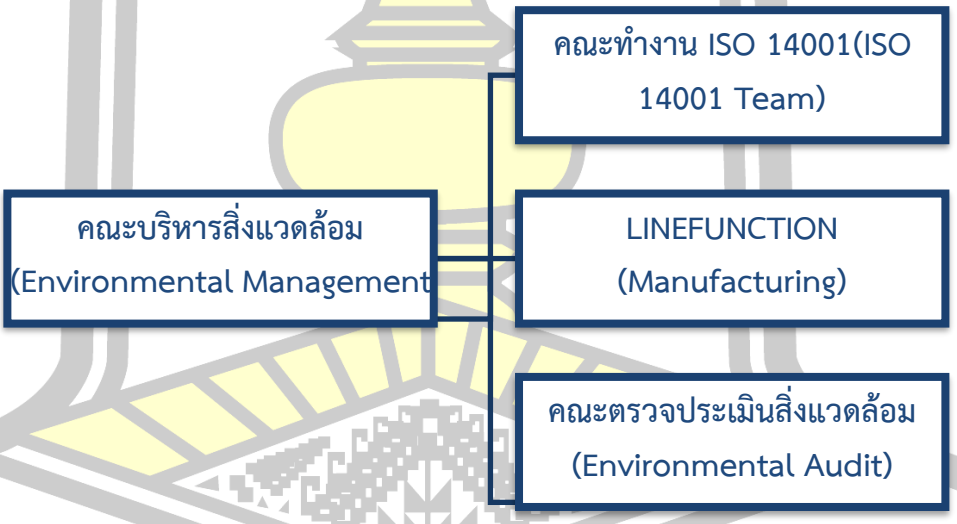
บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีการจัดโครงสร้างการบริหารและจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของสายการผลิต ครอบคลุมการปฏิบัติงานของส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ส่วนการกลั่น (Process Division)
2. ส่วนขนถ่ายน้ำมัน (Oil Movement Division)
3. ส่วนส่วนเทคนิคการกลั่น (Technic Service Division)
4. ส่วนสิ่งแวดล้อม (Environment Division)
5. ส่วนความปลอดภัย (Safety Division)
6. ส่วนบริการซ่อมบำรุง (Maintenance Service Division)
7. ส่วนวิศวกรรม (Engineering Service Division)
8. ส่วนวิเคราะห์คุณภาพ (Laboratory Division)
9. แผนกคลังพัสดุ (Warehouse Section)
10. แผนกตรวจสอบอุปกรณ์ (Inspection Section)

โครงสร้างและความรับผิดชอบในขั้นตอนการดำเนินการ เพื่อกำหนดโครงสร้างการบังคับบัญชาและหน้าที่ความรับผิดชอบบุคลากรและคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน อันมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในสายการผลิต ดังนี้ 1)โครงสร้างบริหารของสายการผลิต มีลำดับขั้นตอนดังนี้ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ (สายปฏิบัติการ) มีหน้าที่ความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Team) และกำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อให้การปฏิบัติงานตามนโยบายสำเร็จลุล่วงอย่างเหมาะสม ตลอดจนการให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงระบบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่มีหน้าที่ดูแลการพัฒนาระบบมาตรฐาน ISO 14001 ผู้อำนวยการอาวุโสสายการผลิต มีหน้าที่ดูแลจัดการรายการผลิต ให้ความเห็นชอบวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมตลอดจนแต่งตั้งและมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบแก่บุคคล หรือคณะทำงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม ผู้จัดการอาวุโส สายการผลิต ผู้จัดการส่วน มีหน้าที่ในการจัดทำแผนงานด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งดูแล ผลักดัน ติดตาม วัดผล และปรับปรุงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ตลอดจนมอบหมายให้มีผู้ดูแลระบบจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประจำส่วน เพื่อให้ระบบดังกล่าวดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง 2)ตัวแทนฝ่ายบริหารมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการดำเนินการให้ระบบจัดการด้าน สิ่งแวดล้อมสายการผลิต เป็นไปตามข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 14001 อย่างต่อเนื่องและรายงานผลปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประจำส่วน ต่อผู้บริหารระดับสูงเพื่อนำไปทบทวนระบบการจัดการ และเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงระบบดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมประจำส่วน ต่อไป

โครงสร้างและความรับผิดชอบในการนำไปใช้และการปฏิบัติ เพื่อกำหนดโครงสร้างอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร และคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการ ปฏิบัติงานอันมีผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมในสายกระผลิตดังนี้ 1)โครงสร้างการบริหารของสายการผลิต มีลำดับขั้นตอนดังนี้ รองกรรมการ ผู้จัดการใหญ่ (สายปฏิบัติการ) มีหน้าที่กำหนดนโยบายเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม โดยเป็นประธารคณะบริหารสิ่งแวดล้อม (Environmental Management Team) รวมทั้งการสนับสนุนทรัพยากรเพื่อให้การปฏิบัติงานตามนโยบายสำเร็จลุล่วงอย่างเหมาะสม ตลอดจนการให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงระบบ การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมประจำส่วน และให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้อำนวยการอาวุโสการผลิต ถือเป็นผู้บริหารสูงสุดในพื้นที่ มีหน้าที่ดูและจัดการสายการผลิตและมีหน้าที่อนุมัติวัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ตลอดจนแต่งตั้ง และมอบหมายหน้าที่ ความรับผิดชอบแก่บุคคล หรือคณะทำงานต่าง ๆ ตามความเหมาะสม ผู้จัดการอาวุโสสายการผลิต ผู้จัดการส่วน รับผิดชอบในการจัดทำแผนงานด้านสิ่งแวดล้อมรวมทั้งดูแล

ผลักดัน ติดตาม วัดผล และปรับปรุงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนมอบหมายให้มีผู้ดูแลระบบจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประจำส่วนเพื่อให้ระบบดังกล่าวดำเนินอยู่อย่างต่อเนื่อง พนักงานทุกคนมีหน้าที่และคุณสมบัติตามที่กำหนดในพรรณนา (File Job Description) ได้รับแจ้งจากผู้บังคับบัญชาตลอดจนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในสิ่งที่ร่วมกันทำทั้งต่อตนเอง และผู้ร่วมงาน และตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมในสิ่งที่ร่วมกันทำทั้งต่อตนเองและผู้ร่วมงาน และตระหนักถึงความรับผิดชอบของตนเองที่มีต่อสิ่งแวดล้อมของคนอื่น ตลอดจนตระหนักถึงผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติ และไม่ปฏิบัติ ที่มีผลต่อประสิทธิผลของระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม 2) ตัวแทนฝ่ายบริหารมีหน้าที่และความรับผิดชอบในระบบจัดการด้านสิ่งแวดล้อมสายการผลิต เป็นไปตามข้อกำหนดในมาตรฐาน ISO 14001 อย่างต่อเนื่องและรายงานผลการปฏิบัติตามระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประจำส่วน ต่อผู้บริหารระดับสูงเพื่อนำไปทบทวนระบบการจัดการ และเป็นแนวทางสำหรับการปรับปรุงระบบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมประจำส่วน ต่อไป 3) ระบบบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย คณะกรรมการ คณะทำงานต่าง ๆ มีหน้าที่ตามคำสั่ง และสรุป ดังภาพประกอบดังต่อไปนี้



ภาพประกอบ 3 ภาพองค์กรบริหารสิ่งแวดล้อม

ที่มา : คู่มือระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ของบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) (2543 : 36)

4. ส่วนงานในสายที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมประจำส่วนได้แก่ ส่วนจัดหาพัสดุ (Purchase Division) มีหน้าที่จัดหาพัสดุ หมายความถึง การซื้อหรือการจำหน่ายวัสดุ ครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง รวมถึงการจ้าง การรับจ้าง การสร้างขึ้นใหม่ ส่วนพนักงาน (Personnel Division) มีหน้าที่ในการจัดสวัสดิการต่าง ๆ ให้แก่พนักงานรวมถึงการตรวจ สุขภาพ ประจำปี การป้องกันโรคระบาด ห้องแพทย์บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และการรักษาในระดับคลินิก/โรงพยาบาล, ส่วนการศึกษาและพัฒนา (Education and Development Division) มีหน้าที่ประสานงานและให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนจัดการฝึกอบรม ตามใบกำหนด หน้าที่หน่วยงาน

กระบวนการผลิต

เมื่อพูดถึงโรงกลั่นน้ำมันคนส่วนมากนึกถึงโรงงานขนาดใหญ่ และใช้พลังงานทั้งในรูปของไฟฟ้าและความร้อนสูงหากแตกต่างจากโรงงานผลิตผลไม้กระป๋อง หรือโรงงานผลิตสิ่งทอ ซึ่งทำหน้าที่เปลี่ยนสภาพของวัตถุดิบให้เป็นสินค้ามีคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์สูงกว่าวัตถุดิบที่นำมาใช้ กล่าวคือ นำน้ำมันดับจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลกมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูปสำหรับใช้ในวัตถุประสงค์ต่าง ๆ แต่สิ่งที่ทำให้โรงกลั่น น้ำมันมีความโดดเด่นจากโรงงานประเภท อื่นคือ เทคโนโลยีที่ใช้เงินและทุนที่สูง การก่อสร้างโรงกลั่นน้ำมันต้องอาศัยการคิดละการวางแผนที่ละเอียด รอบคอบ

โรงกลั่นน้ำมันบางจาก เป็นโรงกลั่นแบบ Hydroskimming เป็นประเภทที่มีขั้นตอนการผลิตซับซ้อนน้อยที่สุด สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนใหญ่ ๆ 4 ขั้นตอน คือ

1. การกลั่นลำดับส่วน (Fractionation/Distillation) การแยกน้ำมันดิบออกเป็นผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยคุณสมบัติของจุดเดือดที่ต่างกันของส่วนผสมต่าง ๆ ในน้ำมันดิบ

2. การปรับปรุงคุณภาพ (Treating) เป็นการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยการกำจัดสิ่งเจือปนต่าง ๆ ที่มากับน้ำมันดิบ และติดมาในผลิตภัณฑ์ เช่น กำมะถัน เป็นต้น

3. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของน้ำมัน (Conversion) เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และมูลค่าสูงขึ้น

4. การผสมผลิตภัณฑ์ (Bilending) เป็นการผสมผลิตภัณฑ์ตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป หรือมีการเติมสารปรุงแต่งคุณภาพ (Adding) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่กำหนด ทั้งของกระทรวงพาณิชย์และลูกค้า

หน่วยกลั่นต่าง ๆ ของโรงกลั่นน้ำมันบางจาก

Topping Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนน้ำมันดิบให้เป็นน้ำมันกึ่งสำเร็จรูปโดยอาศัยคุณสมบัติของจุดเดือดของน้ำมันแต่ละชนิด ทั้งนี้น้ำมันดิบจากถังเก็บถูกส่งผ่านอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อน (Heat Exhanger) และเตาตั้งน้ำมัน (Furnace) เพื่อเพิ่มอุณหภูมิให้เหมาะสมก่อนส่งเข้าสู่หอกลั่นแยก (Fractionator) หอกลั่นดังกล่าวที่แยกน้ำมันดิบตามคุณสมบัติของจุดเดือด โดย

มีน้ำมันที่มีจุดเดือดต่ำสุดจะออกจากหน่วยกลั่นทางด้านบนสุดส่วน น้ำมันที่มีจุดเดือดสูงกว่าจะไหลออกจากหอกลั่นในระดับที่ต่ำลงมา จนกระทั่งน้ำมันที่มีจุดเดือดสูงสุดออกมาทางด้านล่าง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จาก Topping Unit ได้แก่ น้ำแนปธาหนัก (Heavy Naphtha) น้ำมันก๊าด (Kerosene) น้ำมันดีเซล(Diesel) น้ำมันก๊าดออยส์ (Gas Oil) และน้ำมันเตา (Fuel Oil) น้ำมันเหล่านี้ถูกส่งไปยังกระบวนการกลั่นลำดับต่อไปเพื่อปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น

Naphtha Pretreating Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่กำจัดมะถันในน้ำมันแนปธา โดยใช้ความร้อนและตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) เป็นตัวช่วย น้ำมัน Naphtha จาก Topping Unit ถูกส่งผ่านอุปกรณ์และเปลี่ยนความร้อนและเตาต้มน้ำมันเพื่อเพิ่มอุณหภูมิให้เหมาะสม ก่อนส่งเข้าสู่เครื่องปฏิกรณ์ (Reactor) ที่เกิดปฏิกิริยาการเปลี่ยนสากำมะถันเป็นก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ ก๊าซนี้จะถูกแยกออกจากน้ำมัน และส่งไปรวมกับก๊าซเพลิงที่มีกำมะถัน เจือปน (Sour Fuel Gas) ส่วนน้ำมันถูกแยกเป็น น้ำมันแนปธาเบา และน้ำมันแนปธาหนักน้ำมันเหล่านี้จะถูกส่งไปยังกระบวนการกลั่นลำดับต่อไปเพื่อปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น

Catalytic Reforrning Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนโครงสร้างโมเลกุลของน้ำมันแนปธาหนักให้เป็นโครงสร้างที่มีค่าออกเทน (Octne Number) สูงขึ้นโดยใช้ความร้อนและตัวเร่งปฏิกิริยาเป็นตัวช่วย น้ำมันแนปธาหนักจาก Naphtha Pretreating Unit ถูกส่งผ่านอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อน และเตาต้มน้ำมันเพื่อเพิ่มอุณหภูมิให้เหมาะสมก่อนส่งเข้าสู่เครื่องปฏิกรณ์เกิดปฏิกิริยาการเปลี่ยนโครงสร้างโมเลกุลของน้ำมัน (Reforming Reaction) ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าออกเทนสูงขึ้นเรียกมันว่าเรฟอร์เมท (Reformate) น้ำมันนี้นับเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่ใช้ในการผลิตน้ำมันเบนซินต่าง ๆ น้ำมันเรฟอร์เมท Catalytic Reforming Unit ถูกส่งเข้าสู่ถังเก็บเพื่อรอการผสมต่อไป

Light Naphtha Isomerization Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยน โครงสร้างโมเลกุลของน้ำมันแนปธาเบาให้เป็นโครงสร้างที่มีค่าออกเทนสูงขึ้น โดยใช้ความร้อนและตัวเร่งปฏิกิริยาเป็นตัวช่วย น้ำมันแนปธาเบาจาก Naphtha Pretreating Unit ถูกส่งผ่านอุปกรณ์แลกเปลี่ยนความร้อนเพื่อเพิ่มอุณภูมิให้เหมาะสม ก่อนส่งเข้าสู่เครื่องปฏิกรณ์ เกิดปฏิกิริยาการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างโมเลกุลของน้ำมัน (Isomerization Reaction) ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าออกเทนสูงขึ้น เรียกว่าน้ำมันไอโซเมอร์เรท (Isomerate) น้ำมันนี้นับเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่ใช้ในการผลิตน้ำมันเบนซินชนิดต่าง ๆ น้ำมันไอโซเมอร์เรทจาก Light Naphtha Isomenzation Unit ถูกส่งเข้าสู่ถังเก็บเพื่อรอการผสมต่อไป

Gas Recovery Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่รวบรวมก๊าซที่เกิดจากกระบวนการ กลั่นต่าง ๆ รวมทั้งน้ำมันแนปธาเบาจาก Topping Unit และแยกออกเป็นก๊าซเชื่อเพลิงที่ใช้ใน

กระบวนการกลั่น (Fuel Gas) ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (Liquified,LPG) และน้ำมันแนปธาเบาถูกส่งไปยังกระบวนการ กลั่นลำดับต่อไปเพื่อไปเพื่อปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น

LPG Merox Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนกำมะถันพวกเมอร์แคปแทน (Mercaptan) ในก๊าซปิโตรเลียมเหลวให้กลายเป็นไดซัลไฟด์ (Disulide) พร้อมทั้งแยกสารกำมะถันเหล่านี้ออกโดยใช้ตัวเร่งปฏิกิริยา สภาพความเป็นด่างและอากาศ ก๊าซปิโตรเลียมเหลวจาก Gas Recovery Unit ถูกส่งเข้าสู่อุปกรณ์ใช้กำจัดก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ ก่อนผ่านไปยังอุปกรณ์ ที่ใช้เปลี่ยนเมอร์แคปแทนเป็นไดซัลไฟด์ น้ำมันที่ได้จากกระบวนการนี้ถูกส่งถังเก็บเพื่อรอการจำหน่ายต่อ

Light Naohtha Merox Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนกำมะถันพวกเมอร์แคปแทนน้ำมันแนปธาเบาให้กลายเป็นไดซัลไฟด์ พร้อมทั้งแยกบางส่วนของสารกำมะถันพวกนี้ออกโดยเร่งปฏิกิริยา สภาพความเป็นด่างและอากาศ น้ำมันแนปธาเบาจาก Gas Recovery Unit ถูกส่งเข้าสู่อุปกรณ์ ใช้กำจัดก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ก่อนผ่านไปยังอุปกรณ์ที่ใช้เปลี่ยนเมอร์แคปแทนเป็นไดซัลไฟด์ น้ำมันที่ได้จากกระบวนการนี้นับเป็นผลิตภัณฑ์กึ่งสำเร็จรูปประเภทหนึ่งที่ใช้ในการ ผลิตน้ำมันเบนซินชนิดต่าง ๆ น้ำมันแนปธาเบาจาก Light Naphtha Merox Unit ถูกส่งกลับเข้าสู่ถังเก็บเพื่อรอการผสมต่อไป

Kerosene Treating Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนกำมะถันพวกเมอร์แคปแทนในน้ำมันก๊าดให้กลายเป็นไดซัลไฟด์ โดยใช้ตัวเร่งปฏิกิริยาสภาพความเป็นด่างและอากาศรวมทั้งปรับสภาพของน้ำมันดังกล่าวให้เหมาะสมเป็นน้ำมันเครื่องบิน น้ำมันก๊าดจาก Topping Unit จะถูกส่งผ่านอุปกรณ์ เพื่อปรับสภาพน้ำมันให้เหมาะสมก่อนเข้าสู่เครื่องปฏิกรณ์เกิดกิริยาการเปลี่ยนเมอร์แคปแทนเป็นไดซัลไฟด์ หลังจากนั้นนำมันมันดังกล่าวถูกส่งไปยังอุปกรณ์จำกัดสิ่งเจือปนอื่น ๆ ก่อนจะส่งเข้าถังเพื่อเก็บเพื่อรอการจำหน่ายต่อไป

Gas Oil Hydrodeslfurization Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่กำจัดกำมะถันออกจากน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว (High Speed Diesel) โดยใช้ความร้อนและตัวเร่งปฏิกิริยา น้ำมันดีเซลและน้ำมันก๊าดออยล์จาก Topping Unit ถูกส่งผ่านอุปกรณ์และเปลี่ยนความร้อนและเตาต้มน้ำมัน เพื่อเพิ่มอุณหภูมิให้เหมาะสมก่อนเข้าสู่เครื่องปฏิกรณ์ เกิดปฏิกิริยาเปลี่ยนสารกำมะถันเจือปน ส่วนน้ำมันดีเซลหมุนเร็วถูกส่งเข้าสู่ถังเก็บเพื่อรอการจำหน่วยต่อไป

Fuel Gas Treating Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่กำจัดกำมะถันในก๊าซเชื้อเพลิงโดยใช้สารละลายอามีน (Aimne Solution) เป็นตัวช่วยก๊าซเชื้อเพลิงที่มีกำมะถันเจือปนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการ กลั่นทั้งหมดจะถูกส่งผ่านอุปกรณ์ซึ่งทำหน้าที่จับสารกำมะถันเจือปน ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการกลั่นทั้งหมดถูกส่งผ่านอุปกรณ์ทำหน้าที่จับสารกำมะถันออก ทำให้ก๊าซเชื้อเพลิงที่ใช้เผาให้ความร้อนในเตาต้มน้ำมันมีปริมาณกำมะถันน้อยมากหรือแถมไม่มีเลย ที่เรียกว่า Sweet Fuel Gas

ก๊าซเชื้อเพลิงเหล่านี้ใช้ในกระบวนการกลั่นทั้งหมด ส่วนกำมะถันที่แยกได้จะส่งไปยังหน่วยผลิตกำมะถัน (Sulfur Recover Unit)

Sulfur Recover Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่เปลี่ยนรูปกำมะถันที่แยกจากก๊าซเชื้อเพลิงที่มีกำมะถันเจือปนอยู่ให้เป็นกำมะถันเหลว โดยใช้ความร้อน อากาศ และตัวเร่ง ปฏิกิริยา กำมะถันที่ได้จากกระบวนการนี้ถูกส่งเข้าสู่ถังเก็บเพื่อรอการจำหน่ายต่อไป

Sour Water Stripper Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่ไล่ก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์และ ก๊าซแอมโมเนียออกจากน้ำที่ได้จากกระบวนการผลิต ได้แก่น้ำจากหน่วยแยกกลั่นน้ำมันดิบ หน่วยกำจัดกำมะถันในแนฟธา Gas Oil ก๊าซที่ถูกนำไปเผาร่วมกับเชื่อเพลิงที่เตาในหน่วยกลั่นแยกน้ำมันดิบ ส่วนน้ำที่ได้ถูกส่งไปยังหน่วยบำบัดน้ำทิ้งต่อไป

Spent Caustiv Treating Unit เป็นหน่วยที่ไล่ก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ออกจาก Spent Caustic ที่ได้จากหน่วยกำจัดกำมะถันในก๊าซหุงต้ม แนปธาเบาและน้ำมัน เครื่องบิน โดยทำการปรับสภาพกรด-ด่าง หรือการบำบัดด้วยปฏิกิริยาออกซิเดชั่นมี Catalyst เป็นตัวเร่งปฏิกิริยา Spent Caustic ที่ผ่านการบำบัดแล้วถูกส่งไปยังหน่วยบำบัด น้ำทิ้ง ส่วนก๊าซไฮโดรเจนซัลไฟด์ถูกนำไปเผาร่วมกับเชื้อเพลิงที่เตาในหน่วยกลั่นแยกน้ำมันดิบต่อไป

Waste Water Tratment Unit เป็นหน่วยที่ทำหน้าที่บำบัดน้ำทิ้งจากระบบต่าง ๆ ของโรงกลั่น โดยน้ำทิ้งจากหอหล่อเย็น Power Plant,Boiler Blow Down และ Deminralizer ซึ่งเป็นน้ำทิ้งที่ไม่มีน้ำมันปนเปื้อน ถูกปรับสภาพให้เป็นกลางแล้วระบายลงสู่บ่อพักน้ำ ส่วนน้ำทิ้งที่ได้จากกระบวนการผลิตห้องปฏิบัติการ น้ำทิ้งจากถังน้ำมันต่าง ๆ ด่างที่ใช้แล้วและน้ำทิ้งจาก ห้องน้ำ นำผ่านการบำบัดทางกายภาพเป็นการแยกน้ำมันลอยอยู่ผิวหน้าออกจากน้ำโดยใช้ Baffle Plate และ Wier อุปกรณ์ตักเก็บน้ำมันและการใช้ฟองอากาศจากระบบ DAF (Dissolved Air Flotation) ก่อนผ่านเข้าสู้ระบบบำบัดชีวภาพแบบตะกอนเร่ง (Activated Sludge) ประกอบด้วยบ่อเติมอากาศ บ่อตกตะกอนและลงสู่บ่อพักน้ำในที่สุดก่อนระบายลงคลองสาธารณะ เพื่อลดค่าความสกปรก บีโอดี และค่าสารแขวงลอย ให้น้อยลงจนมีคุณภาพได้มาตรฐานน้ำทิ้งของกระทรงอุตสาหกรรม

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทยสรุปได้ว่า ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทเชลล์ องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทบางจาก และองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท. เพื่อใช้ในการดำเนินการและการบริหารทางธุรกิจ รวมทั้งในการแก้ปัญหารวมทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนและของประเทศไทยอย่างยั่งยืน เพื่อทราบแนวทางการดำเนินงานแก้ไขปัญหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีการศึกษาปัญหาที่แท้จริงในภาคส่วนของธุรกิจด้านพลังงานที่เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ

องค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การศึกษาเรื่องของสังคม ถือเป็นเรื่องจำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะมนุษย์มีความจำเป็นต้องดำเนินชีวิตร่วมกัน มิอาจดำรงอยู่ได้เพียงลำพัง และหากกล่าวถึงสังคมย่อมต้องกล่าวถึงวัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและเป็นลักษณะเฉพาะของ แต่ละสังคม ดังยศ สันตสมบัติ, (2548) กล่าวไว้ว่า “สังคมวัฒนธรรมไม่เคยหยุดนิ่ง แต่มีการ ปรับตัวเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา” ดังนั้นก่อนกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลง จำเป็นต้อง ทำความเข้าใจความหมายของคำว่า “สังคม’’ และ “วัฒนธรรม’’ ให้ชัดเจนก่อน

ความหมายของสังคม

คำว่า “สังคม’’ หรือ “Society’’ อาจใช้ใน 2 ความหมายคือ การเป็นกลุ่มใหญ่ชนิดหนึ่งและลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างคนหรือกลุ่มได้รัชนีกร เศรษโฐ (2523) กลุ่มคนดังกล่าวเป็นองค์กรที่มีลักษณะแตกต่างกันตามสภาพความสัมพันธ์เชื่อมโยงของบรรดาปัจเจกชนทั้งหลายที่ ผูกพันเข้าด้วยกันในลักษณะความสัมพันธ์ทางสังคม ก่อให้เกิด “สังคม” นั่นเอง มีนักวิชาการ หลายคนได้ให้คำนิยามไว้ดังนี้

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2546) ได้กล่าวถึง “สังคม’’ ว่า สังคมที่มีองค์ประกอบของการที่สมาชิกมากกว่าสองคนขึ้นไป มาอยู่รวมกันเป็นกลุ่มในอาณาบริเวณร่วมกัน สมาชิกจะมี ความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน มีการติดต่อระหว่างสมาชิกกันและกัน ในระยะเวลานานพอสมควร ทำให้มีความสัมพันธ์เกิดขึ้น ทั้งที่ใกล้ชิดและห่างเหิน สมาชิกในสังคมรู้จักแบ่งหน้าที่และความ ร่วมมือกัน มีแนวความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานร่วมกัน ต่อมาได้กลายเป็น ระเบียบกฎเกณฑ์ที่สมาชิกส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นของสังคม จนกลายเป็น สถาบันที่ตอบสนองความต้องการ และควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม

สนธยา พลศรี (2545) ให้ความหมาย “สังคม’’ ว่าหมายถึง การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์ภายในอาณาเขตที่แน่นอนในระยะเวลานานพอสมควร จนเกิดระเบียบแบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้น มีความผูกพันพึ่งพาอาศัยกันและกัน และมีวิถีชีวิตร่วมกัน

พวงผกา ประเสริฐศิลปี (2541) ให้ความหมาย“สังคม’’ ว่าหมายถึง การที่คนตั้งแต่สองคน โดยไม่จำกัดเพศและวัยมาอยู่รวมกัน มีความสัมพันธ์และผูกพันกัน อาศัยกฎเกณฑ์ระเบียบแบบแผนในการปฏิบัติของสังคมเดียวกัน มีจิตสำนึกของความเป็นกลุ่มสมาชิกเดียวกัน พร้อมที่จะสร้างและพัฒนาสังคมที่ตนเองอยู่ให้มีสภาพดีขึ้นไป รวมถึงการสร้างสมาชิกใหม่เพื่อทดแทน สมาชิกเก่าที่หมดสภาพลง ทำให้สังคมสามารถอยู่รวมกันต่อไปได้โดยไม่ขาดตอน

จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์และคณะ (2548) ให้นิยามของ สังคมไว้ 2 ประการคือ (1) สังคมหมายถึงคนโดยทั่วไปที่ถือได้ว่าเป็นกลุ่ม ๆ หนึ่ง และมี ความสัมพันธ์ทุกอย่างของบุคคลและกลุ่มย่อยภายในกลุ่มใหญ่ขึ้น (2) สังคม หมายถึงคนจำนวน หนึ่งที่เป็นกลุ่มอิสระจากกลุ่มอื่น (Relatively

Independent) และสามารถดำรงอยู่สืบเนื่องยาวนาน ได้ด้วยตนเอง (Self-Perpetuating) โดยมีเขตถิ่นฐานของตนเอง สีสมาชิกประกอบด้วยคนทุกเพศ ทุกวัย และมีแบบแผนการดำรงชีวิตหรือวัฒนธรรมที่เป็นแบบอย่างเฉพาะของตนเองไม่มากก็น้อย

สนิท สมัครการ (2545) ให้ ความหมาย “สังคม’’ ว่าหมายถึง กลุ่มของมนุษย์กลุ่มหนึ่งที่มีส่วนร่วมในระบบกระทำการที่ สามารถเลี้ยงตนได้ (a self-sufficient system of action) สามารถดำรงอยู่ได้นานกว่าอายุของ มนุษย์คนหนึ่ง กลุ่มมนุษย์นี้อย่างน้อยต้องมีการแสวงหาสมาชิกใหม่ด้วยวิธีการผสมพันธ์ตาม ธรรมชาติ

จากตัวอย่างคำนิยามข้างต้นพบว่า “สังคม” หมายถึง การรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนภายในระยะเวลา และมีอาณาเขตที่แน่นอน มีความสัมพันธ์กันและกันและมีวิถีชีวิตใน แบบอย่างเดียวกัน สำหรับงานวิจัยนี้หมายถึง ชุมชนมอญเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ความหมายของวัฒนธรรม

ในปัจจุบัน คำว่า “วัฒนธรรม’’ เป็นคำคุ้นหูที่บุคคลในสังคมทั่วไปใช้กันบ่อย ๆ แต่ความหมายอาจแตกต่างไปบ้างตามสภาวการณ์และมโนทัศน์ของแต่ละบุคคล สำหรับการศึกษาด้าน สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ได้มีนักวิชาการหลายคนได้ให้คำนิยาม ได้แก่

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2546) ได้กล่าวถึง “วัฒนธรรม’’ ว่าหมายถึง วิถีแห่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งระบบความรู้ ความคิด ความเชื่อ จนมีการยอมรับปฏิบัติกันมา มีการ อบรมถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อมา ตลอดจนมีการเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพสิ่งแวดล้อมของ มนุษย์

สุพัตรา สุภาพ (2534) ได้กล่าวถึง “วัฒนธรรม’’ว่าหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่งที่ประกอบ ไปด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี วิทยาการ และทุกสิ่งทุกอย่างที่คิดและ ทำในฐานะสมาชิกของสังคม

จากตัวอย่างคำนิยามข้างต้นพบว่า “วัฒนธรรม’’ มีความหมายที่กว้างขวางมาก และครอบคลุมเกือบทุกสิ่งทุกอย่างในการดำรงชีวิตร่วมกัน ได้แก่ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม กฎหมาย ประเพณี มนุษย์ใช้เป็นแนวทางในการอบรมศึกษา และถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นใหม่ รวมทั้งมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่ ความหมายของการเปลี่ยนแปลง

สุภาษิตไทยได้กล่าวไว้ว่า “สายน้ำไม่มีวันไหลกลับ” หรือ “เวลาและวารีไม่เคยคอยใคร’’ นั้น อาจเปรียบได้เช่นเดียวกับ “การเปลี่ยนแปลง” มีนักวิชาการได้ให้คำนิยามไว้ดังนี้

ยศ สันตสมบัติ (2548) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลง” ว่าเป็นสัจธรรมเที่ยงแท้ ของชีวิตและธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรมมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

สนิท สมัครการ (2545) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลง” ว่าหมายถึง สิ่งหนึ่งสิ่งใด ถูกแปรสภาพให้ไม่เหมือนเดิม เมื่อเวลาผ่านไปแต่ยังคงสภาพของสิ่งนั้นอยู่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงจึงมีองค์ประกอบหลัก 3 ประการคือ 1) ความแตกต่าง 2) เวลา และ3) สภาพที่คงตัวอยู่ได้

งามพิศ สัตย์สงวน (2545) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลง” ว่าหมายถึง ความ แตกต่างของสิ่งอย่างเดียวกันที่เอามาเปรียบเทียบกันในเวลาที่แตกต่างกันไป รวมกระบวนการ เปลี่ยนแปลงในปรากฏการณ์ทางสังคม ทั้งที่วางแผนปรากฏการณ์ดังกล่าวแยกเป็นองค์ประกอบ ย่อยได้ 6 ข้อที่สัมพันธ์กันคือ 1) กำหนดปรากฏการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป 2) ระดับของการ เปลี่ยนแปลง 3) ระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลง 4) ทิศทางของการเปลี่ยนแปลง 5) ขนาดน้ำหนัก ของการเปลี่ยนแปลง และ6) อัตราการเปลี่ยนแปลง

สนธยา พลศรี (2545a) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลง’’ว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงสภาพทั่วไปของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ดีขึ้นหรือด้อยลงกว่าเดิม โดยไม่เจาะจงว่าเป็นรูปแบบ วิธีใด และอัตราความเร็วเท่าใด หรือสิ่งที่เปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เคยดำรงอยู่ไปสู่สภาพใหม่ เมื่อ กาลเวลาผ่านเลยไป การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อาจดีขึ้นหรือด้อยลงกว่าสภาพเดิมได้

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2536) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลง’’ ว่าหมายถึง การที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งได้แปรสภาพที่เคยมีอยู่มาเป็นสภาพใหม่ โดยมีองค์ประกอบของเวลาเป็น เครื่องกำหนด มีข้อสรุปของการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องของธรรมชาติ (Change is Natural) นักศาสนามักอธิบาย การเปลี่ยนแปลงของชีวิตมนุษย์ว่า คนเรามีการเกิด แก่ เจ็บ ตาย เป็นเรื่องธรรมดา และเป็นเรื่อง ธรรมชาติ ไม่มีใครที่บังคับให้หยุดการเปลี่ยนแปลงได้

2. การเปลี่ยนแปลงเป็นอยู่ตลอดเวลา (Change is Immanent) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา อาจเกิดจากปัจจัยผลัดดันที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง มีลักษณะของการกระทำหนึ่งผลัดดันไปสู่การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

3. การเปลี่ยนแปลงเป็นการต่อเนื่อง (Change is Continuous) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงนั้นที่ผ่านมามีขั้นตอนต่าง ๆ เป็นสาเหตุสืบต่อกันมา เช่น สังคมมีการเปลี่ยนแปลงผ่านขั้นตอนต่าง ๆ จากอดีตจนถึงปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงแต่ละขั้นตอน มีลักษณะของสายสัมพันธ์ที่เชื่อมโยง หรือมีสาเหตุเกี่ยวพันกัน

4. การเปลี่ยนแปลงเป็นแบบเดียวกัน (Change is Uniform) มีนักสังคมวิทยารุ่นแรกได้ให้ทัศนะว่า การเปลี่ยนแปลงของทุกสังคมนั้น ต้องผ่านขั้นตอนแบบเดียวกัน แต่ในปัจจุบันข้อสมมตินี้ได้รับการคัดค้านที่ว่า เพราะทุกสังคมไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงไปตามขั้นตอนแบบ เดียวกัน

5. การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งจำเป็น (Change is Necessary) หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในสังคม เป็นสิ่งจำเป็นต้องทำให้เกิดขึ้น เพื่อให้มนุษย์มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีความเท่าเทียมกันในสังคม

จากความหมายของการเปลี่ยนแปลงและข้อสรุปข้างต้นพบว่า การเปลี่ยนแปลง หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งได้แปรสภาพที่เคยมีอยู่มาเป็นสภาพใหม่ โดยมีระยะเวลาเป็นเครื่องกำหนด เป็นเรื่องธรรมชาติ และเกิดขึ้นตลอดเวลา

แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงในทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาถือเป็นสิ่งปกติ เพราะการเปลี่ยนแปลงเป็นลักษณะของสังคม ไม่เคยหยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อสภาพสังคมมีการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมที่อยู่ในชุมชนต้องมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน

สากล จริยวิทยานนท์ (2558) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เกิดขึ้นจากการที่ มนุษย์ดิ้นรนเพื่อแสวงหาคำตอบตอบสนองความต้องการอันไม่สิ้นสุด มนุษย์มีการทดลอง และค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา และผลของการทดลองนี้ได้กลายมาเป็นแบบแผนแห่งพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของมนุษย์ ก่อนกล่าวถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงนั้น กล่าวถึง ความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมล่อน

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระยะเวลา ใดเวลาหนึ่ง เป็นการเปลี่ยนแปลงในระบบโครงสร้างและหน้าที่ของระบบความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างมนุษย์ หรือกลุ่มคนในสังคม ตลอดจนเป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำระหว่างกันทาง สังคมในการติดต่อกระทำกันระหว่างมนุษย์หรือกลุ่มของสังคม นักวิชาการได้นิยามการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมล และคณะกรรมการบริหารวิชาบูรณาการ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (2548) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรม” ว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบครอบครัวขยายเป็น ระบบครอบครัวเดี่ยว เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมทางสังคม เช่น การเปลี่ยน พฤติกรรมการผลิตจากการผลิตเพื่อบริโภคเป็นผลิตเพื่อขาย การเปลี่ยนพฤติกรรมการเลี้ยงดูบุตร จากแบบบังคับเป็นแบบให้อิสรเสรี และยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณของพฤติกรรม เช่น อัตราการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน อัตราการย้ายถิ่น เป็นต้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง ความเชื่อ ค่านิยม ความรู้ ภาษา

จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์และคณะ (2548) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทาง สังคมและวัฒนธรรม” ว่าเกี่ยวลับการเปลี่ยนแปลง 4 ประการคือ (1) การเปลี่ยนแปลงในคุณสมบัติ ของคนใน

ชุมชนหรือสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงอาชีพ รายได้ เป็นต้น (2) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมบางอย่างของคนในสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและปริมาณของการล่อ อาชญากรรม การหย่าร้าง การย้ายถิ่น พฤติกรรมบริโภคนิยม เป็นต้น (3) การเปลี่ยนแปลงแบบ แผนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่ม เช่น การเปลี่ยนแปลงในอำนาจทางเศรษฐกิจและ การเมืองจากคนกลุ่มใดหรือไม่ แบบแผนความสัมพันธ์ในระบบครอบครัว ระบบการศึกษา ศาสนา เป็นต้น และ (4) การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนทางวัฒนธรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงในความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรืออุดมการณ์ของคนในสังคม เป็นต้น

ปัจจัยภายใน คือสิ่งที่มีอยู่หรือการเกิดจากภายในชุมชนแยกเป็น ปัจจัยทาง ด้านนิเวศวิทยา ได้แก่ ที่ตั้ง ที่ดิน ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ปัจจัยบุคลิกภาพ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าอาวาส ครู ผู้รู้ในหมู่บ้าน หัวหน้ากลุ่ม กรรมการบริหารกลุ่ม ปัจจัยด้ายเจตคติของชาวบ้านที่ ยอมรับในสิ่งใหม่ทั้งกระบวนการ และวิชาชีพที่ผลิต สร้างพลังในการต่อสู้เพื่อเปลี่ยนแปลง ขณะเดียวกันก็รักษาขนบธรรมเนียมอันดีงามเอาไว้

ปัจจัยภายนอก คือสิ่งที่มาจาก หรือเกิดจากชุมชน ได้แก่ ด้านสาธารณูปโภค เช่น การมีถนนหนทางเข้าสู่หมู่บ้าน การมีไฟฟ้า มีเครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น และด้านนโยบายพัฒนาของรัฐ เช่น การแพร่กระจายของอำนาจรัฐเข้าสู่ชุมชน มีงบประมาณ มีโครงการพัฒนาต่าง ๆ เป็นต้น

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และสุวรรณ บัวทวน (2527) ได้ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธ์ต่าง ๆ โดยได้กล่าวถึงปัจจัยที่น่ามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอาจจะกล่าวได้อย่างกว้าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านนิเวศวิทยา ได้แก่ ทำเลที่ตั้งหมู่บ้าน ทรัพยากรรอบ ๆ หมู่บ้าน สภาพภูมิประเทศ และสภาพภูมิอากาศของชุมชน อาจจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมอยู่บ้างไม่มากก็น้อย เช่น ถ้าหากชุมชนตั้งอยู่ในสภาพนิเวศวิทยาที่เหมาะสมทำให้ชุนชนมีความเจริญก้าวหน้าดียิ่งขึ้น

2. ปัจจัยด้านสาธารณูปโภค รัฐบาลได้ดำเนินการพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยการเร่งสร้างถนนหนทาง ไฟฟ้า โรงเรียน ทำให้ชุมชนชนบท ได้รับการพัฒนาที่ดีขึ้น เมื่อถนนหนทางสามารถเข้าไปถึงหมู่บ้านชาวบ้านสามารถนำผลผลิต นำไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว และมีรายได้เพิ่มขึ้นกว่าแต่ก่อน

3. ปัจจัยด้านการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมเป็น เรื่องที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่น่าสังเกตได้ง่าย ๆ ก็คือการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมจากสังคม เมืองไปสู่สังคมชนบทในทุก ๆ ด้านตั้งแต่ในเรื่องของครอบครัว เศรษฐกิจ การเมือง และ วัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง

4. ปัจจัยด้านการสื่อสารมวลชน การสื่อสารมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากและรวดเร็วต่อชุมชนมากในปัจจุบัน ทำให้ชาวชนบทได้รับข่าวสารต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา นำไปสู่การ เปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

5. ปัจจัยด้านชาติพันธุ เนื่องจากกลุ่มชาติพันธุแต่ละกลุ่มมีวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันไม่มากก็น้อย บางวัฒนธรรมอาจเอื้ออำนวยในการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงได้ รวดเร็ว บางวัฒนธรรมอาจยังคงอยู่ ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าวัฒนธรรม ของกลุ่มชาติพันธุมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชาติพันธุบาง กลุ่มอาจจะไม่นิยมแต่งงานข้ามชาติพันธ์ ทำให้การรับเอาวัฒนธรรมใหม่มาปฏิบัติในวิถีชีวิตความ เป็นอยู่น้องลง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้ช้า

6. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ บุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลหรือสมาชิกแต่ละคนในชุมชนมีส่วนที่ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมด้วยเหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าถ้าหากบุคคลได้รับการศึกษาสูง มีประสบการณ์ต่าง ๆ จากการทำงาน หรือท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่ง่ายกว่าบุคคลอื่น ๆ ตลอดจนบุคลิกภาพของผู้นำชุนชนที่มีความรู้ ความฉลาดและความสามารถในการพัฒนาท้องถิ่น อาจมีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

องค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร

สำหรับแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมองค์กรนักวิชาการจำนวนมากต่างให้ความสำคัญเนื่องจากเป็นเครื่องมือในการเข้าใจพฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลในองค์กร การประพฤติปฏิบัติต่อระเบียบแบบแผนกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ มนุษย์ แสดงออกในฐานะที่ เป็นสมาชิกของสังคมองค์กรนั้น ๆ ตามแบบแผนพฤติกรรมที่ เกิดจากการเรียนรู้และเป็นที่ ยอมรับร่วมกันของสมาชิกและถ่ายทอดไปสู่สมาชิกรุ่นต่อ ๆ มามีผู้ศึกษาและให้ความหมายเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “วัฒนธรรมองค์กร” (Organizational Culture) ไว้เป็นจำนวนมากทั้งในวิชามานุษยวิทยา (anthropology) และทางสังคมวิทยา (sociology) โดยเฉพาะแนวคิดของวิชามานุษยวิทยาที่ เป็นแนวคิดที่นักทฤษฎีองค์กรหยิบยกมาเป็นพื้นฐานความคิดวัฒนธรรมองค์กรเป็นจำนวนมาก แต่ละมุมมองของนักทฤษฎีมี ความแตกต่างกันดังนี้

สุนทร วงศ์ไวศยวรรณ (2540) ให้นิยามวัฒนธรรมองค์กร โดยมี สมมุติฐานในเชิงมานุษย์วิทยาว่า เป็นแบบแผนหรือรูปแบบที่ปรากฏเกี่ยวกับค่านิยม เรื่องราว ความเชื่อ ข้อสันนิษฐานและบรรทัดฐาน ทั้งที่ แสดงออกให้เห็นเด่นชัดในรูปของภาษา สัญลักษณ์ และสิ่งประดิษฐ์ คิดค้นต่าง ๆ อันได้แก่ เครื่องมือ เครื่องใช้ ต่าง ๆ ที่ ช่วยในการทำงาน และช่วยให้ บรรลุวัตถุประสงค์ ของการจัดการ ตลอดจนทัศนคติ ความรู้สึกการกระทำ และปฏิกิริยาโต้ ตอบระหว่างสมาชิกในองค์กร ส่วนนักจิตวิทยาองค์กรที่ได้ ให้ความหมายของวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นลักษณะที่ บ่งบอกได้ถึงสภาพความเป็นอยู่ขององค์กรนั้น ๆ ในแง่ของจำนวนสมาชิก และวิธี การทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุ

วัตถุประสงค์ของส่วนรวมภายใต้สภาวะแวดล้อมที่กำหนดให้ลักษณะและวิถีทางการดำเนินงาน ดังกล่าวนั้นผู้ก่อตั้งองค์กรหรือผู้นำองค์กรเป็นผู้กำหนดและรวบรวมขึ้นเป็นมาตรฐานหรือแบบแผนทางพฤติกรรมของสมาชิกด้วยวิธี การบังคับหรือโฆษณาชวนเชื่อให้ทุกคนปฏิบัติโดยทั่ว ๆ ไปผู้ก่อตั้งหรือผู้ กำหนดแบบแผนการกระทำของสมาชิกรวบรวมจากการเรียนรู้ประสบการณ์เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กรตั้งแต่เมื่อองค์กรเริ่มก่อตั้งขึ้น จนกระทั่งเจริญเติบโตขยายตัวมากขึ้นตลอดจนเรียนรู้วิธีการต่อสู้และแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ผ่านมา

อาจกล่าวได้ว่า Schein มองวัฒนธรรมองค์กรว่าเป็นแบบแผนหรือข้อสมมติ ฐานการกระทำเบื้องต้นที่ สมาชิกในองค์กรได้ร่วมกันคิดค้น สั่งสมและพัฒนาขึ้น โดยผู้นำหรือผู้ก่อตั้งองค์กรเป็นแกนนำในการกำหนด ทั้งนี้แบบเป็นพฤติกรรมนั้นได้รับการรวมรวมขึ้นจากประสบการณ์ และผ่านกระบวนการเรียนรู้ขององค์กรโดยส่วนรวมเพื่อต่อสู้และเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในองค์กร รวมทั้งกระบวนการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรด้วย นอกจากนี้แบบแผนการทำงานนั้นต้องเหมาะสมสอดคลองกับพฤติกรรมของสมาชิกทุกคนในองค์กรด้วยเพื่อให้ เกิดความคิดการรับรู้และรู้สึกถึงการกระทำ และการแสดงออกที่เหมาะสมในขณะที่ทำงานในองค์กรนั้น ๆ

ตามแนวคิดของ Schein วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นสิ่งที่ สมาชิกทุกคนในองค์กรรับรู้และยอมรับเพื่อเป็นแนวทางในการแสดงออกทั้งทางกายและอารมณ์ ความรู้สึกความคิดต่าง ๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องเฉพาะวัฒนธรรมในที่ทำงานเท่านั้น โดยมีการเรียนรู้ สืบทอดต่อ ๆ กันไป จากสมาชิกรุ่นหนึ่งไปสู่สมาชิกอีกรุ่นหนึ่ง และรุ่นต่อ ๆ ไป อย่างไม่ จบสิ้นลักษณะนี้เองทำให้มองเห็นความเป็นเอกภาพหรือลักษณะเด่น ๆ ขององค์กรหนึ่ง ๆ ได้ว่ามี ความแตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ อย่างไร

เกี่ยวกับประเด็นนี้ Stephen Robbins ได้กล่าวเสริมว่า วัฒนธรรมองค์กรนั้นมีความหมายครอบคลุมมากไปกว่าเป็นแค่ค่านิยม แบบแผนพฤติกรรม ความเชื่อที่ โดดเด่นขององค์กร แต่ยังรวมไปถึงมิติ โครงสร้างขององค์ กรด้วย เช่น ลักษณะการติดต่อสื่อสารในองค์กรความเป็นเอกภาพของสมาชิกระบบการให้รางวัล ลักษณะความขัดแย้งในองค์กร การควบคุมสั่งการให้อิสระในการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

Fred Luthans (1998) ได้ เสนอว่าวัฒนธรรมขององค์กรครอบคลุมการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ ภายในองค์กร ค่านิยม ความเชื่อ บรรทัดฐาน ปรัชญา แนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ขององค์กรที่เป็นที่รับรู้และเข้าใจร่วมกันในองค์กรนั้น รวมทั้งบรรยากาศการทำงานขององค์กรนั้น ๆ ด้วย

สุนทร วงศ์ไวศยวรรณ (2540) ให้คำจำกัดความของคำว่า วัฒนธรรมองค์กรหมายถึง สิ่งต่าง ๆ อันประกอบด้วยสิ่งประดิษฐ์ แบบแผนพฤติกรรม บรรทัดฐาน ความเชื่อค่านิยม อุดมการณ์ ความเข้าใจและข้อสมมติฐานของคนจำนวนหนึ่งหรือส่วนใหญ่ ภายในองค์กร ดังนั้น

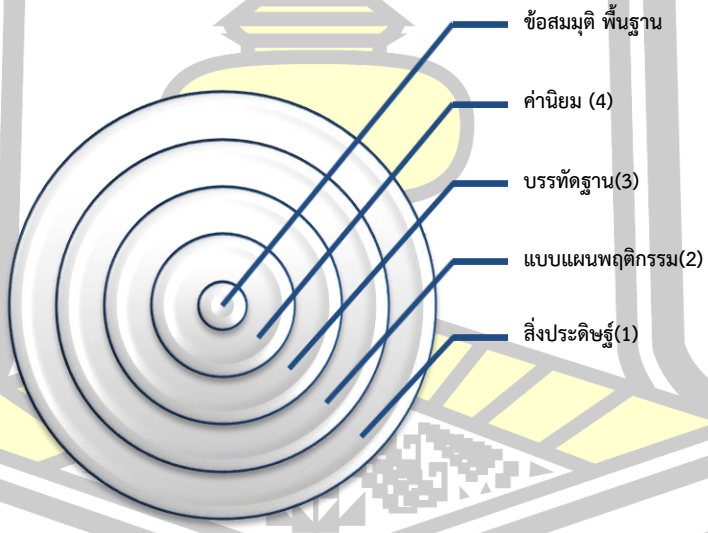
ผู้ศึกษานำแนวคิดในการมองวัฒนธรรมของนักวิชาการที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อให้เข้าใจต่อการนำวัฒนธรรมองค์กรมาบริหารงานว่าองค์กรถูกนำมาใช้ในการบริหารงานในองค์กรด้านสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบใด และวิธีการอย่างไร

ระดับของวัฒนธรรม

จากนิยามของวัฒนธรรมองค์กร เห็นได้ว่ามี ขอบเขตที่กว้างแต่มีลักษณะคล้าย ๆ ภูเขาน้ำแข็ง (Iceberg) คือมี ส่วนที่อยู่ข้างบนส่วนหนึ่ง และอยู่ใต้น้ำอีกส่วนหนึ่งอาจแบ่งวัฒนธรรมออกได้เป็น 2 ระดับคือ

1. ส่วนที่ มองเห็นได้ (Visible) เป็นสิ่งที่ สมาชิกองค์กรสร้างขึ้นมา ประดิษฐ์ขึ้นมา (Artifacts) เช่น โดมของธรรมศาสตร์ หรือการตกแต่งสถานที่ป้าย สัญลักษณ์ คำขวัญ (Slogan) และพิธีกรรมต่าง ๆ

2. ส่วนที่ อยู่ลึกลงไป มองไม่เห็น (Invisible) แต่เป็นสิ่งที่ สมาชิกรับรู้และเข้าใจร่วมกัน เช่น ค่านิยมขององค์กรที่สมาชิกรับรู้ เช่น ค่านิยมของ Mc Donald ที่ เน้น “คุณภาพ บริการ ความสะอาด และคุณค่า” ของสินค้าและบริการ ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 4 แสดงตัวแบบชั้นวัฒนธรรมองค์กรของรุสโซ

ลักษณะของวัฒนธรรมองค์กร

แบ่งลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรได้ หลายมิติ ดังนี้ สุพานี สฤษฏ์วานิช (2553) มิติแรกแบ่งเป็น

1. วัฒนธรรมเด่น (Dominant Culture) เป็นวัฒนธรรมหลัก เห็นได้จากค่านิยมหลักขององค์กรนั้น และวัฒนธรรมประเภทนี้ เป็นวัฒนธรรมของคนส่วนใหญ่ ที่ รับรู้ และยอมรับตลอดจนเข้าใจร่วมกัน เช่น วัฒนธรรมของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คือส่งเสริมประชาธิปไตยและความเสมอภาค ตลอดจนมุ่งรับใช้สังคม

2. วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นวัฒนธรรมของกลุ่มงาน หรือแผนกงาน ซึ่งในองค์กรหนึ่ง ๆ ที่มีหลายกลุ่มงานหรือหลายแผนกงานก็ อาจมีวัฒนธรรมย่อย ๆ หลายแบบได้

มิติที่ 2 แบ่งเป็นวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง หรืออ่อนแอ ขึ้นอยู่กับระดับของการเห็นพ้องต้องกัน (Consensus) การยึดเหนี่ยวกัน (Cohesiveness) และการผูกพันของสมาชิกต่อวัฒนธรรมองค์กร(Commitment)

1. วัฒนธรรมที่ เข้มแข็ง (Strong Culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่มีน้ำหนักมาก คนยอมรับมากจึงเปลี่ยนแปลงยาก วัฒนธรรมที่ เข้มแข็งจะมี ผลต่อการควบคุมพฤติกรรมได้มาก และทำให้สมาชิกขององค์กรมีแรงยึดเหนี่ยวกันสูง มี ความจงรักภักดี และผูกพันต่อองค์กรมาก โดยเฉพาะในองค์กรแบบญี่ปุ่นมี วัฒนธรรมองค์ กรที่มีน้ำหนักและมีความเข้มแข็งมากกว่าองค์กรแบบตะวันตก

2. วัฒนธรรมที่อ่อนแอ (Weak Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ เปลี่ยนแปลงได้ ง่าย เพราะไม่ค่อยมีน้ำหนักต่อสมาชิกเท่าไร ปรากฏในองค์กรที่ เพิ่งตั้งหรือองค์กรที่มีอายุไม่ยาวนาน วัฒนธรรมองค์กรอาจยังไม่มีน้ำหนักต่อสมาชิกมากเท่าไรนัก หรืออาจเกิดขึ้นในองค์กรที่ผู้ นำไม่ ได้ให้ ความสำคัญกับวัฒนธรรมองค์กรมากนัก หรือเนื่องจากองค์กรเปิดรับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ จากสภาพแวดล้อมมาก

มิติที่ 3 แบ่งวัฒนธรรมองค์กรออกเป็น 4 แบบตามมิติของการเน้นคือ เน้นการมองภายในเป็นสำคัญ (Internal Focus) กับการเน้นไปสู่ภายนอก (External Focus) และมิติการยืดหยุ่น (Flexibility) กับการรักษาสภาพที่เป็นอยู่ (Stability) วัฒนธรรมทั้งสี่ แบบขององค์กร (Four Corporate Cultures)

1. วัฒนธรรมแบบญาติมิตร (Clan Culture) เป็นวัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นแต่มุ่งเน้นภายในองค์กร โดยให้ ความสำคัญของการมี ส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรเพื่อให้สามารถพัฒนาตนเองให้พร้อมที่ รองรับการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วจากภายนอก เป็นวัฒนธรรมที่ เน้นความต้องการของพนักงานมากกว่าวัฒนธรรมแบบอื่น ดังนั้น องค์กรมีบรรยากาศของมวลมิตรที่ร่วมกันทำงานคล้ายอยู่ ในครอบครัวเดียวกัน ผู้นำมุ่งเน้นเรื่องความร่วมมือ การให้ความเอาใจใส่ เอื้ออาทรทั้งพนักงานและลูกค้า โดยพยายามหลีกเลี่ยงมิ ให้เกิดความรู้สึกแตกต่างกันทางสถานะภาพ ผู้นำยึดมั่นในการให้ ความเป็นธรรมและการปฏิบัติ ตามคำมั่นสัญญาอย่างเคร่งครัดมีค่านิยมสำคัญในเรื่อง การทำตามประเพณี ปฏิบัติ (Traditional) การคำนึงถึงผลกระทบที่ มีต่อคนอื่น ๆ การเน้น

ความเป็นทีมเน้นการมีส่วนร่วมการเห็นพ้องกัน ไม่พยายามสร้างความแตกแยก อะลุ่มอล่วยกัน ช่วยเหลือกัน ร่วมมือกัน เป็นกันเอง เป็นแบบพี่น้อง การเน้นความเป็นธรรมยุติธรรมและเท่าเทียมกัน

ในองค์กรที่ มีวัฒนธรรมองค์กรแบบนี้ มักมี กระบวนการเรียนรู้ ทางสังคมมาก รวมทั้งมีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ดี ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและจงรักภักดีต่อองค์กรตลอดจนมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรแบบนี้

มีบางบริษัทที่ยึดวัฒนธรรมแบบนี้แล้วประสบความสำเร็จ เช่น SAS Institute ในสหรัฐฯ ที่ ให้ความสำคัญสูงต่อค่านิยมการดูแลเอาใจใส่ต่อความเป็นอยู่ และความต้องการของพนักงานเพื่อให้เกิดการเพิ่มผลงาน พนักงานได้รับการอบรมในการจัดระเบียบชีวิตส่วนตัวได้อย่างสมดุลมากกว่าการทำงานเพิ่มชั่วโมงขึ้นหรือทำงานหนักเกินไป หรือมีจิตใจมุ่งแข่งขันกันนอกจากนี้ยังเน้นเรื่องความเสมอภาค ความเป็นธรรม และความร่มมือ พบว่าพนักงานของบริษัทดังกล่าวให้ ความร่วมมือและใส่ใจต่อเพื่อนร่วมงานและบริษัทยิ่งขึ้น ส่งผลให้ บริษัทสามารถปรับตัวพร้อมต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้ดี

2. วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture) เป็นวัฒนธรรมที่ เน้นความมีเสถียรภาพความมั่นคงและมุ่งเน้นภายในองค์กรเป็นสำคัญ ให้ความสำคัญต่อภาวะแวดล้อมภายในความคงเส้นคงวาในการดำเนินการเพื่อให้ เกิดความมั่นคง วัฒนธรรมแบบราชการมุ่งเน้นด้านวิธี การความเป็นเหตุ ผล ความมี ระเบียบของการทำงาน มุ่งเน้นเรื่องให้ ยึดและปฏิบัติ ตามกฎระเบียบ ยึดหลักการประหยัด ความสำเร็จขององค์กรเกิดจากความสามารถในการบูรณาการและความมีประสิทธิภาพ ในโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นนี้ มีองค์กรน้อยมากที่สามารถดำเนินงานภายใต้ ภาวะแวดล้อมที่มั่นคง ผู้นำส่วนใหญ่ พยายามหลีกเลี่ยงวัฒนธรรมแบบราชการเนื่องจากต้องการมี ความยืดหยุ่นคลองตัวมากขึ้นนั่นเอง มีค่านิยมในเรื่อง การประหยัดและมุ่งประสิทธิ ภาพในการทำงาน เน้นความเป็นทางการ และความเป็นระเบียบแบบแผน การใช้เหตุผลใช้ข้อมูลตัวเลขต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน การเน้นในระเบียบ คำสั่งกฎระเบียบต่าง ๆ

การเชื่อฟังทำตามกฎระเบียบ และคำสั่งของผู้บังคับบัญชาแนวคิดของวัฒนธรรมแบบนี้ก่อให้เกิดความมีประสิทธิภาพเสถียรภาพ และสามารถคาดหมายผลลัพธ์ เกิดขึ้นได้ และเหมาะกับองค์กรที่อยู่สภาพแวดล้อมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงองค์กรประเภทหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจมักมีวัฒนธรรมในแบบนี้ มากเพราะอยู่ภายใต้กรอบของระบบราชการ แต่แนวโน้มในอนาคตของวัฒนธรรมแบบนี้ น่าลดลง เพราะหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจทั้งหลายต่างพยายามมุ่งออกจากระบบราชการ พยายามบริหารงานแบบธุรกิจเอกชน โดยพยายามลดขั้นตอนกฎระเบียบต่าง ๆ ที่ ไม่จำเป็นลงเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานได้ใช้วิจารณญาณที่เหมาะสมให้เกิดความคล้องตัวในการทำงานมากขึ้นนอกจากนั้น ขณะนี้ รัฐบาลได้ กำหนดนโยบายในการปฏิรูประบบราชการ จะต้องมี การปฏิรูปหลายประการ ทั้งการปฏิรูปโครงสร้าง ระบบการทำงาน ระบบงบประมาณ รวมทั้งวัฒนธรรม

การทำงานของข้าราชการทั้งหลายด้วย โดยเน้นให้ มีให้ มีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้ แก่ประชาชนผู้ ใช้บริการให้มากขึ้น

3. วัฒนธรรมแบบปรับตัว (Adaptability Culture) เกิดขึ้นจากการที่ผู้นำเชิงกลยุทธ์ (strategic leader) มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ ขององค์กรที่เอื้อต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการตี ความหรือคาดการณ์ ภาวะแวดล้อมภายนอกเพื่อให้ เกิดพฤติกรรมในองค์กรที่ สามารถตอบสนองได้ตลอดเวลา พนักงานขององค์กรได้ รับความอิสระในการตัดสินใจเอง และพร้อมลงมือปฏิบัติได้ทันที เมื่อเกิดความจำเป็นโดยยึดค่านิยมในการสนองตอบต่อลูกค้าเป็นสำคัญ ผู้ นำมี บทบาทสำคัญต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นกับองค์กรด้วยการกระตุ้นพนักงานให้กล้าเสี่ยง กล้าทดลองคิดทำในสิ่งใหม่ และเน้นการให้รางวัล ผลตอบแทนแก่ผู้ที่ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นพิเศษ หลายบริษัทได้เปลี่ยนนโยบายใหม่ มาเน้นเรื่องการมอบหมายอำนาจในการตัดสินใจแก่พนักงาน (employee empowerment) เน้นกลยุทธ์ ความยืดหยุ่นและความสามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกได้ รวดเร็วเป็นหลักสอดคล้องกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วมีค่านิยมในเรื่องส่งเสริมการสร้างสรรค์ การใช้จินตนาการ ส่งเสริมให้ ทดลอง ให้ ลองทำ ผิดพลาดไม่ เป็นไรให้ถือเป็นบทเรียนให้กล้าเสี่ยง ให้กล้าคิดอะไรที่ นอกกรอบได้ การให้อิสระ ให้คิด ให้ทำได้ ให้มีความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในตัว การมุ่งตอบสนองต่อลูกค้าและฝ่ายต่าง ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบแบบเดิม ๆ องค์ กรที่เป็นแบบนี้ ที่เด่นชัดคือ บริษัท 3 M ที่ ส่งเสริมและให้ เวลากับพนักงานให้สามารถใช้ เวลางานได้ ถึง 15% เพื่อศึกษาวิจัยโครงการที่ตนสนใจได้ ทำให้พนักงานมีโอกาสในการประดิษฐ์ คิดค้นพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ เกิดขึ้นได้ วัฒนธรรมแบบผู้ประกอบการนี้ มักพบในองค์กรขนาดกลางและขนาดเล็ก (SME) ที่ผู้ก่อตั้งยังคงบริหารจัดการอยู่เช่น ที่บริษัทไมโครซอฟท์ อินเทล และอี-เบย์ เป็นต้น

4. วัฒนธรรมที่เน้นการความสำเร็จ (Achievement Culture) ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จคือ การมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนของเป้าหมายองค์กร ผู้นำมุ่งเห็นผลสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น ตัวเลขยอดขายเพิ่มขึ้น ผลประกอบการมีกำไร หรือมีเปอร์เซ็นต์ส่วนแบ่งของตลาด (market share) สูงขึ้น เป็นต้น องค์กรมุ่งให้บริการลูกค้าพิเศษเฉพาะกลุ่มในภาวะแวดล้อมภายนอกแต่ ไม่เห็นความจำเป็นต้องมีความยืดหยุ่นและต้องเปลี่ยนแปลงรวดเร็วแต่อย่างใด องค์กรที่ยึดวัฒนธรรมแบบมุ่งผลสำเร็จเน้นค่านิยมแบบแข่งขันเชิงรุก ความสามารถริ เริ่มของบุคคล และพึงพอใจต่อการทำงานหนักในระยะยาวจนกว่าบรรลุผลตามเป้าหมาย ค่านิยมที่มุ่งการเอาชนะเป็นเสมือนกาวเชื่อมทุกคนในองค์กรเข้าด้วยกัน หลายบริษัทที่มีวัฒนธรรมมุ่งผลสำเร็จให้ความสำคัญการแข่งขัน การเอาชนะพนักงานที่ มี ผลงานดี ได้ผลตอบแทนสูงในขณะที่ผู้มีผลงานต่ำกว่าเป้าอาจจะถูกไล่ ออกจากงานมีค่านิยมในเรื่อง การให้แข่งขันกันทำงาน เพื่อสร้างผลงาน การรุก การมุ่งมั่น เอา

จริงเอาจัง การทำอะไรให้ เสร็จ ให้ สมบูรณ์ ให้ดีที่สุด การขยันขันแข็งในการทำงาน การริเริ่มในระดับบุคคลเพื่อมุ่งไปสู่ชัยชนะ และความสำเร็จ

ในองค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้ พนักงานมีการแข่งขันกันทำงานอย่างหนัก และมุ่งเน้นยอดขายและผลกำไรเป็นที่ตั้ง ตัวอย่างองค์กรที่เน้นวัฒนธรรมแบบนี้ คือ บริษัท เป๊ปซี่ ในช่วงที่ นายเวย์ คอลโลเวย์ (Wayne Calloway) ดำรงตำแหน่งประธานบริหาร (CEO) ได้กำหนดวิสัยทัศไว้ ว่า เป๊ปซี่ ต้องเป็น “The Best Consumer Products in the World” จึงส่งเสริมพนักงานให้ขยันขันแข็งในการทำงานมี ระบบการให้ รางวัลจูงใจอย่างเข้มแข็งสำหรับคนที่ ทำงานได้ตามที่กำหนด เช่น ได้ตั๋วเครื่องบินชั้นหนึ่ง ได้ รถประจำตำแหน่ง ได้ รับสิทธิ ซื้อหุ้น ได้ โบนัส และได้รับการพิจารณาเลื่อนตำแหน่งอย่างรวดเร็ว

หน้าที่ของวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมมีหน้าที่ หรือมีประโยชน์ต่อองค์กรในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ก่อให้เกิดความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างพนักงานในองค์กร ดังเช่น วัฒนธรรมไทย ทำให้คนไทยรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ทำอะไรเหมือนกัน มีขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีแบบเดียวกัน

2. ทำให้พนักงานเกิดความผูกพันกับองค์กร เป็นเครื่องมือยึดเหนี่ยวสมาชิกกับองค์กรและทำให้พนักงานมีความภาคภูมิใจ ที่ได้เป็นสมาชิกขององค์กรที่มีวัฒนธรรมที่เหมาะสม ที่แข็งแกร่ง เช่น กรณีของบริษัท ปูนซีเมนต์ไทย เป็นต้น

3. เป็นเครื่องมือชี้แนะแนวทางสำหรับพนักงานในการประพฤติปฏิบัติ หรือกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์กร ทำให้เรารู้ว่าอะไรทำได้ อะไรไม่ควรทำที่องค์กรแห่งนี้ วัฒนธรรมจึงเป็นกลไกในการควบคุมพฤติกรรมของคนในองค์กรนั้นด้วย

4. ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ เช่น ความขยันขันแข็งแบบจีนของบริษัทในเครือซีพีความพร้อมในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่แบบบริษัท 3 M การเน้นในทางการบริการที่เป็นเลิศแบบเอ็มเคสุกี้ เป็นต้น

5. ช่วยให้องค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เช่น วัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ การกล้าเสี่ยง การให้กล้าทดลอง ให้สร้างสรรค์ให้อิสระ ให้รับผิดชอบ และการเปิดรับข้อมูลและสิ่งใหม่ ๆ จากภายนอก

6. ทำให้เกิดอาณาเขตขององค์กรมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในแต่ละองค์กร ทำให้เกิดความแตกต่างที่ชัดเจนในแต่ละองค์กร ทำให้ทราบว่าองค์กรไหนเป็นแบบไหน

องค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร

มีนักวิชาการและผู้สนใจได้ศึกษาเอาไว้มากมายแต่การศึกษานั้นได้ให้ความสนใจเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น โดยขาดการมองอย่างเป็นระบบวัฒนธรรมที่มีอยู่ในองค์กร ทำให้ขาด

ภาพรวมในการเข้าใจวัฒนธรรมองค์กร ในที่นี้นำเสนอเฉพาะวัฒนธรรมที่พบเห็นอยู่ทั่วไปในทุก ๆ องค์กร โดยพนักงานสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมองค์กรได้จากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ อันได้แก่ สัญลักษณ์เรื่องเล่าหรือประวัติศาสตร์ และพิธีกรรม

1. สัญลักษณ์ต่าง ๆ (Material Symbols) ผู้บริหารสามารถใช้สัญลักษณ์ในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมประเภทหนึ่ง สัญลักษณ์จะเป็นเสมือนสื่อที่แสดงถึงความหมายในเชิงอุปมาอุปมัยที่ผู้ก่อตั้งให้ความชอบธรรมแก่ความคิด พฤติกรรม โลโก้ ความเชื่อ พิธีกรรม อารมณ์และความรู้สึกได้เช่น องค์กรจะมีสัญลักษณ์ประจำองค์กร ตราประจำองค์กร รูปปั้นของผู้ก่อตั้ง ลักษณะการออกแบบอาคารที่โดดเด่นอันแสดงถึงความคิด และอุดมการณ์ของผู้ก่อตั้งที่ถ่ายทอดออกมาทางสัญลักษณ์ที่ตนสร้างขึ้น ซึ่งสัญลักษณ์นี้ในบางครั้งผู้กำหนดเชื่อว่าจะสามารถใช้เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติของสมาชิกได้ เช่น รูปปั้นของ ดร.ปรีดี พนมยงค์ และรูปปั้นของ ดร.ป๋วย อึ้งภากรณ์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ทำให้ชาวธรรมศาสตร์ระลึกถึงท่านทั้งสอง และตระหนักในค่านิยมของชาวธรรมศาสตร์ที่ว่า ธรรมศาสตร์เป็นมหาวิทยาลัยของประชาชนธรรมศาสตร์สอนให้รักประชาชนและรับใช้สังคม เป็นต้น

2. เรื่องเล่า หรือประวัติศาสตร์ขององค์กร (Stories หรือ Histories) เรื่องเล่า ที่บอกต่อ ๆ กันมามักมีวีรบุรุษ และวีรกรรมที่นำเอาเยี่ยงอย่าง ควรค่าแก่การจดจำและสอนพนักงานถึงค่านิยมบางอย่างที่สำคัญขององค์กร เรื่องเล่าวีรบุรุษหรือวีรกรรมแบบนี้อาจจะไม่ใช่เรื่องจริงทั้งหมด แต่ประเด็นคือต้องการให้พนักงานรุ่นหลังได้เห็นถึงแนวทางปฏิบัติและค่านิยมบางอย่างที่มีคุณค่าขององค์กร เช่นที่ บริษัท 3 M ผู้บริหารระดับสูงมีเรื่องเล่าต่อ ๆ กันมา ถึงโครงการพัฒนาสินค้า โครงการนั้นผู้บริหารระดับสูงได้สั่งให้ระงับไปแล้ว แต่วีรบุรุษของเรื่อง ยังคงดำเนินการพัฒนาต่อไปอย่างลับ ๆ และในที่สุดโครงการนั้น ประสบความสำเร็จอย่างมาก เรื่องเล่านี้ต้องการสื่อให้พนักงานมีความกล้าเสี่ยงต่อไป จนประสบความสำเร็จประวัติศาสตร์ทุกองค์กรมีเรื่องเล่าสู่กันฟังเสมอว่าองค์กรมีความเป็นอย่างไรนั้นก่อตั้งเมื่อไร ใครเป็นผู้ก่อตั้ง ตลอดเวลาที่ผ่านมาองค์กรเผชิญกับอะไรมาบ้าง คล้ายคลึงกับชีวิตมนุษย์ที่มีการวิวัฒนาการเรื่อย ๆ มีการเรียนรู้ และสั่งสมพฤติกรรมไปในทิศทางที่แตกต่างกันองค์กรเช่นเดียวกันกับชีวิตมนุษย์ทั้งหลาย ที่มีการเรียนรู้ ศึกษาถึงประสบการณ์ที่ประสบความสำเร็จหรืออาจล้มเหลวในอดีตที่ผ่านมาและพยายามปรับปรุงตัวเองเรื่อย ๆ มา จนกระทั่งก่อรูปร่างลักษณะให้เห็นได้เด่นชัดมากยิ่งขึ้นว่า องค์กรแต่ละองค์กรมีความเชื่อ ประเพณี ค่านิยมและแนวทางปฏิบัติของตนอย่างไรในปัจจุบัน และบุคคลที่มีความสำคัญยิ่งในการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากแหล่งกำเนิดนี้ได้แก่ ผู้ก่อตั้งองค์กรนั่นเอง เพราะเป็นผู้บุกเบิกและรู้ความเป็นมาขององค์กรตั้งแต่เริ่มต้นเป็นอย่างดี ผู้ก่อตั้งอาจใช้วิธีการต่าง ๆ ในการสร้าง พัฒนา และการถ่ายทอดวัฒนธรรมไปยังคนรุ่นใหม่ ๆ ได้หลายวิธีการ

3. พิธีกรรม (Rituals) และพิธีการ (Ceremonies) ประเพณีต่าง ๆ ที่องค์กรเคยปฏิบัติกันต่อ ๆ มานับเป็นองค์ประกอบหนึ่งของวัฒนธรรม พิธีกรรมต่าง ๆ ทั้งเป็นเรื่องเล็ก ๆ จนถึงเรื่องใหญ่ ๆ เช่น การแข่งขันกีฬาสีระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในองค์กร การแจกรางวัลแก่ลูกน้องที่มีผลงานดีเด่นประจำดี การเดินพาเหรด จัดแข่งขันการทำงานระหว่างแผนกงานพิธีเลี้ยง ต้อนรับผู้บริหารคนใหม่ เป็นต้น หรือแม้กระทั่งการกำหนดให้วันใดวันหนึ่งเป็นพิเศษขององค์กร เช่น วันก่อตั้งองค์กรหรือการกำหนดจัดสัปดาห์เพื่องานพิเศษ ๆ ขององค์กรเป็นประจำทุกปี เหล่านี้จัดว่าเป็นวัฒนธรรมขององค์กรในแง่ของพิธีกรรมทั้งสิ้น พิธีกรรมที่ไม่ค่อยสำคัญนักอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้เรื่อย ๆ แต่ไม่ถึงบ่อยนัก โดยมากแล้วเป็นสิ่งที่ปฏิบัติกันมาทุกปี หรือทุกครั้งเมื่อถึงเวลาของการทำกิจกรรมนั้น หรือมีเหตุการณ์สำคัญ พิธีกรรมนี้เป็นวัฒนธรรมที่สามารถทำความเข้าใจได้ง่ายกว่าวัฒนธรรมในลักษณะอื่น ๆ ที่ต้องอาศัยการสังเกตและทำความเข้าใจในความหมายที่สื่อออกมาในหลาย ๆ สถานการณ์สามารถสรุปความหมายได้อย่างถูกต้องนอกจากนี้ เสริมองค์ประกอบของวัฒนธรรมองค์กร ดังต่อไปนี้

ค่านิยม (value)

ค่านิยมเป็นแนวคิดและความเชื่อพื้นฐานขององค์กรค่านิยมเปรียบเสมือนหัวใจของวัฒนธรรมองค์กร ค่านิยมในความหมายที่เด่นชัดสำหรับบุคลากรแล้วชี้ถึงความสำเร็จภายในองค์กรในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กรที่มีวัฒนธรรมแข็งแกร่งต่างมีระบบค่านิยมที่ซับซ้อนที่บุคลากรต่างรู้กันดีถ้าวัฒนธรรมมีตัวตนเช่นมนุษย์ ค่านิยมคือวิญญาณ วีรบุรุษคือร่างกาย วีรบุรุษคือร่างที่มีวิญญาณและสร้างความแข็งแกร่งให้องค์กร วีรบุรุษสร้างแบบจำลองบทบาทให้พนักงานปฏิบัติตาม วีรบุรุษคือผู้กระตุ้นให้พลังแก่ผู้ที่นับถือเขา เมื่อเกิดความยากลำบากวีรบุรุษไม่หวั่นไหว เขาทำสิ่งที่คนอื่นอยากทำแต่ไม่กล้าทำ วีรบุรุษเป็นสัญลักษณ์เหนือกว่าบุรุษเหนือกว่าปกติ ดังนั้นองค์กรต้องการวีรบุรุษ คือความเป็นผู้นำ

วีรบุรุษ (Hero)

คนที่เป็นวีรบุรุษสะท้อนทางวัฒนธรรมและเป็นแบบอย่างให้บุคลากรคน อื่น ๆ เห็นและทำตาม คนบางคนเกิดมาเป็นวีรบุรุษ เช่น ผู้สร้างธุรกิจอเมริกาที่มองการณ์ไกล บางคนเป็นวีรบุรุษที่ “สร้างขึ้นมา” จากผลงานอันทรงคุณค่าควรแก่การทรงจำ องค์กรหลายแห่งพยายามชี้นำคนของตนเองให้เล่นบทวีรบุรุษ ทำงานดี ขยัน ตรงต่อเวลา ฯลฯ โดยเชื่อว่า คนอื่นพยายามเลียนแบบพฤติกรรมของเขา องค์กรที่มีวัฒนธรรมแข็งแกร่งบางแห่งมีวีรบุรุษหลายคนและหลายรูปแบบ แต่ทุกรูปแบบเป็นแบบจำลองตัวอย่าง แสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่คนในองค์กรคนอื่น ๆ น่าทำตาม
กริช สืบสนธิ์ (2538)

บรรยากาศองค์กร (Organization Climate)

วัฒนธรรมองค์กรและและบรรยากาศองค์กรทั้งสองคำนี้มีความหมายใกล้เคียงกันมากกล่าวคือ ทั้งวัฒนธรรมองค์กรและบรรยากาศองค์กรแสดงให้เห็นถึงบุคลิกลักษณะขององค์กร

ด้วยกันทั้งเป็นสิ่งที่สมาชิกในองค์กรรับรู้หรือแม้แต่บุคลิกภายนอกที่สามารถสังเกตได้ถ้าศึกษาลึกซึ้งแล้วจะพบว่าบรรยากาศนั้นประกอบด้วยมิติหลาย ๆ มิติ เช่น มิติความสัมพันธ์ที่อบอุ่น และแรงสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานในองค์กร เพื่อให้สมาชิกทุกคนเกิดความผูกพันและเคารพองค์กรมากขึ้น เป็นต้น สามารถสรุปองค์ประกอบที่สำคัญของบรรยากาศองค์กรได้ 4 องค์ประกอบคือ

1. ความเป็นอิสระในงาน หมายถึง การเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ทำงานโดยลำพัง สามารถใช้วิจารณญาณของตนเองตัดสินใจตอบโต้และแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้เอง

2. ลักษณะทางโครงสร้าง หมายถึง ลักษณะการกำหนดวัตถุประสงค์และขอบข่ายของอำนาจหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคน รวมทั้งวิธีการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. ระบบการให้รางวัลตอบแทน หมายถึง การให้รางวัลตอบแทนแก่สมาชิกทั้งในรูปที่เป็นวัตถุและไม่ใช่วัตถุ ตลอดจนลักษณะการให้คุณและโทษว่ามีความยุติธรรมมากน้อยเพียงใด

4. ลักษณะความสัมพันธ์ของสมาชิกในองค์กร หมายถึง ความสัมพันธ์ในกลุ่มสมาชิกทุกคนว่ามีความแน่นแฟ้น อบอุ่นเพียงใด ภาวะผู้นำในองค์กรเป็นอย่างไร ลักษณะการปฏิบัติต่อกันและการประสานความร่วมมือช่วยเหลือเกื้อกูลกันเป็นอย่างไรบ้าง

แนวทางการเกิดวัฒนธรรมและการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่

โดยทั่วไปพบว่าวัฒนธรรมเกิดจากผู้ก่อตั้ง และสมาชิกเริ่มแรกขององค์กร จะกำหนด (Set) มาตรฐานของพฤติกรรมบางสิ่งบางอย่างขึ้นมา เช่น ผู้พันแซนเดอร์ ผู้ก่อตั้ง KFC ได้กำหนดมาตรฐานของวัตถุดิบและกระบวนการปฏิบัติงานของร้าน KFC หรือที่ Microsoft บิลล์ เกตต์ ผู้ร่วมก่อตั้ง ได้สร้างแบบอย่างในการทำงานอย่างหนัก (Exceptional long hours) ให้แก่พนักงาน ทั้งหลายได้ยึดถือเป็นแบบอย่าง หรือ เรย์ ครอก ผู้ก่อตั้ง McDonald ได้สร้างค่านิยมในเรื่องสินค้าที่ต้องมีคุณค่าและมีราคาเหมาะสม มีความสะอาด และมีบริการที่ดี หลังจากนั้นวัฒนธรรมอาจคงอยู่ (Sustain) และสืบทอดต่อไปด้วยแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูง (Top Management) การประพฤติปฏิบัติของผู้บริหารระดับที่สืบทอดต่อมา ที่กระทำตนเป็นแบบอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อเน้นย้ำค่านิยม และวิถีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผู้ก่อตั้งได้สร้างสรรค์ไว้

2. การสรรหาและการคัดเลือก (Recruitment and Selection) คนประเภทใดที่เรารับเข้ามา และเจริญก้าวหน้าในองค์กรนั้น โดยทั่วไปมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกบุคคลเข้ามาดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ส่วนมากกระบวนการคัดเลือกเป็นกระบวนการที่ต้องการค้นหาบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับองค์กรมากที่สุด กล่าวคือ องค์กรพยายามคัดเลือกและบรรจุบุคลากรที่มีบุคลิก ความเชื่อ ค่านิยม และการรับรู้ที่สอดคล้องกับองค์กรมากที่สุด คนที่เข้ามาเป็นสมาชิกขององค์กรได้ ต้องเข้าใจและยอมรับค่านิยม บรรทัดฐานและวัฒนธรรมขององค์กรนั้น ๆ เท่ากับว่าองค์กรไม่เปิดโอกาส

ให้คนที่มีค่านิยมและความเชื่อไม่ตรงหรือปฏิปักษ์ต่อองค์กรเข้ามาอยู่ในองค์กรเพราะยากแก่การอยู่ร่วมกันและยากต่อการบริหารงาน

3. กระบวนการกล่อมเกลาเรียนรู้ทางสังคมในองค์กร (Organization Socialization Process) เป็นกระบวนการในการปรับพนักงานให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กร กระบวนการกล่อมเกลาเรียนรู้ทางสังคมเป็นกระบวนการที่ทำให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้มาตรฐานการทำงาน แบบแผน และปฏิบัติต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติที่เหมาะสม กระบวนการเรียนรู้ช่วยในการถ่ายทอดวัฒนธรรมทุกอย่างที่ผู้ก่อตั้งหรือผู้นำองค์กรไปเรื่อย ๆ ไม่มีสิ้นสุด ถ้าขาดเสียซึ่งกระบวนการนี้อาจทำวัฒนธรรมในองค์กรนี้เสื่อมสลายลงไปเรื่อย ๆ เนื่องจากวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในองค์กรนั้นโดยส่วนใหญ่แล้วไม่มีการเขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นกระบวนการกล่อมเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่สำคัญมากในการส่งผ่านวัฒนธรรม

สมาชิกที่เข้าองค์กรใหม่ ๆ ในระยะแรกไม่คุ้นเคยกับสถานที่ทำงานธรรมเนียมปฏิบัติในการทำงาน เพื่อนร่วมงาน ลักษณะงาน ค่านิยม และอื่น ๆ ในองค์กร องค์กรต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกใหม่ได้ปรับตัวเองให้เข้าสภาพแวดล้อมใหม่ เหล่านี้ โดยผ่านกระบวนการกล่อมเกลาเรียนรู้ทางสังคมเพื่อสมาชิกใหม่เกิดความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร เกิดความสะดวกสบายใจในการทำงาน เกิดความมั่นใจตนเองในการแสดงออกพฤติกรรมต่าง ๆ ไม่รู้สึกสับสนว่าควรทำอะไรอย่างไร นอกจากนี้กระบวนการกล่อมเกลาทางสังคมนี้ยังช่วยให้สมาชิกทุกคนแสดงพฤติกรรมออกไปในทิศทางเดียวกันซทำให้ง่ายแก่การติดต่อสื่อสาร ประสานงาน ลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้ จากการที่มีความเชื่อและค่านิยมที่ต่างกันในแง่การบริหารงานบุคคลให้มีค่านิยมและเชื่อในสิ่งที่องค์กรต้องการให้เชื่อในส่วนที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรนี้ องค์กรสามารถปลูกฝังได้ วิธีการคือ การปฐมนิเทศ เป็นกระบวนการถ่ายทอดให้สมาชิกได้ทราบถึงองค์กรโดยส่วนรวม ตั้งแต่ประวัติความเป็นมา ระเบียบข้อบังคับ เงื่อนไขต่าง ๆ ที่สมาชิกใหม่ควรทราบก่อนได้ลงมือปฏิบัติงานไปแล้วสักระยะหนึ่งและเพื่อเปิดโอกาสให้สมาชิกได้ปรับตัวเองผ่านกระบวนการปรับเปลี่ยนที่องค์กรจัดหามาให้ ไม่ว่ากระบวนการกล่อมเกลานั้นจะใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่งหรือทั้งสองวิธีก็ องค์กรสามารถจัดการให้กับสมาชิกในรูปแบบที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ รายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม โดยใช้เวลาจำกัดหรือไม่ระบุเวลาที่แน่นอนได้ หรือให้มีพี่เลี้ยงคอยแนะนำ เป็นต้น

กระบวนการเรียนรู้ทางสังคมนั้น ประกอบด้วยช่วงเวลาที่สำคัญ 3 ช่วงคือ

1. ช่วงก่อนเข้ามาสู่องค์กร (Pre-arrival Stage) เป็นช่วงที่ผู้สนใจจะเรียนรู้เกี่ยวกับองค์กรและงานที่เขาสนใจ เขาตั้งความคาดหวังบางอย่างไว้ ดังนั้นองค์กรบางแห่ง จัดกิจกรรมเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับคนที่สนใจเข้ามาสู่องค์กรนั้น เช่น บริษัท ยูนิลิเวอร์ โฮลดิ้ง จัดโครงการ Business Camp โดยให้นักศึกษาชั้นปีที่ 4 ของมหาวิทยาลัยชั้นนำ สมัครเข้าร่วมโครงการมีการร่วมกิจกรรมแคมป์ปิ้งนอกสถานที่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักศึกษาพัฒนาทักษะในการเป็นผู้นำ

การทำงานร่วมกับผู้อื่นตลอดจนได้มีโอกาสรู้จักองค์กร เรียนรู้โครงสร้างและระบบงานก่อนได้รับประสบการณ์จริง เมื่อเข้าทำงานในองค์กร

2. ช่วงที่เข้ามาสู่องค์กร (Encounter Stage) เป็นช่วงที่บุคคลเข้ามาสู่องค์กร เผชิญกับสภาพความเป็นจริงขององค์กรนั้น ๆ ถ้าความคาดหวังกับความจริงสอดคล้องกับบุคคลผู้นั้นอาจดำรงเป็นสมาชิกขององค์กรต่อไปนี้ แต่หากความคาดหวังและความเป็นจริงแตกต่างกันมาก บุคคลผู้นั้นอาจไม่สามารถทนอยู่ต่อไปได้ และอาจจากองค์กรนั้นไปสู่องค์กรอื่น ๆ ต่อไป

3. ช่วงของการเปลี่ยนแปลง (metamorphosis Stage) หากบุคคลผู้นั้นยังอยู่ในองค์กรอาจเกิดการเปลี่ยนแปลงในค่านิยม บรรทัดฐานและความเชื่อตามที่วัฒนธรรมองค์กรที่ต้องการ โดยมีกลไกหรือแนวทางที่องค์กรจัดในเรื่องการเรียนรู้ทางสังคมต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

3.1 จัดกิจกรรมอย่างเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ เพื่อไม่ให้สมาชิกใหม่เกิดความรู้สึกแปลกแยก องค์กรกระทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยให้ทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานทันทีไม่มีการแบ่งแยกว่าใครเป็นคนเก่าหรือคนใหม่อย่างเด่นชัด กระบวนการกล่อมเกลาในรูปแบบนี้จัดเป็นการเรียนรู้การทำงาน พฤติกรรม ความเชื่อ อย่างไม่เป็นทางการ สมาชิกมีโอกาสได้เรียนรู้อย่างลองผิดลองถูกอย่างเต็มที่ มีอิสระเลือกเชื่อในสิ่งที่อย่างที่อยากเชื่อและสามารถค้นหาถึงสิ่งที่ตนสงสัยด้วยตนเอง วิธีการนี้เสียเวลามากถ้าให้พฤติกรรมของสมาชิกเข้ารูปเข้ารอยตามที่ต้องการ

ในทางตรงข้ามการกล่อมเกลาอย่างเป็นทางการนั้นไม่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้ศึกษาเองอย่างที่ต้องการ การเรียนรู้อยู่ภายใต้กรอบที่ผู้นำในองค์กรได้วางเอาไว้ว่าเป็นไปในรูปแบบใด ควรรู้อะไรบ้าง ซึ่งวิธีการจัดดำเนินการกล่อมเกลาทำให้สามารถบอกได้ว่าใครเป็นสมาชิกใหม่ เพราะต้องคอยเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในองค์กร ไปทีละเล็กทีละน้อยตามแต่องค์กรจัดให้เป็นระยะ ๆ

3.2 จัดกิจกรรมเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มอีกวิธีการหนึ่งการกล่อมเกลาคือกระทำเป็นรายบุคคล สมาชิกใหม่แต่ละคนได้รับการเอาใจใส่ในการเรียนรู้วัฒนธรรมขององค์กรโดยที่องค์กรไม่พยายามเปลี่ยนแปลง หรือหล่อหลอมความคิด ความเชื่อของแต่ละคนให้เข้ากับวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในองค์กรแต่อย่างใด ในขณะที่การจัดกิจกรรมในการกล่อมเกลาทางสังคมเป็นกลุ่มต้องมีการเลือกกลุ่มให้สมาชิกใหม่ได้เรียนรู้ ในลักษณะนี้ทำให้สมาชิกใหม่มีความเชื่อและค่านิยมคล้อยตามวัฒนธรรมย่อย ๆ ของกลุ่มที่ได้เข้าไปคลุกคลีด้วย

3.3 จัดเวลาในการทำกิจกรรมที่แน่นอนหรือยืดหยุ่นได้ในกระบวนการกล่อมเกลาวัฒนธรรมในองค์กรนั้น เวลาเป็นสิ่งที่สำคัญมากกว่าการให้สมาชิกเรียนรู้ไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีเวลากำหนดว่าเมื่อไรสมาชิกยอมรับและกลมกลืนเข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรได้อย่างไม่เคอะเขินหรือว่าจะระบุ ไว้อย่างชัดแจ้งว่าเมื่อเวลาผ่านไปสมาชิกน่าเรียนรู้อะไรไปบ้าง ความยืดหยุ่นของเวลานี้ที่พิจารณากันโดยปกติจัดระยะเวลานานแค่ไหนขึ้นอยู่กับลักษณะและประเภทของงานตามวิชาชีพ

สำหรับลักษณะงานที่ปฏิบัติอย่างจำเจเป็นประจำทุกวัน การเรียนรู้ควรใช้เวลาที่จำกัดเพราะมีระเบียบแบบแผนการปฏิบัติอย่างชัดแจ้ง ทำให้ง่ายแก่การเรียนรู้ แต่งานที่ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนตายตัวว่าควรปฏิบัติอย่างไร อาศัยเวลามากในการลองผิดลองถูก ดังนั้นเวลาที่ใช้ควรมีการยืดหยุ่นให้มาก ๆ

3.4 ยอมรับในสิ่งที่ติดตัวพนักงาน หรือพยายามขจัดออกไป เช่น โครงการปฐมนิเทศแบบเข้มข้น ที่ปลูกฝังแนวคิดค่านิยมและความเชื่อขององค์กรอย่างเต็มที่ ไม่ให้ใช้ความคิดความเชื่อแบบอื่น ๆ ที่พนักงานเคยรับรู้มา

3.5 จัดให้มีพี่เลี้ยงด้วยเหตุผลที่องค์กรไม่ต้องการให้เกิดวัฒนธรรมที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมขององค์กรที่ดำเนินอยู่ องค์กรส่วนใหญ่โดยเฉพาะองค์กรธุรกิจจัดหาพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำปรึกษาแก่สมาชิกใหม่ เพื่อให้สมาชิกเกิดความอบอุ่นใจมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น เพราะมีผู้คอยชี้แนะทางถูกที่ควรให้และองค์กรพอใจที่ไม่ต้องเสียเวลาในการกล่อมเกลามากจนเกินเหตุ

โดยที่องค์กรที่ได้รับการยกย่องว่ามีกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมที่เข้มแข็ง เป็นแบบฉบับ คือ ดิสนีย์ มีการปฐมนิเทศอย่างเป็นทางการและมีกิจกรรมนอกเวลางานที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และหล่อหลอมให้บุคลากรมีความคิดแบบดิสนีย์ โดยพยายามสนับสนุนให้บุคลากรมีกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดปิคนิคด้วยกัน ร่วมกันเข้าแคลม์ด้วยกัน เล่นกีฬาร่วมกันจากการดำเนินการถ่ายทอดวัฒนธรรม ผ่านกระบวนการกล่อมเกลาเรียนรู้ทางสังคมด้วยวิธีการ และรูปแบบในลักษณะต่าง ๆ ข้างต้น ประกอบกับพิจารณาระบบการให้รางวัลตอบแทนลักษณะการติดต่อสื่อสาร การใช้ภาษา คำพูด ในหมู่สมาชิกต่าง ๆ ในองค์กร ทำให้พอมองเห็นภาพรวมทั้งหมดว่าองค์กรมีลักษณะวัฒนธรรม บุคลิกภาพเป็นอย่างไร สำหรับองค์กรที่มีบุคลิกที่แข็งแกร่งในที่นี้หมายถึง ความเข้มแข็งของวัฒนธรรมมากจนในบางครั้งทำให้องค์กรไม่อาจรับวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่สมาชิกคนอื่น ๆ นำเข้ามา แต่สำหรับองค์กรที่เปิดกว้างให้มีวัฒนธรรมย่อย ๆ มากมายเพื่อประโยชน์แก่การสนับสนุนให้สมาชิกมีความคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ เสมอเปิดโอกาสให้สมาชิกใหม่นำความเชื่อและค่านิยมที่แปลกออกไปจากที่ปรากฏอยู่ในองค์กรเข้ามาในองค์กรได้

ทั้งนี้สังเกตได้จากการกระบวนการเลือกสรรจะไม่ยุ่งยากมากนั่นหมายความว่าองค์กรยอมรับค่านิยมและความเชื่อที่สมาชิกคนนั้นมีอยู่ตั้งแต่เดิม และไม่กังวลว่า คนใหม่มีความเชื่อที่ขัดแย้งกับวัฒนธรรมขององค์กรหรือไม่ แต่สำหรับองค์กรที่ไม่ปรารถนาเห็นความขัดแย้งทางความเชื่อเกิดขึ้นในองค์กร และองค์กรเองไม่ต้องการแม้ว่าคน ๆ นั้นมีคุณลักษณะครบถ้วนที่ระบุไว้ในตำแหน่งนั้น ๆ องค์กรมีวิธีการคัดเลือกบุคคลเหล่านี้ออกเสียแต่ขั้นแรกของกระบวนการเลือกสรรเท่ากับว่าองค์กรไม่ยอมเปิดโอกาสเกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมขึ้นในองค์กร และการเลือกสรรตัด

คนที่เชื่อต่างจากที่องค์กรปรารถนาออกไปจากองค์กรโดยปริยายเพื่อให้การศึกษาวัฒนธรรมองค์กรมีประโยชน์ยิ่งขึ้น นอกเหนือไปจากการรู้ถึงความหมายของวัฒนธรรมองค์กรมีประโยชน์ในทางปฏิบัติ

4. การออกแบบโครงสร้าง เป็นตัวกำหนดลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ และบุคคลต่าง ๆ องค์กรร่วมกันกำหนดระดับการควบคุมบังคับบัญชาในองค์กรแห่งนั้น เช่น หากมีการจัดโครงสร้างที่เน้นการกระจายอำนาจมาก ๆ สะท้อนถึงความเชื่อมั่นในความสามารถของพนักงานของผู้บริหารระดับสูง ดังนั้นจึงมีการกระจายอำนาจลงมา และมีการควบคุมบังคับบัญชาที่น้อย

5. ระบบต่าง ๆ ขององค์กร และขั้นตอนการปฏิบัติงานที่สำคัญในการทำงานขององค์กรนั้น ๆ โดยมีงานที่เกิดขึ้นเป็นประจำ เช่น รายวัน รายสัปดาห์ หรือรายเดือน รายไตรมาสหรือรายปี งานอาจเกิดขึ้นซ้ำ ๆ ดังนั้น ระบบงานหรือขั้นตอนการทำงานที่ถูกกำหนดซ้ำ ๆ เหล่านี้ถูกออกแบบเพื่อให้เน้นย้ำค่านิยมขององค์กร หรือสื่อสารค่านิยมที่สำคัญที่ผู้บริหารต้องการได้เช่นที่สายการบิน SAS มีนายเจน คาร์ลสัน เป็นผู้บริหารระดับสูง ได้ขอดูรายงานการเข้าออกของสายการบินทุกวัน หล่อหลอมให้พนักงานเขาสนใจในเรื่องการตรงต่อเวลาการทำงานจนทำให้การเข้าออกของเครื่องบินมีอัตราทางการตรงเวลาเพิ่มจาก 85% เป็น 97% ภายในระยะเวลา 2 ปี

6. การออกแบบอาคาร สถานที่ สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในการทำงานเช่น สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางอ้อมในการก่อรูปวัฒนธรรมองค์กร องค์กรทุกองค์กรเป็นระบบเปิดที่ต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เพราะสภาพแวดล้อมไม่ได้มีอิทธิพลต่อ

องค์กรเฉพาะเรื่องการกำหนดกลยุทธ์การบริหาร กลยุทธ์การจัดการองค์ กรอื่น ๆ เท่านั้น ในทางอ้อมวัฒนธรรมได้รับการประเมินจากสมาชิกว่ายอมรับได้หรือไม่พิจารณาจากความเหมาะสมของวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมหนึ่งขององค์กรด้วย และเมื่อสภาพแวดล้อมมีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้างขององค์กร มีผลต่อองค์กรอีกมิติหนึ่งที่เกิดขึ้นจากการจัดระเบียบงานตามลำดับชั้น การบังคับบัญชา (Hierarchy) ตามแนวนอนเช่นกัน ขณะเดียวกันการออกแบบตำแหน่ง การจัดโต๊ะเก้าอี้ ฉากกั้น สไตล์การตกแต่งห้องแสดงให้เห็นค่านิยม หรือความเชื่อบางอย่าง เช่น ส่งเสริมให้มีโอกาสติดต่อสื่อสาร มีปฏิสัมพันธ์กันได้มากน้อยแค่ไหนส่งเสริมการทำงานเป็นทีมหรือไม่ มีความยืดหยุ่นหรือไม่ มีการแบ่งแยกอาณาเขตของแต่ละคนหรือแต่ละฝ่ายชัดเจนมากน้อยแค่ไหน

จุดอ่อนของวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมนั้นให้ประโยชน์กับองค์กรในหลายเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรอาจมีจุดอ่อนโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง (Strong Culture) ย่อมก่อให้เกิดอุปสรรคในหลายประการ ดังต่อไปนี้ สุพานี สฤษฎ์วานิช (2553)

1. เป็นอุปสรรคต่อการเปลี่ยนแปลง (Barrier to Change) เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นวิถีปฏิบัติที่คนคุ้นเคยและเคยชิน การเปลี่ยนแปลงอะไร ที่เปลี่ยนไปจากวัฒนธรรมเดิมมากก็อาจทำได้ยาก เพราะคนไม่ชอบเสี่ยง คนจึงต่อต้านคัดค้านหรือขัดขวางไม่ร่วมมือต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

2. เป็นอุปสรรคต่อความแตกต่าง ในมุมมองแง่คิดใหม่ ๆ เนื่องจากคนมีองค์กรเดียวกันมักคิดอะไรที่เหมือนกัน โดยไม่ค่อยคิดประเด็นที่แตกต่างไปหรือแตกต่างไปจากกรอบของวัฒนธรรมเดิม อาจทำให้องค์กรสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

3. เป็นอุปสรรคต่อการรวมกิจกรรม หรือการครอบครองกิจการ ถ้าองค์กรใช้กลยุทธ์การรวมกิจการ หรือการครอบครองกิจการ ต้องระวังปัญหาของวัฒนธรรมองค์กรที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากองค์กรทั้ง 2 แห่งนั้นมีวัฒนธรรมองค์กรของตนเองต่างกัน ดังนั้นหากเราต้องมารวมกันในขณะที่วัฒนธรรมองค์กรแตกต่างกันมาก ทำให้การรวมกันไม่ประสบความสำเร็จ เช่นกรณีที่บริษัทบันได เป็นผู้ผลิตของเล่นรายใหญ่ของญี่ปุ่น ได้ประกาศล้มเลิกแผนการรวมกิจการกับบริษัท เซกา เอ็นเตอร์ไพรส์ เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ทางด้านวิดีโอเกมส์ของญี่ปุ่น เนื่องจากทางบันไดก่อตั้งมายาวนานกว่าและมีวัฒนธรรมองค์กรแบบครอบครัว ในขณะที่เซกา มีอายุน้อยกว่า 10 ปีและมีวัฒนธรรมองค์กรแบบการขาดความอบอุ่นและเข้มงวด ดังนั้น กิจการไม่สามารถควบคุมกิจการกันได้

นโยบายภาครัฐ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การจัดทำแผนพัฒนาประเทศของไทยนับตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้สถานการณ์เงื่อนไข และการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ทั้งภายในและ ภายนอกประเทศ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) เป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของการวางแผนพัฒนา ประเทศที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม และมุ่งให้ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการพัฒนาเป็นบูรณาการแบบองค์รวมเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุล ต่อมาแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้อัญเชิญ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนา และบริหารประเทศ ควบคู่ไปกับกระบวนทัศน์การพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวมที่มี “คนเป็นศูนย์กลาง การพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 สำหรับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2555) ยังคงน้อมนำ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นแนวทางปฏิบัติและให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-9 และการพัฒนาที่สมดุลทั้งคน สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยมีการเตรียม “ระบบภูมิคุ้มกัน” ด้วยการเสริมสร้างความเข้มแข็งของทุนที่มีอยู่ ใน

ประเทศและการบริหารจัดการความเสี่ยงให้พร้อมรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายในประเทศ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และความอยู่เย็นเป็นสุขของคนไทยทุกคน

ในปี 2552 คุณภาพชีวิตของคนไทยดีขึ้น มีหลักประกันความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลาย และ ความยากจนลดลง แต่ต้องให้ความสำคัญต่อเนื่องกับการพัฒนาคุณภาพคนและสังคม การสร้างความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน และความโปร่งใสในการบริหารจัดการภาครัฐ รวมทั้งการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนา เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคมไทย

การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ประเทศไทยจะต้องเผชิญกับ กระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้ง โอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะข้อผูกพันที่จะเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 จึงจำเป็นต้องนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นมาใช้ในการเตรียมความ พร้อมให้แก่คน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการ เปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไปเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงและการสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศ

1. สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนาประเทศ ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งในระดับโลก และภายในประเทศ ซึ่งมี ผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ สูงขึ้น

2. การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง รวมทั้งภูมิภาคเอเชีย ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่อาทิฮ่องกง เกาหลีสิงคโปร์ ไต้หวัน และ กลุ่มประเทศอาเซียน ที่มีแนวโน้มเป็นศูนย์กลางการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมโลก ขณะที่นโยบายการเปิดประเทศของจีน รัสเซีย พลวัตการขยายตัวของบราซิลและอินเดีย และการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางในภูมิภาค เอเชียจะเพิ่มกำลังซื้อในตลาดโลก นอกจากนี้การรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่สำคัญต่อประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้แก่ การรวมกลุ่มในภูมิภาคเอเชีย ภายใต้กรอบการค้าเสรีของอาเซียนกับจีน ญี่ปุ่น และอินเดีย และการเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 รวมทั้งกรอบความร่วมมืออื่น ๆ อาทิกรอบความร่วมมือเอเชีย- แปซิฟิค จะมีผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทยซึ่งต้องมีการเตรียมความพร้อมในหลายด้าน โดยเฉพาะการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการพัฒนากลไกต่าง ๆ

3. การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของโลกอย่างต่อเนื่อง ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ประชากรสูงอายุในโลกจะเพิ่มขึ้นอีก 81.9 ล้านคน และการเป็นสังคมผู้สูงอายุของประเทศสำคัญ ๆ ในโลก มีผลกระทบต่อการเคลื่อนย้ายกำลังคนข้ามประเทศ เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขณะที่

โครงสร้างการ ผลิตเปลี่ยนจากการใช้แรงงานเข้มข้นเป็นการใช้องค์ความรู้และเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้การพัฒนาคนมุ่งสร้าง ให้มีความรู้ทักษะ และความชำนาญ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อใช้ทดแทนกำลังแรงงานที่ ขาดแคลน ขณะเดียวกัน ประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุมีรายจ่ายด้านสุขภาพเพิ่มขึ้น ทำให้งบประมาณ สำหรับการลงทุนพัฒนาด้านอื่น ๆ ลดลง

4. การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลกส่งผลให้สภาพภูมิอากาศแปรปรวน ในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา อุณหภูมิโลกสูงขึ้นโดยเฉลี่ย 0.2 องศาเซลเซียสต่อทศวรรษ ส่งผลให้สภาพภูมิอากาศแปรปรวนก่อให้เกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติบ่อยครั้งและทวีความรุนแรง อาทิแผ่นดินไหว ดินถล่ม ภูเขาไฟระเบิด อุทกภัย วาตภัย ภัยแล้ง ไฟป่า ระบบนิเวศในหลายพื้นที่ของโลกอ่อนแอ สูญเสียพันธุ์พืชและสัตว์พื้นผิวโลก เปลี่ยนแปลงทางกายภาพ โดยเฉพาะการสูญเสียพื้นที่ชายฝั่งเนื่องจากระดับน้ำที่สูงขึ้น นำไปสู่การย้ายถิ่น ของประชากรที่อยู่อาศัยบริเวณชายฝั่งทะเล รวมทั้งสร้างความเสียหายต่อโครงสร้างพื้นฐาน เขตท่องเที่ยว เขต อุตสาหกรรมที่มีการลงทุนสูงบริเวณพื้นที่ชายฝั่ง โรคระบาดเพิ่มขึ้นก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพของประชากร รวมทั้งการระบาดของโรคและแมลงศัตรูพืชจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง สร้างความเสียหายแก่ผลผลิตทาง การเกษตรและธัญญาหารของโลก รวมทั้งกระทบต่อภาคสังคม อาทิความยากจน การอพยพย้ายถิ่น และการ แย่งชิงทรัพยากร

5. ความมั่นคงทางอาหารและพลังงานของโลกมีแนวโน้มเป็นปัญหาสำคัญ ความต้องการพืชพลังงาน สินค้าเกษตรและอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มประชากรโลก แต่การผลิตพืชอาหารลดลงด้วยข้อจำกัดด้านพื้นที่ เทคโนโลยีที่มีอยู่ และการเปลี่ยนแปลงของภูมิอากาศ ทำให้เกิดความ ขัดแย้งระหว่างการผลิตพืชอาหารและพืชพลังงานในอนาคต ส่งผลให้ผลผลิตอาหารสู่ตลาดลดลง ไม่เพียงพอ กับความต้องการของประชากรโลก หรือมีราคาสูงเกินกว่ากำลังซื้อโดยเฉพาะในกลุ่มประเทศยากจน อาจนำไปสู่การเกิดวิกฤตอาหารโลก

6. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งตอบสนองต่อการดำรงชีวิตของประชาชนมากยิ่งขึ้น ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นาโนเทคโนโลยีเทคโนโลยีชีวภาพ และเทคโนโลยีเกี่ยวกับการทำงานของสมองและจิต ที่เป็นทั้งโอกาสหรือภัย คุกคามในการพัฒนา อาทิการจารกรรมข้อมูลธุรกิจหรือข้อมูลส่วนบุคคล ประเทศที่พัฒนาเทคโนโลยีได้ช้าอาจกลายเป็นผู้ซื้อและมีผลิตภาพต่ำ ไม่สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ และการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียมกัน ของกลุ่มคนในสังคมทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการพัฒนา เป็นความท้าทายในการเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันและลดความเหลื่อมล้ำ

7. การก่อการร้ายสากลเป็นภัยคุกคามประชาคมโลก การก่อการร้ายและ อาชญากรรมข้ามชาติมีแนวโน้มขยายตัวทั่วโลกและรุนแรง มีรูปแบบและโครงข่ายที่ซับซ้อนมากขึ้น ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงของประเทศ ต้องเตรียมความพร้อมในการควบคุมปัจจัยที่เกื้อหนุนการก่อการร้าย และสร้างความร่วมมือในเวทีระหว่างประเทศเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของชาติจากภัยก่อการร้าย

การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีแนวคิดที่ต่อเนื่องจาก แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-10 โดยยังคงยึดหลักการปฏิบัติตาม “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และขับเคลื่อน ให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนยิ่งขึ้นในทุกภาคส่วน ทุกระดับ ยึดแนวคิดการพัฒนาแบบบูรณาการเป็นองค์รวม ที่มี “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มีการเชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการ ทั้งมิติตัวคน สังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้พร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งในระดับ ปัจเจก ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติขณะเดียวกัน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมในกระบวนการพัฒนาประเทศ

ทิศทางการพัฒนาประเทศ การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้ตระหนักถึงสถานการณ์และความเสี่ยง ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในระดับโลกและภายในประเทศ โดยเฉพาะภาวะผันผวนด้านเศรษฐกิจ พลังงาน และภูมิอากาศ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างชัดเจนต่อประเทศไทยทั้งเชิงบวกและลบ ดังนั้น ทิศทางการบริหารจัดการประเทศภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ดังกล่าว จึงเป็นการใช้จุดแข็งและศักยภาพที่มีอยู่ให้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศเพื่อสร้างความ เข้มแข็งและรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจ ภายในประเทศที่เน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตภาคเกษตร และการประกอบการของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องปรับตัวในการเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค ประเทศไทยมีพันธกรณีภายใต้กรอบความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อสามารถใช้โอกาสที่เกิดขึ้นและเพิ่ม ภูมิคุ้มกันของทุนที่มีอยู่ในสังคมไทยได้อย่างเหมาะสม พร้อมก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องสร้างความพร้อมสำหรับเชื่อมโยงด้านกายภาพทั้งโครงสร้างพื้นฐานและระบบ โลจิสติกส์ควบคู่กับการยกระดับคุณภาพคน การเสริมสร้างองค์ความรู้ การพัฒนาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขบเคลื่อนนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

การกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันในมิติต่าง ๆ เพื่อให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน โดยนำทุนของประเทศที่มีศักยภาพ มาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการและเกื้อกูลกัน พร้อมทั้งเสริมสร้างให้แข็งแกร่งเพื่อเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศที่สำคัญได้แก่การเสริมสร้างทุนสังคม (ทุนมนุษย์ทุนสังคม ทุนทางวัฒนธรรม) ให้ความสำคัญกับการ พัฒนาคนและสังคมไทยสู่สังคมคุณภาพ มุ่งสร้างภูมิคุ้มกันตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว และชุมชน สามารถ จัดการความเสี่ยง และปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม

สำหรับการเสริมสร้างทุนเศรษฐกิจ (ทุนกายภาพ ทุนทางการเงิน) มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง โดยใช้ภูมิปัญญา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและความคิด สร้างสรรค์ให้

ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีการเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค ต่าง ๆ บนพื้นฐานการพึ่งพากันและกัน ในส่วนการเสริมสร้างทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงด้านอาหาร การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็น ฐานการผลิตภาคเกษตร มุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจและสังคมคาร์บอนต่ำและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การเตรียม ความพร้อมรองรับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติรวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันด้านการค้า จากเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อม ควบคู่ไปกับการเพิ่มบทบาทไทยในเวทีประชาคมโลก ขณะเดียวกัน จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการประเทศเพื่อสร้างความเป็นธรรมในสังคม ให้ ความสำคัญกับการพัฒนาระบบราชการและข้าราชการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล เพิ่มประสิทธิภาพการกระจาย อำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พัฒนาระบบและกลไกการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและ ประพฤติมิชอบอย่างมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้ประชาชนทุกระดับมีโอกาสเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมอย่าง เท่าเทียมและสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงทรัพยากร ควบคู่ไปกับปลูกจิตสำนึก ค่านิยมประชาธิปไตยและ ธรรมาภิบาลแก่ประชาชนทุกกลุ่ม

วิสัยทัศน์พันธกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายแผนพัฒนาฯ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาประเทศระยะกลาง เพื่อมุ่งสู่ วิสัยทัศน์ระยะยาว ที่ทุกภาคส่วนในสังคมไทยได้เห็นพ้องร่วมกันกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ปี พ.ศ.2570 กำหนด ไว้ว่า “คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตยและหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัย และมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดีเกื้อกูลและเอื้ออาทรกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน อยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

วิสัยทัศน์และพันธกิจ การพัฒนาประเทศในระยะ 5 ปีของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้กำหนด วิสัยทัศน์พันธกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมาย ยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาที่มีลำดับความสำคัญสูง ดังนี้ วิสัยทัศน์ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อ การเปลี่ยนแปลง” พันธกิจ 1) สร้างสังคมเป็นธรรมและเป็นสังคมที่มีคุณภาพ ทุกคนมีความมั่นคงในชีวิต ได้รับการคุ้มครองทางสังคมที่มีคุณภาพอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและกระบวนการยุติธรรม อย่างเสมอภาค ทุกภาคส่วนได้รับการเสริมพลังให้สามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ภายใต้ระบบ บริหารจัดการภาครัฐที่โปร่งใส เป็นธรรม 2) พัฒนาคุณภาพคนไทยให้มีคุณธรรม เรียนรู้ตลอดชีวิต มีทักษะและการดำรงชีวิต อย่างเหมาะสมในแต่ละช่วงวัย สถาบันทางสังคมและชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็ง สามารถปรับตัวรู้เท่าทันกับ การเปลี่ยนแปลง 3) พัฒนาฐานการผลิตและบริการให้เข้มแข็งและมีคุณภาพบนฐานความรู้ความคิด สร้างสรรค์และภูมิ

ปัญญา สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม 4) สร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการมี ส่วนร่วมของชุมชน รวมทั้งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติ

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ 1) เพื่อเสริมสร้างสังคมที่เป็นธรรมและเป็นสังคมสันติสุข 2) เพื่อพัฒนาคนไทยทุกกลุ่มวัยอย่างเป็นองค์รวมทั้งทางกาย ใจ สติปัญญา อารมณ์ คุณธรรม จริยธรรม และสถาบันทางสังคมมีบทบาทหลักในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ 3) เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ คุณภาพ และยั่งยืน มีความเชื่อมโยงกับเครือข่ายการผลิตสินค้าและบริการบนฐานปัญญา นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน มีความมั่นคงทางอาหารและพลังงาน การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การเป็น สังคมคาร์บอนต่ำ 4) เพื่อบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เพียงพอต่อการรักษา สมดุลของระบบนิเวศ และเป็นฐานที่มั่นคงของการพัฒนาประเทศเป้าหมายหลัก 1) ความอยู่เย็นเป็นสุขและความสงบสุขของสังคมไทยเพิ่มขึ้น ความเหลื่อมล้ำในสังคมลดลง สัดส่วนผู้อยู่ใต้เส้นความยากจนลดลง และดัชนีภาพลักษณ์การคอร์รัปชั่นไม่ต่ำกว่า 5.0 คะแนน 2) คนไทยมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีสุขภาวะดีขึ้น มีคุณธรรม จริยธรรม และ สถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็งมากขึ้น 3) เศรษฐกิจเติบโตในอัตราที่เหมาะสมตามศักยภาพของประเทศ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพรวมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3.0 ต่อปีเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ให้มีไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 40 4) คุณภาพสิ่งแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งเพิ่มพื้นที่ป่าไม้เพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ

ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว คาดการณ์ได้ยากและ ซับซ้อนมากยิ่งขึ้น การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ เหมาะสม โดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่าง ๆ ให้เข้มแข็ง ควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้และความคิด สร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน

โดยสรุปการพัฒนาประเทศไทยที่ผ่านมาได้มีการจัดทำแผนพัฒนาประเทศ หรือแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) มาอย่างต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน คือฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ ประเทศไทยต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั้งภายนอกและภายในประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็วและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงต่อการพัฒนาประเทศ จำเป็นต้องนำภูมิคุ้มกันที่มีอยู่พร้อมทั้งเร่งสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้นมาใช้ในการเตรียมความพร้อมให้แก่คน สังคมและระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม สามารถพัฒนาประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป

มติของคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับพลังงาน

นโยบายพลังงานที่อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีได้แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันอังคารที่ 23 สิงหาคม 2554 นโยบายพลังงาน

1. ส่งเสริมและผลักดันให้อุตสาหกรรมพลังงานสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศ ซึ่งถือเป็นอุตสาหกรรมเชิงยุทธศาสตร์ เพิ่มการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานและพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางธุรกิจพลังงานของภูมิภาคโดยใช้ความได้เปรียบเชิงภูมิยุทธศาสตร์

2. สร้างเสริมความมั่นคงทางพลังงาน โดยแสวงหาและพัฒนาแหล่งพลังงานและระบบไฟฟ้าจากทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งให้มีการกระจายแหล่งและประเภทพลังงานให้มีความหลากหลายเหมาะสม และยั่งยืน

3. กำกับราคาพลังงานให้มีราคาเหมาะสม เป็นธรรมและมุ่งสู่การสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง โดยปรับบทบาทกองทุนน้ำมันให้เป็นกองทุนสำหรับรักษาเสถียรภาพราคา ส่วนการชดเชยราคานั้นจะดำเนินการอุดหนุนเฉพาะกลุ่ม ส่งเสริมให้มีการใช้ก๊าซธรรมชาติมากขึ้นในภาคขนส่ง และส่งเสริมการใช้แก๊สโซฮอล์และไบโอดีเซลในภาคครัวเรือน

4. ส่งเสริมการผลิต การใช้ ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก โดยตั้งเป้าหมายให้สามารถทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลได้อย่างน้อยร้อยละ 25 ภายใน 10 ปี ทั้งนี้ ให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างครบวงจร

5. ส่งเสริมและผลักดันการอนุรักษ์พลังงานอย่างเต็มรูปแบบ โดยลดระดับการใช้พลังงานต่อผลผลิตลงร้อยละ 25 ภายใน 20 ปี และมีการพัฒนาอย่างครบวงจร ส่งเสริมการใช้อุปกรณ์และอาคารสถานที่ที่มีประสิทธิภาพสูง ส่งเสริมกลไกการพัฒนาพลังงานที่สะอาดเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกและแก้ปัญหาภาวะโลกร้อนสร้างจิตสำนึกของผู้บริโภคในการใช้พลังงานอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพให้เป็นระบบจริงจังและต่อเนื่องทั้งภาคการผลิต ภาคการขนส่ง และภาคครัวเรือน

นโยบายเร่งด่วนที่เริ่มดำเนินการในปีแรก

1. แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนและผู้ประกอบการเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อและราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

1.1 ชะลอการเก็บเงินเข้ากองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงสำหรับน้ำมันเชื้อเพลิงบางประเภทชั่วคราวเพื่อให้ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงลดลงทันที และปรับโครงสร้างราคาพลังงานทั้งระบบให้มุ่งสู่การสะท้อนราคาต้นทุนพลังงาน

1.2 จัดให้มีบัตรเครดิตพลังงานสำหรับผู้ประกอบอาชีพรถรับจ้างขนส่งผู้โดยสารสาธารณะในวงเงินที่เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงที่ใช้จริงต่อเดือน

1.3 ดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภคและราคาพลังงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่ผู้บริโภคและผู้ผลิต

1.4 แก้ไขปัญหาค่าครองชีพโดยการดูแลราคาสินค้าและการมีรายได้เพื่อเพิ่มกำลังซื้อของประชาชนโดยป้องกันและแก้ไขการผูกขาดทั้งทางตรงและทางอ้อม

นโยบายพลังงานที่อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีได้แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 30 ธันวาคม 2551 นโยบายพลังงาน

1. พัฒนา พลังงานให้ประเทศไทยสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น โดยจัดหาพลังงานให้เพียงพอ มีเสถียรภาพ ด้วยการเร่งสำรวจและพัฒนาแหล่งพลังงานประเภทต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และเร่งให้มีการเจรจากับประเทศเพื่อนบ้านในระดับรัฐบาลเพื่อร่วมพัฒนาแหล่งพลังงาน วางแผนพัฒนาไฟฟ้าให้มีการกระจายชนิดของเชื้อเพลิงที่ใช้ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการจัดหาความผันผวนทางด้านราคา และลดต้นทุนการผลิต ส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียนที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะโครงการผลิตไฟฟ้าขนาดเล็ก และโครงการผลิตไฟฟ้าขนาดเล็กมาก รวมทั้งศึกษาความเหมาะสมในการพัฒนาพลังงานทางเลือกอื่น ๆ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตไฟฟ้า

2. ดำเนินการให้นโยบายด้านพลังงานทดแทนเป็นวาระแห่งชาติ โดยสนับสนุนการผลิตและการใช้พลังงานทดแทน โดยเฉพาะการพัฒนาเชื้อเพลิงชีวภาพและชีวมวล เช่น แก๊สโซฮอล์ (อี 10 อี 20 และอี 85) ไบโอดีเซล ขยะ และมูลสัตว์ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านพลังงาน ลดภาวะมลพิษ และเพื่อประโยชน์ของเกษตรกร โดยสนับสนุนให้มีการผลิตและใช้พลังงานหมุนเวียนในระดับชุมชน หมู่บ้าน ภายใต้มาตรการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสม รวมทั้งสนับสนุนการใช้ก๊าซธรรมชาติในภาคขนส่งให้มากขึ้น โดยขยายระบบขนส่งก๊าซธรรมชาติให้ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ ตลอดจนส่งเสริมและวิจัยพัฒนาพลังงานทดแทนทุกรูปแบบอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

3. กำกับ ดูแลราคาพลังงานให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม มีเสถียรภาพ และเป็นธรรมต่อประชาชน โดยกำหนดโครงสร้างราคาเชื้อเพลิงที่เหมาะสม และเอื้อต่อการพัฒนาพืชพลังงาน รวมทั้งสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงมากที่สุด และบริหารจัดการผ่านกลไกตลาดและกองทุนน้ำมัน เพื่อให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัดและส่งเสริมการแข่งขัน และการลงทุนในธุรกิจพลังงาน รวมทั้งพัฒนาคุณภาพการให้บริการและความปลอดภัย

4. ส่งเสริมการอนุรักษ์และประหยัดพลังงาน ทั้งในภาคครัวเรือน อุตสาหกรรม บริการ และขนส่ง โดยรณรงค์ให้เกิดวินัยและสร้างจิตสำนึกในการประหยัดพลังงานและสนับสนุนการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการจูงใจให้มีการลงทุนจากภาคเอกชนในการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ประหยัดพลังงานและมาตรการ สนับสนุนให้ครัวเรือนลดการใช้ไฟฟ้าในช่วงการใช้ไฟฟ้าสูงสุด รวมทั้งการวิจัยพัฒนาและกำหนดมาตรฐานอุปกรณ์ไฟฟ้าและมาตรฐานอาคารประหยัด พลังงาน ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน และการขนส่งระบบรางเพื่อให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถชะลอการลงทุนด้านการจัด หาพลังงานของประเทศ

5. ส่งเสริมการจัดหาและการใช้พลังงานที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยกำหนดมาตรฐานด้านต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดโครงการกลไกการพัฒนาพลังงานที่สะอาด เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน และลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก

นโยบายพลังงานที่อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่นายสมัคร สุนทรเวช นายกรัฐมนตรีได้แถลงต่อรัฐสภาเมื่อวันจันทร์ที่ 18-20 กุมภาพันธ์ 2551 นโยบายพลังงาน

1. สร้างความมั่นคงทางด้านพลังงาน ด้วยการจัดหาพลังงานให้เพียงพอต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อความอยู่ดีกินดีของประชาชน โดยเร่งรัดให้มีการลงทุนสำรวจและพัฒนาพลังงานทั้งจากในประเทศ เขตพื้นที่พัฒนาร่วม และจากประเทศเพื่อนบ้านให้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือด้านพลังงานกับต่างประเทศ

2. ส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลกิจการพลังงานให้มีราคาพลังงานที่เหมาะสม เป็นธรรม และก่อให้เกิดการแข่งขันลงทุนในธุรกิจพลังงาน โดยมีมาตรฐานคุณภาพการบริการและความปลอดภัยที่ดี

3. พัฒนาและวิจัยพลังงานทดแทนทุกรูปแบบเพื่อเป็นทางเลือกแก่ประชาชนตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมทั้งศึกษาวิจัยและเตรียมความพร้อมเพื่อการตัดสินในพัฒนาพลังงานทางเลือก อื่น ๆ ที่ใช้เทคโนโลยีชั้นสูงและพลังงานที่สอดคล้องกับท้องถิ่น

4. ส่งเสริมการประหยัดพลังงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง รวมทั้งสนับสนุนการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในภาคการผลิต ภาคบริการและภาคประชาชนโดยมีมาตรการจูงใจที่เหมาะสม

5. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตและใช้พลังงานควบคู่ไปกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมกลไกการพัฒนาพลังงานที่สะอาด รวมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการก๊าซเรือนกระจกเพื่อช่วยบรรเทาสภาวะโลกร้อน

จากการศึกษาเกี่ยวกับประกาศของกระทรวงพลังงาน (2556) เรื่องยุทธศาสตร์กระทรวงพลังงาน (พ.ศ. 2557-2561) มีสาระสำคัญดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดหาพลังงานให้เพียงพอต่อความต้องการเป้าประสงค์ มีพลังงานเพียงพอต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชน มีกลยุทธ์หลักคือ

1.1 เร่งรัดจัดหาปิโตรเลียม อาทิ การเปิดสัมมนารอบที่ 21 การศึกษาแนวทางการดำเนินการสัมปทานที่หมดอายุในปี 2565 เป็นต้น

1.2 กระชับความร่วมมือเพื่อรับซื้อ พัฒนาและร่วมทุนโครงการพลังงานจากประเทศเพื่อนบ้านและต่างประเทศเพิ่ม

1.3 ผลักดันโครงการด้านพลังงาน โดยเฉพาะด้านเชื้อเพลิงและโครงสร้างพื้นฐานให้เป็นไปตามแผนการจัดหาที่กำหนดและพัฒนาแผนการจัดหาพลังงานให้เพียงพอต่อความต้องการใช้ในประเทศ อาทิ แผนพัฒนากำลังการผลิตไฟฟ้าของประเทศ แผนพัฒนาพลังงานทดแทน และพลังงานทางเลือก และแผนการจัดหาพลังงานของประเทศ (Energy Procurement Plan) เป็นต้น

1.4 สร้างการมีส่วนร่วมกับภาคประชาชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการพัฒนาโครงการพลังงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างเสริมความมั่นคงและสร้างมูลค่าเพิ่มด้านพลังงานของประเทศ เป้าประสงค์ คือ มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบการบริหารจัดการที่เสริมสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงาน และมีอุตสาหกรรมใหม่ด้านพลังงาน (New Growth) ของประเทศและมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าด้านพลังงานในภูมิภาค มีกลยุทธหลักคือ

2.1 ส่งเสริมการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงาน ครอบคลุม LNG Receiving Terminal ระบบท่อส่งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ คลัง LPG ระบบส่งสายไฟฟ้าที่เป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งประเทศ และ Smart Grid

2.2 กระจายแหล่งและชนิดเชื้อเพลิงที่หลากหลาย โดยผลักดันการพัฒนาโรงไฟฟ้าตามแผนพัฒนากำลังไฟฟ้า (PDP) และกระจายแหล่งจัดหาปิโตรเลียม

2.3 พัฒนาระบบรองรับสภาวะฉุกเฉินป้องกันแก้ไขขาดแคลนพลังงาน อาทิ การเพิ่มน้ำมันสำรองเชิงยุทธศาสตร์เป็น 90 วัน พัฒนา Energy Bridge โดยบูรณาการระบบท่อและระบบคลังสำรองน้ำมันเชิงยุทธศาสตร์ การพัฒนาและซักซ้อมระบบรองรับสภาวะฉุกเฉินด้านพลังงานการโรงไฟฟ้าให้ใช้เชื้อเพลิงสำรองได้

2.4 ปรับปรุงกฎระเบียบการส่งเสริมการค้า การลงทุนพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเชื้อเพลิงและมาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาคอาเซียนให้มีความสอดคล้องกันและสร้างภาคีความร่วมมือระหว่างประประเทศเพื่อสนับสนุนการค้าและการลงทุนในกิจการพลังงาน

2.5 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการซื้อขายไฟฟ้าในภูมิภาค อาทิการตั้ง Regional Power Coordination Center ในไทย เป็นต้น

2.6 สร้างบทบาทนำด้านพลังงานทดแทนในอาเซียนเพื่อเป็นต้นแบบในการให้ประเทศสมาชิกนำไปขยายผล อาทิ การใช้เชื้อเพลิงชีวภาพ เป็นต้น

2.7 สนับสนุนอุตสาหกรรม New Growth ของประเทศ เพื่อผลักดันให้ประเทศเป็น Bio Hub ของโลก อาทิ Biochemical/Bioplastic, Biofluels เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การกำกับดูแลกิจการพลังงานและราคาพลังงาน

เป้าประสงค์ คือ การผลิต การแปรรูปและการขนส่งมีความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ประชาชนได้ใช้พลังงานที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัย และประชาชนเข้าถึงพลังงานในราคาที่เหมาะสมและเป็นธรรมต่อทุกภาคส่วนและสะท้อนต้นทุนที่แท้จริง มีกลยุทธ์ คือ

3.1 วางมาตรการในการกำกับดูแลคุณภาพและความปลอดภัยของสถานประกอบการพลังงานรวมทั้งวางมาตรการป้องกันการลักลอบการใช้ผิดประเภท

3.2 ผลักดันและสนับสนุนการดำเนินงานด้านอาชีวอนามัย ความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการด้วยการติดตามอย่างเป็นระบบและส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

3.3 สร้างระบบการบริหารจัดการอุบติภัยด้านพลังงาน

3.4 ปรับโครงสร้างราคาพลังงานให้สะท้อนต้นทุนก่อนเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกำหนดหลักเกณฑ์การอุดหนุนเฉพาะกลุ่มที่ชัดเจนเท่าที่จำเป็นและเหมาะสม ในการแยกกลุ่มคนที่สมควรได้รับการชดเชยและกำหนดกลไกการชดเชยที่ชัดเจน

3.5 บริหารจัดการกองทุนน้ำมันเชื้อเพลิงให้เป็นกลไกเพื่อลดความผันผวนด้านราคาและเป็นกลไกสนับสนุนพลังงานทดแทนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสม

3.6 สร้างความตระหนักและความเข้าใจให้แก่ประชาชนเกี่ยวกับโครงสร้างต้นทุนและโครงสร้างราคาพลังงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาพลังงานที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป้าประสงค์ คือ 1) ประเทศใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ 2) สัดส่วนการผลิตและการใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น 3) ชุมชนมีการพึ่งพาตนเองในการพัฒนาพลังงานเพื่อสนองความต้องการตามศักยภาพของพื้นที่ มีกลยุทธ์หลัก คือ

4.1 พัฒนากลไก กฎระเบียบ มาตรฐาน มาตรการกฎหมายและมาตรการทางการเงิน

4.2 สร้างความตระหนักและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยให้ความรู้การประหยัดพลังงานกับประชาชนผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วม อาทิ แผนพลังงานชุมชน การใช้อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าประสิทธิภาพสูง เป็นต้น

4.3 สนับสนุนการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมและพัฒนาบุคลากรด้านการอนุรักษ์พลังงาน

4.4 ปรับปรุงประสิทธิภาพโรงงานไฟฟ้าให้สามารถลดค่าความสิ้นเปลืองในการใช้เชื้อเพลิงเฉลี่ยเพื่อการผลิตพลังงานไฟฟ้า (Heat Rate)

4.5 จัดทำแผนปฏิบัติการการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตไฟฟ้าในอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ เช่น โรงน้ำตาล โรงสกัดน้ำมันปาล์ม โรงงานแป้งมันและจัดทำแผนปฏิบัติการการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโรงไฟฟ้าในเขตพื้นที่อุตสาหกรรมหลัก เป็นต้น

4.6 สนับสนุนการดำเนินการเพื่อลดก๊าซเรือนกระจกในภาคพลังงานตามแผนแม่บทรองรับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

4.7 กำหนดเกณฑ์และมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการลงทุน

4.8 ปรับปรุงระบบสายส่งและโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

4.9 ผลักดันการแก้ข้อกฎหมาย กฎระเบียบเดิมที่เกี่ยวข้องและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาพลังงานทดแทนและผลักดันให้มีกฎหมายเฉพาะเพื่อการส่งเสริมและกำกับดูแลพลังงานทดแทน

4.10 ส่งเสริมและสนับสนุนงานวิจัย พัฒนาและสาธิตเทคโนโลยีพัฒนาพลังงานทดแทนโดยร่วมมือกับแหล่งทุนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและเอกชน พร้อมทั้งผลักดันให้มีผลงานวิจัยได้รับการต่อยอดเชิงพาณิชย์ รวมทั้งการสร้างบุคลากรด้านพลังงานเพื่อรองรับการพัฒนาในอนาคต

4.11 สร้างการมีส่วนร่วมและสร้างความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาพลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด

4.12 ส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และการผลิตพลังงานทดแทนในชุมชนเพิ่มมากขึ้นผ่านโครงการส่งเสริมชุมชนลงทุนพัฒนาพลังงานทดแทน ได้แก่ ต้นแบบการเรียนรู้ Biogas/Compressed Bio-methane Gas/พลังงานทดแทนประเภทอื่น ๆ ใช้กลไกของกองทุนพัฒนารอบโรงไฟฟ้าในการพัฒนาพลังงานทดแทนระดับชุมชน

4.13 พัฒนาชุมชนต้นแบบ อาทิ วิสาหกิจพลังงานทดแทนชุมชน (Distributed-Green-Generation : DGG) ชุมชนต้นแบบการจัดการพลังงาน Low Carbon Model Town เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่ยึดมั่นในหลักธรรมาภิบาล

เป้าประสงค์ คือ 1) กระทรวงพลังงานเป็นองค์กรภาครัฐระดับแนวหน้าสมรรถนะสูงตามมาตรฐานสากล 2) ยกระดับสมรรถนะบุคลากร สอดคล้องและก้าวทันกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศมีความพร้อมในการสืบทอดตำแหน่ง มีความพึงพอใจจากการได้รับมอบหมายงานท้าทายและผลตอบแทน ความสำเร็จของงานที่เป็นธรรม 3) พัฒนาขอบข่ายเนื้อหา รูปแบบและช่องทางการนำเสนอข้อมูลและองค์ความรู้ด้านพลังงานให้เหมาะสม ถูกต้อง แม่นยำ เป็นปัจจุบัน ทันสมัย เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกกระทรวงพลังงาน 4) พัฒนาระบบการเชื่อมโยง ติดต่อประสานงานจากส่วนกลาง

และส่วนภูมิภาค ที่มีความทันสมัย และความปลอดภัยจากการเข้าถึงข้อมูล 5) สร้างเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน/มวลชน ให้โอกาสมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวาง 6) ติดตามแก้ไขปัญหาข้อร้องเรียนอย่างมีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน

กฎหมายที่เกี่ยวข้องและการตีความของคณะรัฐมนตรีในการใช้นโยบายพลังงาน

กฎหมายแข่งขันทางการค้าของประเทศไทย

ประเทศไทยมีกฎหมายที่มีลักษณะป้องกันการใช้อำนาจเหนือตลาดของผู้ผลิตมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2480 โดยในยุคนั้นเป็นช่วงหลังสงครามโลกและรัฐบาลมีมาตรการควบคุมการตรึงราคาและกักตุนสินค้าในยามขาดแคลน กฎหมายที่ออกมามา คือ พ.ร.บ. ป้องกันการค้ากำไรเกินควร พ.ศ. 2480

หลังจากนั้นได้มีการแก้ไขสองครั้งและออกฉบับใหม่อีกหนึ่งครั้ง จนกระทั่งในปีพ.ศ. 2522 พ.ร.บ. ป้องกันการค้ากำไรเกินควรถูกยกเลิกโดยมี พ.ร.บ. กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 ขึ้นมาใช้แทนโดย พ.ร.บ. กำหนดราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 นั้นมีผลบังคับใช้ มาจน กระทั่งปี พ.ศ. 2542 รัฐบาลได้ ตราพ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 มาใช้แทนจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามกฎหมายที่มีลักษณะป้องกันการใช้ อำนาจเหนือตลาดของผู้ผลิต ทั้งหมดไม่นำมาบังคับใช้ได้ อย่างจริงจังเนื่องจากสาเหตุทั้งเกี่ยวกับตัวกฎหมายเองและสาเหตุที่เกี่ยวกับกระบวนการการบังคับใช้สำหรับ พ.ร.บ.ราคาสินค้าและป้องกันการผูกขาด พ.ศ. 2522 นั้นมีปัญหาที่บทบัญญัติไม่ครอบคลุมและชัดเจน ตัวอย่างเช่น พ.ร.บ.ดังกล่าวได้ระบุว่า กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์ต้องประกาศอย่างเป็นทางการว่าธุรกิจใดเป็น ธุรกิจที่ถูกควบคุม (มาตรา 31) และสินค้าใดเป็นสินค้าควบคุม (มาตรา 23) แต่ไม่ได้กำหนดหลักเกณฑ์หรือแนวทางใด ๆ เกี่ยวกับนิยามของธุรกิจผูกขาด ธุรกิจที่ควรถูกควบคุม หรือสินค้าที่ควรควบคุมเอาไว้

ส่วนพ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 นั้นเกิดขึ้นโดยความพยายามที่ปรับปรุงกฎหมายป้องกันการผูกขาดให้บังคับใช้ได้จริง โดยการร่างกฎหมายได้เริ่มมีมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2534 สมัยรัฐบาลของนายอานันท์ ปันยารชุน และร่างเสร็จสิ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 แต่ไม่ได้รับการตรากฎหมายจนกระทั่งปีพ.ศ. 2542 ในสมัยรัฐบาลนายชวน หลีกภัย พ.ร.บ.การแข่งขันทางการค้าพ.ศ. 2542 ได้มีการปรับปรุงด้านความชัดเจนมากกว่าฉบับก่อน และกำหนดการกระทำความผิดทางการแข่งขันทางการค้าลักษณะต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและครอบคลุมประเด็นที่สำคัญกล่าวคือ ในหมวด 3 ที่ว่าด้วย“การป้องกันการผูกขาด” ได้บัญญัติมิให้ผู้ประกอบการใช้อำนาจเหนือตลาด (มาตรา 25) มิให้มีการควบรวมกิจการที่ทำให้เกิดการผูกขาด (มาตรา 26) มิให้ร่วมมือกันเพื่อผูกขาดหรือลดการแข่งขัน (มาตรา 27) มิให้มีการกีดกันการแข่งขัน (มาตรา 28 และ 29) ถึงอย่างไรตาม พ.ร.บ. การแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 ยังไม่เคยนำไปบังคับใช้ได้อย่างจริงจัง ทั้ง ๆ ที่ในความ

เป็นจริงอาจมีธุรกิจฝ่าฝืนกฎหมายอยู่ แต่ส่วนใหญ่ไม่ได้รับการดำเนินคดีหรือได้รับการประนีประนอม เนื่องจากความไม่ชัดเจนของข้อกฎหมาย ความไม่อิสระของคณะกรรมการ และการแทรกแซงทางการเมือง วรรณวิภางค์ มานะโชติพงษ์ (2558)

ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

เมื่อวันที่ 20 มี.ค. 2558 ที่ผ่านมาได้มีการประกาศกฎกระทรวง ฉบับที่ 24 (พ.ศ. 2558) ออกตามความพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ลงในราชกิจจานุเบกษาเกี่ยวกับเรื่องการยกเว้นสถานีบริการก๊าซธรรมชาติหลัก NGV (Mother Station) ทั่วประเทศจำนวน 19 สถานี ให้ไม่ต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 การออกกฎหมายดังกล่าวส่งผลให้การดำเนินสถานีบริการ NGV ในปัจจุบันไม่ต้องถูกระงับชั่วคราวและการขยายสถานีบริการ NGV ในอนาคตสามารถกระทำได้ง่ายขึ้น มีสาระสำคัญดังนี้

1. เมื่อปีพ.ศ. 2547 อันเนื่องมาจากการเริ่มปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมันโลกภาครัฐได้มีนโยบายในการส่งเสริมการใช้ก๊าซธรรมชาติเป็นพลังงานทางเลือกเพื่อให้ประชาชนทั่วไปใช้สำหรับเป็นเชื้อเพลิงในภาคขนส่งหรือที่เรารู้จักกันในชื่อของ NGV (Natural Gas for Vehicle) กระทรวงพลังงานได้มอบหมายให้ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในฐานะหน่วยงานของรัฐด้านพลังงานเป็นผู้ดำเนินการนโยบายดังกล่าวดังนั้น ปตท. ได้เริ่มดำเนินการก่อสร้างสถานีบริการ NGV ขึ้นเพื่อให้บริการจำหน่ายก๊าซธรรมชาติสำหรับยานยนต์หรือ NGV ให้แก่ประชาชนทั่วไป

2. สถานีบริการหลัก NGV ตามจังหวัดต่าง ๆ จำนวน 19 สถานีทั่วประเทศได้ทำหน้าที่เป็นสถานีแม่ในการกระจายก๊าซธรรมชาติไปยังสถานีลูกในจังหวัดใกล้เคียง ได้ดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องภายใต้การกำกับดูแลของกรมธุรกิจพลังงาน จนกระทั่งถึงปี พ.ศ. 2555 ได้รับแจ้งจากกระทรวงอุตสาหกรรมว่า สถานีบริการ NGV เข้าข่ายเป็นโรงงาน ต้องขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน (ร.ง.4) มิเช่นนั้นแล้วอาจถูกสั่งให้ระงับการบริการได้

3. สาเหตุที่มีการตีความเช่นนี้นั้น เนื่องจากกฎกระทรวงอุตสาหกรรมลำดับที่ 91 (2) ออกตามความพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ได้ระบุว่าการดำเนินกิจการที่มีการบรรจุก๊าซให้ถือว่าเป็นกิจการที่เป็นโรงงานกระทรวงอุตสาหกรรมพิจารณาว่าการบรรจุก๊าซใส่ในรถขนส่งของสถานีบริการหลัก NGV เพื่อขนส่งไปยังสถานีลูกต่าง ๆ เป็นการบรรจุก๊าซตามกฎหมายแล้วผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการตีความ นับตั้งแต่สถานีบริการ NGV เริ่มเปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลา 9 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2547 จนถึง ปีพ.ศ. 2555 นั้น ได้รับใบอนุญาตจากกรมธุรกิจพลังงานมาโดยตลอดและไม่เคยได้รับการแจ้งจากกรมโรงงานอุตสาหกรรมให้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงงาน ดังนั้น การตั้งสถานีบริการ NGV สามารถกระทำได้ในเขตผังเมืองรวมตามจังหวัดต่าง ๆ โดยไม่ขัดต่อข้อห้ามตั้งโรงงานในเขตผังเมืองรวมแต่อย่างใด

การตีความของกระทรวงอุตสาหกรรมในปี พ.ศ. 2555 ที่ให้สถานีบริการ NGV เป็นโรงงาน

นั้น มีผลทำให้สถานีบริการ NGV ที่ก่อสร้างมาก่อนหน้านี้ภายในเขตผังเมืองรวมไม่สามารถประกอบกิจการได้ทันที เพราะเป็นโรงงาน ประกอบไปด้วยสถานีบริการ NGV กรุงเทพมหานคร ราชบุรี สระบุรี ระยอง สมุทรปราการ เป็นต้น โดยหากสถานีเหล่านี้ต้องหยุดดำเนินการส่งผลให้การจำหน่ายก๊าซ NGV ในเขตจังหวัดเหล่านี้ต้องหยุดชะงักทันที ก่อให้เกิดผลกระทบเดือดร้อนในวงกว้างเป็นอย่างมาก

ด้วยเหตุดังกล่าวกระทรวงพลังงานได้หารือไปยังกระทรวงอุตสาหกรรมขอให้ชะลอการดำเนินการกับสถานีบริการหลัก NGV ของ ปตท. เอาไว้ก่อน เนื่องจากยังไม่มีความชัดเจนทางด้านกฎหมาย ดังนี้

1. สถานีบริการหลัก NGV ของ ปตท. อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกรมธุรกิจพลังงานต้องมีมาตรฐานของความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อมตามกฎหมายอยู่แล้ว การที่กำหนดให้สถานีบริการหลัก NGV ของ ปตท. ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายโรงงานของกระทรวงอุตสาหกรรมอีกฉบับหนึ่ง อาจเป็นการดำเนินการที่ซ้ำซ้อนและทำให้สถานีบริการหลัก NGV ได้รับภาระมากเกินควร

2. เนื่องด้วยขณะที่มีการออกกฎกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่องการบรรจุก๊าซนี้ ยังไม่มีการผลิตก๊าซ NGV แต่อย่างใด หากแต่มีเพียงก๊าซหุงต้ม หรือ LPG เท่านั้น การตีความให้ครอบคลุมถึง NGV ด้วยไม่น่าตรงกับเจตนารมณ์ของกฎหมายมีที่วิธีการบรรจุที่แตกต่างกับ LPG

3. หากไม่มีความชัดเจนทางด้านกฎหมาย สถานีบริการหลัก NGV ต้องหยุดกิจการทันทีในหลายจังหวัดเนื่องจากขัดต่อการใช้พื้นที่ผังเมืองรวม ทำให้ประชาชนผู้ใช้ก๊าซ NGV ได้รับความเดือดร้อนเป็นวงกว้าง

ดังนั้น ในเดือนมกราคม ปี 2556 กระทรวงอุตสาหกรรมได้ขอหารือไปยังคณะกรรมการกฤษฎีกาว่า สถานีบริการหลัก NGV ของ ปตท. ถือเป็นโรงงานตามพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 หรือไม่ อย่างไร

เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2556 คณะกรรมการกฤษฎีกามีความเห็นว่าสถานี NGV หลัก เป็นโรงงาน เนื่องจากเห็นว่าการขนส่งก๊าซ NGV ไปยังสถานีลูกต่าง ๆ เป็นการบรรจุก๊าซตามกฎหมาย เห็นควรให้มีการแก้กฎกระทรวงยกเว้นให้สถานี NGV หลักไม่เป็นโรงงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการควบคุมจากหน่วยงานภาครัฐ เนื่องจากสถานีบริการหลัก NGV ดำเนินกิจการภายใต้กฎระเบียบมาตรฐานและความปลอดภัยของกรมธุรกิจพลังงานอยู่แล้ว

เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2556 คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องร่วมกันแก้ไขกฎกระทรวงท้าย พ.ร.บ.โรงงานฯ เพื่อยกเว้นไม่ให้สถานี NGV หลัก ของ ปตท. เป็นโรงงานอีกต่อไป และให้ผ่อนผันการบังคับใช้กฎหมายโรงงานต่อสถานีบริการหลัก NGV เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อประชาชน

ต่อมาเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2557 คณะรัฐมนตรีก็ได้มีมติอนุมัติหลักการร่างแก้ไข

กฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ตามที่กระทรวงอุตสาหกรรมเสนอ โดยมีสาระสำคัญ คือ การยกเว้นมิให้สถานีบริการ NGV หลัก เป็นโรงงาน และมีผลใช้บังคับเมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2558 ดังกล่าว

โดยสรุปกระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพลังงาน คณะกรรมการกฤษฎีกา และคณะรัฐมนตรีในการร่วมกันดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาความไม่ชัดเจนในข้อกฎหมาย ดังนี้

1. การแก้ปัญหาการกำกับดูแลกฎระเบียบของทางภาครัฐไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนกัน

2. การประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เพื่อให้การบริการประชาชนเกิดความต่อเนื่อง เนื่องจากหากสถานีบริการหลัก NGV ต้องระงับการดำเนินงานเพราะความไม่ชัดเจนทางข้อกฎหมาย ผู้ที่ได้รับความเดือดร้อนคือประชาชนทั่วไป

ดังนั้น ผลจากการที่มีการแก้ไขกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้มีความชัดเจนขึ้นนั้น อาจจะส่งผลให้การขยายสถานีบริการด้านพลังงานในอนาคตทำได้ง่ายมากขึ้นส่งผลดีต่อผู้ประกอบการธุรกิจพลังงานและประชาชนทั่วไป

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง พบว่า นโยบายภาครัฐบาล และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงและการสร้างภูมิคุ้มกันของประเทศ มติของคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับพลังงานที่ว่าด้วยนโยบายพลังงานที่อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อีกทั้งนโยบายพลังงานที่อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐบาลที่นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ กฎหมายที่เกี่ยวข้องและการตีความของคณะรัฐมนตรีในการใช้นโยบายพลังงาน กฎหมายแข่งขันทางการค้าของประเทศไทยและความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการศึกษาการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และสถานีบริการน้ำมัน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในภาคอีสาน ให้ตรงต่อวัตถุประสงค์สืบไป

บริบทพื้นที่

จังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมา หรือรู้จักในชื่อ โคราช เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย และมีประชากรมากเป็นอันดับ 2 ของประเทศ อยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอาณาเขตติดกับจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสระแก้ว จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดนครนายก จังหวัดสระบุรี และจังหวัดลพบุรี

ภาพประกอบ 5 ตราประจำจังหวัดนครราชสีมา

สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

คำขวัญประจำจังหวัด : เมืองหญิงกล้า ผ้าไหมดี หมี่โคราช ปราสาทหิน ดินด่านเกวียน ตราประจำจังหวัด : รูปอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหน้าประตูชุมพล ธงประจำจังหวัด : รูปอนุสาวรีย์ท้าวสุรนารีหน้าประตูชุมพล ในพื้นธงสี่เหลี่ยมผืนผ้าสีแสด ต้นไม้ประจำจังหวัด : ต้นสาธร ดอกไม้ประจำจังหวัด : ดอกสาธร สัตว์น้ำประจำจังหวัด : ปลาบ้า

ประวัติศาสตร์

สมัยก่อนประวัติศาสตร์

จากหลักฐานทางโบราณคดีพบว่า มีชุมชนโบราณเป็นร่องรอยของมนุษย์ก่อนประวัติศาสตร์ตั้งแต่ยุคหินใหม่ต่อเนื่องมาถึงยุคสำริด และยุคเหล็ก กระจายอยู่ทั่วไปในจังหวัดนครราชสีมา โดยมีแหล่งโบราณคดีที่สำคัญคือ ชุมชนบ้านปราสาท ชุมชนบ้านโนนวัด แหล่งภาพเขียนสีเขาจันท์งาม กำหนดอายุได้ประมาณ 4,500 ปีมาแล้วครั้นถึงสมัยประวัติศาสตร์ ได้เกิดมีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยทวารวดี มีศูนย์กลางอยู่ที่เมืองเสมา ตั้งอยู่บริเวณอำเภอสูงเนินในปัจจุบัน เป็นเมืองใหญ่เชื่อกันว่าเป็นที่ตั้งของรัฐศรีจนาศะ ต่อมาในสมัยขอมพระนครมีการสร้าง เมืองโคราช หรือ นครราช อยู่ในบริเวณเดียวกัน และ มีเมืองพิมายเป็นเมืองสำคัญของขอมในบริเวณนี้มีผู้เสนอว่าอาจมีความเป็นไปได้ที่ เมืองนครราช คือเมืองเดียวกันกับเมืองราด ของพ่อขุนผาเมือง เนื่องจากมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเมืองพระนครหลายประการ นอกจากนี้รูปสลักกองทัพชาวสยามบนระเบียงด้านหนึ่งของ นครวัด อาจเป็นชาวสยามจากลุ่มแม่น้ำมูลที่เกี่ยวข้องกับเมืองนครราช และยังมีการกล่าวถึงเมืองนครราชสีมาในพงศาวดารของกัมพูชาหลายครั้งด้วย มีมุมมองอีกด้านหนึ่งว่านครราชสีมา นั้นเป็นคำไทยเป็นคำใหม่ แยกเป็นคำได้คือ *นคร, ราช* และ *สีมา* หมายความว่า "เมืองใหญ่อันเป็นขอบขัณฑสีมาของราชอาณาจักร" (ราช+สีมา) ส่วนคำว่า โคราช (สำเนียงถิ่น: โค-หฺราด , ไทยกลาง: โค-ราด, เขมร: โก-เรียช) นั้น อาจเพี้ยนมาจาก นครราช (อ่านตามสำเนียงว่า คอน-หฺราด เป็นคำเรียกนครราชสีมาแบบย่อ ๆ ของชาวบ้าน) หรือ อังกอร์เรียจ ต่อมาลดรูปเป็น กอร์เรียจ และ

เพี้ยนเป็นโคราช ในที่สุด และไม่ได้เพี้ยนมาจากชื่อเมืองโคราฆปุระ (Gorakhpur) ที่เป็นชื่อเมืองสมัยใหม่ในแคว้นเดียวกับเมืองอโยธยา (Ayodhya) ในอินเดีย ตามข้อสันนิษฐานของสมเด็จกรมพระยาดำรงราชานุภาพ

สมัยอยุธยา

เนื่องจากตั้งอยู่เป็นบริเวณที่เป็นชายขอบระหว่างรัฐที่มีอำนาจ เป็นรัฐกันชน นครราชสีมามีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวพันกับความขัดแย้งระหว่างรัฐอยู่เสมอ เช่น ระหว่างสยามกับกัมพูชา หรือ ระหว่างสยามกับล้านช้าง หรือ ในบางครั้งได้มีความพยายามตั้งตัวเป็นรัฐอิสระไม่ขึ้นกับผู้ใด เฉกเช่นเดียวกับบรรดาเมืองใหญ่อื่น ๆ ในสมัยเจ้าสามพระยา อยุธยาสามารถเอาชนะกัมพูชาได้ รวมทั้งได้ทำการรวบรวมหัวเมืองในลุ่มแม่น้ำมูลเข้ามาอยู่ในอำนาจ เมื่อพระบรมไตรโลกนาถได้สืบราชสมบัติต่อมามีการจัดระดับเมืองพระยามหานคร 8 หัวเมือง คือ พิษณุโลก ศรีสัชชนาลัย สุโขทัย กำแพงเพชร นครศรีธรรมราช นครราชสีมา ตะนาวศรี และทวาย เป็นครั้งแรกที่เริ่มปรากฏชื่อเมืองนครราชสีมาเป็นเมืองสำคัญในขอบขัณฑสีมา และได้ดำรงความสำคัญสืบต่อมาในประวัติศาสตร์อยุธยาและรัตนโกสินทร์ ตามระบบบรรดาศักดิ์ขุนนางไทย เจ้าเมืองนครราชสีมานับเป็นขุนนางระดับสูงมีบรรดาศักดิ์เป็น ออกญากำแหงสงครามรามภักดีพิริยภาหะ มีศักดินา 10,000 ไร่

ในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช กองทัพเมืองนครราชสีมาได้ถูกมอบหมายให้เป็นกำลังหลักในการโจมตีเมืองเสียมราฐ และภาคตะวันออกของทะเลสาบจนได้ชัยชนะเหนือพระยาละแวก ในที่สุดครั้นถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลาย สมเด็จพระนารายณ์มหาราชทรงเห็นว่าเป็นหัวเมืองใหญ่และมีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่านของอยุธยาติดกับพรมแดนลาว (เข้าใจว่าเลยลำสะแทด ซึ่งเป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำมูลเหนือเมืองพิมายเป็นเขตแดนลาว เพราะมีบันทึกไว้ในนิราศหนองคาย สอดคล้องกับวัฒนธรรมและภาษาที่เปลี่ยนไปด้วย) จึงโปรดให้ย้ายเมืองเสมา มาสร้างเมืองใหม่ ณ ที่ตั้งปัจจุบัน โดยมี เดอ ลามาร์ นายช่างชาวฝรั่งเศสเป็นผู้ออกแบบ ขนาดกว้าง 1,000 เมตร ความยาว 1,700 เมตร มีกำแพงเมืองขนาดใหญ่ มีป้อมค่ายหอรบ และพระราชทานนามว่า "เมืองนครราชสีมา" โปรดให้พระยายมราช (สังข์) เป็นเจ้าเมือง ในคราวเดียวกันกับที่แต่งตั้ง เจ้าพระยารามเดโช เป็นเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช

เดอ ลาลูแบร์ ชาวฝรั่งเศสที่เข้ามาสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ได้เขียนรายงานและบันทึกไว้ในจดหมายเหตุ ว่า เมืองโคราชสีมา เป็นหัวเมืองใหญ่ 1 ใน 7 มณฑล ตั้งอยู่ติดชายแดนของราชอาณาจักรสยามกับเมืองลาว มีเมืองบริวาร 5 เมือง

ในช่วงเริ่มต้นสองปีแรกของแผ่นดิน สมเด็จพระเพทราชา พระยายมราชเจ้าเมืองนครราชสีมาที่แต่งตั้งโดยสมเด็จพระนารายณ์มหาราชได้แข็งเมือง เนื่องจากไม่พอใจสมเด็จพระเพทราชา ที่ก่อการยึดอำนาจและเปลี่ยนราชวงศ์ ไม่ขอขึ้นต่อกรุงศรีอยุธยา แต่ถูกกองทัพกรุงศรีอยุธยาใช้

เวลาปราบปรามโดยล้อมเมืองอยู่ประมาณ 2 ปี โดยใช้อุบายและกลยุทธปราบลงได้ พระยายมราช เจ้าเมืองนครราชสีมาได้หนีไปพึ่ง เจ้าพระยารามเดโชเจ้าเมืองนครศรีธรรมราชไม่พอใจสมเด็จพระเพทราชาเช่นกัน แต่ถูกกองทัพอยุธยาตามไปปราบปรามลงได้ นับแต่นั้นเมืองนครราชสีมาได้ถูกลดความสำคัญลงไม่เข้มแข็งดังแต่ก่อน

สมัยกรุงธนบุรี

หลังกรุงศรีอยุธยาล่มสลาย เจ้าเมืองพิมายและกรมหมื่นเทพพิพิธได้ตั้งตัวเป็นชุมนุม อิสระที่สำคัญชุมนุมหนึ่งแต่ถูกปราบลงโดยพระเจ้าตาก หลังจากนั้นเมืองนครราชสีมาได้เป็นฐานกำลังทางทหารและการปกครองที่สำคัญของไทยมาโดยตลอด โดยในสมัยกรุงธนบุรีได้ถูกใช้เป็นฐานรวบรวมกำลังของ พระยาอภัยรณฤทธิ์ และ พระยาอนุชิตราชา ในการสงครามกับล้านช้างและกัมพูชา ในคราวสงครามตีเมืองเวียงจันทน์และได้พระแก้วมรกต หลวงยกกระบัตรเมืองพิมายอยู่ในทัพหน้า มีความดีความชอบได้รับการแต่งตั้งเป็น พระยานครราชสีมา และ เจ้าพระยานครราชสีมา (ปิ่น) ในที่สุด ต่อมาพระยากำแหงสงคราม (บุญคง) ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเจ้าเมืองนครราชสีมา ในช่วงปลายรัชสมัยพระเจ้าตาก เมื่อเกิดการกบฏพระยาสรรค์ขึ้น พระสุริยอภัย กรรมการเมืองนครราชสีมา ได้นำกำลังทหารชาวนครราชสีมากลับเข้าควบคุมสถานการณ์ในกรุงธนบุรีไว้ได้ ก่อนที่ เจ้าพระยาจักรี และเจ้าพระยาสุรสีห์ จะยกทัพกลับมาจากกัมพูชาและเกิดการเปลี่ยนแผ่นดิน ในครั้งนั้น พระยากำแหงสงคราม(บุญคง) เจ้าเมืองนครราชสีมา ที่นำทัพไปกัมพูชาพร้อมกับ เจ้าฟ้ากรมขุนอินทรพิทักษ์ ถูกประหารชีวิตไปพร้อมกับเชื้อพระวงศ์ และขุนนางเดิมของพระเจ้าตาก จำนวนหนึ่ง และได้มีการเปลี่ยนตัวเจ้าเมืองนครราชสีมาเป็นพระยานครราชสีมา (เที่ยง) ผู้เป็นบุตรของเจ้าพระยานครราชสีมา (ปิ่น)

สมัยรัตนโกสินทร์

รัชกาลที่ 1 เมืองนครราชสีมามีฐานะเป็นเมืองชั้นเอก กำกับตรวจตราเมืองประเทศราช 3 เมือง คือ เวียงจันทน์ นครพนม จำปาศักดิ์ ให้รวมทั้งปกครองหัวเมืองเขมร พระยานครราชสีมา (เที่ยง) เป็นผู้สำเร็จราชการ และในรัชสมัยรัชกาลที่ 1นี้ ชาวเมืองนครราชสีมาได้น้อมเกล้าถวายช้างเผือก 2 เชือก

รัชกาลที่ 2 เกิดกบฏ อ้ายสาเกียดโง้ง ที่จำปาศักดิ์ มีรับสั่งให้พระยานครราชสีมา (เที่ยง) นำกองทัพไปปราบ แต่ เจ้าอนุวงศ์ เจ้าประเทศราชเวียงจันทน์ส่งเจ้าราชวงศ์ไปปราบกบฏได้เสร็จสิ้นก่อน และเจ้าราชวงศ์ได้ครองเมืองจำปาศักดิ์ต่อมา ต่อมาทองอิน เชื้อสายของพระเจ้าตาก และบุตรบุญธรรมของเจ้าพระยานครราชสีมา (ปิ่น) ได้เป็นผู้สำเร็จราชการต่อจากพระยานครราชสีมา (เที่ยง)

รัชกาลที่ 3 เจ้าอนุวงศ์ ฉวยโอกาสที่เจ้าพระยานครราชสีมา (ทองอิน) นำกองทหารไปราชการต่างเมือง ยกทัพลาวมายึดครองเมืองนครราชสีมา และส่งกองทหารไปกวาดต้อนครอบครัว

ลาวถึงเขตเมืองสระบุรีก่อนถอยทัพเมื่อกองทัพสยามจากพระนครเริ่มรวมพลได้ทัน เมื่อวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2369 ก่อนกองทัพลาวถอยทัพออกจากเมืองนครราชสีมา ไปยังทางเหนือเพื่อสมทบกับกองทัพของเจ้าสุทธิสาร โดยก่อนไป ได้ถอนเสาหลักเมืองออกเพื่อให้เป็นเมืองร้าง และเจ้าอนุวงศ์ได้สั่งการให้ทหารกองหลังรื้อกำแพงเมืองออก เผาประตูเมือง และสถานที่สำคัญ ๆ ในเมืองให้หมดสิ้น ให้ตัดต้นไม้ที่ให้ผลให้เหลือแต่ตอ ด้วยที่ได้กลับมายึดเมืองนครราชสีมาได้สะดวกในภายหลัง ทำให้ต้นไม้ผลถูกตัดหมดสิ้น กำแพงเมืองจากมุมทิศอิสานและกำแพงเมืองด้านทิศตะวันออกถูกรื้อออกหมด กำแพงเมืองทางทิศใต้ถูกรื้อมาถึงด้านหลังวัดสระแก้ว ส่วนกำแพงเมืองจากมุมทิศอิสานและกำแพงเมืองทางทิศเหนือถูกรื้อ กำแพงเมืองด้านทิศตะวันตกถูกรื้อออก 1 ส่วนเหลือ 2 ส่วน ประตูเมืองถูกเผาบางส่วน 3 ประตูคือ ประตูเมืองทางทิศตะวันเหนือ ทิศใต้ และทิศตะวันออก ชาวเมืองนครราชสีมาผู้เฒ่าผู้แก่ที่ไม่ได้ถูกกวาดต้อน ได้รับข่าวว่ากองทัพจากพระนครที่ส่งกำลังมาช่วยเหลือกำลังเดินทัพมามาถึงทุ่งโพธิ์เตี้ยห่างจากเมืองนครราชสีมา 10 กม. ในอีกไม่นาน ทำให้กำลังทหารลาวกองหลังของเจ้าอนุวงศ์ที่กำลังทำรื้อกำแพง และเผาทำลายเมืองนครราชสีมาอยู่นั้น เกิดความหวาดกลัวและถอยทัพออกไป ทำให้เมืองนครราชสีมาถูกเผาทำลายลงไปเพียงบางส่วน ส่วนชาวเมืองนครราชสีมาที่ถูกกวาดต้อนไปนั้น ได้รวมตัวกันต่อต้านกองทัพลาวของเจ้าอนุวงศ์ โดยมีพระยาปลัดนครราชสีมา พระยายกกระบัตร และ พระณรงค์สงคราม (มี) เป็นผู้นำในการรบ ณ ทุ่งสัมฤทธิ และผู้นำในการสนับสนุนช่วยเหลือการรบ คือ คุณหญิงโม ภริยาปลัดเมืองนครราชสีมา และนางสาวบุญเหลือ บุตรบุญธรรมคุณหญิงโม ต่อมากองทัพชาวนครราชสีมาได้ร่วมกับกองทัพหลวงของกรมพระราชวังบวรฯ ในการรบครั้งต่อ ๆ มาจนกระทั่งเข้ายึดเมืองเวียงจันทน์ได้ในที่สุด ภายหลัง คุณหญิงโมได้รับการแต่งตั้งเป็นท้าวสุรนารี และ พระณรงค์สงครามได้เลื่อนตำแหน่งเป็นพระยาณรงค์สงคราม

ในการสงครามเจ้าพระยานครราชสีมา (ทองอิน) และพระยาณรงค์สงคราม ได้เป็นทัพหน้าของกองทัพที่นำโดยเจ้าพระยาบดินทรเดชานำพลชาวนครราชสีมาทำการรบอย่างกล้าหาญในสงครามกับเวียดนาม และสามารถรุกไปถึงเขตแดนเมืองไซ่ง่อน ก่อนที่จะต้องถอยทัพเนื่องจากกองทัพไทยพ่ายแพ้ในแนวรบด้านอื่น ต่อมาพระยาณรงค์สงคราม ได้เป็นนายทัพสำคัญในกองทัพของเจ้าพระยาบดินทรเดชา จนสิ้นสุดสงคราม เมื่อ เจ้าพระยานครราชสีมา (ทองอิน) ถึงแก่กรรม พระพรหมบริรักษ์ (เกษ) บุตรชายคนโตของเจ้าพระยาบดินทรเดชาได้รับการแต่งตั้งให้เป็น เจ้าเมืองนครราชสีมาคนต่อมาเมื่อว่างเว้นจากสงคราม เมืองโคราชได้ฟื้นตัวขึ้นใหม่กลายเป็นชุมทาง การค้าที่สำคัญ ในการติดต่อระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับภาคกลาง มีกองเกวียน กองคาราวานการค้าขนาดใหญ่ผ่าน และ หยุดพักอยู่เสมอ

รัชกาลที่ 4 บาทหลวงปาลเลกัวซ์ ได้เขียนว่า ตัวเมืองโคราชล้อมรอบด้วยกำแพงตั้งอยู่บนที่ราบสูง เดินทางจากบางกอกใช้เวลา 6 วันโดยไต่ระดับสูงขึ้นไปตามเส้นทาง ดงพญาไฟ ประชากรโคราชมีประมาณ 60,000 คน ครึ่งหนึ่งเป็นคนสยาม อีกครึ่งหนึ่งเป็นคนเขมร ในตัวเมืองมี

ประชากร 7,000 คน มีคนจีนประมาณ 700 คน มีเหมืองแร่ทองแดง มีโรงหีบอ้อย สินค้า คือ ข้าว งาช้าง หนังสัตว์ เขาสัตว์ ไม้เต็ง อบเชย ในรัชกาลนี้ เจ้าพระยานครราชสีมา (เกษ) ได้เลื่อนเป็น เจ้าพระยามุขมนตรี (เกษ) และ เจ้าเมืองนครราชสีมาคนต่อมาคือ พระยานครราชสีมา (แก้ว) บุตรชายคนรองของเจ้าพระยาบดินทรเดชาหลังจากนั้น พระยานครราชสีมา (แก้ว) ได้เลื่อนเป็น เจ้าพระยายมราช (แก้ว) และ เจ้าเมืองคนต่อมาคือ พระยานครราชสีมา (เมฆ) บุตรชายคนโต ของ เจ้าพระยานครราชสีมา (ทองอิน)

รัชกาลที่ 5 พระยานครราชสีมา (เมฆ) บุตรของ เจ้าพระยานครราชสีมา (ทองอิน) ได้เป็นแม่ทัพบกไปปราบจีนฮ่อที่เมืองหนองคาย ต่อมาเมื่อมีการจัดตั้งมณฑลนครราชสีมาเพื่อควบคุมดูแลหัวเมืองในบริเวณใกล้เคียง เป็นมณฑลแรกของประเทศ มีพระยานครราชสีมา (กาจ สิงหเสนี) บุตรเขยของพระยานครราชสีมา (เมฆ) เป็นผู้ว่าราชการคนแรก มีการจัดตั้งกองทหารประจำมณฑลตามหลักสากล มีการตั้งโรงเรียนนายร้อยตำรวจที่นครราชสีมา มีการสร้างทางรถไฟจากกรุงเทพฯ ผ่านอยุธยา สระบุรี ดงพญาไฟ ไปสู่นครราชสีมา จนเปิดการเดินรถไฟหลวง สายกรุงเทพ - นครราชสีมา ได้สำเร็จ การคมนาคมติดต่อสะดวกขึ้นเป็นอย่างมาก ในช่วงเดียวกันฝรั่งเศสได้เข้ามามีอำนาจเหนือคาบสมุทรอินโดจีน ทำให้สยามจำต้องเร่งการปรับปรุงพัฒนาราชอาณาจักรโดยเฉพาะในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

รัชกาลที่ 6 มีการจัดตั้งการขนส่งปรษณียภัณฑ์ทางอากาศ และ สายการบินระหว่างกรุงเทพ - นครราชสีมา มีการขยายเส้นทางรถไฟสายอีสาน จนสามารถขยายเส้นทางการเดินรถไฟจาก นครราชสีมา ถึง ขอนแก่น และ นครราชสีมา ถึง อุบลราชธานี ได้สำเร็จในสมัยรัชกาลที่ 7

ยุคหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง

ในช่วงหลังเปลี่ยนแปลงการปกครอง พระองค์เจ้าบวรเดช ได้รวบรวมกองกำลังทหารจากมณฑลนครราชสีมาเป็นหลัก ร่วมกับ พันเอกพระยาศรีสิทธิ์สงคราม เพื่อทำการต่อสู้กับคณะผู้เปลี่ยนแปลงการปกครอง คณะผู้ก่อการได้ยกกองกำลังเข้ามาล้อมกรุงเทพฯ แต่เมื่อการต่อสู้ยืดเยื้อในที่สุดต้องถอยทัพและประสบความพ่ายแพ้เนื่องจากมีกำลังที่น้อยกว่า เหตุการณ์ครั้งนี้ทำให้ พันโท หลวงพิบูลสงครามผู้บัญชาการกองกำลังผสมฝ่ายรัฐบาล มีอำนาจในการควบคุมกำลังทหารมากขึ้น ส่งผลให้ได้อำนาจทางการเมืองและจัดตั้งรัฐบาลทหารได้ในเวลาต่อมา

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง กองทหารในสังกัด มณฑลทหารบกที่ 3 นครราชสีมา ได้ทำการร่วมรบในกรณีพิพาทอินโดจีน กองทัพไทยสามารถยึดดินแดนกลับคืนมาบางส่วน เป็นการชั่วคราว หลังสงครามยุติสหรัฐอเมริกาได้ให้ความช่วยเหลือสร้างถนนมิตรภาพ จาก สระบุรี ถึง นครราชสีมา ซึ่งเป็นทางหลวงที่ได้มาตรฐานดีที่สุดของประเทศในขณะนั้น

ในช่วงสงครามเวียดนาม สหรัฐอเมริกาได้ขอใช้นครราชสีมาเป็นฐานบัญชาการการรบ มีการสร้างฐานบินโคราช และต่อมาไทยได้เปลี่ยนให้เป็น กองบิน 1 เป็นฐานกำลังรบทางอากาศหลัก

ของกองทัพอากาศไทยในปัจจุบัน โดยมีมีเครื่องบิน F-16 ประจำการอยู่สองฝูงบินในปี พ.ศ. 2523 มีความพยายามรัฐประหารโดยกลุ่มทหารของ พลเอกสัณห์ จิตรปฏิมา แต่ พลเอกเปรม ติณสูลานนท์ นายกรัฐมนตรี ได้กราบบังคมทูลเชิญเสด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและพระราชวงศ์ทรงแปรพระราชฐานไปประทับที่นครราชสีมา กองกำลังทหารจากกองทัพภาคที่ 2 นำโดยพลตรี อาทิตย์ กำลังเอกได้เป็นกองกำลังหลักในการปราบกบฏลงได้ในที่สุด หลังจากนั้น อดีตผู้บัญชาการกองทัพภาคที่ 2 หลายท่านได้ก้าวเข้าสู่ตำแหน่งผู้บัญชาการทหารบกในเวลาต่อมาเนื่องจากความสำคัญทางยุทธศาสตร์ ปัจจุบัน นครราชสีมา ได้กลายเป็นเมืองศูนย์กลางการรบที่สำคัญรองจากกรุงเทพมหานคร เป็นประตูสู่อิสาน เป็นทางผ่านทางการคมนาคมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมทั้งเป็นที่ตั้งของกองฐานกำลังรบหลักของกองทัพบก และกองทัพอากาศในปัจจุบัน เปรียบได้ว่าเป็นเมืองประตูสู่อิสาน

ในปี พ.ศ. 2553 ได้เกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากฝนช่วงปลายฤดูตกหนักในบริเวณต้นแม่น้ำมูล นับเป็นอุทกภัยครั้งร้ายแรงที่สุดในรอบ 50 ปี

ภูมิประเทศ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่บนที่ราบสูงโคราช ห่างจากกรุงเทพ 259 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 20,493.964 ตารางกิโลเมตร (12,808,728 ไร่) เป็นพื้นที่ป่าไม้ 2,297,735 ไร่ โดยส่วนใหญ่เป็นพื้นที่อุทยานแห่งชาติคืออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และอุทยานแห่งชาติทับลานร้อยละ 61.4 และเป็นแหล่งน้ำ 280,313 ไร่[5] ทิศเหนือติดต่อกับจังหวัดชัยภูมิ และขอนแก่น ทิศใต้ติดต่อกับจังหวัดปราจีนบุรี นครนายก และสระแก้ว ทิศตะวันออกติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์ และทิศตะวันตกติดต่อกับจังหวัดสระบุรี ชัยภูมิ และลพบุรี

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางระหว่าง 150-300 เมตร มีเทือกเขาสันกำแพง และเทือกเขาพนมดงรัก เป็นแนวยาวทางด้านทิศใต้และทิศตะวันตก ส่วนบริเวณตอนล่างค่อนไปทางเหนือและตะวันออกเป็นที่ราบลุ่ม โดยมีลำตะคองและลำน้ำสาขาอื่น ๆ ไหลหล่อเลี้ยงบริเวณด้านเหนือของเมือง และ เป็นสาขาหนึ่งของแม่น้ำสำคัญคือแม่น้ำมูลเป็นแม่น้ำสายหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภูมิอากาศ

สภาพภูมิอากาศของจังหวัดนครราชสีมาจัดอยู่ในประเภททุ่งหญ้าเขตร้อน มีลมมรสุมหลักพัดผ่านคือ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้อากาศหนาวเย็นและแห้งแล้ง กับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้มีอากาศชุ่มชื้นและมีฝนตกชุก โดยทั่วไปสามารถแบ่งฤดูกาลออกได้เป็น 3 ฤดู คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม มีฝนตกชุก ตั้งแต่เดือนเมษายนจนถึงเดือนตุลาคม โดยมีปริมาณน้ำฝนสูงสุดในเดือนตุลาคม ฤดูหนาว สภาพอากาศเริ่มเปลี่ยนจากฤดูฝนไปสู่ฤดูหนาวตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์ ระยะนี้ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม

ตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นลมหนาวและแห้งพัดจากประเทศจีน และฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคมเนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ราบสูง มีป่าและทิวเขาสูงกั้นเขตแดนเป็นแนวยาว อากาศค่อนข้างร้อนอบอ้าวในฤดูร้อน และในฤดูหนาวค่อนข้างหนาวเย็นโดยอุณหภูมิเฉลี่ยตลอดทั้งปีประมาณ 27.4 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 22.7 องศาเซลเซียส อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 33 อาศาเซลเซียส มีค่าความชื้นสัมพัทธ์เฉลี่ยตลอดทั้งปี 71 % ความชื้นสัมพัทธ์สูงสุดเฉลี่ย 89% ความชื้นสัมพัทธ์ต่ำสุดเฉลี่ย 49 %

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม

ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม (Structural Functionalism) ของแรด- คลิฟฟ์ บราวน์ (A.R. Radcliff Brown) ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่าระบบ สังคมต่าง ๆ ประกอบด้วยระบบย่อยหลายระบบต่างมีก็การปฏิสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยด้วยกัน หากระบบย่อยใดระบบหนึ่งไม่ปฏิบัติหนาที่ของตนย่อมจะส่ง ผลกระทบต่อระบบย่อยอื่น ๆ ต้องมีการปรับตัวเข้าหากันเพื่อความสมดุลของระบบ สังคมที่จะสามารถดำรงอยู่และพัฒนาต่อไปต้องมีวัตถุประสงค์และดำเนินการไปเพื่อวัตถุประสงค์การบูรณาการ รวมหน่วยหรือการประสมประสาน การปรับตัว การจัดการกับความเครียด

โดยสรุป ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มีสาระสำคัญ คือ สังคม มนุษย์ประกอบด้วยโครงสร้างส่วนต่าง ๆ ของโครงสร้างสังคม ปฏิบัติหน้าที่อันเป็นประโยชน์แก่ การดำรงอยู่ของสังคม ความมั่นคงของสังคมมนุษย์ขึ้นอยู่กับดุลยภาพในการปฏิบัติหนาที่ของส่วนต่าง ๆ ในโครงสร้างสังคม ยิ่งโครงสร้างสังคมมีความแปลกแยกมากสังคมยิ่งมีความเจริญมาก สาเหตุที่ทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลงอาจมาจากภายในสังคมหรือมาจากภายนอกสังคมได้ สังคมสมัยใหม่มีลักษณะอารมณ์เป็นกลาง ยึดหลักเชื้อสาย ความสัมพันธ์อย่างเฉพาะเจาะจง ยึดหลักสากลในการประเมินค่าการกระทำของบุคคล ยึดความสำเร็จในความสัมพันธ์อย่างกว้าง การประเมินผลงานของบุคคลและบุคคลมุ่งกระทำเพื่อประโยชน์ตน ในขณะที่สังคมแบบประเพณีจะมีลักษณะที่ใช้อารมณ์รักชอบ ใช้หลักตัวบุคคลในการประเมินค่าการกระทำ ของบุคคล การบรรจุแต่งตั้งเข้าแหน่งและบุคคลมีการกระทำเพื่อประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2531)

ในการวิจัยนี้จะนำทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่มาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจ คือ การสร้างรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของธุรกิจ ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) และบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ในภาคอีสานตอนล่าง

ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม

นิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) เป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยาแนวหนึ่งที่สนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม จูเลียน สจ๊วด (Julian Steward) นักมานุษยวิทยาอเมริกัน ได้อธิบายแนวความคิดแบบนิเวศวิทยาวัฒนธรรมว่า เป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการศึกษาวิวัฒนาการหรือการเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากการปรับตัว (adaptation) ของสังคม แนวความคิดนี้มองสังคมในลักษณะเป็นพลวัตหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม โดยมีพื้นฐานสำคัญคือ เทคโนโลยีการผลิตโครงสร้างสังคม และลักษณะของสภาพแวดล้อมธรรมชาติ เป็นเงื่อนไขหลักกำหนดกระบวนการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของสังคมวัฒนธรรม

สจ๊วดมอง “วัฒนธรรม” ว่าเป็นเครื่องมือช่วยให้มนุษย์ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ประเด็นสำคัญสำหรับการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาจึงมีอยู่ว่า วัฒนธรรมมีการปรับตัวอย่างไรให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และมนุษย์มีวิธีการอย่างไรในการใช้เทคโนโลยีและระบบเศรษฐกิจในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมออกจากความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญอีกส่วนหนึ่งในการอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น ในสังคมดั้งเดิม (Primitive Societies) มนุษย์มีวิถีการผลิตแบบล่าสัตว์และเก็บหาอาหาร โดยปกติแล้วผู้หญิงจะเป็นผู้เก็บหาอาหารและผู้ชายเป็นออกล่าสัตว์ การแบ่งแยกงานในลักษณะเช่นนี้มิได้เป็นเพราะผู้ชายมีร่างกายแข็งแรงกว่า แต่เป็นเพราะผู้หญิงต้องใช้เวลาดูแลลูก ในขณะที่ผู้ชายสามารถเดินทางไกลและจากบ้านไปได้เป็นระยะเวลานาน มนุษย์เป็นสัตว์มีเหตุผล และวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมวางอยู่บนรากฐานของเหตุผล แต่เป็นเพราะว่าสภาพการณ์และสภาวะแวดล้อมมีความแตกต่างกันออกไป วัฒนธรรมสองวัฒนธรรมจึงมีพื้นฐานของการปรับตัว การแก้ปัญหาและมีวิวัฒนาการแตกต่างกัน เช่น วัฒนธรรมของกลุ่มที่ตั้งรกรากอยู่ใกล้ทะเล ย่อมมีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือยังชีพประเภทเบ็ด แห อวน ฉมวก เรือ และมีการพัฒนาสั่งสมความรู้เกี่ยวกับการเดินทะเลและการจับปลา ในขณะเดียวกัน ชนกลุ่มอื่นที่ตั้งรกรากอยู่ในเขตป่าดงดิบ อาจมีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือเพื่อใช้ในการยังชีพแตกต่างกันออกไป เช่น หอก ธนู เพื่อใช้ในการล่าสัตว์และหาอาหาร กลุ่มชนทั้งสองกลุ่มนี้ย่อมต้องมีวิวัฒนาการทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน วิวัฒนาการทางวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นได้หลายสาย (Multilinear Evolution) และแต่ละแนวย่อมมีความแตกต่างกัน ความแตกต่างนี้เกิดจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม เทคโนโลยีและโครงสร้างสังคมเป็นเหลัก อาจกล่าวได้ว่าแนวความคิดแบบวิวัฒนาการหลายสายนี้ เป็นแนวความคิดใหม่ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีวิวัฒนาการรุ่นเก่า

แนวความคิดนี้เน้นความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมกับสภาพแวดล้อมว่ามีความแนบแน่นใกล้ชิดและส่งผลกระทบซึ่งกันและกันอย่างแยกไม่ออก ในยุคสมัยที่พัฒนาการด้านเทคโนโลยียัง

อยู่ในระดับต่ำ มนุษย์จำต้องปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม และทำให้สภาพแวดล้อมมีศักยภาพในการเปลี่ยนหรือดัดแปลงสภาพแวดล้อมได้มากขึ้น อิทธิพลของสภาพแวดล้อมเริ่มลดถอยลง หากแต่รูปแบบและลักษณะทางวัฒนธรรม ประสบการณ์และความเคยชินในอดีต ตลอดจนวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างยังคงอยู่ และได้รับการสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง กล่าวโดยสรุปแล้ว นิเวศวิทยาวัฒนธรรมตามทัศนะของสจ๊วด เป็นความพยายามศึกษาวิเคราะห์ถึง 1) ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมกับเทคโนโลยีทางการผลิต เป็นตัวกำหนดสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม 2) ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับพฤติกรรมของมนุษย์ และ 3) ผลในการอธิบายต้นกำเนิดของลักษณะทางวัฒนธรรม (cultural traits) ของกลุ่มชนต่าง ๆ เช่น เปรู เม็กซิโก เมโสโปเตเมีย อียิปต์ และจีน เป็นต้น ผลงานของสจ๊วดมีส่วนสำคัญในการกระตุ้นให้นักมานุษยวิทยาหันมาสนใจศึกษาถึงความสำคัญของสภาพแวดล้อมและอิทธิพลของสภาพแวดล้อมต่อพัฒนาการทางวัฒนธรรม

เลสลี ไวต์ (Leslie White) เป็นนักมานุษยวิทยาอเมริกันอีกคนหนึ่งที่สนใจศึกษาอิทธิพลของสภาพแวดล้อมต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ไวต์ได้ศึกษาตรวจสอบผลงานของนักวิวัฒนาการรุ่นเก่า เช่น มอร์แกน อย่างละเอียด และพบว่า ทฤษฎีวิวัฒนาการมีหลักเกณฑ์ในการตีความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจอยู่หลายประการ และไวต์เองได้เสนอแนวความคิดแบบวิวัฒนาการสมัยใหม่ ต่อมาได้รับการขนานนามแนวความคิดแบบ “ วิวัฒนาการสากล” (universal evolution) ไวต์มีความเห็นคล้ายคลึงกับแรดคลิฟฟ์-บราวน์ และมาลินอสกีในประเด็นที่ว่ามานุษยวิทยาควรเป็นวิทยาศาสตร์ และไวต์ได้พยายามค้นหากฎเกณฑ์หรือทฤษฎีสากล เพื่อใช้อธิบายวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มชนต่าง ๆ ทั่วโลก

ความหมายของ “วัฒนธรรม”ตามทัศนะของไวต์ มีความคล้ายคลึงกับมโนทัศน์เรื่ององค์อภิอินทรีย์ (superorganic) ของโครเบอร์ นั่นคือการมองว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งมีตัวตนและมีชีวิตแยกออกจากตัวมนุษย์อย่างเด็ดขาด วัฒนธรรมมีกฎเกณฑ์และการทำงานในตัวเอง ซึ่งแนวความคิดนี้ได้รับการขนานนามว่า “วัฒนธรรมวิทยา” (Culturology) ไวต์เสนอว่า วัฒนธรรมมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ 1) ระบบเทคโนโลยี รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น 2) ระบบสังคม เป็นการรวมตัวกันขององค์กรทางสังคม (Social Organization) และพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ และ 3) ระบบความคิด (Ideology) ซึ่งรวมถึงความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ ระบบเทคโนโลยีเป็นโครงสร้างส่วนล่าง (Infrastructure) หรือพื้นฐานสำคัญของวัฒนธรรม เพราะชีวิตมนุษย์จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยระบบนี้ในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม ส่วนองค์กรสังคมและระบบความคิดเป็นโครงสร้างส่วนบน (Superstructure) ของวัฒนธรรม

โดยสรุป ทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) เป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยา

แนวหนึ่งที่สนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม แนวความคิดนี้มองสังคมในลักษณะเป็นพลวัตหรือเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงเป็นผลมาจากการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และไวต์เสนอว่าวัฒนธรรมมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ 1) ระบบเทคโนโลยี รวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์คิดค้นขึ้น 2) ระบบสังคม เป็นการรวมตัวกันขององค์กรทางสังคม (social organization) และพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ และ 3) ระบบความคิด (ideology) รวมถึงความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ

ในการวิจัยนี้นำทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรมมาใช้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยสนใจ คือ การสร้างรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของธุรกิจ ในรูปแบบบริษัทต่าง ๆ

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงในทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาถือเป็นสิ่งปกติ เพราะการเปลี่ยนแปลงเป็นลักษณะของสังคมที่ไม่เคยหยุดนิ่ง มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เมื่อสภาพสังคมมีการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมที่อยู่ในชุมชนต้องมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน สอดคล้องกับสากล จริยวิทยานนท์ (2558) ที่กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เกิดขึ้นจากการที่มนุษย์ดิ้นรนเพื่อแสวงหาคำตอบที่เพื่อตอบสนองความต้องการอันไม่สิ้นสุด มนุษย์จึงมีการทดลองและค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา และผลของการทดลองนี้ได้กลายมาเป็นแบบแผนแห่งพฤติกรรมหรือวิถีชีวิตของมนุษย์ ก่อนกล่าวถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงนั้น กล่าวถึงความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมก่อน

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นการเปลี่ยนแปลงในระบบโครงสร้างและหน้าที่ของระบบความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างมนุษย์ หรือกลุ่มคนในสังคม ตลอดจนเป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำระหว่างกันทางสังคมในการติดต่อกระทำกันระหว่างมนุษย์หรือกลุ่มของสังคม นักวิชาการได้นิยามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไว้ดังนี้

เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมล และคณะกรรมการบริหารวิชาบูรณาการ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป (2548) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม” ว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงระบบครอบครัวขยายเป็นระบบครอบครัวเดี่ยว เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมทางสังคม เช่น การเปลี่ยนพฤติกรรมการผลิตจากการผลิตเพื่อบริโภคเป็นผลิตเพื่อขาย การ

เปลี่ยนพฤติกรรมการเลี้ยงดูบุตรจากแบบบังคับเป็นแบบให้อิสรเสรี และยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงปริมาณของพฤติกรรม เช่น อัตราการมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน อตราการย้ายถิ่น เป็นต้น ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงในเรื่อง ความเชื่อ ค่านิยม ความรู้ ภาษา

จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์และคณะ (2548) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม” ว่าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง 4 ประการคือ (1) การเปลี่ยนแปลงในคุณสมบัติของคนในชุมชนหรือสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงอาชีพ รายได้ เป็นต้น (2) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมบางอย่างของคนในสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและปริมาณของการก่ออาชญากรรม การหย่าร้าง การย้ายถิ่น พฤติกรรมบริโภคนิยม เป็นต้น (3) การเปลี่ยนแปลงแบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่ม เช่น การเปลี่ยนแปลงในอำนาจทางเศรษฐกิจและการเมืองจากคนกลุ่มใดหรือไม่ แบบแผนความสัมพันธ์ในระบบครอบครัว ระบบการศึกษา ศาสนา เป็นต้น และ (4) การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนทางวัฒนธรรม เช่น การเปลี่ยนแปลงในความคิด ความเชื่อ ค่านิยมหรืออุดมการณ์ของคนในสังคม เป็นต้น

งามพิศ สัตย์สงวน (2548) ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงนั้นมี 2 ประเภท คือ (1) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Change) คือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมหมายถึงการเปลี่ยนแปลง ในความสัมพันธ์ของคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยยึดบรรทัดฐานทางสังคมเป็นแนวทางในการปฏิบัติต่อกัน การเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นความแตกต่างในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างคนที่เข้าสัมพันธ์กัน ความแตกต่างในบทบาทของผู้เข้าสัมพันธ์ และความแตกต่างในเป้าหมายหรือการทำหน้าที่ของสถาบันสังคม (2) การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Culture Change) หมายถึง ความแตกต่างในระบบวัฒนธรรมหรือเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบย่อยของวัฒนธรรม เช่น ความแตกต่างในด้านค่านิยม ความเชื่อ อุดมการณ์ ประเพณี พิธีกรรม สัญลักษณ์ และโลกทัศน์ รวมทั้งวัฒนธรรมทางวัตถุด้วย เมื่อนำมาเปรียบเทียบกันในเวลาที่แตกต่างกันไป เช่น 10 ปี 20 ปี หรือ 50 ปี

จากความหมายของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และวัฒนธรรมนั้น ผู้วิจัยใช้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีบริการน้ำมัน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในภาคอีสานหมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม เช่น การเปลี่ยนแปลงของระบบความสัมพันธ์ ของการเลือกใช้บริการ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเลือกใช้บริการสถานีน้ำมัน เป็นต้น ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมหมายถึง การเปลี่ยนแปลงแบบแผนทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไปจากเดิม เช่น ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม เป็นต้น

องค์ประกอบที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. เจตคติ เป็นตัวกำหนดนิสัย บุคลิกภาพ และท่าทีในการแสดงออกของบุคคล เจตคติก่อรูปแบบในตัวคนในช่วงเวลาอันยาวนานจนติดฝังแน่น และยากต่อการเปลี่ยนแปลง แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ กระบวนการปลูกฝังวัฒนธรรมในช่วงเยาว์วัย (Enculturation) กลุ่มที่บุคคลสังกัด ผู้นำกลุ่ม นวัตกรรมที่มาสาธิตให้ยอมรับ แม้ตัวแปรของการอยู่ร่วมกันในกลุ่มสังคมเดียวกันมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนเจตคติของบุคคลอย่างมาก เพราะคนจำเป็นต้องอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และพึ่งพาอาศัยกัน การปรับตัวให้คล้อยตามกลุ่มคือการอยู่รอดของชีวิต

2. ค่านิยม เป็นส่วนประกอบสำคัญทางสังคม ความต้องการมีชื่อเสียง ความนับหน้าถือตา ทำให้บุคคลให้คุณค่ากับสิ่งที่เป็นปัจจัยสร้างชื่อเสียงและหน้าตาให้ตน การให้คุณค่าแก่สิ่งใดขึ้นอยู่กับวัตถุ บางสังคมให้คุณค่าเงินตราสูงมาก บางสังคมให้คุณค่าโลหะธาตุ เช่น ทองคำ บางสังคมยึดถือศีลธรรมและความสวยงามเป็นค่านิยมหลัก และผลประโยชน์เป็นค่านิยมรอง เป็นต้น

3. บรรทัดฐานและพันธะทางสังคม คือ แนวทางที่สังคมวางไว้ให้สมาชิกในสังคมประพฤติปฏิบัติในแนวเดียวกัน เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคม ส่วนพันธะทางสังคมไม่ได้เกิดจากบรรทัดฐาน แต่เกิดมาจากความผูกพันทางสังคมและท่าทีอันดีต่อกัน เป็นข้อบังคับทางสังคมที่ถูกสร้างขึ้นโดยคนส่วนใหญ่ แต่บางครั้งมีข้อยกเว้นไม่ปฏิบัติตามได้ เช่น การให้ของกันและผู้รับต้องให้กลับเป็นการตอบแทน แต่บางครั้งอาจไม่มีของตอบแทน พันธะนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายโดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์เป็นสำคัญ ต่างจากบรรทัดฐานใช้เวลานานในการเปลี่ยนแปลง (สนธยา พลศรี. 2545a)

ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม

ปัจจัยของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม โดยสรุปได้ว่าวัฒนธรรมอาจจะเปลี่ยนแปลงไปเพราะสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ

1. การประดิษฐ์คิดค้น (Invention) รวมกันการสร้างเทคนิควิทยาใหม่ และการคิดสร้างธรรมเนียมประเพณีหรือระบบความเชื่อใหม่ ๆ เมื่อได้มีการยอมรับและนำไปใช้กันแพร่หลายในสังคมแล้วย่อมถือได้ว่ามีแบบแผนการดำเนินชีวิตอย่างใหม่เกิดขึ้น และถ้าแบบแผนนั้นมีความคงทนอยู่นานมากกว่าหนึ่งชั่วอายุคนขึ้นไป นับได้ว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นแล้วอย่างแท้จริง เพราะว่าวัฒนธรรมนั้นตามปกติย่อมต้องมีอายุยืนยาวมากกว่าหนึ่ง ชั่วอายุคนขึ้นไป ทั้งนี้เพื่อให้กระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม (Enculturation or Socialization) ได้มีโอกาสดำเนินไปได้

2. วัฒนธรรมอาจเปลี่ยนแปลงไปได้ ด้วยวิธีการขอยืมหรือลอกเลียนแบบกัน (Cultural Borrowing) การหยิบยืมทางวัฒนธรรม หรือการลอกเลียนแบบแผนวิธีการดำเนินชีวิต มาจากวัฒนธรรมอื่นนั้น ปรากฏว่ามีอยู่เสนอมาในสังคมมนุษย์ต่าง ๆ ที่มีการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมอื่นการ

ติดต่อทางวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นได้ ทั้งทางตรงและทางอ้อม การติดต่อโดยตรงคือการที่คนต่างวัฒนธรรมกันได้มีโอกาสพบปะสังสรรค์และแลกเปลี่ยนความคิด ค่านิยมและพฤติกรรมต่อกัน อาจเป็นไปได้ในหลายรูปแบบ อาทิ ทูตการเมือง การค้า การศึกษาใน ต่างประเทศ รวมไปถึงการเผยแพร่ศาสนาของคณะธรรมทูตต่าง ๆ และการอพยพเข้าทำมาหากินของคนต่างสังคมและวัฒนธรรม เป็นต้น การที่คนต่างวัฒนธรรมมีโอกาสได้เห็นแบบอย่างของวัฒนธรรมอื่นที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตนอยู่ในเวลานานพอสมควร อาจเป็นสาเหตุให้เกิดมีการเปลี่ยนแปลงในวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งหรือในบางส่วนของวัฒนธรรมทั้งสองได้นอกจากการติดต่อโดยตรงแล้ว วัฒนธรรมอาจติดต่อกันได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มิใช่ตัวบุคคลได้อีก สื่อสำคัญในปัจจุบันที่เป็นตัวการให้วัฒนธรรมติดต่อกันได้คือสื่อสารมวลชน ซึ่งรวมทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น แบบแผนการดำเนินชีวิตของคนต่างวัฒนธรรมได้ถูกถ่ายทอดไปคงอยู่ในอีกวัฒนธรรมหนึ่งอยู่เป็นประจำ ในปัจจุบันนี้ย่อมเป็นการกระตุ้นให้มีการเอาอย่างหรือการเลียนแบบพฤติกรรมกันได้ง่ายขึ้น (สนิท สมัครการ. 2545)

ทฤษฎีการบริหารจัดการ

การบริหารจัดการองค์กรต้องมีผู้บริหารทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินการขององค์กรที่ตนเองได้รับมอบหมายให้เป็นผู้รับผิดชอบดูแล ดังนั้นหน้าที่ของผู้บริหารที่มีหน้าที่ในการรับผิดชอบองค์กร Gulick และ Urwick ได้พบว่ากระบวนการบริหารไว้ 7 ประเภทด้วยกันเรียกด้วยตัวอักษรตัวต้นของคำว่า “ พอสด์ขอร์บ” (POSDCORB) ดังนี้

การวางแผน (Planning) หมายถึง การวางแผนหรือวางโครงการอย่างกว้าง ๆ ว่า มีงานอะไรบ้างที่ต้องปฏิบัติตามลำดับความสำคัญ วางแนวทางทฤษฎีและแนวทางในการปฏิบัติ รวมถึงวางหลักสูตรการสอน แผนการสอน กิจกรรม การวัดผลประเมินผล พร้อมด้วยวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงานนั้น ๆ ก่อนลงมือปฏิบัติการ

การจัดการองค์กร (Organizing) หมายถึง การจัดรูปโครงหรือเค้าโครงของการบริหารโดยกำหนดอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานย่อย หรือของตำแหน่งต่าง ๆ ของหน่วยงานให้ชัดเจนโดยมีหลักการแบ่งงานกันทำ หลักการมอบหมายงาน หลักความชำนาญเฉพาะงาน หลักการมีอำนาจที่ชอบธรรม พร้อมด้วยกำหนดลักษณะและวิธีการติดต่องานสัมพันธ์กันตามลำดับขั้นแห่งอำนาจหน้าที่สูงต่ำลดหลั่นกันไป

การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) หมายถึง การบริหารงานอันเกี่ยวกับตัวบุคคลโครงสร้างและวิธีปฏิบัติของบุคคล หรือเจ้าหน้าที่ทุกประเภทของหน่วยงาน การบริหารงานบุคคลดังกล่าวรวมตั้งแต่การแสวงหาคนมาทำงาน การบรรจุแต่งตั้ง การฝึกอบรม และการพัฒนาบุคลากรที่บรรจุแต่งตั้งไว้แล้ว การบำรุงขวัญ การเลื่อนขั้นและลดขั้น ตลอดจนการพิจารณาให้พ้นจากงาน และการบำรุงรักษาสภาพของการทำงานที่ดี และมีประสิทธิภาพให้คงอยู่ต่อไป

การอำนวยการ (Directing) หมายถึง การวินิจฉัยสั่งการ หลังจากที่สร้างระบบความคิดในการวิเคราะห์และพิจารณางานโดยรอบคอบแล้ว ประกอบด้วย 5W2H เป็นการแสดงให้เห็นว่าจะทำอะไร (What) ทำไมต้องทำหรือทำไปเพื่ออะไร (Why) ให้ใครทำหรือทำไปเพื่อใคร (Who/Whom) ทำที่ไหน (Where) ทำเมื่อไร (When) ทำอย่างไร (How) และต้องใช้งบประมาณเท่าไร (How much) รวมทั้งแนะนำ ชี้แจง ให้ความช่วยเหลือให้มีโอกาสได้ปรับปรุงทักษะ รวมถึงความสามารถในการเป็นผู้นำ (Leadership) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (Human Relations) และมีความสามารถในการจูงใจคน (Motivatio) อีกด้วย

การประสานงาน (Coordinating) หมายถึง การประสานงานหรือสื่อสัมพันธ์หน่วยงานย่อย หรือตำแหน่งต่าง ๆ ภายในองค์กรหรือสำนักงานใหญ่ เพื่อก่อให้เกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการทำซ้ำซ้อนหรือขัดแย้งกัน แต่ทุกหน่วยทำงานประสานกลมกลืนกัน เพื่อวัตถุประสานหลักขององค์กรหรือหน่วยงานใหญ่แย้งกัน

การรายงาน (Reporting) หมายถึง การเสนอรายงานไปยังผู้บริหาร หรือไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งเบื้องบนและเบื้องล่าง การเสนอรายงานทำให้ผู้บริหารทราบความก้าวหน้าของงานทุกระยะ สะดวกแก่การประสานงานกับหน่วยงานอื่น ในขณะเดียวกันควรเสนอรายงานให้ผู้ร่วมงานหรือผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาได้ทราบด้วย เป็นสร้างความความเข้าใจอันดีร่วมกันและเป็นการบำรุงขวัญไว้เป็นระยะ ๆ มีการวิจัย การประเมินผล และการตรวจสอบเป็นระยะ ๆ สามารถทำรายงานได้ถูกต้องรัดกุมและสมบูรณ์

การจัดทำงบประมาณ (Budgeting) หมายถึง การจัดทำงบประมาณการเงินการวางแผนในการใช้จ่ายเงิน เช่น การสั่งซื้ออุปกรณ์เครื่องดนตรี การซ่อมเครื่องดนตรีการตัดชุดการแสดงอุปกรณ์ประกอบฉาก รวมถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ การบัญชี และการควบคุมดูแลการใช้จ่ายเงินหรือตรวจสอบบัญชีโดยรอบคอบและรัดกุม Henri J. Fayol เป็นวิศวกรเหมืองแร่ชาวฝรั่งเศส ได้สร้างผลงานทางแนวความคิดเกี่ยวกับการบริหาร มุ่งที่ผู้บริหารระดับสูง โดยศึกษากฎเกณฑ์ที่เป็นสากลและได้เขียนหนังสือ Industrial General Management โดย Henri J. Fayol ได้เสนอแนวคิดและกำหนดหลักเกณฑ์ ในการบริหารของผู้บริหารดังนี้ (จอมพงศ์ มงคลวานิช. 2556)

หน้าที่ของนักบริหาร (Management Functions) มีดังนี้

1. การวางแผน (Planning) หมายถึงการที่ผู้บริหารต้องเตรียมการวางแผนการทำงานขององค์การไว้ล่วงหน้า

2. การจัดองค์การ (Organizing) หมายถึงการที่ผู้บริหารต้องเตรียมจัดโครงสร้างขององค์การให้เหมาะสมกับทรัพยากรทางการบริหาร

3. การสั่งการ (Directing) หมายถึงการที่ผู้บริหารต้องมีการวินิจฉัยสั่งการที่ดี เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การดำเนินการไปตามเป้าหมาย

4. การประสานงาน (Co-ordinating) หมายถึงการที่มีผู้บริหารมีหน้าที่เชื่อมโยงต่าง ๆ ขององค์การให้ดำเนินไปอย่างสอดคล้องต้องกัน

5. การควบคุม (Controlling) หมายถึงการที่ผู้บริหารคอยควบคุมและกำกับกิจกรรมต่าง ๆ ภายในองค์การให้ดำเนินไปตามแผนที่วางไว้

หลักการบริหาร (Management Principle) Fayol ได้วางหลักพื้นฐานทางการบริหารไว้ 14 ประการ (Fayol 1949) ดังนี้

1. การแบ่งงานกันทำ (Division of work) การแบ่งงานกันทำทำให้คนเกิดความชำนาญเฉพาะอย่าง (Specialization) อันเป็นหลักการใช้ประโยชน์ของคนและกลุ่มคน ให้ทำงานเกิดประโยชน์สูงสุด

2. อำนาจหน้าที่ (Authority) เป็นเครื่องมือที่จะทำให้ผู้บริหารมีสิทธิที่สั่งให้ผู้อื่นปฏิบัติงานที่ต้องการได้โดยมีความรับผิดชอบ (Responsibility) เกิดขึ้นตามมาด้วย ซึ่งมีความสมดุลต่อกันและกัน

3. ความมีระเบียบวินัย (Discipline) บุคคลในองค์การต้องเคารพเชื่อฟัง และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกาและข้อบังคับต่าง ๆ ที่องค์การกำหนดไว้ ความมีระเบียบวินัยมาจากความเป็นผู้นำที่ดี

4. เอกภาพในการบังคับบัญชา (Unity of Command) ในการทำงานใต้บังคับบัญชาควรได้รับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียวเท่านั้น ไม่เช่นนั้นอาจเกิดการโต้แย้งสับสน

5. เอกภาพในการสั่งการ (Unity of Direction) ควรอยู่ภายใต้การจัดการหรือการสั่งการโดยผู้บังคับบัญชาคนหนึ่งคนใด

6. ผลประโยชน์ขององค์การมาก่อนผลประโยชน์ส่วนบุคคล(Subordinatation of individual interest to the general interest) คำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์การเป็นอันดับแรก

7. ผลตอบแทนที่ได้รับ (Remuneration of Personnel) ต้องยุติธรรม และเกิดความพึงพอใจทั้งสองฝ่าย

8. การรวมอำนาจ (Centralization) ควรรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลางเพื่อให้สามารถควบคุมได้

9. สายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) การติดต่อสื่อสารควรเป็นไปตามสายงาน

10. ความมีระเบียบเรียบร้อย (Order) ผู้บริหารต้องกำหนดลักษณะและขอบเขตของงาน เพื่อประสิทธิภาพในการจัดระเบียบการทำงาน

11. ความเสมอภาค (Equity) ยุติธรรม และความเป็นกันเอง เพื่อให้เกิดความจงรักภักดี

12. ความมั่นคงในการทำงาน (Stability of Tenture of Personnel) การหมุนเวียนคนงาน ตลอดจนการเรียนรู้ และความมั่นคงในการจ้างงาน

13. ความคิดริเริ่ม (Initiative) เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ให้แสดงออกถึงความคิดริเริ่ม

14. ความสามัคคี (Esprit de Corps) หลีกเลี่ยงการแบ่งพรรคแบ่งพวกในองค์การ

จากทฤษฎีทางด้านการบริหารจัดการ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น พอสรุปได้ว่า การบริหารจัดการหรือการดำเนินงานใด ๆ จะไม่สามารถดำเนินการให้ลุล่วงไปได้หากขาดคนที่จะเข้ามาเป็นองค์ประกอบในการขับเคลื่อนกิจกรรมให้สำเร็จ และในการบริหารจัดการคนที่ประสบความสำเร็จก็จะสามารถเริ่มต้นในการจัดหาสิ่งต่าง ๆ ทิ้งเงินทุน วัสดุ อุปกรณ์ ซึ่งทั้งหมดจะนำมารวมกันแล้วมีขบวนการนำมาบริหารจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยเบื้องต้นที่จำเป็นในการบริหารจัดการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกทฤษฎีปัจจัยในการบริหารจัดการ มาเป็นทฤษฎีหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในภาคอีสาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

ประภาพร เหลืองช่วยโชค (2539) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้วัฒนธรรมองค์กรและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร ผลการวิจัยพบว่า องค์กรแต่ละแห่งจะต้องมีวัฒนธรรมองค์กรสอดแทรกอยู่อย่างเห็นได้ชัด โดยวัฒนธรรมองค์กรที่ปรากฏนั้นมีทั้งที่สามารถมองเห็นได้คือพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติหน้าที่ และวัฒนธรรมองค์กรในแนวทางที่สองสามารถมองเห็นได้โดยปรากฏอยู่ในลักษณะของความเชื่อ ข้อตกลงที่ไม่เป็นทางการของสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ แล้วนำข้อตกลงร่วมที่เกิดขึ้น เช่นค่านิยม ความเข้าใจ และข้อสมมติฐานภายหลังจากการที่มีการสร้าง การพัฒนาขึ้นมาจนเป็นที่ยอมรับกับคนส่วนใหญ่แล้วว่าเหมาะสมกับองค์กรของตนเอง และยึดมาใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง โดยศึกษาจากสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ เป็นตัวแปร และนำมาขยายความรูปขององค์กรรวม

ทองสุข ทุมทา (2542) ได้วิจัยการศึกษาสภาพเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม จากการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเพิ่มผลผลิตพืชเศรษฐกิจของเกษตรการในเขตโครงการชลประทานลำปาว ศึกษากรณีบ้านเหล่า ตำบลเหล่า ตำบลบัวบาน อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า สภาพเศรษฐกิจของหมู่บ้านเดิมเป็นหมู่บ้านที่อาศัยการผลิตแบบยังชีพ ผลผลิตใช้อุปโภคบริโภคในครัวเรือนเท่านั้น ต่อมาเมื่อมีปัจจัยพื้นฐานเข้ามาคือ การชลประทาน ถนนไฟฟ้า ทำให้การติดต่อสังคมภายนอกสะดวก การผลิตเพื่อการค้าเกิดขึ้น และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต มีการกู้ยืมเงินมาลงทุนมีความเป็นอยู่ดีขึ้น สภาพทางด้านสังคมของเกษตรกรมีการเปลี่ยนแปลงไปบางอย่าง โดยเฉพาะวัฒนธรรมทางด้านการกิน ด้านสาธารณสุข ด้านการแต่งกายได้รับเอาวัฒนธรรมของสังคม

เมืองเข้ามามากขึ้น แต่ความเชื่อและประเพณีดั้งเดิม ที่เคยปฏิบัติมา แต่บรรพบุรุษ ยังปฏิบัติ ได้แก่ ความเชื่อเรื่องผี การปฏิบัติตามประเพณีทางพุทธศาสนาประเพณีการสู่ขวัญของศาสนาพราหมณ์

ราศี วงศ์ทรายทอง (2543) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่าส่วนใหญ่ชายอายุช่วง 31-40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท การศึกษาสูงสุดในขั้นปริญญาตรีลูกค้าส่วนมากเติมน้ำมันประเภทเบนซินเลือกเติมประจำ โดยเติมน้ำมันต่อครั้งคือเต็มถัง และจะสังเกตราคาน้ำมันก่อนเข้าเติม การบริการของพนักงานที่ถูกใจ คือการเช็คกระจก เติมหรือตรวจลมยาง เช็ดน้ำมันเครื่อง น้ำกลั่นและของแถมที่ชอบคือน้ำดื่ม กระดาษทิชชู และกาแฟกระป๋อง

อารีรัตน์ จงวัฒนาพาณิชย์ (2544) ได้ศึกษาโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร โดยทำการศึกษาถึงสภาพทั่วไปของธุรกิจ ลักษณะโครงสร้างตลาดและการกระจุกตัวของผู้ประกอบการในตลาดโดยใช้การวัดค่าอัตราส่วนการกระจุกตัวจากมูลค่าของยอดขาย ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีโครงสร้างตลาดในลักษณะของผู้ชายน้อยรายที่มีการกระจุกตัวสูง เนื่องจากมีค่า CRI และ CR3 ในปี 2542 รองลงมา คือร้ายเอเอ็มพีเอ็มและร้านแฟนิลิมาร์ท ที่มีส่วนครองตลาดร้อยละ 11 และ 6 ในปีเดียวกัน และจากกว่าวิเคราะห์ Porter's Five Force Model พบว่า ผู้นำตลาด คือเซเว่นอีเลฟเว่น มีอำนาจทางการตลาดและศักยภาพการแข่งขันและทำกำไรค่อนข้างสูง ส่วนอุปสรรคของผู้ประกอบการรายใหม่มีค่อนข้างมาก ทั้งจากทำเลที่ตั้งที่เริ่มหายาก ความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาดของผู้ประกอบการเดินในตลาด รวมทั้งการมีเทคโนโลยีสมัยใหม่นอกจากนี้ผู้ประกอบการในตลาดยังมีอำนาจในการต่อรองเหนือผู้จัดจำหน่ายอย่างมาก ตามแนวโน้มการแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจร้านสะดวกซื้อ

วลักษกร ตันติกรวรกุล (2544) ได้ศึกษาการศึกษาการเปิดเสรีน้ำมันกับโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของผู้ค้าปลีกน้ำมันไทย การวิจัยครั้งนี้มีจุดหมายเพื่อศึกษาโครงสร้าง พฤติกรรมของตลาดผู้ค้าปลีกน้ำมันในปัจจุบัน เพื่อทราบถึงภาวการณ์แข่งขันในตลาดค้าปลีกน้ำมันไทย โดยทำการศึกษาโครงสร้างตลาดพฤติกรรมในการศึกษาโครงสร้างตลาดนั้นใช้ทฤษฎีอัตราการกระจุกตัวในการศึกษาและดูในเรื่องของจำนวนสถานีบริการ ส่วนแบ่งตลาด จำนวนผู้ค้ามาตลอด เพื่อดูลักษณะโครงสร้างตลาดค้าปลีกและการศึกษาในด้านพฤติกรรมจากการแข่งขันด้านราคาและที่ไม่ใช้ราคา ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างตลาดค้าปลีกน้ำมันในปัจจุบันยังคงเป็นโครงสร้างผู้ขายน้อยราย โดยดูจากจำนวนผู้ค้ามีเพียง 5 บริษัทใหญ่ เป็นผู้ครองส่วนแบ่งตลาดและอัตราการกระจุกตัวในปัจจุบันสูง ในด้านพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคานั้น พบว่าจากระบบราคาน้ำมันลอยตัวทำให้โครงสร้างราคาน้ำมันเปลี่ยนจากอดีต โดยราคาขายส่งหน้าโรงกลั่นและค่าการตลาดเป็นอิสระไม่ถูกควบคุมจากภาครัฐในอดีต มีผลให้ราคาเปลี่ยนแปลงไปตามต้นทุนต่าง ๆ และมีการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับ

ราคาน้ำมันในตลาดโลก ส่วนพฤติกรรมการแข่งขันด้านราคาปัจจุบันมีการตัดราคากันในถนนบางพื้นที่ เป็นทำเลการค้าที่ดีมียอดขายสูง ทำให้มีการแข่งขันด้านราคากันพื้นที่นั้น

วิลมทิพย์ ทองระอา (2545) ได้ศึกษากลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กร กรณีศึกษาการเคหะแห่งชาติ" วัตถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อศึกษาระบบการดำเนินงานของการเคหะแห่งชาติ โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือส่วนแรกเป็นการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน โดยใช้ข้อมูลจากงบกำไรขาดทุนและงบดุลในปี 2540-2544 แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ อัตราส่วนความคล่องตัว อัตราส่วนความสามารถในการบริหารหนี้สิน อัตราส่วนความสามารถในการบริการสินทรัพย์ อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร และส่วนที่สองเป็นการศึกษาถึงการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ผลการศึกษาพบว่า อัตราสวนทางการเงิน แสดงให้เห็นว่าการเคหะแห่งชาติมีการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์เพื่อให้เกิดรายได้และสภาพคล่องของกิจการอยู่ในระดับพอใช้ สำหรับความสามารถในการทำกำไรลดลงอย่างต่อเนื่อง รายได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายโดยรวม เนื่องจากการขาดความคล่องตัวในการจัดการหนี้ค้างชำระและมีภาระดอกเบี้ยจ่ายจากการออกพันธบัตรเพิ่มขึ้น ด้านแผนการเชิงกลยุทธ์ พบว่ากลยุทธ์ที่เหมาะสมที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงานของการเคหะแห่งชาติ คือกลยุทธ์การเจาะตลาด โดยเน้นกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและรายได้ปานกลางในเขตเมืองที่ยังขาดแคลนที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมากและกลยุทธ์การร่วมลงทุนเพื่อประสานงานกับภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั้งนี้การเคหะแห่งชาติควรมีการปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ให้เป็นไปตามสภาวการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในแต่ละช่วงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยแต่ประการสำคัญที่สุดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ต้องดำเนินการให้สอดคล้องตามวิสัยทัศน์ ภารกิจ วัตถุประสงค์และเป้าหมายตามที่องค์กรที่กำหนด

รุจิรัชช์ เตมีศักดิ์ (2550) ได้วิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะของการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV จำนวน 400 รายวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาความถี่ และร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของลูกค้า โดยใช้ค่าวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่า Chi – Square และปัจจัยลักษณะของการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ของลูกค้าวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Multiple Regression

Analysis ผลการวิจัย ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ เขตที่พักอาศัย และรถที่มาใช้บริการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อการใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และปัจจัยลักษณะของการใช้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เดชสิงห์ชัย วงค์คำตัน (2554) ได้ศึกษาโรงไฟฟ้านิวเคลียร์ : การศึกษาความเป็นไปได้และผลกระทบทางสังคมวัฒนธรรม จากการก่อสร้างโรงงานในประเทศไทย ผลการวิจัยทำให้ทราบความเป็นมาและลักษณะสำคัญของโรงไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์และสภาพปัญหาและความเป็นไปได้ของการก่อสร้างโรงงานไฟฟ้าพลังงานนิวเคลียร์ในประเทศไทย รวมทั้งผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม แม้พลังงานนิวเคลียร์จะมีประโยชน์มากแต่มีโทษมากเช่นเดียวกัน สมควรที่รัฐส่งเสริมทำการศึกษาวิจัยในทุกแง่มุม ก่อนทำการก่อสร้างขึ้นในประเทศไทย

สวาท กลางประพันธ์ (2554) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดมุกดาหาร ผลการวิจัยพบว่าประวัติความเป็นมาและสภาพปัญหาของหมู่บ้านวัฒนธรรมในจังหวัดมุกดาหาร พบว่าประชาชนในพื้นที่ยังขาดความตระหนักและกระตือรือร้นในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะชาวบ้านเห็นว่าเป็นวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน เป็นสิ่งที่คุ้นเคยและเคยชิน เลยเห็นว่าเป็นเรื่องธรรมดาของคนในพื้นที่ จึงให้ความสำคัญกับการหาเลี้ยงชีพมากกว่าที่มาสนใจในเรื่องของการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นภายในหมู่บ้าน โดยการขายความเป็นอัตตลักษณ์ของตนเองให้เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยวต่างพื้นที่ ประกอบกับการที่ทางภาครัฐไม่มีนโยบายหรือพันธกิจที่ช่วยเป็นแรงกระตุ้นให้กับชาวบ้านได้รับรู้ และชาวบ้านเองก็ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมอย่างถ่องแท้ พร้อมกันนี้ยังเข้าใจในเรื่องของกระบวนการจัดการนักท่องเที่ยว ควรมีรูปแบบโครงสร้างกิจกรรมอย่างไรบ้าง ขาดผู้ให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องเหล่านี้ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอดีตของจังหวัดมุกดาหารที่ผ่านมาไม่ได้รับความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ (2557) ได้เสนอรายงาน “ โครงการการส่งเสริมการแข่งขันทางการค้า ” รายงานฉบับดังกล่าวเสนอสภาพปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันทางการค้าที่รัฐวิสาหกิจบางแห่งประกอบธุรกิจแข่งขันกับเอกชน และมีพฤติกรรมที่เข้าข่ายการฝ่าฝืนพระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2542 แต่กลับได้รับการยกเว้นไม่ต้องอยู่ภายใต้การกำกับดูแลภายใต้มาตรา 4(2) แห่งพระราชบัญญัติฯ คณะผู้วิจัยทำการศึกษาโดยเลือกรัฐวิสาหกิจที่เข้าข่ายมีปัจจัยหรือแนวโน้มที่เอื้อต่อ

พฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม ที่อาจฝ่าฝืน หรือเคยฝ่าฝืนกฎหมายการแข่งขันทางการค้า มาเป็นกรณีศึกษาจำนวน 13 แห่ง ได้แก่ (1) บมจ. ปตท. (2) การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (3) บมจ. กสท โทรคมนาคม (4) บมจ. ทศท คอร์ปอเรชั่น (5) องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (6) บ. ขนส่ง จำกัด (7) โรงงานยาสูบ (8) บมจ. การบินไทย (9) บมจ. ท่าอากาศยานไทย (10) บมจ. อสมท. (11) บมจ. ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม (12) บมจ. ธนาคารกรุงไทย และ (13) บ. หลักทรัพย์จัดการกองทุนกรุงไทย จำกัด จากการศึกษาพบว่า อำนาจผูกขาดของรัฐวิสาหกิจตามกฎหมาย และจากสัมปทานของรัฐ เอื้อให้เกิดพฤติกรรมการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในการแข่งขันกับเอกชน

สุมาลี วงษ์วิทิต (2556) ได้วิจัยเกี่ยวกับ กฎหมายเพื่อการพัฒนาธุรกิจพลังงานทางเลือก วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษากฎหมาย นโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ(ทั้งของไทยและต่างประเทศ) เกี่ยวกับธุรกิจพลังงานทางเลือก เพื่อหาปัจจัยอันเป็นการส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจพลังงานทางเลือก และเพื่อหาข้อเสนอแนะมาตรการทางกฎหมายและการ บังคับใช้กฎหมายที่เหมาะสมเพียงพอต่อการพัฒนาธุรกิจพลังงานทางเลือกของไทย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการรวบรวมและวิเคราะห์ ข้อมูล คือการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์อย่างเจาะลึกเน้นการวิเคราะห์ กฎหมาย (Legal analysis) เป็นหลัก ผลการศึกษาพบว่านโยบายรัฐและการนำ นโยบายไปปฏิบัติยังมีปัญหาบางประการเช่น ไม่ครอบคลุม ไม่ชัดเจน ขาดทิศทางที่ชัดเจน ไม่ทันสมัย ไม่สร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุนอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะการขาดโครงสร้างองค์กรกำกับดูแลและส่งเสริมกิจการ พลังงานทางเลือกและการมีกฎหมายเป็นจำนวนมากที่ซ้ำซ้อน ไม่ครอบคลุม ไม่ชัดเจน จึงเสนอแนะให้ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรกำกับดูแลกิจการพลังงาน ที่เป็นอิสระและเป็นองค์กรเดียว มีอำนาจหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมกิจการพลังงานเป็นองค์รวม ไม่แยกส่วน และบูรณาการกฎหมายให้เป็นเอกภาพ ต้องลดการอุดหนุนเชื้อเพลิงจากพลังงานกระแสหลัก และลดการผูกขาด กิจการพลังงานโดยรัฐวิสาหกิจด้วย และกฎหมายต้องมีสาระสำคัญเรื่อง การจัดตั้งองค์กรกำกับดูแลที่เป็นอิสระ การกำกับกิจการพลังงานทางเลือก ข้อกำหนดที่มีเกณฑ์ที่ชัดเจนในการใช้ดุลพินิจและการบังคับใช้กฎหมาย การออกกฎหมายพิเศษเฉพาะสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมเอทานอลและไบโอดีเซล และการกำหนดมาตรการส่งเสริม และการสร้างเครื่องมือในการจูงใจ ซึ่งต้องมีการตรวจสอบถึงความเป็นกฎหมายที่ดีกว่า (Better law) ภายใต้การมีส่วนร่วมและการยอมรับของทุกฝ่าย โดยมีเป้าหมายคือการใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือให้มีการพัฒนาธุรกิจ พลังงานทางเลือก

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2557) โดยศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิด้าโพล” เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน เรื่อง “มุมมองของคนไทยที่มีต่อปตท.และการปฏิรูปพลังงาน” ทำการสำรวจระหว่างวันที่ 2 – 3 ตุลาคม 2557 จากประชาชนทั่วประเทศ กระจายทั่วทุกภูมิภาค ระดับการศึกษา และอาชีพ รวมทั้งสิ้น จำนวน 1,249 หน่วยตัวอย่าง เกี่ยวกับการดำเนินกิจการพลังงานของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย หรือ ปตท.และการปฏิรูปพลังงานของรัฐบาล

อาศัยการสุ่มตัวอย่างจากบัญชีรายชื่อฐานข้อมูลตัวอย่างหลัก (Master Sample) ของ “นิด้าโพล” ด้วยความน่าจะเป็นด้วยวิธีแบบเป็นระบบ (Tematic Random Sampling) เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ทางโทรศัพท์ โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ ร้อยละ 95.0 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error : S.E.) ไม่เกิน 1.4 จากผลการสำรวจ เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อการดำเนินกิจการของ ปตท. เพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 31.79 ระบุว่า เป็นการดำเนินกิจการเพื่อผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้น ปตท. รองลงมา ร้อยละ 21.30 ระบุว่า เป็นการดำเนินกิจการเพื่อผลประโยชน์ของทุก ๆ ฝ่ายเท่า ๆ กัน ร้อยละ 17.77 ระบุว่า เป็นการดำเนินกิจการเพื่อผลประโยชน์ของบุคลากรและผู้บริหาร ปตท. ร้อยละ 14.73 ระบุว่าเป็นการดำเนินกิจการเพื่อผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน ร้อยละ 14.41 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อการดำเนินการของรัฐบาล เพื่อนำ ปตท. กลับมาเป็นของรัฐ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 77.34 ระบุว่า ควร เพราะ ประชาชนต้องการใช้น้ำมันที่มีราคาถูกหรือเป็นราคาที่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค เป็นการลดต้นทุนค่าครองชีพในภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ เป็นการควบคุมตรวจสอบถึงความโปร่งใสในการบริหารจัดการ มิให้เป็นการผูกขาดกับ ปตท. แต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะถือว่าพลังงานเป็นสมบัติของประเทศชาติ ร้อยละ 9.13 ระบุว่า ไม่ควร เพราะ เอกชนมีสิทธิ์ในการบริหารงาน หากให้รัฐบาลเข้ามาควบคุมหรือบริหารจัดการ อาจส่งผลต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะในเรื่องของผลประกอบการและความโปร่งใส การทุจริตคอร์รัปชัน และรัฐบาลยังขาดเสถียรภาพ หากมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล นโยบายต่าง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ร้อยละ 0.88 ระบุว่า สามารถบริหารได้ทั้งรัฐบาลและเอกชน ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของรัฐบาลและเสียงส่วนใหญ่ เพียงแต่ขอให้มีความโปร่งใส และทำเพื่อประเทศชาติและประชาชนอย่างแท้จริง และ ร้อยละ 12.65 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ ด้านความคิดเห็นของประชาชนต่อราคาน้ำมันในประเทศไทย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.20 ระบุว่า ราคาแพงมาก รองลงมา ร้อยละ35.95 ระบุว่า ราคาค่อนข้างแพง ร้อยละ 12.01 ระบุว่า มีราคาที่เหมาะสม ร้อยละ 0.56 ระบุว่า ราคาค่อนข้างถูก ร้อยละ 0.24 ระบุว่า ราคาถูกมาก และ ร้อยละ 1.04 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ สำหรับความคิดเห็นของประชาชนต่อแหล่งพลังงานในประเทศไทย เช่น น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ และอื่น ๆ พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 45.56 ระบุว่า ประเทศไทยมีแหล่งพลังงานจำนวนน้อย รองลงมา ร้อยละ 39.07 ระบุว่า ประเทศไทยมีแหล่งพลังงานจำนวนมาก ร้อยละ 2.16 ประเทศไทยมีแหล่งพลังงานพอประมาณ และ ร้อยละ 13.21 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ ท้ายที่สุด เมื่อถามถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อความสามารถของรัฐบาลในการปฏิรูปพลังงาน พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ ร้อยละ 62.29 ระบุว่า รัฐบาลสามารถปฏิรูปพลังงานได้ ขณะที่ร้อยละ 19.22 ระบุว่า ปฏิรูปไม่ได้ และ ร้อยละ 18.49 ไม่ระบุ/ไม่แน่ใจ

โดยสรุป จากการศึกษางานวิจัยในประเทศที่ผ่านมาพบว่าธุรกิจด้านพลังงานยังมีการเรียกร้องของประชาชนให้รัฐปกป้องผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวมและในด้านเกี่ยวกับธุรกิจ

พลังงานนั้นมีการบริหารจัดการที่แตกต่างกันตามบริบทของเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศแต่ยังไม่มีผลการวิจัยใดที่กล่าวเชื่อมโยงถึงธุรกิจด้านพลังงานที่มีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ทั้งสามส่วนดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในมุมมองของผู้วิจัยมีความสนใจที่ศึกษาการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในภาคอีสาน

งานวิจัยต่างประเทศ

Soenen (1993) ได้ศึกษาอุตสาหกรรม 20 ประเภทในช่วงปี ค.ศ. 1970-1989 พบว่า ระยะเวลาของวงจรเงินสด และความสามารถในการทำกำไร (Profitability) วัดจากค่าผลตอบแทนการลงทุนในทรัพย์สิน (ROA หรือ Total Return on Total Assets) มีความสัมพันธ์แบบผกผันต่อกันและกัน (Inversely Related) คือวงจรเงินสดที่สั้นกว่าเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันมีความสามารถในการทำกำไรที่ดีกว่า ขณะที่วงจรเงินสดที่ยาวกว่าเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน มีความสามารถในการทำกำไรที่ต่ำลง นากจากนี้ระยะเวลาของวงจรเงินสดมีผลต่อความต้องการเงินทุนจากแหล่งเงินภายนอก (External financing) แต่เนื่องจากเจ้าหนี้การค้าเป็นแหล่งเงินทุนภายนอกที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำที่สุด ถ้ากิจการมีเจ้าหนี้การค้าที่ให้ระยะเครดิตเป็นเวลานานกว่า วงจรเงินสดสั้นกว่ากิจการที่ได้รับระยะเครดิตสั้นกว่า มีผลทำให้ไม่จำเป็นต้องหาแหล่งเงินทุนภายนอกมาใช้ เป็นผลให้ต้นทุนลดลง และมีกำไรเพิ่มขึ้น

Hediger (2010) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคม Corporate Social Responsibility (CSR) และการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กร Corporate Sustainability (CS) ให้คำจำกัดความอย่างเป็นทางการสำหรับสองแนวคิดที่แสดงในบทความนี้ว่าลูกค้าและความรับผิดชอบต่อสังคมมีความแตกต่าง แต่แนวความคิดความสัมพันธ์ที่สามารถเป็นประโยชน์อย่างเป็นทางการมีทุนทฤษฎีและสวัสดิการทางเศรษฐกิจ วิธีการ ความรับผิดชอบต่อสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถเป็นกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมและเป็นประกันกับความเสี่ยงที่เป็นอันตรายต่อชื่อเสียงแนวโน้มกำไรและความคุ้มค่าขององค์กร นอกจากนั้นเข้าได้นำเสนอวิธีการสำหรับการบูรณาการทางสังคมมุมมองของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มีมุมมองขององค์กรของความรับผิดชอบต่อสังคมและการบริการลูกค้า วิธีการนี้ประกอบกับความรับผิดชอบต่อสังคมภายในของบริษัท ฯ และการประเมินผลบริการลูกค้า

Matos, Stelvia (2013) ได้วิจัยการจัดการความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อมีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืน : กรณีของภาคพลังงานบราซิล ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าในทางทฤษฎีความสำคัญของรูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืนได้กลายเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในงานวิจัยที่ผ่านมา เป็นที่รู้จักกันเกี่ยวกับวิธีผู้จัดการจัดการกับปัญหาในทางปฏิบัติเช่น ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียในงานวิจัยจะมุ่งเน้นไปที่คำถาม : อะไรคือกลยุทธ์ที่สามารถช่วยให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจที่ดีกว่าการ

เชื่อมต่อกับผู้มีส่วนได้เสียและเอาชนะความท้าทายของผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน เมื่อพิจารณาถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนในรูปแบบธุรกิจของพวกเขา การวิจัยนี้ดึงสองกรณีศึกษาในภาคพลังงานบราซิล: บริษัท น้ำมันแห่งชาติ “Petrobras” และความพยายามในการพัฒนาไบโอดีเซลและบริษัทสาธารณูปโภคเกี่ยวกับไฟฟ้าแห่งชาติ “Eletrobras” และความพยายามให้กระแสไฟฟ้าให้กับชุมชนที่ยากจน บทความนี้ขึ้นอยู่กับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ 138 ให้ข้อมูลหลักดำเนินการระหว่างปี 2003 - 2010 กับสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ เช่นเดียวกับแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ กระแสหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนและการรับรู้ของความสัมพันธ์ระหว่างค่าทางเศรษฐกิจสิ่งแวดล้อมและสังคมมากกว่าเพียงแต่มุ่งเน้นไปที่เศรษฐกิจและ / หรือสิ่งแวดล้อม ในงานวิจัยมีการใช้ทฤษฎีผู้มีส่วนได้เสียที่จะวิเคราะห์ว่าค่าที่ยั่งยืนสามารถขับเคลื่อน รูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืน มีข้อแนะนำว่าการรวมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความขัดแย้งกัน โดยวิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของของผู้มีส่วนได้เสียในท้องถิ่นให้มากขึ้น พร้อมทั้งมีการให้กำลังใจทั้งการเรียนรู้และการสร้างความสามารถของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

Richter (2013) ได้วิจัยนวัตกรรมรูปแบบธุรกิจพลังงานที่ยั่งยืน : สาธารณูปโภคเยอรมันภาคพลังงานไฟฟ้า จุดเริ่มต้นของกระบวนการเปลี่ยนแปลงขั้นพื้นฐานต่อ ผลการวิจัยพบว่า การผลิตที่ยั่งยืนมากขึ้นบนพื้นฐานของพลังงานทดแทน ดังนั้นสาธารณูปโภคไฟฟ้าเผชิญกับความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่จะหาวิธีการใหม่ ๆ ในการสร้างการส่งมอบและความคุ้มค่าจากเทคโนโลยีพลังงานทดแทน การศึกษาครั้งนี้สำรวจสาธารณูปโภค รูปแบบธุรกิจสำหรับพลังงานทดแทนโดยการวิเคราะห์แบบจำลองทางธุรกิจทั่วไปทั้งสองขึ้นอยู่กับชุดของการสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับผู้จัดการบริษัทของเยอรมัน นอกจากนี้ยังพบว่าสาธารณูปโภคได้มีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ทำงานได้สำหรับด้านสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ในการผลิตพลังงานทดแทน ในเวลาเดียวกันด้านลูกค้าขนาดเล็กขาดเทคโนโลยีพลังงานทดแทนขาดรูปแบบธุรกิจที่เพียงพอ มีคำแนะนำในการปฏิบัติโดยการรวมแนวคิดรูปแบบธุรกิจด้วยนวัตกรรมและทฤษฎีองค์กรสำหรับผู้จัดการในการจัดการและการสร้างนโยบายของธุรกิจ

Hellström (2015) ได้วิจัยเกี่ยวกับกลไกการทำงานร่วมกันสำหรับรูปแบบธุรกิจในการกระจายระบบนิเวศด้านพลังงาน มีข้อค้นพบว่าการประสบความสำเร็จทางธุรกิจทั่วพลังงานหมุนเวียนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องมีรูปแบบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่มักได้รับการพิจารณาจากมุมมองของบริษัท ที่มีการให้ความสำคัญในเรื่องของพลังงานหมุนเวียนและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ระบบนิเวศธุรกิจพัฒนารูปแบบธุรกิจของพวกเขาที่อำนวยความสะดวกในการเปลี่ยนแปลงในความสมเหตุสมผลของอุตสาหกรรม การศึกษาก่อนหน้านี้เมื่อระบบนิเวศได้มองไปที่บทบาทของการประมูลทางเทคนิคในระบบนิเวศ ในขณะที่เราใช้มุมมองของรูปแบบธุรกิจที่จะศึกษาการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัท ในงานวิจัยใช้สามกรณีจากการกระจายระบบนิเวศพลังงานไปยังแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่แตกต่างกันชนิด

ของกลไกการทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืนและการสร้างมูลค่าโดยรวมเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยของเราระบุความสำคัญของการระบุปัจจัยที่ผลักดันรูปแบบธุรกิจของ บริษัทที่ทำงานร่วมกันเพื่อความสะดวกในการเปลี่ยนระบบและการเปลี่ยนแปลงในความสมเหตุสมผลของอุตสาหกรรม

Hannon, Matthew J., (2015) ได้วิจัยเกี่ยวกับ ข้อตกลงอำนาจท้องถิ่นของ สหราชอาณาจักรกับผู้ให้บริการพลังงาน บริษัท Energy Service Company (ESCO) รูปแบบลักษณะที่สำคัญผลประโยชน์ ข้อจำกัด และการพิจารณา ในงานวิจัยนี้ได้สำรวจวิธีการที่บางหน่วยงานท้องถิ่นในสหราชอาณาจักร ที่มีเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น Local Authorities (LAs) ได้เลือกที่มีส่วนร่วมกับการให้บริการพลังงาน กับบริษัทที่ให้บริการด้านพลังงาน Energy Service Company (ESCO) รูปแบบในการเสนอราคาเพื่อเพิ่มอิทธิพลของพวกเขามากกว่าการเปลี่ยนแปลงระบบพลังงานของท้องถิ่นและความช่วยเหลือ โดยมีวัตถุประสงค์ “นโยบายสาธารณะที่ดี”มีรูปแบบที่เรียกว่า LA ESCO ที่ระบุไว้ดังนี้ (1) เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นเป็นเจ้าของ‘arm's-length’ model (คือ Model ที่เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นทำงานร่วมกับทั้งสองฝ่ายคือผู้ประกอบการบริษัทพลังงานและผู้ใช้บริการ) ; (2) ภาคเอกชนเป็นเจ้าของรูปแบบสัญญาสัมปทาน และ (3) ชุมชนที่เป็นเจ้าของและรูปแบบการทำงานตัดสินใจในการสร้างบริษัทบริการด้านพลังงานของตัวเอง ตามกรณีที่ธุรกิจขึ้นอยู่กับขอบเขตที่นโยบายระดับชาติและกฎระเบียบ กรอบการอำนวยความสะดวกและสามารถมีข้อบังคับโดย เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นมีบทบาทในการกำกับดูแลกิจการพลังงานให้เข้มแข็ง มีการจัดตำแหน่งของวาระการประชุมพลังงานท้องถิ่นและระดับชาติผ่านการสื่อสารและการประสานงานระหว่าง บทบาทกำกับดูแลของหน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่แตกต่างกันช่วยขจัดอุปสรรคที่สำคัญในการมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ส่วนท้องถิ่นและบริษัทบริการด้านพลังงานที่กว้างขึ้นในกิจกรรมการกำกับดูแลกิจการพลังงาน

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยต่างประเทศ โดยผู้วิจัยหลายท่านได้ศึกษาค้นคว้า สรุปได้ว่า ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมันในประเทศไทย ประกอบด้วยองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทเชลล์ องค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัทบางจาก และองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจน้ำมัน บริษัท ปตท. ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมองค์กร ด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม ด้านบริบทพื้นที่ภายในจังหวัดนครราชสีมา ด้านทฤษฎีที่ใช้ในงานวิจัย ประกอบไปด้วย ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่นิยม ทฤษฎีนิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และทฤษฎีการบริหารจัดการ ด้านงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง งานวิจัยในประเทศ และงานวิจัยต่างประเทศ เพื่อใช้ในการดำเนินการและการบริหารทางธุรกิจ รวมทั้งในการแก้ปัญหารวมทั้งการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม สังคมของชุมชนและของประเทศไทยอย่างยั่งยืน ซึ่งการที่จะทราบแนวทางการดำเนินงานแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาปัญหาที่แท้จริงในภาคส่วนของธุรกิจด้านพลังงานที่เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศและนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาสร้างเป็นรูปแบบแนวทางการดำเนินงานเพื่อการปฏิบัติการแก้ปัญหาได้อย่างแท้จริง และงานวิจัยที่

ผ่านมายังไม่มีการวิจัยด้านรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ที่สนใจศึกษาและเหมาะสมสำหรับธุรกิจด้านพลังงาน ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาสถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ เพื่อให้ทราบถึงประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540 การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 และทราบถึงสภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

บทที่ 3
ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540

การวิจัยเรื่องสถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บรวบรวมจากเอกสารและลงพื้นที่ที่วิจัยโดยสังเกต(Observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview Guide) เพื่อนำมาตอบความมุ่งหมายทั้ง 3 ข้อวิจัยในความมุ่งหมายที่ 1 คือศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันก่อน พ.ศ. 2540

เนื่องจากช่วง พ.ศ. 2540 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างชัดเจนทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 บริษัทภายในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา
   1.1 บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
   1.2 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
   1.3 บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด
2. ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540
   2.1 ด้านผลิตภัณฑ์
   2.2 ด้านบริการ
3. บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540
   3.1 ด้านสังคม
   3.2 ด้านวัฒนธรรม

ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา

ธุรกิจพลังงานในประเทศไทยนั้นเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมการพัฒนาประเทศตลอดช่วงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม ธุรกิจด้านพลังงานเริ่มเข้ามามีบทบาทในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว แบ่งการบันทึกออกเป็นทั้งหมด 6 ช่วงการเปลี่ยนแปลงสามารถแบ่งเป็นตามพุทธศักราชได้ดังต่อไปนี้

ช่วงที่ 1 ในช่วงพุทธศักราช 2411 เป็นยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมเป็นขนาดใหญ่จำนวนมาก มีการสร้างระบบสาธารณูปโภคในด้านต่าง ๆ ระบบไฟฟ้า รถไฟ สายโทรศัพท์ ฯลฯ ส่งผลให้ความต้องการในด้านพลังงานผลิตภัณฑ์ปิโตเลียมเริ่มเข้ามามีบทบาท ในการพัฒนาเป็นอย่างมาก อีกทั้งเป็นมีส่วนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ

ชีวิตประจำวัน ของ คนในยุคสมัยนั้นอีกด้วย โดย บริษัทต่างชาติรายแรกที่เข้ามาในประเทศไทย คือ บริษัท รอยัลดัทช์ ปิโตรเลียม จำกัด โดยจัดตั้ง ตัวแทนจำหน่ายน้ำมันเริ่มต้นจากในเขตกรุงเทพมหานคร ต่อมาในปีพุทธศักราช 2435 บริษัท รอยัลดัทช์ ปิโตรเลียม จำกัด ร่วมทุนกับบริษัท เชลล์ทรานสปอร์ต แอนด์ เทรดดิ้ง จำกัดก่อตั้ง บริษัท เอเชียติกปิโตรเลียม (สยาม) จำกัด ขึ้นเป็นการร่วมมือกันเพื่อจำหน่าย “น้ำมันก๊าด” ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมที่คนไทยรู้จักชนิดแรก เป็นพลังงานทดแทนในการสร้างแสงสว่าง ซึ่งในช่วงนั้นน้ำมันก๊าดทั้งหมดนำเข้าจากต่างประเทศ

ช่วงที่ 2 ในช่วงพุทธศักราช 2437 ในช่วงนี้มีการพัฒนาการด้านผลิตพันทาง ปิโตเลียมคือมีการก่อสร้างคลังน้ำมันขึ้นในกรุงเทพมหานครฯ โดยบริษัท แสตนดาร์ด ออยล์ จำกัด โดยนำเข้าน้ำมันก๊าดตรา “ไก่” และตรา “นกอินทรีย์” ตลอดจนน้ำมันหล่อลื่นเครื่องจักรไอน้ำในโรงสีข้าวเข้ามาจำหน่ายด้วย เป็นช่วงเวลาเดียวกันที่ บริษัท แว็คคัม ออยล์ได้เข้ามาค้าน้ำมันในประเทศไทย และในเวลาต่อมาได้ร่วมกิจการกับบริษัท แสตนดาร์ด ออยล์ จำกัด พร้อมเปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท โซโคนี่ แว็คคั่ม ปิโตรเลียม จำกัด

ช่วงที่ 3 ในช่วงพุทธศักราช 2439 มีการนำเข้ารถยนต์คันแรกในประเทศไทย โดยพระยาสุรศักดิ์มนตรี เสนาบดีกระทรวงเกษตราธิการ และในอีก 6 ปีถัดมา พระยาภักดีนรเศรษฐ ได้ดัดแปลงรถม้าเป็นรถเมล์ขาว จึงเริ่มมีการนำน้ำมันเบนซินมาใช้ในประเทศไทยตั้ง แต่นั้นมา และเมื่อรถยนต์กลายเป็นยานพาหนะที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากใช้กันอย่างแพร่หลาย ส่งผลให้เกิดการใช้น้ำมันเบนซินของประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการก่อสร้างสถานีบริการน้ำมันอย่างแพร่หลาย เพื่อจักจำหน่ายและรองรับความต้องการในการใช้พลังงานน้ำมันตั้งแต่ พุทธศักราช2473 ในระหว่างนี้ บริษัทค้าน้ำมันต่าง ๆ ได้ทยอยนำน้ำมันดีเซลและน้ำมันเตาเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยด้วย

ช่วงที่ 4 ในช่วงพุทธศักราช 2500 มีการยกเลิกข้อผูกพันที่ทำไว้กับบริษัทต่างชาติ โดยการนำของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรี โดยเรื่องห้ามมิให้รัฐบาลจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียมแก่ประชาชนและตั้งองค์การเชื้อเพลิง เป็นรัฐวิสาหกิจในวันที่ 27 มกราคม พุทธศักราช 2503 โดยใช้สัญลักษณ์ตราสามทหาร เป็นตาสัญลักษณ์ใช้ในสถานีบริการน้ำมัน อีกทั้งจัดหาและกลั่นน้ำมัน

ช่วงที่ 5 ในช่วงระหว่างพุทธศักราช 2516 ในยุควิกฤตการณ์น้ำมันโลกครั้งที่ 1 น้ำมันราคาแพงมากและขาดแคลนไปทั่วโลก ไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักเพราะไม่มีแหล่งปิโตรเลียมเป็นของตนเอง จึงเริ่มมองหาแหล่งพลังงานปิโตรเลียมในประเทศ

ช่วงที่ 6 ในช่วงพุทธศักราช 2520 - ปัจจุบัน นี้เองมีการจัดตั้งองค์การก๊าซธรรมชาติแห่งประเทศไทย (อกธ.) ขึ้นเพื่อพัฒนาก๊าซธรรมชาติจากอ่าวไทยและในปีพุทธศักราช 2521 พล.อ.เกรียงศักดิ์ ชมะนันทน์ นายกรัฐมนตรี มีการตรา พ.ร.บ.การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย นับเป็นองค์กรของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการปิโตรเลียมของไทยขึ้นโดยตรงเป็นครั้งแรก ปั๊มน้ำมันที่ใช้ตราสาม

ทหารจึงหมดความนิยม และคนไทยจึงคุ้นชินกับตรา ปตท. แทนจนถึงทุกวันนี้ ปัจจุบัน ยังมีปั๊มน้ำมันสามทหารหลงเหลืออยู่เพียงแห่งเดียวในประเทศไทยที่สวนคุณธรรมสมานสามัคคี ถ.อินทยงยศ แยกประตูลี้อ.เมือง จ.ลำพูน ซึ่งเป็นปั๊มน้ำมันสามทหารเดิม เมื่อเลิกกิจการแล้วถูกปล่อยให้รกร้าง และในปีพุทธศักราช 2550 กลุ่มชมรมชมรมหริภุญไชยคลับและทีมงานพิพิธภัณฑ์ชุมชนเมืองลำพูนจึงรื้อฟื้นชีวิตของปั๊มน้ำมันสามทหารขึ้นใหม่โดยประสานกับ ปตท. ขอให้เก็บพื้นที่และการติดตั้งหัวปั๊มหรือห้องขายไว้ตามเดิม โดยทางกลุ่มเป็นผู้จัดหาวัตถุจัดแสดงมาใส่ไว้ในพิพิธภัณฑ์ 20 ปี พลังไทยเพื่อไทย บริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย จำกัด 29 ธันวาคม 2541

ธุรกิจด้านพลังงานในภาคอีสานเริ่มต้นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2453 โดยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัดเริ่มต้นจากสร้างเป็นคลังน้ำมันแห่งแรกที่ออกมาสร้างตามภูมิภาค คือ จังหวัดนครราชสีมา ภายหลังจึงมีการสร้างเพิ่มเติมที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปางและจังหวัดพิษณุโลกตามลำดับ (นายศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์) ต่อมาความต้องการในการใช้พลังงานมีความต้องการที่สูงขึ้นส่งผลให้ตลาดธุรกิจด้านพลังงานมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีบริษัทที่เข้ามาลงธุรกิจด้านพลังงานเพิ่มในภาคอีสานเป็นอันดับต่อมา ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน และบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ โดยแบ่งการศึกษาด้านประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมาตามความมุ่งหมายของงานวิจัย ได้แก่ บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด ดังนี้

1.1 บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจดทะเบียนในประเทศอังกฤษจัดตั้งขึ้นจากการร่วมกันระหว่างบริษัท Royal Dutch แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์และบริษัท Shell Transport and Trading Company, P.L.C. แห่งประเทศ สหราชอาณาจักรดำเนินกิจการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมใน 40 ประเทศทั่วโลกรวมทั้งดำเนินกิจการค้าปลีกผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและเคมีภัณฑ์ 46,000 แห่งทั่วโลก นอกจากนี้บริษัทชิวยังมีหุ้นส่วนในกิจการโรงกลั่นน้ำมันมากกว่า 50 แห่งทั่วโลก

ช่วงยุคก่อตั้ง เชลล์เป็นผู้นำเข้าน้ำมันก๊าซครั้งแรกของประเทศไทยโดยเรือเอสเอสมิวเร็กซ์ ลำเลียงน้ำมันก๊าซขึ้นฝั่งที่ปากลัด จังหวัดสมุทรปราการเมื่อวันที่ 23 กันยายน พุทธศักราช 2435 นับเป็นจุดเริ่มต้นของอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศไทยเรื่องเอสเอสมิวเร็กซ์ เป็นเรือซึ่งสร้างขึ้นเพื่อบรรทุกน้ำมันลำแรกของโลกและเป็นเรือลำแรกที่วิ่งผ่านคลองซุเอสเพื่อบรรทุกน้ำมันโดยเฉพาะบรรทุกน้ำมันก๊าซเข้ามาจอดเทียบถ้าที่กรุงเทพเมื่อวันที่ 23 กันยายน พุทธศักราช 2435 นับเป็นการนำเข้าน้ำมันก๊าซครั้งแรกของประเทศไทยนับจากนั้นต่อมาประมาณ 40 ปีตลาดน้ำมันก๊าซก็ขยายตัวขึ้นเรื่อยเรื่อยชาวไทยทุกทุกครัวเรือนต่างก็รู้จักน้ำมันก๊าซตรามงกุฎของเชลล์เป็นอย่างดี มีการแต่งตั้งบริษัทเมสเซอร์สมาร์ควอล์ดแอนด์โค เป็นผู้แทนจำหน่ายสินค้าของเชลล์ในประเทศไทย

จำกัดและจากนั้นบริษัทเอเชียติกปิโตรเลียม(สยาม)จำกัดซึ่งเป็นบริษัทในเครือของกลุ่มบริษัทโรยัลดัทช์ เชลล์ ก็ได้แต่งตั้งบริษัทบอร์เนียวจำกัดให้เป็นผู้แทนจำหน่ายอย่างเป็นทาง (บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด. 2559 : 1-9)

ปัจจุบัน บริษัทเชลล์ แห่งประเทศไทย ได้รับมอบใบรับรองความสามารถห้องปฏิบัติการมอก. 17025-2543 จากเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรมซึ่งเป็นการรับรองมาตรฐานวิธีการทดสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงถึง 16 วิธีการในห้องปฏิบัติการนับเป็นห้องแล็ปที่ได้รับ การรับรองวิธีการทดสอบมากที่สุดในอุตสาหกรรมน้ำมันในประเทศไทยนอกจากนั้นแล้วบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยได้ตัดสินใจขายหุ้นส่วนทั้งหมดของโรงกลั่นน้ำมันระยอง 64% แกการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย

เมื่อบริษัทเชลล์แหล่งประเทศไทย เล็งเห็นว่าการขยายตัวทางธุรกิจพลังงานในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการขยายคลังน้ำมันขึ้นตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย โดยคลังน้ำมันแห่งแรกในภาคอีสานเกิดขึ้นที่จังหวัดนครราชสีมาในปี พ.ศ. 2453 ในช่วงเวลาเดียวกันการขยายตัวของสถานีนำมันที่เป็นสถานีบริการสำหรับผู้ใช้บริการทั่วไป จึงก่อกำเนิดขึ้นตามมาในรูปแบบการบริการของเชลล์ มีศูนย์ฝึกอบรมในการให้บริการอยู่ที่กรุงเทพมหานครฯ เพียงที่เดียวก่อนจะส่งไปประจำสถานีบริการน้ำมันตามภูมิภาคต่าง ๆ บริษัทเชลล์จัดให้มีโครงการอบรมและพัฒนาบุคลากรตลอดเวลาเพื่อเป็นการส่งเสริมให้พนักงานได้พัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยจัดการอบรมจากผู้ทรงคุณวุฒิทังภายในและภายนอกองค์กร ในรูปแบบของการประชุม สัมมนาหรือการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้ได้มาอันคุณภาพและบริการของสถานีบริการน้ำมัน

เมื่อสถานีบริการมีการขยายตัวมากขึ้นทางบริษัทเชลล์จึงเริ่มเปิดให้ผู้ที่มีความสนใจในการลงทุนจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันในแบรนด์ของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย ที่สามารถใช้ตราสัญญาลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ รวมถึงรูปแบบการบริหารตลอดจน การฝึกอบรมผู้ให้บริการในองค์กรที่จะเปิดเป็นสถานีบริการน้ำมันในทุกภาคส่วน โดยการขอทำธุรกิจบริการน้ำมันในรูปแบบนี้นั้น จะเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ที่มีความสนใจสามารถยอมรับในข้อตกลงของทางบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยได้เสียก่อน อาทิเช่น ส่วนแบ่งทางการตลาดของรายได้ภายในสถานีบริการนั้น ๆ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายทุกอย่างจะต้องสั่งจากบริษัท พื้นที่เปิดสถานีจะต้องผ่านความเห็นชอบจากทางบริษัทว่ามีความเหมาะสม ตลอดจนขี้ความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ารับบริการ (นายศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์)

ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด มีการบริหารจัดการ อยู่ 2 บริษัท ได้แก่ 1)ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภู และ 2) ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภูฟูเอล โดยเริ่มเข้ามาจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ในปี พ.ศ.2550 โดยมีสถานีบริการน้ำมันแห่งแรกตั้งอยู่บ้านเลขที่ 109 หมู่ 4

ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา เป็นสถานีที่เป็นแห่งแรกและเป็นสำนักงานใหญ่ในการบริหารงาน ก่อตั้งโดย ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภู โดยนายศักดา อาตมภูสกุล กรรมการผู้จัดการ หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอลในปัจจุบัน หลังจากนั้นไม่นานทางบริษัท ได้มีการขยายสถานีบริการน้ำมันในเครือของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด แห่งที่ 2 ห่างกันออกไป 13 กิโลเมตร ในปีเดียวกัน ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 182 หมู่ 7 ตำบล บ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา (ศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์)

หลังจากนั้น ในช่วงปี พ.ศ. 2552 เกิดวิกฤติ ราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเกิดการชะลอตัว เกิดความต้องการด้านพลังงานทางเลือก พลังทดแทนเป็นอย่างมาก ภายหลังในช่วงปี พ.ศ.2556 สภาพเศรษฐกิจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทำให้ความต้องการ การใช้พลังเริ่มมีมากขึ้น ประชากรที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้ยาพาหนะเพิ่มมากขึ้น และในช่วงเวลานั้นเอง ค่านิยมหรือความต้องการของตลาดของกลุ่มผู้บริโภคได้มีความต้องการพลังงานที่คุณภาพสูงสุด ทางบริษัท หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอล จึงได้เปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2557 ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2012 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยในระยะที่ผ่านมามีการบริหารงาน โดยระบบ RDA เป็นเป็นรูปแบบการลงรายการรูปแบบใหม่ที่ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ใช้บริหารงานในช่วงแรก โดยแผ่นธุรกิจแบบ RDA ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2540 เพื่อกำหนดกรอบการบริหาร และส่งผ่านละเอียดของทรัพยากรและวิธีการจัดการสถานีบริการได้เป็นอย่างดี ต่อมาทางบริษัท หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอล ได้มีการบริหารงานแบบ DO และมีการสร้างสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นอีก ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 95 หมู่ 3 ตำบล หลุบข้าว อำเภอโนนสูง จังหวัดนราชสีมา (ศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์)

ลักษณะคุณสมบัติการร่วมลงทุนและการสมัครเป็นผู้ลงทุนในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย

ลักษณะพื้นที่ที่ใช้ในการตั้งสถานีบริการน้ำมันเชลล์

1. พื้นที่การจัดตั้งสถานีบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 400 ตารางวา และมีพื้นที่ติดถนนด้านหน้าไม่น้อยกว่า 45 เมตร

2. พื้นที่จะการจัดตั้งในเขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด มีพื้นที่ไม่น้อยว่า 2 – 3 ไร่ และมีพื้นที่ติดถนนไม่น้อยกว่า 60 เมตร

สถานีบริการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครกำหนดให้พื้นที่ที่ตั้งสถานีบริการได้ ต้องอยู่ริมถนนสาธารณะที่มีขนาดความกว้างของถนน ไม่น้อยกว่า 16 เมตร และยาวตลอดจนเชื่อต่อกับถนนสาธารณะอื่นที่มีขนาดไม่น้อยกว่า 16 เมตร

ลักษณะที่ตั้งในการจัดตั้งสถานีบริการ

1. เป็นที่ดินติดถนนที่กว้างไม่น้อยกว่า 16 เมตร

2. พื้นที่ตั้งสถานีบริการต้องไม่อยู่ในพื้นที่ลาดชัน หรือเชิงลาดขันสะพานในระยะ 50 เมตร จากรุดเริ่มต้นทาง เข้า – ออก และสถานที่ของตั้งต้องไม่มีสิ่งก่อสร้างเหล่านี้ ได้แก่ ช่องทางเปิดของเกาะกลางถนน ทางระบายน้ำ กำแพงถนน ไม่ตั้งอยู่ใกล้ทางโค้งรัศมีน้อยกว่า 1,000 เมตร ไม่ตั้งอยู่ใกล้ทางแยกระยะ 500 เมตร ไม่อยู่ในพื้นที่ไม่มีจุดสิ้นสุด หรือจุดเริ่มต้นทางลาดเชิงสะพาน ไม่มีทางรถไฟในระยะ 30 เมตร

3.ในระยะ 150 เมตร จากจุดเริ่มต้นของทางเข้า ออก สถานีบริการมีจุดเริ่มและสิ้นสุดทางโค้งของถนนสาธารณะ ทางหลวง

4. ที่ดินสำหรับจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ผู้ขอจัดตั้งจะต้องมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินโดยเป็นเจ้าของหรือมีสัญญาเช่าที่ดินระยะยาว

ราคาก่อสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

1. ราคาก่อสร้างสถานีบริการน้ำมันขนาดเล็ก มูลค่าก่อสร้างประมาณ 15 – 18 ล้านบาทประกอบด้วย 2 แท่นจ่าย และอาคารสำนักงาน

2. ราคาก่อสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดกลาง มูลค่าก่อสร้าง ประมาณ 18 – 20 ล้านบาท ประกอบด้วย 3 -4 แท่นจ่าย และอาคารบริการ และอาคารบริการธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของพื้นที่จัดตั้งสถานี

3. ราคาสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสมบูรณ์แบบ มูลค่าการก่อสร้าง 25 -35 ล้านบาทขึ้นไป ประกอบไปด้วย 5 แทนจ่ายขึ้นไป ให้บริการครบวงจรซึ่งครอบคลุมไปถึงการจำหน่ายดูแลรักษายางยนต์ แบตเตอร์รี่ อาคารบริหาร อาคารบริการที่ห้องเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร และร้านค้าบริการอื่น ๆ ตามความเหมาะสมในแต่ละพื้นที่

เอกสารขอจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

1. แผนที่ของพื้นที่ที่จะขอจัดตั้งสถานีบริการ

2. โฉนดที่ดิน ด้านหน้า และด้านหลัง

3. สำเนาบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้าน ของผู้ขอเป็นผู้แทนจำหน่าย และหรือเจ้าของที่ดิน

4. หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล อายุไม่เกิน 6 เดือน

สรุป ประวัติความเป็นมาในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา เกิดช่วง พ.ศ. 2453 เป็นช่วงขยายตัวของธุรกิจด้านพลังงานจากส่วนกลางของประเทศเขาสู่ระดับภูมิภาค โดยจังหวัดเริ่มแรกเริ่มต้นที่จังหวัดนครราชสีมาเริ่มต้นโดยการสร้างเป็นแหล่งจัดเก็บน้ำมันประจำภูมิภาคก่อนที่จะเกิดมีการสร้างเป็นธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ต่อมากระจายเข้าสู่พื้นที่จังหวัดใกล้เคียงในรูปแบบการบริการสถานี โดยใช้แหล่งจัดเก็บน้ำมันในช่วงเริ่มแรก มีการสำรวจพื้นที่การตั้งสถานีบริการจากส่วนกลาง และส่งพนักงานที่จะทำงานเข้าไปอบรมที่กรุงเทพฯ และนำออกมา

ให้บริการตามสถานีบริการน้ำมันต่าง ๆ ตามภูมิภาค โดยเป็นระบบการผูกขาดจากบริษัทในช่วงเริ่มต้น

ต่อมาความต้องการใช้นำมันเชื้อเพลิงในแต่ระพื้นที่มีเพิ่มเป็นจำนวนมากสอดคล้องกับจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น และการพัฒนาของภูมิภาคที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และได้มีการสร้างสถานีเก็บน้ำมันเพิ่มที่จังหวัดใกล้เคียงได้แก่จังหวัดขอนแก่น และพื้นที่โดยรอบภาคอีสานเพื่อให้เกิดการกระจายผลิตภัณฑ์พลังงานได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการ และเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็วของธุรกิจในองค์กร ทางบริษัทเชลล์จึงเล็งเห็นในเปิดเป็นการลงทุนร่วมระหว่างบริษัทเชลล์แหล่งประเทศไทย และบริษัทในเขตพื้นที่ที่มีความสนใจที่จะลงทุนในธุรกิจด้านพลังงาน โดยมีรูปแบบข้อบังคับ และส่วนแบ่งการตลาดแตกต่างกันออกไปตามสัญญาที่ทำการตกลงกัน ทำให้เกิดระบบธุรกิจการลงทุนด้านสถานีบริการในแบรนด์บริษัทเชลล์ ในเขตพื้นที่ที่ทำการศึกษาเป็นจำนวนมากในปัจจุบัน

ภาพประกอบ 6 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยภายในจังหวัดนครราชสีมา

1.2 บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดตั้งตามการแบ่งประเภทรัฐวิสาหกิจที่มีพระราชบัญญัติตั้งขึ้นโดยเฉพาะ เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พุทธศักราช. 2521 ใช้ชื่อว่า การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ชื่อย่อว่า ปตท. เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นการสถาปนาองค์กรของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการปิโตรเลียมของประเทศขึ้นโดยตรงเป็นครั้ง แรกพร้อมกันนี้ได้กำหนดให้โอนทรัพย์สิน สิทธิ หนี้สิน พนักงานและลูกจ้างขององค์การก๊าซธรรมชาติ องค์การ

เชื้อเพลิง และโรงกลั่น น้ำมันบางจากเข้ามาด้วยเพื่อดำเนินธุรกิจปิโตรเลียม ได้แก่ การสำรวจ พัฒนา ผลิต จัดหา กลั่น สะสม สำรอง นำเข้า ส่งออก ขนส่ง ซื้อขายและจำหน่ายปิโตรเลียม ตลอดจนประกอบธุรกิจปิโตรเคมี

ช่วงยุคก่อตั้ง เป็นช่วงที่ประเทศไทยตกอยู่ในช่วงความยากลำบากจากสภาพวะสงครามโลกครั้งที่ 2 มีการเปลี่ยนแปลงด้านราคาน้ำมันในตลาดโลก ที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดและรวดเร็วอีกทั้งยังขาดแคลนน้ำมันที่จัดหาเข้ามาเพื่อที่จะใช้ประเทศ ในช่วงนั้นการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ในฐานะหน่วยงานของรัฐ ได้รับมอบหมายในการจัดหาน้ำมัน เพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการในการใช้ของประชากรในประเทศท่ามกลางสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ เป็นเหตุให้การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย เข้าสู่การปรับโครงสร้างองค์กรที่ต้องการความคล่องตัวในการทำงาน มีการรวมการรวมศูนย์การบังคับบัญชา เพื่อให้การตัดสินใจเป็นไปในทางทิศเดียวกัน

บริษัท ปตท. จำกัดมหาชน เป็นบริษัทที่ 2 ที่เขามาเปิดการทำธุรกิจด้านพลังงานต่อจากบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย โดยรูปแบบการขยายตัวของบริษัท ปตท. จำกัดมหาชนเป็นไปอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจาก รูปแบบการกระจายสถานีบริการที่มีทั้งในรูปแบบของทางบริษัทแต่เพียงผู้เดียวและยังเปิดให้ผู้ที่มีความสนใจในการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันสามารถลงทุนได้ตั้งแต่ในช่วงเริ่มแรก ทำให้สถานีบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. จำกัดมหาชนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในภาคอีสาน สามารถกระจายตัวเขาไปอยู่ตามแหล่งชุมชนได้เป็นอย่างดี (พิษณุ พวงพรศรี. 2559 : สัมภาษณ์)

ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา พบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นจากกลุ่ม บริษัทไทยสงวนบริการ จำกัด ตั้งอยู่บริเวณ บ้านเลข 399 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แต่เดิมบริษัทไทยสงวนบริการ จำกัด ในช่วงเริ่มแรกปี พ.ศ. 2500 บริษัทไทยสงวนบริการเปิดสถานีบริการ เอสโซ่ โดยการบริหารธุรกิจแบบครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่น กระทั่ง ปัจจุบันเป็นการบริหาร รุ่นที่ 3 ต่อมาทางบริษัทไทยสงวนบริการ ได้รับอนุญาต จัดตั้งสถานีขนส่งแห่งที่ 2 ประจำจังหวัดนครราชสีมา โดยที่มีบริษัทไทยสงวนโภชนา เป็นบริษัทร่วม ต่อมาในช่วงปี 2550-2551 เกิดภาวะทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้น้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาสูงเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ทางรัฐบาลจึงสงเสริมให้รถร่วมสาธารณะ เปลี่ยนจากการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง มาเป็นพลังงานทดแทน ที่มีราคาถูกกว่าคือก๊าซธรรมชาติ หรือ NGV จึงเริ่มมีการจัดตั้งสถานีบริการก๊าซธรรมชาติหรือ NGV ขึ้นมา และในช่วงนั้นทางบริษัทเอสโซ่ ประเทศไทย ยังไม่มีผลิตภัณฑ์ในด้านก๊าซธรรมชาติ หรือ NGV ทำให้ทางบริษัทไทยสงวนบริการ ได้ติดต่อทำสัญญาซื้อขายผลิตภัณฑ์ ก๊าซธรรมชาติ หรือ NGV รวมไปถึงผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นต่าง ๆ จากทางบริษัท ปตท. จำกัดมหาชน โดยทางบริษัทมีการจัดสร้างสถานีบริการน้ำมันเองทั้งหมด และทำสัญญาซื้อขาย จาก บริษัท ปตท. จำกัดมหาชน โดย

สัญญาของแต่ละสถานีแตกต่างกันออกไป ปัจจุบันบริษัทไทยสงวนบริการจำกัด มีสถานีบริการน้ำมันภายใต้การดูแลของบริษัท ทั้งหมด 7 สถานี (ศรรบ หล่อธราประเสริฐ. 2559 : สัมภาษณ์)

ลักษณะคุณสมบัติการร่วมลงทุนและการสมัครเป็นผู้ลงทุนในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

ขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการจัดตั้งสถานีบริการ

1. พื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 400 ตารางวา และด้านหน้าติดถนนกว้างไม่น้อยกว่า 40 เมตร

2. พื้นที่เขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ต่างจังหวัด มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 2 ไร่ และด้านหน้าติดถนนไม่น้อยกว่า 60 เมตร

ลักษณะที่ตั้งในการจัดตั้งสถานีบริการ

1. ที่ดินตั้งอยู่ติดถนนสาธารณะที่มีความกว้างไม่น้อยกว่า 12 เมตร

2. ที่ดินมีความเหมาะสมสามารถเชื่อทางเข้าออกสถานีบริการกับถนนสาธารณะได้โดยปลอดภัยและไม่มีอุปสรรคกีดขวาง

3. ระยะห่างจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทาง ความเหมาะสม ได้แก่

3.1 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 3 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 40 -50 เมตร

3.2 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 5 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 51 – 60 เมตร

3.3 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 10 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 61 – 70 เมตร

3.4 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 20 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 71 – 80 เมตร

3.5 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 30 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 81 – 90 เมตร

3.6 ระยะจากแนวเส้นผิวจราจร ถึงเขตทางไม่เกิน 40 เมตร ควรมีขนาดที่ดินกว้าง 91 – 100 เมตร

4. ที่ตั้งที่ดินที่จะขอจัดตั้งสถานีบริการ ต้องไม่ขัดกฎระเบียบขอบังคับต่าง ๆ ของหน่วยงานราชการ

รูปแบบการลงทุนจัดตั้งสถานีบริการ

1. ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สร้างสถานีบริการเอง โดยจัดซื้อ หรือเช่าที่ดินมาดำเนินการเอง

2. ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ร่วมลงทุนก่อสร้างสถานีบริการกับผู้ที่กรรมสิทธิ์โดยจ่ายเป็นค่าเช่าที่ดินล่วงหน้า ครอบคลุม ระยะเวลาตามสัญญาเช่า และจัดสัญญาเพื่อให้เจ้าของที่ดินเป็นผู้ดำเนินการสถานีบริการน้ำมัน ทั้งนี้วงเงินสนับสนุนขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งยอดรับรองกาขายต่อเดือนและระยะเวลาของสัญญาเช่า

3. ผู้ขอจัดตั้งเป็นผู้ลงทุนค่าก่อสร้างสถานีบริการเองทั้งหมด

ราคาก่อสร้างสถานีน้ำมันเชื้อเพลิง

1. ราคาสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดเล็ก มูลค่าก่อสร้างไม่ต่ำกว่า 15 ล้านบาท ประกอบไปด้วย 2 แท่นจ่าย อาคารบริหาร และอาคารธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของพื้นที่

2. ราคาสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดกลาง มูลค้าก่อสร้าง ไม่ต่ำกว่า 20 ล้านบาท ประกอบไปด้วย 3 – 4 แท่นจ่าย อาคารบริหาร และอาคารบริการธุรกิจค้าปลีกอื่น ๆ ตามความเหมาะสมของพื้นที่

3. ราคาสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสมบูรณ์แบบ มูลค่าการก่อสร้างไม่ต่ำกว่า 30 ล้านบาท ประกอบไปด้วย 6 แท่นจ่ายขึ้นไป ซึ่งครอบคลุมถึงอาคารบริหารและอาคารบริการร้านค้าสะดวกซื้อ ร้านอาหาร และร้านค้าอื่น ๆ ตามความเหมาะสม

เอกสารประกอบการพิจารณา

1. ใบสมัครขอเป็นผู้แทนจำหน่วย เสนอขาย หรือเช่าพื้นที่

2. แผนที่และภาพถ่ายของพื้นที่ที่จะขอจัดตั้งสถานีบริการ

3. สำเนาเอกสารกรรมสิทธิ์ที่ดิน ด้านหน้า และด้านหลัง ทุกหน้าขนาดเท่าต้นฉบับ ทั้งนี้ผู้ขอต้องเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ หรือมีสิทธิ์ที่จะใช้ประโยชน์ในที่ดินที่เสนอ เช่น สัญญาจะซื้อจะขาย สัญญาเช่า

4. กรณีเป็นบุคคลธรรมดา ใช้สำเนาบัตรประชาชน และทะเบียนบ้าน ของผู้ขอ

5. กรณีเป็นนิติบุคคล ใช้หนังสือรับรองการจดทะเบียนนิติบุคคล อายุไม่เกิน 3 เดือน โดยระบุวัตถุประสงค์การประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง สำเนาบัตรประชาชน ทะเบียนบ้านของผู้มีอำนาจ

ขั้นตอนการพิจารณาของ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

1. ผู้สมัครจะต้องมาติดต่อเพื่อสมัครโดยตรงกับ ปตท. เท่านั้น หรือส่งเอกสารผ่านทางไปรษณีย์

2. ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สงวนสิทธิ์ไม่รับพิจารณาการสมัครผ่านตัวแทนผู้รับมอบหรือนายหน้าไม่ว่ากรณีใด ๆ ทั้งสิ้น

3. ผู้สมัครรับทราบว่าสิทธิการเป็นตัวแทนจำหน่าย ปตท. นั้นเป็นสิทธิเฉพาะตัวไม่อาจโอนให้กับผู้อื่นได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน เว้นแต่จะได้รับความเห็นชอบจาก ปตท. เป็นลายลักษณ์อักษร

4. ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จะพิจารณาการเสนอขอจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง โดนพิจารณาจากสภาพตลาดในพื้นที่ปริมาณความต้องการการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง ประมาณการยอดขายธุรกิจค้าปลีก ขนาดพื้นที่ เครือข่ายสถานีบริการในปัจจุบัน และปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจะแจ้งผลการพิจารณา ให้ท่านทราบภายในระนะเวลา 3 เดือน นับตั้งแต่ ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้รับใบสมัคร

5. ทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) สงวนสิทธิ์ไม่รับพิจารณา หากไม่ได้รับเอกสารที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ตามรายละเอียดที่กล่าวไว้ข้างต้น

6. ผลการพิจารณาของทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ถือเป็นเด็ดขาดและสิ้นสุด (ศรรบหล่อธราประเสริฐ. 2559 : สัมภาษณ์)

สรุป ประวัติความเป็นมาในเครือบริษัทปตท. จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา เกิดจากการขยายตัวทางภาวะเศรษฐกิจภายในจังหวัด และความต้องการในการใช้ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงโดยเป็นการขยายเกิดจากการวางตลาดของทาง บริษัทในช่วงเริ่มต้น และเปิดให้ผู้ที่มีความสนใจร่วมลงทุน โดยจะเริ่มจากการสำรวจพื้นที่ที่มีความเหมาะสมทางยุทศาสตร์การค้า เป็นจุดที่ได้เปลี่ยนทางการค้าเป็นจุดที่สามารถเข้าถึงดั้งผู้บริการและการขนส่งของผู้ให้บริการ การปรับรูปแบบสถานีบริการน้ำมันของ สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเริ่มเป็นอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่ไป พ.ศ. 2500 – 2540 ดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพประกอบ 7 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ภายในจังหวัดนครราชสีมา

1.3 บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ในช่วงสมัย พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นการจัดตั้งเพื่อเป็นการดำเนินกิจการโรงกลั่นบางจากเดิม ที่ประสบภาวะขาดทุนและเป็นการดูแลความมั่นคงด้านการพลังงานเพื่อประโยชน์ของคนไทย โดยแบ่งความมุ่งหมายไว้ดังนี้ 1)เป็นบริษัทไทยที่มั่นคงในการเดินเนินธุรกิจปิโตรเลียมสอดคล้องกับประโยชน์ส่วนรวม 2)เป็นบริษัทที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของสังคมไทย และด้วยแนวคิดในการพึ่งพาตนเอง ตลอดจนวัฒนธรรมองค์กรของบริษัท โดยปลูกฝังพนักงานทุกคนให้ประพฤติตนเป็นคนดี มีความรู้ และเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ภายหลังในเวลาเพียง 5 ปีทางบริษัทปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) สามารถพัฒนากิจจารเป็นผลกำไร ระดับ 500 – 800 ล้านบาทต่อปี (คฑาเทพ คชเสนา. 2559 : สัมภาษณ์)

ช่วงยุคก่อตั้ง ก่อนจะมาเป็นบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในช่วงปี พุทธศักราช 2501 กรมการพลังงานทหาร กระทรวงกลาโหมได้รับอนุมัติจากรัฐบาลให้สร้างโรงกลั่นน้ำมันขนาดเล็กโดยมีกำลังการผลิตวันละ 5,000 บาร์เรล ได้รับการอนุมัติให้สร้างขึ้น โดยกระทรงกลาโหมเล็งเห็น (คู่มือระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). 2543 : 66) ความจำเป็นที่ประเทศไทยจำต้องดำเนินกิจการในเรื่อง “น้ำมัน” เองทั้งหมด เพื่อช่วยตรึงราคาน้ำมันในตลาด โดยมิให้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบริษัทค้าน้ำมันต่างชาติแต่เพียงฝ่ายเดียว และ สำรองน้ำมันไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน สร้างที่ตำบลบางจาก อำเภอพระโขนง กรุงเทพฯ เพื่อกลั่นน้ำมันเชื้อเพลิงให้แก่หน่วยราชการ หลังจากโรงกลั่นน้ำมันของราชการถูกบังคับขายให้บริษัทต่างชาติที่เป็นฝ่ายชนะสงครามโลก ครั้งที่ 2 โรงกลั่นน้ำมันของบางจากสร้างเสร็จในปีพุทธศักราช 2507 เป็นปีเดียวกับรัฐประกาศใช้พระราชบัญญัติภาษีน้ำมันที่ผลิตในประเทศ ทางเลือกขณะนั้นมีเพียงการขยายกำลังการผลิตเป็น 20,000 บาร์เรล เพื่อให้การดำเนินการกิจการมีผลกำไร แต่เนื่องจากมีขาดทุนในการขยายกิจการ รัฐบาลจึงได้เปิดประมูลเช่าโรงกลั่น กำหนด 15 ปี โดยมีเงื่อนไขให้ผู้เช่าลงทุนต้องขยายกำลังการกลั่น ในที่สุด บริษัท ซัมมิท อินดัสเตรียล คอร์-ปอเรชั่น (ปานามา) เป็นผู้ประมูลได้ และทำการขยายโรงกลั่นแล้วเสร็จในอีก 4 ปีต่อมา

ปัจจุบัน องค์กรได้รับรองมาตรฐานจากสถาบันต่าง ๆ เช่นในปีพุทธศักราช 2533 เป็นบริษัทตัวอย่างใน เรื่องการประหยัดพลังงานดีเด่นในปีพุทธศักราช 2534 เป็นบริษัทตังอย่างในเรื่องพิทักษ์สิ่งแวดล้อมดีเด่นในปีพุทธศักราช พุทธศักราช 2541 เป็นบริษัทตัวอย่างในเรื่องสถานประกอบการที่มี การจัดการและรักษาสภาพแวดล้อมตามข้อกำหนด EIA ดีเด่น และในปีพุทธศักราช 2540-2542 เป็นบริษัทตัวอย่างในเรื่องมาตรฐานสิ่งแวดล้อม ISO 1401-PETROLEUM REFINING ทุกขั้นตอนกระบวนการ จากที่บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในเรื่อง

สิ่งแวดล้อมนั้นเนื่องส่งผลให้กระแสของความตระหนักในการดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมได้แผ่ขยายไปทั่วโลกเป็นระบบสากล และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป (อนันต์ เจนศิริศักดิ์. 2559 : สัมภาษณ์)

จากการลงพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาพบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ศึกษาวิจัยพบประวัติการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันดังนี้ บริษัทบางจากกรีนเนท จำกัด เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยเป็นศูนย์ในการกระจายการลุงทุนในธุรกิจด้านพลังงานในด้านสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการตรวจวัดมาตรฐาน คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการในเขตพื้นที่ นอกจากนั้นยังมีกลุ่มผู้ร่วมลงทุนในพื้นที่ที่เล็งเห็นถึงการขยายตัวในด้านการตลาดในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เข้าร่วมลงทุนในการเปิดสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนจำกัดชำนาญปิโตรเลียม ห้างหุ้นส่วนจำกัดน้ำค้างออยล์ปิโตรเลียม ห้างหุ้นส่วนจำกัดโครช วี เอส กรุ๊ป ห้างหุ้นส่วนจำกัดโชคชัยศิริชัยปิโตรเลียม ห้างหุ้นส่วนจำกัด 7 ก้าว บริษัท พรีเมี่ยมเนเนอร์จี่ จำกัด บริษัทสุรนารี ดิเวลลอพเม้นท์ จำกัด บริษัท เดอะพาวเวอร์ออยล์ จำกัด ห้างหุ้นส่วนแม่ลำจวน วังน้ำเขียวออย บริษัท พีวายแสตนดาร์ด จำกัด และห้างหุ้นส่วนจำกัด เล้ง เซงฮวด ปิโตรเลียม (คฑาเทพ คชเสนา. 2559 : สัมภาษณ์)

ภายหลังในปี พ.ศ. 2552 เกิดวิกฤติ ราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเกิดการชะลอตัว เกิดความต้องการด้านพลังงานทางเลือก พลังทดแทนเป็นอย่างมาก ภายหลังในช่วงปี พ.ศ.2556 สภาพเศรษฐกิจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทำให้ความต้องการ การใช้พลังเริ่มมีมากขึ้น ประชากรที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้ยาพาหนะเพิ่มมากขึ้น และในช่วงเวลานั้นเองค่านิยมหรือความต้องการของตลาดของกลุ่มผู้บริโภคได้มีความต้องการพลังงานที่คุณภาพสูงสุด บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นถึงสภาพปัญญาที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายในด้านธุรกิจจึงได้เกิดเป็นโครงการพลังงานสะอาด โดยมีการพัฒนารับการผลิต และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ให้เกิดผลเสียต่อธรรมชาติ หรือพลังสะอาดเต็มระบบ ตั้งแต่โรงกลั่นไปถึงการปล่อยควันไอเสีย ออกจากรถของผู้เข้าใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงของบางบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

เมื่อมีการพัฒนาแนวทางที่ชัดเจนของตัวผลิตภัณฑ์ สถานีบริการน้ำมันในในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาได้รับเอาตัวผลิตภัณฑ์มาขายสู่ผู้บริโภค เกิดเป็นกระแสที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการสถานีบริการของสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ต่อมาในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2556 ทางบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กับบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดพิธีลงนามความตกลง “Mutually Exclusive Agreement” โดยทางบางจากฯ และบิ๊กซี ได้รับเสียงตอบรับอย่างดีจากลูกค้าทั้งสองบริษัท ในโครงการนำร่องโดยนำเอาร้านสะดวกซื้อ มินิบิ๊คซี เปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบางจาก จำนวน 10 สาขา จึงได้ตกลงขยายความร่วมมือเป็น ความตกลงธุรกิจระยะยาว แบบ Exclusive Partner

เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มอัตราการเลือกเข้ารับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยปัจจุบันในจังหวัดนครราชสีมาได้เริ่มสร้าง มินิบิ๊กซี ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงแล้วในบางแห่ง (ธวัช หงส์ทับทิม. 2559 : สัมภาษณ์)

ลักษณะคุณสมบัติการร่วมลงทุนและการสมัครเป็นผู้ลงทุนบริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

ขนาดพื้นที่ที่ใช้ในการจัดตั้งสถานีบริการ

1. พื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 ไร่

2. พื้นที่เขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร และพื้นที่ต่างจังหวัด มีพื้นที่ไม่น้อยกว่า 1 - 2 ไร่

ลักษณะที่ตั้งในการจัดตั้งสถานีบริการ

เป็นทำเลติดถนน มีรถยนต์วิ่งผ่านมาก

รูปแบบการลงทุนจัดตั้งสถานีบริการ

1. บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) สร้างสถานีบริการเอง โดยจัดซื้อหรือเช่าที่ดินมาดำเนินการเอง

2. บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ร่วมลงทุนก่อสร้างสถานีบริการกับผู้ที่กรรมสิทธิ์โดยจ่ายเป็นค่าเช่าที่ดินล่วงหน้า ครอบคลุม ระยะเวลาตามสัญญาเช่า และจัดสัญญาเพื่อให้เจ้าของที่ดินเป็นผู้ดำเนินการสถานีบริการน้ำมัน ทั้งนี้วงเงินสนับสนุนขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้งยอดรับรองกาขายต่อเดือนและระยะเวลาของสัญญาเช่า

ขั้นตอนการร่วมเป็นเจ้าของธุรกิจ บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

1. กรอกใบสมัคร โดยส่งรายละเอียดผู้ที่สนใจร่วมลุงทุนและพื้นที่ในการจัดตั้งสถานีบริการ

2. สำรวจพื้นที่ โดยทีมงานสำรวจการบางจาก จะเข้าทำการประเมินศักยภาพของพื้นที่ขอจัดตั้งสถานี

3. นัดสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการพิจารณาความพร้อมของผู้สนใจร่วมลงทุนและชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ

4. เซ็นสัญญา รับทราบหลักเกณฑ์สัญญาแฟนไชส์และชำระค่าสิทธิ์ต่าง ๆ

5. รับแบบร้าน โดยทางการออกแบบสถานีจะขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่ขอจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง โดยทีมงานจากบางจาก จะมอบแบบก่อสร้างและแบบการตกแต่งภายหลังการสำรวจพื้นที่

6. เข้าฝึกอบรม ผู้ที่สนใจลงทุนต้องเข้ารับการอบรมหลักสูตรเจ้าของร้าน SPAR

7. เตรียมความพร้อมการเปิดร้าน ผู้ลงทุนเตรียมการก่อสร้าง การตกแต่ง และติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ

8. เปิดร้าน

9. สนับสนุนด้วยทีมงานมืออาชีพ โดยทางบริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จะมีทีมงานให้คำปรึกษาและแนะนำการบริหารงานร้านตลอดอายุสัญญา เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ประกอบการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

ขั้นตอนการพิจารณา บริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

1. ยืนความประสงค์ในการสมัครโดยส่งข้อมูลและโฉนดที่ดินไปที่ sompop@bangchak.co.th

2. ระยะตรวจสอบข้อมูล ตรวจสอบศักยภาพในพื้นที่ที่จะทำการสร้างสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง หากเกิดปัญหาหรือมีข้อสงสัย สามารถร้องขอข้อมูลของพนักงานผู้ให้บริการได้

3. รอแจ้งผลการสำรวจศักยภาพจากทางบริษัท

4. กำหนดรูปแบบสัญญาและผลตอบแทน ขึ้นอยู่กับรูปแบบการลงทุน เช่น ในทางบริษัทบางจากลงทุนแต่เพียงผู้เดียว เป็นการร่วมลงทุนระหว่างเจ้าของพื้นที่และบางจาก เป็นต้น

5. ยืนยัน ความพร้อมวางเงินมัดจำ 300,000 บาง (เงินจำนวนนี้จะได้รับคืนเมื่อสถานีบริการเปิดดำเนินการ)

6. ออกแบบสถานีบริการน้ำมัน ขึ้นอยู่กับพื้นที่ที่ทำการจัดสรรในแต่ละพื้นที่และจะมีการออกแบบพื้นให้ได้มาตรฐานตามรูปแบบบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

7. ส่งเรื่องของอนุมัติจัดสร้าง สถานีบริการน้ำมัน

8. เซ็นสัญญา จัดทำพิมพ์เขียวแบบก่อสร้างและเซ็นสัญญาร่วมกันกับทางบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

9. ขั้นตอนการก่อสร้าง การสร้างสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จะก่อสร้างภายใต้การควบคุมของวิศวกรของทางบริษัทบางจาก

10. เปิกบริการ เปิดให้บริการสถานีบริการน้ำมันในเครือ “บางจาก” อย่างเต็มรูปแบบ (อนันต์ เจนศิริศักดิ์. 2559 : สัมภาษณ์)

สรุป ประวัติความเป็นมาในเครือบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ภายในจังหวัดนครราชสีมาเกิดจากการจัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ในช่วงสมัย พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นการจัดตั้งเพื่อเป็นการดำเนินกิจการโรงกลั่นบางจากเดิม ที่ประสบภาวะขาดทุนและเป็นการดูแลความมั่นคงด้านการพลังงานเพื่อประโยชน์ของคนไทย ช่วงยุคก่อตั้ง ก่อนจะมาเป็นบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในช่วงปีพุทธศักราช 2501 กรมการพลังงานทหารกระทรวงกลาโหมได้รับอนุมัติจากรัฐบาลให้สร้างโรงกลั่นน้ำมันขนาดเล็กโดยมีกำลังการผลิตวันละ 5,000 บาร์เรล ได้รับการ

อนุมัติให้สร้างขึ้น โดยกระทรงกลาโหมเล็งเห็น ความจำเป็นที่ประเทศไทยจำต้องดำเนินกิจการในเรื่อง “น้ำมัน” เองทั้งหมด เพื่อช่วยตรึงราคาน้ำมันในตลาด โดยมิให้ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบริษัทค้าน้ำมันต่างชาติแต่เพียงฝ่ายเดียว และ สำรองน้ำมันไว้ใช้ในยามฉุกเฉิน ปัจจุบัน องค์กรได้รับรองมาตรฐานจากสถาบันต่าง ๆ และทุกขั้นตอนกระบวนการ จากที่บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมนั้นเนื่องส่งผลให้กระแสของความตระหนักในการดูแลเรื่องสิ่งแวดล้อมได้แผ่ขยายไปทั่วโลกเป็นระบบสากล และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

ในภาคอีสาน บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จัดตั้งสำนักงานธุรกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตั้งอยู่ที่ 499 หมู่ 12 ถนนมิตรภาพ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นศูนย์กลางในการติดต่อในด้านต่าง ๆ ภายในภูมิภาค ทั้งการขอจัดตั้งสถานีบริการน้ำเชื้อเพลิง การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตภาคอีสานการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม ความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ราคาน้ำมันที่ปรับตัวอยู่ ดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพประกอบ 8 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ภายในจังหวัดนครราชสีมา

ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540

สถานีบริการน้ำมันเริ่มเข้ามามีบทบาทในจังหวัดนครราชสีมาในช่วง พ.ศ. 2453 โดยบริษัทแรกที่เข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาคือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด โดยเริ่มจากการสร้างคลังน้ำมันแห่งแรกของระดับภูมิภาคหรือในภาคอีสานภายหลังจึงมีการสร้างเพิ่มเติมที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปางและจังหวัดพิษนุโลกตามลำดับ ต่อมาความต้องการในการใช้พลังงานมีความต้องการที่สูงขึ้นส่งผลให้ตลาดธุรกิจด้านพลังงานมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีบริษัทที่เข้ามาลงธุรกิจด้านพลังงานเพิ่มในภาคอีสานเป็นอันดับต่อมา ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน และบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ช่วงก่อ พ.ศ. 2540 พบว่าเป็นช่วง

นี้สถานีบริการน้ำมันเป็นรูปแบบใกล้เคียงกันในรูปลักษณะเป็นหัวจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงเพียงอย่างเดียว โดยและมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการเข้ามากล่าวคือรูปแบบลักษณะสถานีบริการน้ำมันในช่วงนี้อยู่ในช่วง 2453 – 2540 ทั้งนี้รูปแบบในช่วงเริ่มต้นนั้นยังไม่มีการแข่งขันทางการตลาดสูงจึงทำให้รูปแบบลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 สามารถแบ่งได้ดังนี้

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยโดยวิธีสัมภาษณ์ผู้ประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงพบว่าผลิตภัณฑ์สถานีบริการในเครือของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครราชสีมาในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 มีสองชนิดภายในสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ ดีเซล และเบนซิน เท่านั้น ช่วงก่อตั้งในช่วงแรกจะใช้รูปแบบการวางถึงคือใช้ถึงรถบรรทุกติดกับหัวจ่ายบนพื้นดิน และบางสถานีอาจจะมีน้ำมันเพียงชนิดเดียวเช่น บางสถานีมีเพียงดีเซล หรือบางสถานีมีเพียงเบนซิน ต่อมาเริ่มมีการฝังถังลงดินเพื่อความปลอดภัยต่อสถานีบริการและผู้เข้ารับบริการภายในสถานี

ในช่วงยุคก่อน พ.ศ. 2540 นั้นการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมทางรูปแบบสถานีบริการน้ำมันนั้นยังไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนักเนื่องมาจากในช่วงนั้นมีความต้องการในการใช้ด้านพลังงานเพียงเพื่อใช้ในระบบอุตสาหกรรม ระบบการพัฒนาการจัดสร้าง ระบบขนส่งมวลชนและระบบขนส่งเอกชนเพียงไม่กี่ที่เท่านั้น เป็นผลต่อรูปแบบของสถานีบริการน้ำที่มีเพียงเพื่อเติมน้ำมันเชื้อเพลิงให้แก่ผู้เข้ารับบริการ (นายธวัช หงส์ทับทิม. 2559 : สัมภาษณ์)

2.2 ด้านบริการ

ในด้านการบริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 จากการลงพื้นสัมภาษณ์เจ้าของกิจการสถานีบริการน้ำมันในพื้นที่เขตจังหวัดนครราชสีมาพบว่าช่วงก่อน พ.ศ. 2540 นั้นภายในสถานีบริการ นอกจากจะบริการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงแรกนั้นยังไม่มีการบริการในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม ต่อมาในช่วง พ.ศ. 2520 – 2534 สถานีบริการน้ำมันเริ่มมีการให้บริการในด้านการบริการเพื่อเติมภายในสถานโดยเพิ่มเติมในส่วนของห้องน้ำสำหรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการในกรณีที่เป็นสถานีทางเชื่อมต่อในระดับภูมิภาค เช่น บริเวณถนนมิตรภาพ หมายเลข 2 เชื่อมจังหวัดนครราชสีมา – สระบุรี หรือบริเวณถนนหมายเลข 24 เชื่อ นครราชสีมา – บุรีรัมย์ บริเวณถนนมิตรภาพ หมายเลข 2 เชื่อจังหวัดนครราชสีมา – จังหวัดขอนแก่น จะเป็นพื้นที่ที่มีการให้บริการในด้านห้องอาบน้ำ และบริการเติมลมยาง เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายแก่ผู้เข้ารับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันแต่หากในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 นั้นการเติมลมยางภายในสถานีบริการนั้นผู้ที่ใช้บริการจะต้องนำเครื่องวัดระดับแรงดันอากาศภายในยางมาเอง ในช่วงนั้นการเติมลมยางภายในสถานีบริการนั้นยังไม่มีเครื่องวัดแรงดันไว้สำหรับบริการ (นายคฑาเทพ คชเสนา. 2559 : สัมภาษณ์)

บทบาทสถานีบริการน้ำมันในยุคก่อน พ.ศ. 2540

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีความหลายทางความเชื่อและค่านิยมอันเกิดจากพื้นที่ของจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและจำนวนประชากรในพื้นที่มีจำนวนมากถือเป็นอันดับสองของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมจำสามารถเกิดได้อย่างรวดเร็ว พื้นที่จังหวัดนครราชสีมามีกลุ่มวัฒนธรรมพื้นถิ่นเรียกกันว่าวัฒนธรรมโคราช อันเกิดจากการรับเอาวัฒนธรรมพื้นที่ใกล้เคียงมาและสร้างเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมแต่เดิมที่ยังไม่มีสถานีบริการน้ำมัน จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ก็ยังเป็นพื้นที่สำคัญในการคมนาคมของทุกยุคสมัย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมจำมีความสอดคล้องกับการเดินทางเสมอมา รูปแบบการขยายตัวของจังหวัดจะสอดรับกับระบบการคมนาคมเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นผังเมือง รูปแบบการวางระบบระบายน้ำ การวางระบบการสร้างถนนภายในจังหวัดจึงสอดคล้องและปรับเปลี่ยนมาตามยุคสมัยแต่ก่อน พ.ศ. 2540

3.1 บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 ด้านสังคม

บทบาทสถานีบริการที่มีผลต่อด้านสังคมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วยปัจจัยหลายปัจจัยที่เข้ามามีส่วนร่วม ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการพัฒนาของประเทศไทยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การปรับเปลี่ยนบทบาทของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อสอดคล้องกับบทบาทต่อสังคมนั้นเกิดเป็นโครงการหลายรูปแบบเนื่องจากในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 นั้นการใช้พลังงานเป็นเพียงสิ่งที่คำนึงถึงผลที่จะใช้ มิได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศและน้ำมันเชื้อเพลิงถูกสร้างมาเพื่อการให้พลังงานอย่างสูงสุดเพียงอย่างเดียว บทบาทสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในสังคมจังหวัดนครราชสีมาในช่วง พ.ศ. 2540 จึงเป็นเพียงการจัดจำหน่ายพลังงานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านพลังงานเท่านั้น รูปแบบการบริการเป็นเพียงพื้นฐานเท่านั้น (นายอนันต์ เจนศิริศักดิ์. 2559 : สัมภาษณ์)

3.2 บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 ด้านวัฒนธรรม

จากการลงพื้นที่สำรวจบทบาทสถานีบริการน้ำในยุคก่อน พ.ศ. 2540 กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ พบว่าบทบาทสถานีบริการน้ำมันในยุคก่อน พ.ศ. 2540 มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในด้านการเลือกที่จะเข้ารับบริการในแต่ละสถานีบริการน้ำมัน ด้วยความเชื่อที่ความแต่งกันไป

บทบาทสถานีบริการน้ำมันในยุคก่อน พ.ศ. 2540 เป็นช่วงที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างมาก ด้วยจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่และมีพื้นที่ติดหลายภูมิภาค การเดินทางจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยไปสู่ภาคตะวันออก ภาคกลาง หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือใต้ ไปภาคเหนือจำเป็นต้องเดินทางผ่าน

จังหวัดนครราชสีมาทั้งสิ้น รูปแบบวัฒนธรรมและสังคมภายในเขตพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงสอดรับกับการพัฒนาด้านการคมนาคมในจังหวัดเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีรูปแบบที่ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับพื้นที่และจำนวนประชากรในพื้นที่ตลอกจนจำนวนประชากรที่ใช้เส้นทางการเดินทางในแต่ละเส้นทาง บทบาทสถานีบริการน้ำมันในช่วงยุคก่อน พ.ศ. 2540 ด้านวัฒนธรรมยังเป็นรูปแบบวัฒนธรรมสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงแบบเดิม กล่าวคือในพื้นที่บริการจะมีเพียงสถานีบริการน้ำมันและห้องน้ำเพื่อให้บริการผู้เข้าใช้บริการเท่านั้น และในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงแต่ละแห่งจะมีการนำน้ำมันเชื้อเพลิงคุณภาพสูงเพียงอย่างเดียวโดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะเกิดกับสภาพแวดล้อม และรูปแบบวัฒนธรรมชุมชนคือระบบการตกลงแบบผูกขาดบัญชีระหว่างสถานีบริการน้ำมันกับเจ้าของธุรกิจภายในชุมชนหรือหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เท่านั้น (อนันต์ เจนศิริศักดิ์. 2559 : สัมภาษณ์)

สรุป จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมาพบว่าการเปลี่ยนแปลงขงสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงของภาคอีสานเกิดขึ้นในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นแห่งแรก โดยการนำของบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด และบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ตามด้วยบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด เป็นลำดับ ในการนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์จากการศึกษาจะเห็นได้ว่าพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่จังหวัดที่มีจุดยุทธศาสตร์ที่เป็นผลดีต้องการสร้างธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงเนื่องจากเป็นพื้นที่รอยต่อของภูมิภาคมีการคมนาคมผ่านภายในพื้นที่เป็นจำนวนมากเป็นพื้นที่ที่มีโรงงานอุตสาหกรรม เป็นพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย กระจายตัวอยู่ในภูมิภาคของจังหวัด จากการศึกษายังพบ ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 ในประเด็นด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบริการ อันสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540 ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม ก่อนที่รูปแบบการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยนภายหลัง พ.ศ. 2540 ที่ซึ่งเป็นผลกระทบต่อวิถีชีวิต ชุมชน วัฒนธรรมของคนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

บทที่ 4
การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540

การวิจัยเรื่องสถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บรวบรวมจากเอกสาร และลงพื้นที่ที่วิจัยโดยสังเกต(Observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview Guide) เพื่อนำมาตอบความมุ่งหมายทั้ง 3 ข้อ ข้อวิจัยในความมุ่งหมายที่ 2 คือ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 บริษัท ภายในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา โดยแยกเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1. ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540
   1.1 บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด
   1.2 บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)
   1.3 บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด
2. บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540
   2.1 บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านสังคม
   2.2 บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านวัฒนธรรม

ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลงในประเทศไทยแต่เดิมมีวัฒนธรรมภายในสถานีบริการน้ำมีประกอบไปด้วย 2 ประการ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการ การบริการสถานีบริการน้ำมันนั้นแต่เดิมมีเพียงการบริการในด้านผลิตภัณฑ์คือมีการบริการเพียงแต่น้ำมันเชื้อเพลิงเพียงอย่างเดียว และด้านบริการมีเพียงการบริการน้ำภายในบริเวณสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเท่านั้น โดยสิ่งเหล่านี้ถือปฏิบัติเลียนแบบส่งต่อกันมาในองค์กรที่ทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน เรียกได้ว่า คือ “วัฒนธรรมองค์กร” ภายหลังวัฒนธรรมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยต่าง ๆ ตามการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม อันมีปัจจัยแวดล้อมหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ จากการศึกษาผู้วิจัยพบลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 ดังนี้

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัด หลัง พ.ศ. 2540 เป็นไปอย่างต่อเนื่องด้วยความต้องการในการใช้พลังงานทางด้านพลังงานเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นตามการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทางสังคมและได้เข้ามาพบกับวิกฤติทางน้ำมันอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2552 เกิดวิกฤติ ราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเกิดการชะลอตัว เกิดความ

ต้องการด้านพลังงานทางเลือก พลังทดแทนเป็นอย่างมาก ภายหลังในช่วงปี พ.ศ.2556 สภาพเศรษฐกิจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทำให้ความต้องการ การใช้พลังเริ่มมีมากขึ้น ประชากรที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้ยาพาหนะเพิ่มมากขึ้น และในช่วงเวลานั้นเองค่านิยมหรือความต้องการของตลาดของกลุ่มผู้บริโภคได้มีความต้องการพลังงานที่คุณภาพสูงสุด ทางบริษัท หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอล จึงได้เปิดสถานีบริการน้ำมันแห่งใหม่ขึ้นในปี พ.ศ. 2557 ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 2012 ถนนมิตรภาพ ตำบลในเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยในระยะที่ผ่านมามีการบริหารงาน โดยระบบ RDA เป็นเป็นรูปแบบการลงรายการรูปแบบใหม่ที่ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ใช้บริหารงานในช่วงแรก โดยแผนธุรกิจแบบ RDA ถูกพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2540 เพื่อกำหนดกรอบการบริหาร และส่งผ่านละเอียดของทรัพยากรและวิธีการจัดการสถานีบริการได้เป็นอย่างดี ต่อมาทางบริษัท หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอล ได้มีการบริหารงานแบบ DO และมีการสร้างสถานีบริการน้ำมันเพิ่มขึ้นอีก ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 95 หมู่ 3 ตำบล หลุมข้าว อำเภอโนนสูง จังหวัดนราชสีมา (ศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์)

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่าสถานีบริการในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาโดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เจาะจง ในสถานีบริการในเขตพื้นที่ สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เข้ารับบริการในสถานีบริการ พบว่าด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ มีรายละเอียดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์

น้ำมันเชื้อเพลิง

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยพบผลิตภัณฑ์สถานีบริการในเครือของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ในจังหวัดนครราชสีมาพบว่าหลัง พ.ศ. 2540 ได้มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์น้ำเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้นจากแต่เดิมที่มีเพียง ดีเซล และเบลซิน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ภายหลัง พ.ศ. 2540 ดังนี้ วี-เพาเวอร์ ไนโตร+, แก๊สโซฮอล์ 95, แก๊สโซฮอล์ 91, เชลล์ วี-เพาเวอร์ ไนโตร+, ดีเซล น้ำมันเกรดพรีเมียม, เชลล์ ฟิวเซฟ, เชลล์ ฟิวเซฟ แก๊สโซฮอล์ 95, เชลล์ ฟิวเซฟ แก๊สโซฮอล์ 91, เชลล์ ฟิวเซฟ ดีเซล, และผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุด เชลล์ E20 แก๊สโซฮอล์

น้ำมันหล่อลื่น

น้ำมันหล่อลื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเข้ามาในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 มีเพียงการจำหน่ายเท่านั้นและแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นออกตามประเภทเครื่องยนต์เท่านั้น จากลงพื้นที่เก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์พบผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นที่มีการจัดจำหน่ายและมีไว้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันของเครือ บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด หลัง พ.ศ. 2540 ในเขตพื้นที่วิจัย แบ่งเป็นกลุ่ม ได้ดังนี้ กลุ่มน้ำมันเครื่องเชลล์เฮลิกส์ อัลตร้า, กลุ่มน้ำมันเครื่อง

เชลล์ เฮลิกส์ HX8, กลุ่มน้ำมันเครื่องเชลล์ เฮลิกส์ HX7, กลุ่มน้ำมันเครื่องเชลล์ เฮลิกส์ HX5 และกลุ่มน้ำมันเครื่องเชลล์ เฮลิกส์ HX3

ด้านบริการ

ด้านการบริการภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามยุคสมัยนอกจากผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความหลากหลายเหมาะสมกับรูปแบบของยานพาหนะที่มีลักษณะความจำเพาะของการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีความหลากหลาย ยังรวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของประชากรที่เข้ารับบริการที่มีความต้องการในการบริการเพิ่มมากขึ้นในการอำนวยความสะดวกภายในสถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด จังหวัดนครราชสีมาได้มีการปรับตัวภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการหลัง พ.ศ. 2450 โดยมีการเพิ่มด้านบริการ ดังนี้ 1) ร้านสะดวกซื้อเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเลือกเข้ารับบริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางใกล้ส่วนมากกลุ่มบริษัทในเครือเชลล์จังหวัดนครราชสีมาจะใช้ร้านสะดวกซื้อที่ทางเจ้าของสถานีบริการนั้นสร้างขึ้นมาเอง 2) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ที่ได้รับความเชื่อมั่นว่าเป็นสถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันที่มีคุณภาพสูง มีการพัฒนาทีมบริการ และทีมช่างให้มีความรู้ความสามารถอยู่อย่างสม่ำเสมอ 3) ร้านกาแฟและร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย ได้รับความเชื่อมั่นเป็นอย่างมากในด้านคุณภาพจากแบรนด์แบล็คแคนยอนคอฟฟี่ (Black Canyon Coffee) และ4) ห้องน้ำ (ศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์) ดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพประกอบ 9 ภาพสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

จากการลงพื้นที่วิจัยในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในด้านลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัดหลัง พ.ศ. 2540 มีการพัฒนาการทางความต้องการในการใช้พลังงานในกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิงมีความต้องการที่สูงขึ้นกับ สภาพวะน้ำมันแพงในช่วง 2550 ส่งผลให้ผู้บริโภคลดการใช้น้ำมันเชื้อเพลิง หันไปใช้พลังงานทางเลือก คือก๊าซธรรมชาติ NGV และ LPG โดยกลุ่มที่นำเข้าและสร้างสถานีบริการก๊าซธรรมชาติกลุ่มแรกๆในจังหวัดขอนแก่นได้แก่ กลุ่มห้างหุ้นส่วนเทพประทางพรเอ็นเนอร์จีและบริษัท ปกฉัตร โดยได้ร่วมกับทางบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในการนำก๊าซเข้ามาและมีคลังบรรจุก๊าซตั้งอยู่บริเวณ 300 ถนนมิตรภาพ ตำบลศิลา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีตั้งก๊าซเพื่อการหุงต้ม และก๊าซที่ใช้เป็นเชื้อเพลิงกับยานพาหนะ การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจพลังงานภายในขอนแก่นมีการแข่งขันที่สูงและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การลงทุนเกิดผลกำไรทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำรงอยู่ได้ แต่ด้วยการประกอบในบางพื้นที่ไม่ประสบผลสำเร็จจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านการบริหารทั้งรูปแบบภายใน และภายนอกได้ตลอดเวลา ตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบัน (ศรรบ หล่อธราประเสริฐ. 2559 : สัมภาษณ์)

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเริ่มเป็นอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่ไป พ.ศ. 2500 – 2555 ด้วยในช่วงนั้นราคาน้ำมันในตลาดเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่สูงขึ้น การบริการผลิตภัณฑ์น้ำมันเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อความต่อการ หรือการเลือกที่จะตัดสินใจในการเข้าใช้บริการของสถานีบริการน้ำมัน การปรับตัวด้านรูปแบบการบริการ การให้บริการสถานที่เพื่อรองรับผู้เข้าใช้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจึงเกิดขึ้น การปรับตัวของสถานีบริการน้ำมันในเครือ ปตท. หลังจาก พ.ศ. 2540 จากสถานีบริการขายน้ำมันเชื้อเพลิง สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ห้องน้ำสะอาด และร้านขายของฝาก ทางสถานีบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชน หรือจุดยุทศาสตร์ในการแข่งขันจำเป็นจะต้องนำเอาร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เข้ามาเปิดให้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้การตัดสินใจในการเข้ารับบริการในสถานีบริการ เพิ่มโอกาสและยอดขาย เช่น ร้าน KCF ขาหมูหินดาด ร้าน S&P เป็นต้น การปรับรูปแบบตามการเปลี่ยนแปลงทางความนิยมทางสังคมวัฒนธรรมทำให้ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ปตท. เป็นที่นิยมเรื่อยมา

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่าสถานีบริการในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาโดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เจาะจง ในสถานีบริการในเขตพื้นที่ สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เข้ารับบริการในสถานีบริการ พบว่าด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

น้ำมันเชื้อเพลิง

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยพบผลิตภัณฑ์สถานีบริการในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมาพบว่าหลัง พ.ศ. 2540 ได้มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์น้ำเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้นจากแต่เดิมมีเพียง ดีเซล และเบลซิน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ภายหลัง พ.ศ. 2540 ดังนี้ ประเภทน้ำมัน เบนซิน ได้แก่ เบนซิน 95, เบนซิน 91 ประเภทแก๊สโซฮอล ได้แก่ แก๊สโซฮอล95, แก๊สโซฮอล 91, แก๊สโซฮอล E20, แก๊สโซฮอล E85 และประเภทน้ำมันดีเซล

น้ำมันหล่อลื่น

น้ำมันหล่อลื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเข้ามาในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 มีเพียงการจำหน่ายเท่านั้นและแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นออกตามประเภทเครื่องยนต์เท่านั้น จากลงพื้นที่เก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์พบผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นที่มีการจัดจำหน่ายและมีไว้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันของเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จำกัด หลัง พ.ศ. 2540 ในเขตพื้นที่วิจัย แบ่งตามประเภท ได้แก่

ผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องเบนซิน ได้แก่ เพอร์ฟอมา ยูโรซิน, เพอร์ฟอร์มา ซูเปอร์ ซินเทติด ไฮบริต, เพอร์ฟอร์มา ซูเปอร์ ซินเธติด SAE OW -20, เพอร์ฟอร์มา ซูเปอร์ ซินเธติด, เพอร์ฟอร์มา เรซซิ่ง ซินเธติด, เพอร์ฟอร์มา ซินเธติด เอ็นจีวี, เพอร์ฟอร์มา ซินธาติด, เพอร์ฟอร์มา เอ็นจีวี, เพอร์ฟอร์มา เซมิ-ซินเธติค, เพอร์ฟอร์มา แก็สเทค และเพอร์ฟอร์มา

ผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ได้แก่ ไดนามิค ซินเธติค พลัส, ไดนามิค ซุเปอร์ คอมมอนเรล, ไดนามิค ซินเธติค, ไดนามิค คอมมอนเรล, ไดนามิค พรีเมียร์, ไดนามิค เทอร์โบซีและไดนามิค เทอร์โบ

ผลิตภัณฑ์สำหรับรถจักรยานยนต์ ได้แก่ ชาเลนเจอร์ ซินธาติก 4T, ชาเลนเจอร์ 4T-LT, ชาเลนเจอร์ เกียร์ – AT, ชาเลนเจอร์ 4T, พีทีที ไฮสปีด 4T, พีทีที แม็กซ์สปีด 4T, ชาเลยเจอร์ ซินเทติก 2T, ชาเลนเจอร์ 2T, พีทีที ไฮสปีท 2T, และพิทีที แม็กซ์สปีด 2T

ด้านบริการ

ด้านการบริการภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามยุคสมัยนอกจากผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความหลากหลายเหมาะสมกับรูปแบบของยานพาหนะที่มีลักษณะความจำเพราะของการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีความหลากหลาย ยังรวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของประชากรที่เข้ารับบริการที่มีความต้องการในการบริการเพิ่มมากขึ้นในการอำนวยความสะดวกภายในสถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมาได้มีการปรับตัวภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการหลัง พ.ศ. 2450

โดยมีการเพิ่มด้านบริการ ดังนี้ 1) ร้านสะดวกซื้อ ของ ปตท. เน้นให้มีความทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการของประชากรตามยุคสมัยปัจจุบัน สินค้าที่วางจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีเพียงพอต่อการซื้อขาย มีความหลากหลายในการเลือกซื้อ โดยมากจะร่วมมือกับทาง เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และร้านสะดวกซื้อ จิ๊บ ฟี่ (Jiffy) 2) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ที่ได้รับความเชื่อถือเป็นอย่างมาก ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลายและครบครันต่อความต้องการของเครื่องยนต์ 3) ร้านกาแฟและร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มร้านกาแฟภายในสถานี บริการน้ำมัน ปตท. จำกัด (มหาชน) เลือกผลิตภัณฑ์แบรนด์ “อเมซอน” และในส่วนของร้านอาหารที่มีไว้บริการภายในสถานีบริการ เช่น ร้านเคเอฟซี ร้านขนมเค้ก ร้านขาหมูหินดาด ในพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงหลัง พ.ศ. 2540 และ4) ห้องน้ำ (นายศรรบ หล่อธราประเสริฐ. 2559 : สัมภาษณ์) ดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพประกอบ 10 ภาพสถานีบริการน้ำมันในเครือ ปตท. จำกัด(มหาชน)

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด

บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หลัง พ.ศ. 2540 พบลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสถานีบริการน้ำมันถึงการพัฒนาแนวทางที่ชัดเจนของตัวผลิตภัณฑ์ สถานีบริการน้ำมันในในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาได้รับเอาตัวผลิตภัณฑ์มาขายสู่ผู้บริโภค เกิดเป็นกระแสที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการสถานีบริการของสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ต่อมาในวันที่ 2 เมษายน พ.ศ. 2556 ทางบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) กับบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ได้จัดพิธีลงนามความตกลง “Mutually Exclusive Agreement” โดยทางบางจากฯ และบิ๊กซี ได้รับเสียงตอบรับอย่างดีจากลูกค้าทั้งสองบริษัท ในโครงการนำร่องโดยนำเอาร้านสะดวกซื้อ มินิบิ๊กซี เปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบางจาก จำนวน 10 สาขา จึงได้ตกลงขยายความร่วมมือเป็น ความตกลงธุรกิจระยะยาว แบบ Exclusive Partner เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อเพิ่มอัตราการเลือกเข้ารับบริการภายในสถานีบริการ

น้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยปัจจุบันในจังหวัดนครราชสีมาได้เริ่มสร้าง มินิบิ๊กซี ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงแล้วในบางแห่ง

ภายหลังในปี พ.ศ. 2552 เกิดวิกฤติ ราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเกิดการชะลอตัว เกิดความต้องการด้านพลังงานทางเลือก พลังทดแทนเป็นอย่างมาก ภายหลังในช่วงปี พ.ศ.2556 สภาพเศรษฐกิจเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดี ทำให้ความต้องการ การใช้พลังเริ่มมีมากขึ้น ประชากรที่มีจำนวนมากขึ้น ทำให้ยาพาหนะเพิ่มมากขึ้น และในช่วงเวลานั้นเองค่านิยมหรือความต้องการของตลาดของกลุ่มผู้บริโภคได้มีความต้องการพลังงานที่คุณภาพสูงสุด บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้เล็งเห็นถึงสภาพปัญญาที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายในด้านธุรกิจ จึงได้เกิดเป็นโครงการพลังงานสะดาด โดยมีการพัฒนารับการผลิต และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ไม่ให้เกิดผลเสียต่อธรรมชาติ หรือพลังสะอาดเต็มระบบ ตั้งแต่โรงกลั่นไปถึงการปล่อยควันไอเสีย ออกจากรถของผู้เข้าใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงของบางบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

การขยายตลาดที่ของบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีหลายองค์ประกอบสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบสังคมที่เกิดขึ้นภายในจังหวัดนครราชสีมา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการบริโภค อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุนิยมทางผลิตภัณฑ์ การปรับตัวของสถานีบริการน้ำมันบางจากในจังหวัดขอนแก่น เกิดขึ้นอย่างเป็นได้ชัดภายหลังช่วงน้ำมันมีราคาสูงใน ช่วง พ.ศ. 2549- 2556 เป็นช่วงที่การแข่งขั้นของสถานีบริการน้ำมันสูงเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นจังหวัดเศรษฐกิจหลัง ๆ จังหวัดหนึ่งในภาคอีกสาน โดยทางจังหวัดมีทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อมุ่งหวังให้เป็นศูนย์กลางการคมนาคมในประเทศ และอนุภูมิภาคอินโดจีน เป็นแหล่งที่มีสถาบันการศึกษาหลายแห่ง โดยเฉพาะระดับอุดมศึกษา เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการบริการ เช่น การแพทย์ โรงแรมที่มีความทันสมัย ศูนย์ประชุมในการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ เป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการทั้งระดับส่วนกลาง เขต ภาคและส่วนภูมิภาค รวมถึงสถาบันการเงิน องค์กรธุรกิจต่าง ๆ ที่สามารถให้บริการคำแนะนำและสนับสนุนการดำเนินงานต่าง ๆ มีแหล่งพลังงานที่พร้อมให้การสนับสนุนการพัฒนา มีอุตสาหกรรมชั้นนำในระดับชาติและระดับโลก และเป็นแหล่งผลิตสินค้าการเกษตรเชิงพาณิชย์

การปรับเปลี่ยนรูปแบบลักษณะสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงภายในจังหวัดจึงได้มีการพัฒนาให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาจังหวัดการเพิ่มผลิตภัณฑ์ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตามความต้องการ การเพิ่มลักษณะพิเศษในตัวผลิตภัณฑ์ เช่น พลังงานสะอาด การเพิ่มรูปแบบสถานบริการในสถานีบริการในรูปแบบต่าง ๆ โดยนำเอาร้านสะดวกซื้อมินิบิ๊กซี เข้าเปิดให้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบางจาก การเอาร้านกาแฟเข้ามาไว้ให้บริการ ความสะอาดภายในสถานีที่มีความเอาใจใส่มากขึ้น เป็นการพัฒนารูปแบบสถานีบริการ

น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีสิ่งอำนวยความสะดวดต่อผู้เข้ารับบริการอย่างแท้จริง (พิษณุ พวงพรศรี. 2559 : สัมภาษณ์)

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่าสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาโดยการใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์กลุ่มผู้ปฏิบัติและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เจาะจง ในสถานีบริการในเขตพื้นที่ สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่เข้ารับบริการในสถานีบริการ พบว่าด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ มีรายละเอียดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์

น้ำมันเชื้อเพลิง

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยพบผลิตภัณฑ์สถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมาพบว่าหลัง พ.ศ. 2540 ได้มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์น้ำเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้นจากแต่เดิมมีเพียง ดีเซล และเบลซิน มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์ภายหลัง พ.ศ. 2540 ดังนี้ ประเภทแก๊สโซฮอล ได้แก่ แก๊สโซฮอล 95, แก๊สโซฮอล 91, แก๊สโซฮอล E20, แก๊สโซฮอล E85 และประเภทดีเซล ได้แก่ บางจากไฮดีเซล เอส

น้ำมันหล่อลื่น

น้ำมันหล่อลื่อเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มเติมเข้ามาในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 มีเพียงการจำหน่ายเท่านั้นและแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นออกตามประเภทเครื่องยนต์เท่านั้น จากลงพื้นที่เก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงทางด้านผลิตภัณฑ์พบผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่นที่มีการจัดจำหน่ายและมีไว้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันของเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) หลัง พ.ศ. 2540 ในเขตพื้นที่วิจัย แบ่งตามประเภท ได้แก่

ผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องเบนซิน ได้แก่ บางจาก จีอี แพลตทินัม และบางจาก จีอี โกลด์

ผลิตภัณฑ์สำหรับเครื่องยนต์ดีเซล ได้แก่ บางจาก ดี – 3 โกลด์ และบางจาก ดี -3 เทอร์โบพลัส

ผลิตภัณฑ์สำหรับรถจักรยานยนต์ ได้แก่ มอเตอร์ไซเคิลเกียร์ ออยล์

ผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรม ได้แก่ บางจาก เอ็มจี, บางจาก อาร์แอนิโอ, บางจาก ไฮดรอลิค เอดับบลิว, บางจากเกียร์อุสาหกรรม อีพี, บางจาก คอมปา ซินธาติก อาร์ที (น้ำมันเครื่องอักอากาศชนิดสังเคราะห์) และบางจากไพร์เม็กซ์

ด้านบริการ

ด้านการบริการภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540 เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามยุคสมัยนอกจากผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความหลากหลายเหมาะสมกับรูปแบบ

ของยานพาหนะที่มีลักษณะความจำเพราะของการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงที่มีความหลากหลาย ยังรวมไปถึงรูปแบบการใช้ชีวิตของประชากรที่เข้ารับบริการที่มีความต้องการในการบริการเพิ่มมากขึ้นในการอำนวยความสะดวกภายในสถานีบริการน้ำมัน สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จำกัด จังหวัดนครราชสีมาได้มรการปรับตัวภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการหลัง พ.ศ. 2450 โดยมีการเพิ่มด้านบริการ ดังนี้1) ร้านสะดวกซื้อ ในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จังหวัดนครราชสีมา พบร้านสะดวกซื้อ 2 แบรนด์ได้แก่ ใบจาก และMini Big C ที่มีความหลากหลายทางด้านผลิตภัณฑ์ 2) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ที่ได้รับความเชื่อถือในมาตรฐาน มีอุปกรณ์ และการบริการที่รวดเร็ว มีคุณภาพ มีบุคลากรที่มีความชำนาญที่ต้องผ่านการองรมในการให้บริการ 3) ร้านกาแฟและร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีการเปลี่ยนแปลงโดยเพิ่มร้านกาแฟภายในสถานี คือ ผลิตภัณฑ์กาแฟสดแบรนด์ อินทนิล (Inthanin) และในส่วนของร้านอาหารที่มีไว้บริการภายในสถานีบริการ เช่น อาหารตามสั่ง ข้าวราดแกง ในพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงหลัง พ.ศ. 2540 และ4) ห้องน้ำ (พิษณุ พวงพรศรี. 2559 : สัมภาษณ์) ดังภาพประกอบต่อไปนี้

ภาพประกอบ 11 ภาพร้านสะดวกซื้อ ในสถานีบริการน้ำมันในเครือบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540

บทบาทของสถานีบริการน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมายุคหลัง พ.ศ. 2540 มีการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยน และพัฒนาการเป็นอย่างมากด้วยการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจในภาคอีสานที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ทางผ่านในการขนส่งต่าง ๆ จากภาคตะวันออก ภาคกลาง หรือตะวันตก เข้าสู่ภาคอีสานทำให้การขยายตัวของระบบธุรกิจทางด้านพลังงานมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว และด้วยการเติบโต้ เพื่อให้เกิดการเลือกเข้ารับบริการของกลุ่มประชาชนทั้งในพื้นที่และนักเดินทางสถานีบริการน้ำมันแต่เดิมช่วงก่อน พ.ศ. 2540 ที่มีเพียงการบริการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง ห้องน้ำ และจุดบริการเติมลมยางจึงต้องมีการปรับตัว

เพื่อให้เกิดความหน้าสนใจทางด้านพลังงาน ทางด้านบริการแก่ผู้เข้ารับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันของเครือบริษัทของแต่ละแบรนด์ ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาขั้นอยู่กับพื้นที่ตังของสถานีบริการนั้นจำแนกออกไป

ด้านสังคม

จากการลงพื้นที่สำรวจบทบาทสถานีบริการน้ำในยุคหลัง พ.ศ. 2540 กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ กลุ่มผู้ปฏิบัติ พบว่าบทบาทสถานีบริการน้ำมันในยุคหลัง พ.ศ. 2540 มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในหลายส่วน จากการศึกษาบทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาทางด้านสังคม ได้แก่ ด้านประชากรและด้านอาชีพ ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาอันเป็นพื้นที่ที่มีประชากรเป็นอันดับสองของประเทศไทยและจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยพบว่าการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรมีผลต่อบทบาทของสถานีบริการน้ำมันในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างมาก ด้วยความต้องการด้านพลังงานที่มีความต้องการสูงขึ้นอีกทั้งการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจในประเทศไทยทำให้มีจำนวนผู้ใช้รถยนต์ส่วยบุคคลมากขึ้นและเป็นกลุ่มที่มีกำลังในการบริโภคด้านพลังงานเป็นอย่างมากโดยในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์พบว่าบทบาทของสถานีบริการน้ำมันในยุคหลัง พ.ศ. 2540 นั้นแบ่งออกไปตามพื้นที่ตั้งของสถานี ได้แก่ 1) สถานีที่ตั้งบริเวณพื้นที่ถนนเสนหลัก หรือพื้นที่ตั้งสถานีบริการบนเส้นทางที่มีการคมนาคมหนาแน่ จะเป็นสถานีบริการที่มีการเน้นบริการในด้านการบริการ ด้านร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ และร้านอาหารเป็นหลักเทียบเท่ากับการเน้นการขายด้านผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มคนต่างพื้นที่และนักเดินทางในเส้นทางในการสัญจรเป็นจำนวนมาก จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในส่วนของกลุ่มบุคคลทั่วไปพบว่าการเลือกเข้าใช้บริการในสถานีบริการในช่วงยุคหลัง พ.ศ. 2540 จะเน้นสถานีที่มีความสะดวกสบายต่อการบริการด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการภายในสถานีเป็นสำคัญอันดับแรกในการเลือกเข้ารับบริการดังนั้นกล่าวได้ว่าสถานีบริการน้ำมันที่อยู่บริเวณพื้นถนนเส้นหลังนั้นจะต้องเป็นสถานีที่มีความพร้อมในการบริการในด้านผลิตภัณฑ์และบริการเป็นอย่างมาก 2) สถานีที่ตั้งภายในชุมชนเมือง บทบาทสำคัญขอสถานีภายในชุมชนเมืองจะเป็นการบริการด้านผลิตภัณฑ์และด้านการบริการบางส่วน เนื่องจากพื้นที่มีขนาดจำกัดและความต้องการเข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันในชุมชนเมืองจะเน้นไปที่ด้านการบริการเสริม เช่น สถานีทำความสะอาดรถ ร้านสะดวกซื้อ และ3) สถานีที่ตั้งอยู่ในชุมชนรอบเมือง สถานีภายในชุมชนจะมีบทบาทต่อด้านประชากรและด้านอาชีพในส่วนของการส่งเสริมต่าง ๆ เช่นระบบการเติมน้ำมันแบบผูกขาดกับบริษัทหรือหน่วยงานในพื้นที่

การบริการในสถานีโดยมากนอกจากจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ยังเน้นไปที่สถานีการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องหรือบริการที่อำนวยความสะดวก เช่น ร้านกาแฟ ร้านสะดวกซื้อ สถานที่จอดรถและสถานีเช็คลมอย่างเป็นต้น (คฑาเทพ คชเสนา. 2559 : สัมภาษณ์)

บทบาทของสถานีบริการน้ำมันหลัง ยุค พ.ศ. 2540 เป็นการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของประชากรในพื้นที่จำนวนหนึ่งเนื่องจากสถานีบริการนั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายและครบครันทำให้กลุ่มประชากรที่มีความต้องการซื้อสินค้าเพื่อใช้ในครัวเรืองหรือต้องการพักระหว่างการเดินทางสามารถเข้าไปใช้บริการภายในสถานีบริการได้ภายในคราวเดียว เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ร้านอาหาร ร้านของฝาก ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายยา ร้านนวด ร้านซ่อมรถ เป็นต้น การปรับเปลี่ยนเปล่านี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนประชากรและอาชีพในพื้นที่บริการของแต่ละสถานีบริการที่ตั้งอยู่และมีแนวทางที่จะมีการพัฒนาเพิ่มหลังจาก พ.ศ. 2560 ต่อไป

ด้านวัฒนธรรม

บทบาทสถานีบริการที่มีผลต่อด้านสังคมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วยปัจจัยหลายปัจจัยที่เข้ามามีส่วนร่วม ด้วยการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการพัฒนาของประเทศไทยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ววัฒนธรรมต่อบทบาทของสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 นั้นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงตามระบบความเชื่อของการเข้ารับบริการแต่งกันออกไปตามเครือบริษัทที่เลือกเข้ารับบริการ สามารถอธิบายโดยสรุปได้ดังนี้

สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด มีความเชื่อในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงสุดและสามารถช่วยในกำลังในการจุดระเบิดเครื่องยนต์ได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้เครื่องยนต์ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) เป็นสถานีที่มีความสะดวกสบายเหมาะแกการเดินทางไกลเนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมาตรฐานแบบแผน เช่น หลัง พ.ศ. 2540 สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) นอกจากจะต้องมีการบริการด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายแล้ว จะต้องมีร้านสะดวกซื้อ มีร้านกาแฟ มีร้านอาหาร มีร้านของฝาก มีจุกบริการเติมลมยางที่มีมาตวัดที่มาตรฐาน และมีห้องน้ำที่สะอาดเสมอไว้บริการ

สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด เชื่อว่าถ้าหาเติมน้ำมันในเครือบางจากแล้วรถจะได้รับพลังงานที่ดีสะอาดสามารถช่วยในระบบเผาไหม้นั้นไม่มีคราบติดเกาะส่งผลให้อายุการใช้งานเพิ่มขึ้นและผลิตภัณฑ์ในเครือบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัดจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปล่อยมลพิษคืนสู่ธรรมชาติน้อยที่สุด (อนันต์ เจนศิริศักดิ์. 2559 : สัมภาษณ์)

ในการเข้ารับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันยุคใหม่หลัง พ.ศ. 2540 นั้นเป็นรูปแบบที่มีความเชื่อ ค่านิยมส่งต่อกันในหลายรูปแบบการกระจายตัวของกลุ่มผู้เข้ารับบริการนั้นจะเป็นไปตาม

รูปแบบความเชื่อของและค่านิยมแต่ละกลุ่มบุคคลตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในด้านประชาการ ด้านอาชีพของประชากร ด้านความเชื่อ และค่านิยมของแต่ละพื้นที่ของสถานีบริการน้ำมันนั้น ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

การปรับเปลี่ยนบทบาทของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อสอดคล้องกับบทบาทต่อสังคมนั้นเกิดเป็นโครงการหลายรูปแบบเพื่อพัฒนาชุมชนในพื้นที่ หรือตลอดจนเพื่อแสดงออกถึงความตระหนักในผลกระบทต่อระบบสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการใช้พลังงานในรูปแบบพลังงานเชื้อเพลิงในช่วงก่อนพ.ศ. 2540 แต่เป็นผลเป็นรูปธรรมขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงหลังพ.ศ. 2540 เนื่องจากในช่วงก่อน พ.ศ. 2540 นั้นการใช้พลังงานเป็นเพียงสิ่งที่คำนึงถึงผลที่จะใช้มิได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในชุมชนหรือสิ่งแวดล้อมในระดับประเทศ น้ำมันเชื้อเพลิงถูกสร้างมาเพื่อการให้พลังงานอย่างสูงสุดเพียงอย่างเดียว บทบาทสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในสังคมจังหวัดนครราชสีมาในช่วง หลัง พ.ศ. 2540 จึงเป็นเพียงการจัดจำหน่ายพลังงานเพื่อตอบสนองความต้องการด้านพลังงานเท่านั้น รูปแบบการบริการเป็นพื้นฐานสำคัญตอการตัดสินใจเข้ารับบริการในการเลือกใช้บริการในวัฒนธรรมให้ของสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 จะเห็นได้จากการยกตัวอย่างด้านความเชื้อ กลุ่มผู้เข้าใช้บริการมีความเชื่อในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง มีความสนใจในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือสร้างมลภาวะให้น้อยที่สุดตลอดจนการเข้ารับบริการภายในสถานีบริการ หากเพิ่มประสิทธิภาพของน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมีการพัฒนาคุณภาพภายในสถานีบริการน้ำมันให้มีรูปแบบด้านบริการให้ครบวงจรแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจ ความเชื่อและค่านิยมของกลุ่มคนที่มีต่อบทบาทสถานีบริการน้ำในในช่วงหลัง พ.ศ. 2540

โดยสรุป บทบาทของสถานีบริการน้ำมันในยุคหลัง พ.ศ. 2540 ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้เกิดการเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีต่อสถานีบริการนั้น ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการที่มีความแตกต่างกัน ตามผู้ที่เข้ารับบริการภายในสถานีบริการในเครือของบริษัทนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ ความเชื่อถือด้านคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง ความสามารถในการรักษาเครื่องยนต์ ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องยนต์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ ความเชื่อด้านบริการภายในสถานีบริการความพร้อมเพรียงความหลากหลายในด้านการบริการ มีความรวดเร็ว มีมาตรฐานด้านการบริการมีเพียงพอ อีกทั้งยังมีรูปแบบโปรโมชั่น อันเป็นที่ดึงดูดต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ตลอดจนความเชื่อในด้านรูปแบบพลังงานที่เป็นพลังงานสะอาด เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีระบบที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติตั้งแต่การเริ่มกระบวนการผลิตน้ำมันขนส่ง และภายในสถานีบริการน้ำมัน เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีคุณภาพสูงสามารถช่วยให้เครื่องยนต์ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกันถือเป็นบทบาทและการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน หลังพ.ศ. 2540 และยังมีการพัฒนาสอดคล้องการการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจต่อไป

บทที่ 5
วัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา

การวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่: จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บรวบรวมจากเอกสาร ลงพื้นที่ที่วิจัยโดยสังเกต (Observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview Guide) เพื่อนำมาตอบความมุ่งหมายทั้ง 3 ข้อ เพื่อศึกษาวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 บริษัท ภายในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ตามความมุ่งหมายของการวิจัยในประเด็นด้านรูปแบบวัฒนธรรมใหม่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

รูปแบบวัฒนธรรมที่เกิดจากสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดแรกที่มีการกระจายตัวของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีผู้ประกอบการที่เข้ามาเปิดให้บริการหลายกิจการซึ่งในการประกอบธุรกิจจะต้องมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ในการให้บริการหลายรูปแบบทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรหรือกลยุทธ์การแข่งขันทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้อาจเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจนำมาใช่เพื่อสร้าวความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งรูปแบบธุรกิจปั๊มน้ำมันมีทั้งที่เป็นแฟรนไชส์หรือการลงทุนโดยเจ้าของธุรกิจเอง ทำให้ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ซึ่งในจังหวัดนครราชสีมาก็เกิดรูปแบบการแข่งขันของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ชัดเจนหลัง พ.ศ.2540 เนื่องจากพื้นที่ที่มีประชากรอาศัยอยู่มากที่สุดในภูมิภาค มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ประชากรประเพณี และทำเนียมปฏิบัติในแต่ละกลุ่มประชากร เป็นพื้นที่จุดรอยต่อระหว่างภูมิภาคสามารถรับและปรับเปลี่ยนรู้แบบวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมในภาคส่วนต่างๆ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางวัฒนธรรมตามวิถีชีวิตของประชากรในพื้นที่ผลต่อการขยายสิ่งอำนวยความสะดวกอุปโภคบริโภคภายในจังหวัดให้เพียงพอต่อความต้องการส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เมื่อสถานีบริการน้ำมันเริ่มมีการขยายตัว ระบบธุรกิจในพื้นที่ก็เริ่มมีการขยายตัวตามทำให้ส่งผลโดยตรงต่อการขยายศักยภาพของกลุ่มธุรกิจ ทำให้สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงภายในพื้นที่นำกลยุทธ์การบริหารจัดการมาปรับใช้ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ การพัฒนาด้านการให้บริการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการเพราะในปัจจุบันคุณภาพการบริการเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกจึงทำให้ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในหลายด้านไม่ว่าจะเป็นการ

ให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา มีบริการที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบวัฒนธรรมองค์กรให้มีความทันสมัยมากขึ้น มีระบบการตรวจสอบ ขั้นตอนการทำงานตั้งแต่บริษัทจนถึงสถานีบริการเพื่อให้เกิดมาตรฐานในด้านการทำงาน การบริการตลอดจนผลิตภัณฑ์ สามารถแบ่งรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ที่พบองค์กร 4 ประการ ได้แก่

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทแม่ ปตท.จะเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของลูกค้าในแต่ละท้องถิ่นเช่น การเพิ่มจำนวนผลิตภัณฑ์ประเภทของน้ำมันเชื้อเพลิง การตั้งสถานีบริการแก๊ส การเพิ่มจำนวนร้านสะดวกซื้อ การเพิ่มจำนวนร้านขายสินค้าประเภทอื่นๆ นอกจากนี้ยังให้เจ้าของกิจการที่ซื้อลิขสิทธิ์ผู้แทนจำหน่ายสามารถพัฒนาหรือกำหนดผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่สามารถเพิ่มยอดขายที่ทำไรให้กับกิจการได้อีกด้วย

2. การพัฒนาการบริการ เนื่องจากธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเป็นธุรกิจที่ต้องให้บริการที่สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าได้หลายอย่างเพราะผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ต้องการใช้บริการที่นอกเหนือจากการเติมน้ำมันเชื้อเพลิง เช่น บริการเพิ่มเติมในด้านร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ร้านขายสินค้าท้องถิ่น หรือสินค้าอื่น ๆ บริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่องที่ได้รับมาตรฐาน เป็นต้น

3. การพัฒนาสถานีบริการ ผู้ประกอบการมีการพัฒนาให้มีความร่วมสมัยนิยม เพื่อให้เกิดความน่าสนใจโดยการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกในหลายด้านให้ครบถ้วน เช่น มีธนาคารมาเปิดให้บริการ มีตู้กดเงินสด ร้านขายเครื่องดื่ม ร้านขายอาหาร ร้านขายสินค้าหลากหลายประเภท โดยมีความเป็นมาตรฐานสูง สะดวกสบาย ครบวงจรต่อความต้องการของผู้บริโภคถือเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในปัจจุบัน

4. พัฒนาบุคลากร ให้มีความเป็นมืออาชีพ มีอัธยาศัยที่ดี มีจิตใจที่จะให้บริการ ทั้งสถานีบริการ และร้านขายสินค้าที่อยู่ในบริเวณสถานีบริการ เนื่องจากบุคลากรที่ให้บริการเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภคที่เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมเพราะการบริการที่ดีจะทำให้ลูกค้าพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก (สุรศักดิ์ แวววงษ์และศักดา อาตมภูสกุล. 2559 : สัมภาษณ์)

ผลกระทบของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมและเศรษฐกิจภายในพื้นที่ และปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแวดล้อมส่งผลให้เกิดการปรับตัวของชุมชนทั้งในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง อันเกิดจากการรับและเผยแพร่กระจายทางวัฒนธรรมที่เกิดจากค่านิยม และความเชื่อส่งต่อกันในรูปแบบความชอบ

ความประทับใจในการเข้ารับบริการ ความสะดวกสบาย ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย จากการศึกษา พบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนภายหลัง พ.ศ.2540 และสามารถวิเคราะห์ได้ ดังนี้

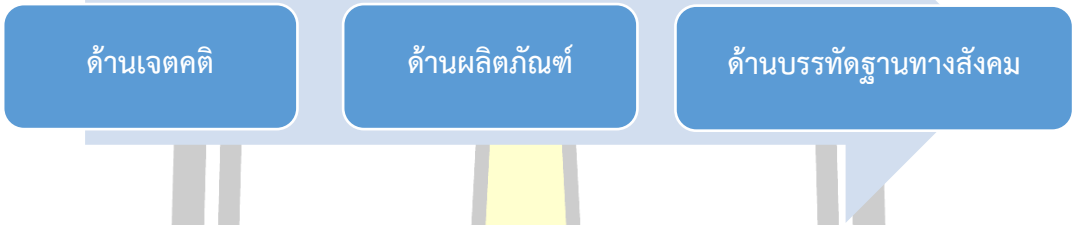
1. ด้านเจตคติหรืออุปนิสัย จากการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเป็นผลให้ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงของแต่ละแห่งมีองค์ประกอบด้านการอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร ห้องน้ำสะอาด ร้านของฝาก ร้านสินค้า OTOP ของแต่ละชมชุน ร้านขายยา ห้องพักตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น เป็นผลต่อการเลือกและการตัดสินใจของผู้คนที่อิงแอบกับสิ่งปลูกสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นหลัก หากมีการเข้าใช้บริการในสถานีบริการที่ยังไม่มีการการพัฒนาปรับปรุงก็จะส่งผลให้ผู้เข้ารับบริการไม่เข้าใช้บริการ (พงษ์ศักดิ์ ตัณติกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

แต่หากมองในมิติความสะดวกสบายผู้เข้ารับบริการจะได้รับความสะดวกสบายมีขึ้นและครบวงจร ไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนสถานที่เพื่อหาซื้อสินค้าบริการต่างๆ ไว้สำหรับการเดินทาง สำหรับพักผ่อนขณะเดินทางไกลอีกทั้งยังสามารถใช้บริการซ่อมและเปลี่ยนอะไหล่ขั้นพื้นฐานของยานพาหนะได้ภายในสถานีบริการน้ำมัน

2. ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อเกิดการปรับเปลี่ยนให้เกิดการแข่งขันการในด้านการพัฒนาสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในระดับเครือบริษัทมีการโฆษณาผ่านสื่อสาธารณะต่างๆ และสื่อออนไลน์ทั้งในรูปแบบการตลาดทั่วไปและการตลาดเชิงลึก รวมไปถึงการจัดกิจกรรมสะสมคะแนนเพื่อให้ ผู้เข้าใช้บริการเกิดแรงจูงใจ ทั้งนี้ส่งผลต่อราคาผลิตภัณฑ์โดยรวม ยิ่งมีการแข่งขันการตลาดมาเท่าไหร่ อัตราของค่าผลิตภัณฑ์ก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย เพื่อให้บริษัทเกิดชื่อเสียง ความหน้านับถือ เกิดเป็นความนิยมที่มีต่อวัตถุหรือแบรนการค้า ส่งผลโดยตรงต่อผู้เข้ารับบริการที่จะต้องจ่ายค่าบริการที่สูงขึ้น จากการศึกษาในพื้นที่วิจัยพบว่าพื้นที่ในการเช่าทำการค้าในสถานีบริการน้ำมันแต่ละแห่งไม่เท่ากันทำให้อัตราของสินค้า ค่าบริการนั้นมีความแตกต่างกันออกไปตามตนทุนของแต่ละสถานีบริการ ยกเว้น ค่าผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง และสินค้าในร้านสะดวกซื้อที่มีมาตรฐานจากส่วนกลางในการปรับขึ้นหรือลดราคาล้วนแล้วแต่เป็นผลกระทบต่อผู้เข้าบริการในสถานีบริการด้านผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น

3. ด้านบรรทัดฐานทางสังคม การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อบรรทัดฐานที่เกิดผลกระทบต่อกลุ่มผู้เข้าใช้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง เนื่องจากภายหลังการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงหลัง พ.ศ.2540 ในแต่ละบริษัทจะมีรูปแบบจุดขายหรืออัตลักษณ์ที่มีความแตกต่างกัน เพื่อเป็นจุดขาย เช่น หากต้องการใช้พลังงานที่มีคุณภาพสูงจะพบในกลุ่มผู้ใช้บริการน้ำมัน

ในเครื่อง เซลล์ประเทศไทย หากต้องการใช้พลังงานที่มีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยหรือเป็นพลังงานที่ดีต่อธรรมชาติมีการเผาไม่ไม่มีสารตกค้าง ก็จะเข้าใช้บริการในสถานีบริการในเครือบางจาก และหากต้องการความสะดวกสบาย ครบวงจรในด้านการบริการจะเข้าใช้บริการในเครือของสถานีในเครือ ปตท. อีกทั้งยังมีระบบความเชื่อใน ระบบการเข้ารับบริการสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงอันเป็นองค์ประกอบที่เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ เช่น รูปแบบของร้านสะดวกซื้อ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความแตกต่าง เป็นผลต่อการเปลี่ยนเทียบเกิดเป็นบรรทัดฐานทางสังคมในการเข้าใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง



ภาพประกอบ 12 ภาพแสดงความสัมพันธ์ผลกระทบของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

จากภาพประกอบ 12 ความสัมพันธ์ผลกระทบของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงแสดงให้เห็นว่าเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในด้านต่างๆ จะมผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของผู้ใช้บริการที่ทำให้เกิดทัศนคติหรือเจตคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เปิดให้บริการในสถานีบริการ โดยจะส่งผลทำให้เกิดบรรทัดฐานทางสังคมต่อการเปลี่ยนแปลงของประชากรในชุมชน เศรษฐกิจ ประชากรและอาชีพ รูปแบบวิถีชีวิต การใช้ชีวิตประจำวันระบบโครงสร้างเศรษฐกิจการปรับตัวทางการค้าในชุมชนกลายเป็นวัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

สรุปวัฒนธรรมใหม่ที่พบในจังหวัดนครราชสีมาสามารถแบ่งจากเจตคติหรืออุปนิสัย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบรรทัดฐานทางสังคม อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อผลกระทบต่อกลุ่มประชากรในจังหวัดนครราชสีมา ในประเด็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อชุมชน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติในชุมชน การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมในชุมชน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชุมชน และยังส่งผลต่อการพัฒนาต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน ในด้านการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาด้านองค์กรธุรกิจในพื้นที่ และการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ อันเป็นผลจากการเกิดวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา

วัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่เปิดให้บริการ มีบทบาทหรือผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยนสภาพของชุมชนแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ที่มีผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนแนวคิด การดำเนินชีวิตและการปฏิบัติในด้านอื่นๆ ที่เกิดขึ้นจากการเข้าทำงานในสถานีบริการน้ำมัน การเข้ามาเปิดร้านจำหน่ายสินค้า รวมทั้งการเข้ามาใช้บริการต่างๆ จากการพัฒนาธุรกิจของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอย่างต่อเนื่องที่แต่ละแห่งนำมาปรับใช้ในสถานีบริการน้ำมันอย่างแพร่หลายและมีแบบแผน ส่งผลให้เกิดวิถีชีวิต การดำเนินชีวิตและการปรับตัว ของกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิต ดังนี้ (จริยา พงษ์กิต. 2562 : สัมภาษณ์)

1. การปรับตัวอย่างต่อเนื่องของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มอัตราการแข่งขันเพื่อความเป็นหนึ่งในด้านการตลาด พร้อมทั้งยังพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมเกิดเป็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อชุมชนมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 การแบ่งชนชั้นในชุมชน เนื่องจากคนในชุมชนมีรายได้จากการทำงานในสถานีบริการน้ำมัน หรือการขายสินค้า ทำให้มีฐานะที่ดีขึ้น ทำให้มีการแข่งขันเพื่อให้ประชากรที่อาศัยในชุมชนครอบครัวอื่นได้เห็นถึงความทันสมัย ความเพียบพร้อมและความร่ำรวยของครอบครัวตนเองด้วยการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัยมากขึ้น ยานพาหนะจำต้องมีความทันสมัยมากขึ้น ครอบครัวใดที่ยังใช้ผลิตภัณฑ์ที่เก่าอยู่แสดงให้เห็นถึงยังยาพาหนะรุ่นเก่า ถือเป็นการแสดงออกทางสังคมถึงฐานะของครอบครัว และจะถูกแบ่งชนชั้นในชุมชน โดยมากจะพบในชุมชนเมืองและเกิดการเรียนระหว่างชุมชนภายในพื้นที่แบบกลายแพร่กระจายออกเป็นวัฒนธรรมและพฤติกรรมการเรียนแบบเพื่อสร้างความเชื่อมันและค่านิยมของตนเองต่อชุมชน (ณัฏฐพล สุวรรณไวพัฒนะ. 2562 : สัมภาษณ์)

1.2 การใช้บริการและการซื้อสินค้าในสถานีบริการน้ำมัน การพัฒนาของการบริการในสถานีบริการน้ำมันให้มีรูปแบบการบริการที่มีความหลากหลายทำให้ชุมชนเลือกที่จะเข้ารับบริการในสถานีบริการมากกว่าจะเข้าไปใช้บริการในสาขาของการบริการนั้นๆ เช่น มีที่จอดรถที่สะดวก ร้านสะดวกซื้อในชุมชนจะเลือกซื้อในสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากในสถานีบริการนอกจากจะมีร้านสะดวดซื้อและยังมีอาหารสด มีอาหารสำเร็จรูป มีของฝาก อันสามารถทดแทนการเดินทางไปตลาดสด อีกทั้งยังมีความสะดวกสบายใกล้บ้าน อีกทั้งยังมีธนาคาร ร้านกาแฟ และอีกหลายประการแล้วแต่พื้นที่บริการและสถานีบริการนั้นๆ ในแต่ละพื้นที่ กลุ่มประชากรในชุมชนจึงเกิดค่านิยมและความเชื่อนำไปสู่วัฒนธรรมใหม่ที่ประกรในชุมชนจะเลือกเข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันมากกว่าเนื่องจากจะแสดงให้ประชากรในชุมชนเห็นถึงความร่วมสมัยและเท่าทันต่อเทคโนโลยี

1.3 การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนในชุมชน เมื่อการเปลี่ยนแปลงเข้ามาในด้านการคมนาคม ความเจริญของชุมชนเมืองเข้ามาในท้องถิ่นเกิดเป็นการเปลี่ยนวิถี

ชีวิตประจำวันของคนในชุมชน การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นส่งผลต่อพฤติกรรมของประชากรในชุมชน ด้านชุมชนจะพบความสะดวกสบายมากขึ้นเพราะสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในระบบธุรกิจที่หลากหลายซึ่งสิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องใช้เงินตราเพื่อแลกเปลี่ยน ส่งผลต่อพฤติกรรมของคนใจชุมชนที่จะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชนหรือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา เมื่อมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นและมีรายจ่ายมากกว่ารายได้พฤติกรรมของคนในชุมชนจึงเริ่มมีการลักขโมยของ มีอาชญากรรมเพิ่มมากขึ้นในชุมชน มีปัญหาสืบต่อไปถึงสถาบันครอบครัว ตลอดจนการย้ายถิ่นฐานไปประกอบอาชีพอื่นเพื่อความอยู่รอด ทั้งนี้ปัจจัยหลักของสิ่งเหล่านี้เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและความเชื่อของกลุ่มประชากรในพื้นที่ (พงษ์ศักดิ์ ตัณติกุล. 2562 : สัมภาษณ์)

1.4 โครงสร้างชุมชน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชุมชนเป็นอีกหนึ่งของผลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ด้วยการปรับตัวของโครงสร้างชุมชนไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในระบบครัวเรือง กลุ่มอาชีพ กลุ่มธุรกิจ หรือหน่วยงาน การดำเนินการใดๆ จำต้องใช้พลังงานในการขับเคลื่อนทั้งสิ้นรูปแบบแต่เดิมที่มีระบบสหกรณ์ชุมชน สถานีบริการน้ำมันชุมชน ถูกแทนที่ด้วยสถานีบริการน้ำมันของเครือบริษัทต่าง ๆ ธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กในชุมชนถูก ร้านสะดวกซื้อในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง แบ่งรายได้ทางการตลาดไป ค่านิยม ของคนในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลง ความเชื่อ ในตัวผลิตภัณฑ์ เพิ่มการบริการแวดล้อมเป็นตัวเสริมสร้างการตัดสินใจทำให้ธุรกิจในระบบโครงสร้างชุมชนขนาดเล็ก และขนาดกลางได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เกิดรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ในชุมชนโดยเริ่มมีการรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยร่วมกันสร้างเป็นวิสาหกิจชุมชน สร้างกลุ่มสหกรณ์น้ำมันเพื่อตั้งเป็นกองทุนน้ำมันเพื่อการเกษตร เพื่อให้เกิดเป็นระบบและเงินทุนในโครงสร้างของชุมชนเป็นการช่วยเหลือชุมชนเพื่อให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงสู่รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

2. การเปลี่ยนแปลงอาชีพในพื้นที่บริการ วัฒนธรรมในชุมชนเกิดเป็นการเปลี่ยนแปลงต่ออาชีพที่หลากหลาย เช่น รายได้ไม่เพียงพอกับรายจ่าย และการปรับตัวของคนในสังคมที่มีความต้องการในการใช้ทุนทรัพย์ในชีวิตประจำวันมากขึ้นตามระบบความเชื่อจำต้องปรับรูปแบบเพื่อให้สามารถดำรงชีวิตได้ ซึ่งมีอาชีพที่ได้รับผลกระทบและต้องปรับตัว ดังนี้

2.1 กลุ่มอาชีพภาคการเกษตร วัฒนธรรมใหม่ของกลุมอาชีพนี้มีความจำเป็นที่สร้างการผลิตเพิ่มมากขึ้นเพื่อหวังผลกำไรในการประกอบการมากขึ้น สร้างเป็นความเชื่อและค่านิยม จนกลายเป็นรูปแบบวัฒนธรรมใหม่ในระบบอาชีพภาคเกษตรกรโดยเริ่มมีการใช้เครื่องจักรเข้ามาในกระบวนการทำงานมากขึ้น เช่น เครื่องไถนา เครื่องเก็บเกี่ยววัตถุดิบทางการเกษตร โรงเพราะปลูก และเครื่องจักรทางการเกษตรต่าง ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งความรวดเร็ว ปริมาณของผลผลิตที่มากขึ้น คุณภาพหน้าเชื่อถือเกิดเป็นรายได้มากขึ้น แต่หากในบางชุมชนยังไม่มีทุนทรัพย์ในการสร้างระบบการ

ผลิตจะถูกระบบโดยการจ้างงาน ระบบพ่อค้าคนกลาย ถูกเอารัดเอาเปรียบเป็นผลต่อการเปลี่ยนอาชีพในลำดับต่อไป (จริยา พงษ์กิต. 2562 : สัมภาษณ์)

2.2 กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัว เป็นกลุ่มที่มีวัฒนธรรมใหม่อย่างชัดเจน ด้วยการทำธุรกิจในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงนั้นจำเป็นอย่างมากที่จะต้องมีความทันสมัยของเครื่องมีทั้งในสายการผลิตและขนส่ง กลุ่มอาชีพธุรกิจจะมีการปรับตัวสู่วัฒนธรรมใหม่โดยสร้างความทันสมัยให้ผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อให้เกิดความเชื่อมันในตัวธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ และต้องกับเปลี่ยนระบบการขนส่งเพื่อให้เขากับการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันด้วยสถานีบริการน้ำมันมีการปรับเป็นให้สถานีมีมาตรฐานการสร้าง และมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่เป็นวัฒนธรรมใหม่ที่มีความสวยงามและทันสมัยระบบธุรกิจส่วนตัวจึงเกิดการปรับตัวเพื่อให้เกิดธุรกิจเป็นยอมรับในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

2.3 กลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำ คือ วัฒนธรรมให้การใช้ชีวิตกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำจะมีช่วงเวลาที่จำกัดในช่วงกลางวันฉะนั้นสถานที่ใดที่มีความสะดวกสบายหรือมีความรวมเร็วในการบริการที่รวมกันอยู่ในพื้นที่เดียวจะพบกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำ กลุ่มอาชีพนี้จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการกินโดยเลือกที่จะเข้ารับบริการร้านอาหารในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมากกว่าที่จะไปตามร้านอาหารที่มีความจำเพราะ จากการสัมภาษณ์พบว่าพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลิตภัณฑ์และการบริการที่ครบถ้วนจึงทำให้ในปัจจุบันเขารับบริการสถานีบริการน้ำมันมากกว่าการเดินทางไปในห้างร้านที่มีการค้าขายเฉพาะทาง

2.4 กลุ่มนักเดินทาง คือ กลุ่มคนที่มีการเดินทางผ่านจังหวัดนครราชสีมาและได้ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่วิจัยโดยการสัมภาษณ์สามารถสังเคราะห์ข้อมูลเป็นวัฒนธรรมใหม่ในกลุ่มนักเดินทางได้คือ กลุ่มนักเดินทางจะมุ่งเน้นเข้ารับบริการสถานีบริการประกอบด้วย 2 ส่วนประกอบ 1) ความสะดวกสบาย คือ ในพื้นที่ของสถานีบริการจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยพื้นฐานจะต้องมีห้องน้ำสะอาด ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ จากแต่เดิมที่มีเพียงสถานีบริการน้ำมันเท่านั้น 2) ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์ คือ วัฒนธรรมของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์กลุ่มนักเดินทางจะแบ่งออกอย่างชัดเจนตามค่านิยมและความเชื่อ ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีราคาถูกและมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ในรถสมัยใหม่ได้หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์พลังงานทางเลือก

3. การเปลี่ยนแปลงต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีการแข่งขันกันเป็นอย่างมาก เพื่อให้ได้มาซึ่งอัตราการเขาใช้บริการที่มากขึ้น การปรับตัวทางด้านธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง การพัฒนาด้านบริการที่ดีขึ้น มีความหลากหลาย ครบถ้วนต่อความต้องการ สะอาดสวยงาม สามารถเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของผู้เข้าใช้บริการในสถานีบริการได้เป็นอย่างดี อีกทั้งด้านผลิตภัณฑ์ในสถานีบริการจะต้องมีความหลากหลายครอบคลุมต่อยุคสมัยของการเปลี่ยนแปลงใน

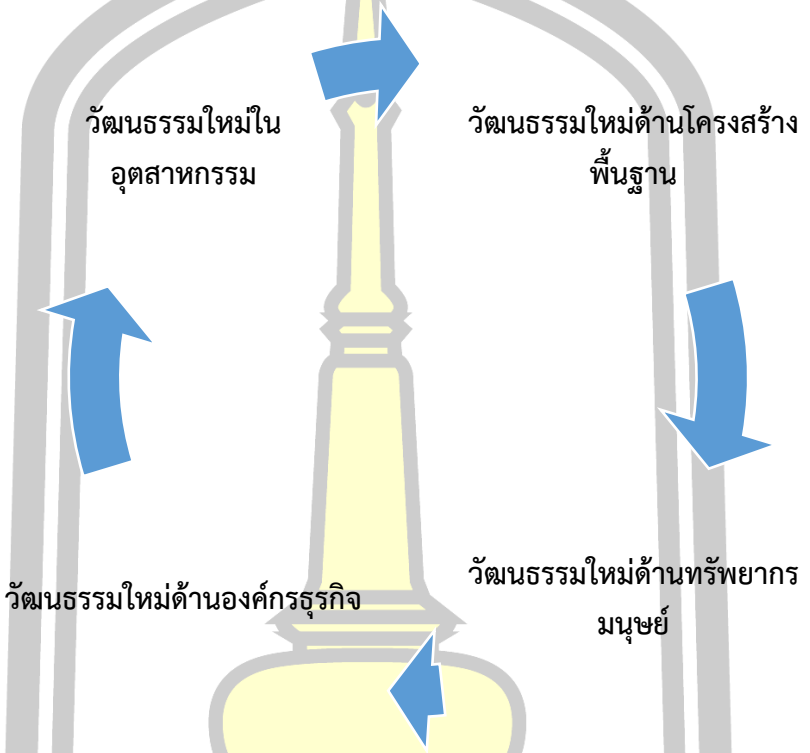
ความต้องการในการใช้พลังงานที่มีความหลากหลายมากขึ้นการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ถูกปรับตัวออกเป็นวงกว้างในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชนพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา (ณัฏฐพล สุวรรณไวพัฒนะ. 2562 : สัมภาษณ์)

3.1 วัฒนธรรมใหม่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เมื่อเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ทำให้มีการจ้างงานในพื้นที่ การเข้ามาเปิดร้านหรือธุรกิจในสถานีบริการน้ำมันทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นทำให้มีการก่อสร้างหรือปรับปรุงโครงสร้างบ้านเรือนให้ทันสมัย เครือขายการติดต่อประสานงานเริ่มมีการพัฒนาให้รูปแบบที่มีความทันสมัยมากขึ้น กลุ่มพัฒนาภูมิปัญญาพื้นบ้านเริ่มมีการตื่นตัวเนื่องจากมีพื้นที่ในการจำหน่ายสิงค้ามากขึ้นตามสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงรูปแบบใหม่ในศูนย์ขายสินค้าพื้นเมืองเป็นผลให้เกิดการพัฒนาในด้านศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงานอันเป็นองค์ความรู้ศาสตร์ทางด้านจำเพาะของแต่ละพื้นที่ชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ทางการค้า เป็นของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้นๆ ตามการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในแต่ละพื้นที่ของชุมชน

3.2 วัฒนธรรมใหม่ด้านทรัพยากรมนุษย์ การเปลี่ยนแปลงก่อให้เกิดความต้องการทางผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่ด้านทรัพยากรมนุษย์อันเกิดจากการเล็งเห็นความสำคัญของทรัพยากรในพื้นที่มากขึ้น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างด้านการพัฒนามนุษย์ในชุมชนมีความสำคัญและเริ่มมีการปรับเปลี่ยนสร้างกันเป็นจำนวนมากในเขตพื้นทีจังหวัดนครราชสีมา ด้วยสภาพพื้นที่ในจังหวัดมีความหลากหลายทางภูมิประเทศ ในบางพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม บางพื้นที่เป็นเทือกเขา บางพื้นที่เป็นแอ่งน้ำ ด้วยความจำเพาะของพื้นที่การเกิดเป็นการพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ในพื้นที่ให้มีความเชียวชาญเฉพาะด้าน มีทักษะในการสร้างงานสูงขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

3.3 วัฒนธรรมใหม่ในอุตสาหกรรมในพื้นที่ เมื่อมีการขยายตัวของทรัพยากรพื้นฐานในการทำธุรกิจอุตสาหกรรมมีมากขึ้น เป็นผลให้ระบบขนส่งมีประสิทธิภาพมากขึ้นสามารถผลิตได้มากขึ้น และส่งออกไปในพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากขึ้น การปรับตังของธุรกิจอุตสาหกรรมในพื้นที่จึงมีการขยายตัวมากขึ้น ส่งผลในชุมชนมีการจ่างงานที่สูงขึ้น มีระบบการปรับเปลี่ยนทางสังคมที่มากขึ้นในพื้นที่ มีการกระจายรายได้สู่ระบบการค้ารายย่อยมากขึ้นในพื้นที่โรงงานอุตสาหกรรม และในพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมัน ทั้งนี้ยังรวมไปถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่อันถือเป็น อีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครราชสีมาเป็นอย่างมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นผลในราคาที่ดินในพื้นที่มีราคาสูงขึ้น ค่าครองชีพในพื้นที่การท่องเที่ยวมีสูงขึ้น (ณัฏฐพล สุวรรณไวพัฒนะ. 2562 : สัมภาษณ์) ค่านิยมของคนในพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลงไปเริ่มมีการใช้ค่านิยมพื้นฐานที่แบบต่างชาตินิยม เช่น อาหาร บ้านเรือน ของใช้ในครัวเรือง เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น รูปแบบดังกล่าวสะท้องไปถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในพื้นที่

พิธีกรรม ความเชื่อในกลุ่มพื้นที่ ไม่เว้นกระทั้งด้านศาสนา ได้รับผลจากการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงที่ปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงของระบบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ แสดงได้ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพประกอบ 13 ภาพแสดงความสัมพันธ์ผลของวัฒนธรรมใหม่ต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน

สรุป สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสูวัฒนธรรมแบบใหมในจังหวัดนครราชสีมา มีการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใหญ่แบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือช่วงก่อน พ.ศ.2540 และการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงหลัง พ.ศ.2540 มีบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม ด้านสังคม และปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมเกิดเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการทั้งยังเป็นผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยพบวัฒนธรรมใหม่ในกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

1. พฤติกรรมการเข้าใช้บริการภายในสถานีบริการน้ำมัน เนื่องจากสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการภายในสถานีบริการ ที่มีความหลากหลายและครบ

วงจร เช่น ธนาคาร ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายยา ตลาด กระทั้งห้องพักที่มีไว้สำหรับบริการตลอด 24 ชั่วโมง เกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่สะท้อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบโครงสร้างชุมชน

2. วัฒนธรรมใหม่ต่ออาชีพในพื้นที่บริการ ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพเกษตรกร กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวกลุ่มอาชีพข้าราชการและลูกจ้างประจำ และกลุ่มนักเดินทาง การกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสามารถสรุปได้ว่า อาชีพภายในชุมชนมีการเปลี่ยนแปลงอันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอีกทั้งในแต่ละชุมชนยังได้มีช่องทางในการสร้างรายได้จากอาชีพ ผู้ให้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ทางด้านการค้าขาย และเกษตรสามารถนำเอาสินค้าเข้ามาค้าขายในสถานีบริการเกิดเป็นช่องทางในการสร้างรายได้ในชุมชน

3. วัฒนธรรมใหม่ต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน ประกอบด้วย วัฒนธรรมใหม่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน วัฒนธรรมใหม่ด้านทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมใหม่ด้านองค์กรธุรกิจในพื้นที่ และวัฒนธรรมใหม่ในอุตสาหกรรม โดยการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงด้วยวิธีผูกระบบการจ่ายน้ำมันในรูปแบบเครดิต ทำให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมรายจ่ายต้นทางของสินค้าได้เป็นอย่างดี

จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจ โดยมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการนอกจากการเติมน้ำมันเพียงอย่างเดียวมาเป็นแหล่งนัดพบ ซื้อสินค้า สถานที่พักผ่อน และเป็นสถานที่ประกอบอาชีพ ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม ประชากรและอาชีพในพื้นที่

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

บทที่ 6
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการเก็บข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกำหนดหัวข้อในการศึกษาไว้ทั้งหมด 3 ประเด็น คือ 1)เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใน จังหวัดนครราชสีมา และ 3) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา สามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัยได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

การเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมันเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่สอดรับกับนโยบายการพัฒนายุทธศาสตร์เชิงรุก และนโยบายพัฒนาประเทศเพื่อประชาชนส่วนร่วมหรือเพื่อการสร้างธุรกิจทางด้านการค้า พบการศึกษาแบ่งเป็นประเด็น ดังนี้

ปัจจัยทางด้านสังคม

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมส่งผลโดยตรงต่อการปรับรูปแบบการบริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้สถานีบริการตอบรับกับความต้องการการในด้านพลังงาน และความต้องเข้ารับบริการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานีบริการจึงทำให้ความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นในสถานีบริการไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์หรือด้านการบริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง พบการเปลี่ยนทางด้านสังคม ดังนี้

การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร

ในแต่ละปีจังหวัดนครราชสีมามีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวนผู้ใช้รถใช้ถนนทั้งในเขตพื้นและส่วนที่สัญจรผ่านจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ อีกทั้งจังหวัด

นครราชสีมายังมีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ทำให้ประชากรเดินทางเข้า ออกในพื้นที่จังหวัดเป็นจำนวนมาก จำนวนประชากรจึงมีความสำคัญในด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีผลต่อการทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้วิจัยสำรวจจากจำนวนประชากร เดือนธันวาคม พ.ศ. 2556 – พ.ศ. 2558 ในปี พ.ศ. 2556 ประชากรทั้งหมดในจังหวัดนครราชสีมามีจำนวน 2,601,164 คน ต่อมาในปี พ.ศ. 2557 ประชากรโดยรวมของจังหวัดนครราชสีมาเพิ่มเป็นจำนวน 2,620,517 คน สามารถคิดเป็นการเพิ่มจำนวนประชากรร้อยละ 0.74 และในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดนครราชสีมามีจำนวนประชากรทั้งหมด 2,628,818 คน สามารถคิดเป็นร้อยละในการเพิ่มจำนวนประชากรจากปี พ.ศ. 2557 จำนวนร้อยละ 0.31 เมื่อดูจากอัตราการเพิ่มจำนวนของประชากรทั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 - พ.ศ.2558 จังหวัดนครราชสีมามีจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นทั้งสามปีคิดเป็นร้อยละ 1.05 ส่งผลโดยตรงต่อความต้องการใช้พลังงานมีความต้องสูงเพิ่มขึ้น และมีการขยายตัวของสถานีบริการน้ำมันเพื่อรองรับความต้องการ ส่งผลให้ปริมาณการค้าธุรกิจด้านพลังงานน้ำมันเพิ่มขึ้นและการแข่งขันด้านธุรกิจพลังงานจึงสูงขึ้นตามโดยปัจจุบันมีมากกว่า 171 แห่ง

การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านอาชีพถือเป็นอีกปัจจัยหลักที่มีผลต่อการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลุ่มอาชีพมาส่วนต่อการเลือกเข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงทั้งนี้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลพบว่าในแต่ละบริษัทที่มีกลุ่มอาชีพที่เลือกเข้าใช้บริการแตกต่างกัน การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพจึงเป็นผลต่อสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงของสถานีบริการในเครือบริษัทเชลล์ ประเทศไทย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด พบการเปลี่ยนแปลงทางด้านอาชีพอันเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลังในการเลือกเขารับบริการในด้านธุรกิจพลังงานและมีผลต่อการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรสู่วัฒนธรรมใหม่ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จากศึกษาด้านอาชีพพบว่าสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในแต่ละเครือบริษัทมีรูปแบบของผู้เข้าใช้บริการอัตราส่วนของอาชีพที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด การศึกษาสามารถแบ่งตามสถานีบริษัทที่ให้บริการได้ ดังนี้

สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์ ประเทศไทย มีกลุ่มอาชีพที่เข้ามาใช้บริการสูงที่สุดได้แก่กลุ่มอาชีพนักเดินทางคิดเป็นร้อยละ 36 ต่อมากลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำคิดเป็นร้อยละ 27 ต่อมาเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 26 และกลุ่มอาชีพสุดท้ายอันดับสุดท้ายที่เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์ ประเทศไทยได้แก่กลุ่มอาชีพการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 11

สถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) มีกลุ่มอาชีพที่เข้ามาใช้บริการสูงที่สุดได้แก่กลุ่มอาชีพนักเดินทางคิดเป็นร้อยละ 36.67 ต่อมาเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 27 ต่อมาเป็นกลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำคิดเป็นร้อยละ 23.33 และกลุ่ม

อาชีพสุดท้ายอันดับสุดท้ายที่เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันของบริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน) ได้แก่กลุ่มอาชีพการเกษตรคิดเป็นร้อยละ 22.66

สถานีบริการน้ำในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีกลุ่มอาชีพที่เข้ามาใช้บริการสูงที่สุดได้แก่กลุ่มอาชีพการเกษตรคิดเป็น 33 ต่อมาเป็นกลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 29 ต่อมากลุ่มอาชีพนักเดินทางคิดเป็นร้อยละ 19.33 และกลุ่มอาชีพสุดท้ายอันดับสุดท้ายที่เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ได้แก่กลุ่มอาชีพข้าราชการและพนักงานประจำคิดเป็นร้อยละ 18.67

จากการศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ในประเด็นทางสังคมพบว่าปัจจัยทางด้านสังคมมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากต่อการปรับตัวเปลี่ยนแปลงของธุรกิจบริการสถานีริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมาอันประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลักคือ 1) การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร กล่าวคือเมื่อมีประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้นอัตราความต้องการในการใช้พลังงานก็สูงขึ้นตามจำนวนประชากร ทั้งนี้จำนวนประชากรที่เกิดในพื้นที่กับจำนวนประชากรที่ย้ายเข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่ล้วนแต่มีผลให้ความต้องการด้านพลังงานที่สูงขึ้น 2) การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ เมื่อพบว่ากลุ่มจำนวนประชากรมีผลต่อจำนวนการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสู่วัฒนธรรมใหม่การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพจึงเป็นปัจจัยหลักหรือข้อมูลเพื่อเสริมในการพัฒนาสถานีบริการ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มที่เข้ามาใช้บริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มประชากรในพื้นที่และกลุ่มประชากรนอกพื้นและในแต่ละสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีกลุ่มอาชีพที่เข้าเลือกรับบริการที่ต่างกันอย่างชัดเจน ส่งผลให้ปัจจัยทางด้านสังคมมีผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงสู่วัฒนธรรมใหม่

ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมมีผลต่อการทำธุรกิจการทุกประเภทโดยเฉพาะธุรกิจด้านสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงอันเป็นธุรกิจพื้นที่ฐานในการขับเคลื่อนธุรกิจในภาคส่วนอื่น ๆ จากการศึกษาวิจัยเรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของสู่วัฒนธรรมใหม่เกิดขึ้นจากหลายปัจจัย ผู้วิจัยพบประเด็นจากการศึกษาแบ่งเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อ และปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยมต่อผลิตภัณฑ์และบริการ จากผู้เข้ารับบริการในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในเครือบริษัทเชลล์ ประเทศไทย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด ดังนี้

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อ

ความเชื่อในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการที่มีความแต่ต่างกันตามผู้ที่เข้ารับบริการภายในสถานีบริการในเครือของบริษัทนั้น ๆ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อจะมีผลต่อการเข้า

รับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จะเห็นได้จากการกลุ่มผู้เข้าใช้บริการมีความเชื่อในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง มีความสนใจในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือสร้างมลภาวะให้น้อยที่สุดตลอดจนการเข้ารับบริการภายในสถานีบริการหากเพิ่มประสิทธิภาพของน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และยังมีการพัฒนาคุณภาพภายในสถานีบริการน้ำมันให้มีรูปแบบด้านบริการให้ครบวงจร ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้เกิดการเปลี่ยนทางความเชื่อและค่านิยมที่มีต่อสถานีบริการนั้น ๆ ให้เกิดรูปแบบความเชื่อเมื่อเข้ารับบริการและส่งผลต่อการทำธุรกิจการทำสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิงให้ประสบความสำเร็จต่อไป

ปัจจัยทางด้านค่านิยม

ค่านิยมที่มีต่อสถานีบริการ ศึกษาข้อมูลจากสถานีบริการในเครือบริษัท เชลล์ ประเทศไทยจำกัด เครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และเครือบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาพบค่านิยมของบริษัท เชลล์ ประเทศไทยจำกัด คือ ค่านิยมด้านคุณภาพของน้ำมันเชื้อเพลิง ค่านิยมด้านความคุ่มค่าของพลังงาน ค่านิยมด้านความปลอดภัยภายในสถานีบริการ ค่านิยมด้านที่ตั้งทำเล ค่านิยมด้านความเพียบพร้อมการบริการภายในสถานี ค่านิยมด้านบริการที่รวดเร็ว และค่านิยมด้านความสะดวกสบาย เครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) คือ ค่านิยมด้านทำเลที่ตั่ง ค่านิยมด้านความทันสมัยสวยงาม ค่านิยมด้านราคาผลิตภัณฑ์ ค่านิยมในด้านการโฆษณาส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ค่านิยมในด้านความพร้อมเพียงของผู้บริการ และด้านการบริการที่รวมเร็ว และเครือบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) คือ ค่านิยมด้านพลังงานสะอาด ค่านิยมในด้านบริษัทเป็นบริษัทภายในประเทศ และค่านิยมด้านความสะดวกสบายใกล้บ้าน เป็นต้น รูปแบบค่านิยมเป็นผลต่อการทำธุรกิจบริการสถานีบริการในมันโดยตรงหากมีความนิยมมากกำลังซื้อหรือจำนวนผู้เข้ารับบริการภายในสถานีบริการก็จะเพิ่มมากขึ้นดังนั้นการปรับตัวของธุรกิจบริการสถานีบริการน้ำมันให้เกิดค่านิยมในกลุ่มผู้บริโภคจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการทำธุรกิจ

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใน จังหวัดนครราชสีมา

ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา

ธุรกิจพลังงานในประเทศไทยนั้นเป็นธุรกิจที่ส่งเสริมการพัฒนาประเทศตลอดช่วงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม ธุรกิจด้านพลังงานเริ่มเข้ามามีบทบาทในช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว แบ่งการบันทึกออกเป็นทั้งหมด 6 ช่วงการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ช่วงที่ 1 ในช่วงพุทธศักราช 2411 เป็นยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลง มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมเป็นขนาดใหญ่จำนวนมาก มีการสร้างระบบสาธารณูปโภคในด้านต่าง ๆ ช่วงที่ 2 ในช่วงพุทธศักราช 2437

ธุรกิจด้านพลังงานในภาคอีสานเริ่มต้นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2453 โดยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัดเริ่มต้นจากสร้างเป็นคลังน้ำมันแห่งแรกที่ออกมาสร้างตามภูมิภาค คือ จังหวัดนครราชสีมา

บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจดทะเบียนในประเทศอังกฤษจัดตั้งขึ้นจากการร่วมกันระหว่างบริษัท Royal Dutch แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์และบริษัท Shell Transport and Trading Company, P.L.C. แห่งประเทศ สหราชอาณาจักรดำเนินกิจการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมใน 40 ประเทศทั่วโลก เชลล์แห่งประเทศไทยเข้ามาจังหวัดนครราชสีมา เกิดช่วง พ.ศ. 2453 เป็นช่วงขยายตัวของธุรกิจด้านพลังงานจากส่วนกลางของประเทศเขาสู่ระดับภูมิภาคโดยจังหวัดเริ่มแรกเริ่มต้นที่จังหวัดนครราชสีมาเริ่มต้นโดยการสร้างเป็นแหล่งจัดเก็บน้ำมันประจำภูมิภาคก่อนที่จะเกิดมีการสร้างเป็นธุรกิจสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงโดยเริ่มเข้ามาจัดตั้งสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด ในปี พ.ศ.2550 โดยมีสถานีบริการน้ำมันแห่งแรกตั้งอยู่บ้านเลขที่ 109 หมู่ 4 ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา เป็นสถานีที่เป็นแห่งแรกและเป็นสำนักงานใหญ่ในการบริหารงาน ก่อตั้งโดย ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภู โดยนายศักดา อาตมภูสกุล กรรมการผู้จัดการ หจก.อาตมภู และ หจก.อาตมภูฟูเอลในปัจจุบัน หลังจากนั้นไม่นานทางบริษัท ได้มีการขยายสถานีบริการน้ำมันในเครือของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด แห่งที่ 2 ห่างกันออกไป 13 กิโลเมตร ในปีเดียวกัน ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 182 หมู่ 7 ตำบล บ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดตั้งตามการแบ่งประเภทรัฐวิสาหกิจที่มีพระราชบัญญัติตั้งขึ้นโดยเฉพาะ เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พุทธศักราช. 2521 ใช้ชื่อว่า การปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย ชื่อย่อว่า ปตท. เข้ามาในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา พบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ศึกษาวิจัยพบประวัติการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันโดยเริ่มต้นจากกลุ่ม บริษัทไทยสงวนบริการ จำกัด ตั้งอยู่บริเวณ บ้านเลข 399 ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แต่เดิมบริษัทไทยสงวนบริการ จำกัด ในช่วงเริ่มแรกปี พ.ศ. 2500 บริษัทไทยสงวนบริการเปิดสถานีบริการ เอสโซ่ โดยการบริหารธุรกิจแบบครอบครัว บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ในช่วงสมัย พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ช่วงยุคก่อตั้ง ก่อนจะมาเป็นบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในช่วงปีพุทธศักราช 2501 ปัจจุบัน เข้ามาในจังหวัดนครราชสีมาพบสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่ศึกษาวิจัยพบประวัติการบริหารจัดการสถานีบริการน้ำมันดังนี้ บริษัทบางจากกรีนเนท จำกัด เป็นบริษัทในเครือของ บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) โดยเป็นศูนย์ในการกระจายการลงทุนในธุรกิจด้านพลังงานในด้านสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการตรวจวัดมาตรฐาน คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการในเขตพื้นที่ นอกจากนั้นยังมีกลุ่มผู้ร่วมลงทุนในพื้นที่ที่เล็งเห็นถึงการขยายตัวในด้านการตลาดในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

สถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลง

สถานีบริการน้ำมันเริ่มเข้ามามีบทบาทในจังหวัดนครราชสีมาในช่วงการเปลี่ยนแปลง โดยบริษัทแรกที่เข้ามาในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาคือบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด โดยเริ่มจากการสร้างคลังน้ำมันแห่งแรกของระดับภูมิภาคหรือในภาคอีสานภายหลังจึงมีการสร้างเพิ่มเติมที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปางและจังหวัดพิษนุโลกตามลำดับ ต่อมาความต้องการในการใช้พลังงานมีความต้องการที่สูงขึ้นส่งผลให้ตลาดธุรกิจด้านพลังงานมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีบริษัทที่เข้ามาลงธุรกิจด้านพลังงานเพิ่มในภาคอีสานเป็นอันดับต่อมา ได้แก่ บริษัท ปตท. จำกัด มหาชน และบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ตามลำดับ ช่วงการเปลี่ยนแปลงพบว่าเป็นช่วงนี้สถานีบริการน้ำมันเป็นรูปแบบใกล้เคียงกันในรูปลักษณะเป็นหัวจ่ายน้ำมันเชื้อเพลิงเพียงอย่างเดียวโดยและมีการพัฒนารูปแบบการให้บริการเข้ามากล่าวคือรูปแบบลักษณะสถานีบริการน้ำมันในช่วงนี้อยู่ในช่วง 2453 – 2540 ทั้งนี้รูปแบบในช่วงเริ่มต้นนั้นยังไม่มีการแข่งขันทางการตลาดสูงจึงทำให้รูปแบบลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคการเปลี่ยนแปลง สามารถแบ่งได้ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดนครราชสีมาในช่วงการเปลี่ยนแปลงมีสองชนิดภายในสถานีบริการน้ำมัน ได้แก่ ดีเซล และเบนซิน เท่านั้น และด้านบริการในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในช่วงการเปลี่ยนแปลงภายในสถานีบริการ นอกจากจะบริการในการเติมน้ำมันเชื้อเพลิงในช่วงแรกนั้นยังไม่มีการบริการในด้านอื่น ๆ

บทบาทสถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลง จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีความหลายทางความเชื่อและค่านิยมอันเกิดจากพื้นที่ของจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและจำนวนประชากรในพื้นที่มีจำนวนมากถือเป็นอันดับสองของประเทศไทย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมเกิดได้อย่างรวดเร็ว พื้นที่จังหวัดนครราชสีมามีกลุ่มวัฒนธรรมพื้นถิ่นเรียกกันว่าวัฒนธรรมโคราช อันเกิดจากการรับเอาวัฒนธรรมพื้นที่ใกล้เคียงมาและสร้างเป็นอัตลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นของตนเอง การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมแต่เดิมที่ยังไม่มีสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ก็ยังเป็นพื้นที่สำคัญในการคมนาคมของทุกยุคสมัย การเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมจำมีความสอดคล้องกับการเดินทางเสมอมา รูปแบบการขยายตัวของจังหวัดจะสอดรับกับระบบการคมนาคมเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นผังเมือง โครงสร้างจังหวัด รูปแบบการวางระบบระบายน้ำ การวางระบบการสร้างถนนภายในจังหวัดจึงสอดคล้องและปรับเปลี่ยนมาตามยุคสมัยช่วงการเปลี่ยนแปลง

สถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

ลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัดช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ เป็นไปอย่างต่อเนื่องด้วยความต้องการในการใช้พลังงานทางด้านพลังงานเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นตามการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงทางสังคมและได้เข้ามาพบกับวิกฤติทาง

น้ำมันอีกครั้งในช่วงปี พ.ศ. 2552 เกิดวิกฤติ ราคาน้ำมันแพง ส่งผลให้ธุรกิจบริการสถานีน้ำมันเกิดการชะลอตัว เกิดความต้องการด้านพลังงานทางเลือกพลังทดแทนเป็นอย่างมาก

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

ด้านการบริการภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามยุคสมัย ดังนี้ 1)ร้านสะดวกซื้อเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการเลือกเข้ารับบริการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตอบสนองความต้องการผู้ใช้บริการเพื่อความสะดวกสบายในการเดินทางใกล้ส่วนมากกลุ่มบริษัทในเครือเชลล์จังหวัดนครราชสีมาจะใช้ร้านสะดวกซื้อที่ทางเจ้าของสถานีบริการนั้นสร้างขึ้นมาเอง 2)สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ที่ได้รับความเชื่อมั่นว่าเป็นสถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันที่มีคุณภาพสูง มีการพัฒนาทีมบริการ และทีมช่างให้มีความรู้ความสามารถอยู่อย่างสม่ำเสมอ 3)ร้านกาแฟและร้านอาหาร ร้านกาแฟภายในสถานีบริการน้ำมันของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย ได้รับความเชื่อมั่นเป็นอย่างมากในด้านคุณภาพจากแบรนด์ แบล็คแคนยอนคอฟฟี่ (Black Canyon Coffee) และ4) ห้องน้ำ

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

สถานีบริการน้ำมัน ปตท. ในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเริ่มเป็นอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่ไป พ.ศ. 2500 – 2555 ด้วยในช่วงนั้นราคาน้ำมันในตลาดเริ่มมีการปรับตัวของสถานีบริการน้ำมันในเครือ ปตท. ช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่จากสถานีบริการขายน้ำมันเชื้อเพลิง สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ ห้องน้ำสะอาด และร้านขายของฝาก ทางสถานีบริการที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ชุมชน หรือจุดยุทศาสตร์ในการแข่งขันจำเป็นจะต้องนำเอาร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ เข้ามาเปิดให้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันเพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสให้การตัดสินใจในการเข้ารับบริการในสถานีบริการ เพิ่มโอกาสและยอดขาย เช่น ร้าน KCF ขาหมูหินดาด ร้าน S&P เป็นต้น การปรับรูปแบบตามการเปลี่ยนแปลงทางความนิยมทางสังคมวัฒนธรรมทำให้ สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ปตท. เป็นที่นิยมเรื่อยมา

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่าสถานีบริการในเครือบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา พบว่าด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันเชื้อเพลิง และน้ำมันหล่อลื่นด้านการบริการภายหลังการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเพิ่มมากขึ้นตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมตามยุคสมัย ดังนี้ 1) ร้านสะดวกซื้อโดยมากจะร่วมมือกับ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และร้านสะดวกซื้อจิ๊บ ฟี่ (Jiffy) 2) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง 3) ร้านกาแฟผลิตภัณฑ์แบรนด์ “อเมซอน”

และในส่วนของร้านอาหารที่มีไว้บริการภายในสถานีบริการ เช่น ร้านเคแอฟซี ร้านขนมเค้ก ร้านขาหมูหินดาด ในพื้นที่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ และ4) ห้องน้ำ

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

บริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ พบลักษณะการเปลี่ยนแปลงทางสถานีบริการน้ำมันถึงการพัฒนาแนวทางที่ชัดเจนของตัวผลิตภัณฑ์ สถานีบริการน้ำมันในในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาได้รับเอาตัวผลิตภัณฑ์มาขายสู่ผู้บริโภค เกิดเป็นกระแสที่ส่งผลต่อการเลือกเข้ารับบริการสถานีบริการของสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)

การเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

จากการศึกษาพบว่าสถานีบริการในเครือบริษัทบางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา พบว่าด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น ด้านบริการโดยมีการเพิ่มด้านบริการ ดังนี้ 1)ร้านสะดวกซื้อ พบร้านสะดวกซื้อ 2 แบรนด์ ได้แก่ ใบจาก และMini Big 2) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง 3) ร้านกาแฟและร้านอาหาร และ4) ห้องน้ำ

บทบาทสถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่

บทบาทของสถานีบริการน้ำมันในยุคช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสให้เกิดการเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มีต่อสถานีบริการนั้น ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการที่มีความแตกต่างกัน ตามผู้ที่เข้ารับบริการภายในสถานีบริการในเครือของบริษัทนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ ความเชื่อถือด้านคุณภาพน้ำมันเชื้อเพลิง ความสามารถในการรักษาเครื่องยนต์ ความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องยนต์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ ความเชื่อด้านบริการภายในสถานีบริการความพร้อมเพรียงความหลากหลายในด้านการบริการ มีความรวดเร็ว มีมาตรฐานด้านการบริการมีเพียงพอ อีกทั้งยังมีรูปแบบโปรโมชั่น อันเป็นที่ดึงดูดต่อผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี ตลอดจนความเชื่อในด้านรูปแบบพลังงานที่เป็นพลังงานสะอาด เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีระบบที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติตั้งแต่การเริ่มกระบวนการผลิตน้ำมัน ขนส่ง และภายในสถานีบริการน้ำมัน เป็นน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีคุณภาพสูงสามารถช่วยให้เครื่องยนต์ทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในขณะเดียวกัน ถือเป็นบทบาทและการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ และยังมีการพัฒนาสอดคล้องการการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจต่อไป

วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยที่ก่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสถานบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงใน จังหวัดนครราชสีมา และวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา จากวัฒนธรรมใหม่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา ด้านรูปแบบวัฒนธรรมใหม่สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา และวัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง จังหวัดนครราชสีมา

องค์กรแบบเครือข่าย เป็นรูปแบบการใช้วัฒนธรรมที่มีความยืดหยุ่นแต่มุ่งเน้นระบบการบริหารจัดการภายในองค์กร โดยการมีส่วนร่วมของพนักงานภายในองค์กรเพื่อให้สามารถพัฒนาศักยภาพของสถานีบริการให้พร้อมที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมแบบเครือข่ายจะเน้นระบบปฏิบัติการจากภายในเป็นสำคัญ มุ่งเน้นการร่วมมือการทำงานอย่างเป็นระบบ ความร่วมมือในการปฏิบัติงาน ความเอาใจใส่ต่อหน้าที่ที่ดีรับมอบหมายและความเอื้ออาทรต่อพนักงานภายในโครงสร้างการบริหารงาน

รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ที่พบในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเครือปตท. จำกัด (มหาชน) พบการใช้วัฒนธรรมองค์กรที่พบในการปรับปรุงแก้ไขในส่วนนี้คือ รูปแบบการปรับปรุงและนำเสนอจุดด้อย การใช้รูปแบบการปรับปรุงและนำเสนอจึงเริ่มต้นที่การนำเสนอให้ตรงจุดกลุ่มผู้ใช้บริการภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจะได้กลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มอาชีพภาคเกษตรกรมากขึ้น จึงเป็นการเพิ่มช่องทางในด้านการตลาดพัฒนาและแก้ไขโดยใช้วัฒนธรรมองค์กรได้แล้วจึงจะพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่อไป

รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ที่พบในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงเครือบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) พบวัฒนธรรมการค้าในรูปแบบการปรับตัว โดยเกิดจากการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด มุ่งเน้นการสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นภายในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงตามการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมที่มีต่อระบบค่านิยม และความเชื่อในปัจจุบันที่อันส่งผลต่อด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ ภายในสถานีบริการน้ำมันในเครือบริษัท บางจาก ปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดนครราชสีมา มุ่งสร้างค่านิยมใหม่ขององค์กรให้มีความหลากหลายภายในสถานีบริการ มีความทันสมัยมีความหลากหลายภายในสถานีบริการ เพิ่มขีดความสามารถของบุคคลากรในการรองรับการให้บริการ ปรับปรุงการให้บริการด้านการผลิตภัณฑ์และบริการให้รับการเปลี่ยนแปลงได้ทันทีเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมของสังคม โดยใช้การนำเสนอการค้าในรูปแบบการปรับตัว

วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา

วัฒนธรรมใหม่ที่พบในจังหวัดนครราชสีมาสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ 1) คุณภาพ (Better) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ (Cheapest) และ3) รูปแบบการบริการและก่อให้เกิด

ผลกระทบต่อ ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตผู้ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ในด้านเจตคติหรืออุปนิสัย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบรรทัดฐานทางสังคม อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อผลกระทบต่อกลุ่มประชากรในจังหวัดนครราชสีมาในประเด็นผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อชุมชน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติในชุมชน การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมในชุมชน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชุมชน และยังส่งผลต่อการพัฒนาต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน ในด้านการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาด้านองค์กรธุรกิจในพื้นที่ และการพัฒนาอุตสาหกรรมในพื้นที่ อันเป็นผลจากการเกิดวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา

วัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา พบวัฒนธรรมใหม่ในกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ 1) วัฒนธรรมใหม่ในชุมชน ประกอบด้วย คุณสมบัติวัฒนธรรมใหม่ในชุมชน พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในวัฒนธรรมใหม่ และวัฒนธรรมใหม่ในโครงสร้างชุมชน 2) วัฒนธรรมใหม่ต่ออาชีพในพื้นที่บริการ ประกอบด้วย กลุ่มอาชีพเกษตรกร กลุ่มอาชีพธุรกิจส่วนตัวกลุ่มอาชีพข้าราชการและลูกจ้างประจำ และกลุ่มนักเดินทาง และ3) วัฒนธรรมใหม่ต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน ประกอบด้วย วัฒนธรรมใหม่ด้านโครงสร้างพื้นฐาน วัฒนธรรมใหม่ด้านทรัพยากรมนุษย์ วัฒนธรรมใหม่ด้านองค์กรธุรกิจในพื้นที่ และวัฒนธรรมใหม่ในอุตสาหกรรม

จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาจะมีการปรับเปลี่ยนตามโครงสร้างการพัฒนาของระบบเศรษฐกิจ และมีวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการเข้ามาส่วนหนึ่งของการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ผ่านปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงด้านประชากรและอาชีพในพื้นที่บริการ การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อและค่านิยม เกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ในสถานีริการน้ำมันเชื้อเพลิง และสะท้อนกลับไปเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่วัฒนธรรมใหม่

อภิปรายผล

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านสังคม คือ การเปลี่ยนแปลงจำนวนประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม คือ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านความเชื่อ การเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรสู่รูปแบบสถานีบริการน้ำมันแบบใหม่จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้พบตัวแปลในการเปลี่ยนแปลงทางสังคมประกอบไปด้วยการเปลี่ยนแปลงทางด้านจำนวนประชากร การเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ สอดคล้องกับ อารีรัตน์ จงวัฒนาพาณิชย์ (2544 : 35-36) ว่า ธุรกิจร้านสะดวกซื้อมีโครงสร้างตลาดในลักษณะของผู้ชายน้อยรายที่มีการกระจุกตัวสูง ด้านค่านิยม การปรับตัวของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมาสู่วัฒนธรรมใหม่ ประกอบไปด้วย การปรับตัวจากปัจจัยทางด้านสังคมและการปรับตัวทางด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วยความเชื่อของรูปแบบในการตัดสินใจอย่างหนึ่งของผู้บริโภค การ

เปลี่ยนแปลงทางด้านค่านิยม ดังที่กล่าวมาบริษัทเชลล์ ประเทศไทย ใช้วัฒนธรรมองค์กรแบบเครือขาย บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ใช้วัฒนธรรมองค์กรรูปแบบการปรับปรุงและนำเสนอจุดด้อย และบริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) วัฒนธรรมองค์กรที่พบในการปรับปรุงแก้ไขในส่วนนี้คือวัฒนธรรมการค้าในรูปแบบ การปรับตัว ด้วยที่ค่านิยมเกิดจากความเชื่อมั่นจนกลายเป็นค่านิยมละส่งต่อผ่านผู้บริโภคสู่ผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นส่วนสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยม การปรับตัวในแต่ละเครือบริษัทจึงมีรูปแบบและการดำเนินการของวัฒนธรรมองค์กรที่ต่างกันออกไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ราศี วงศ์ทรายทอง (2543 : 70) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่าส่วนใหญ่ชายอายุช่วง 31-40 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีรายได้ประมาณ 10,001-20,000 บาท การศึกษาสูงสุดในขั้นปริญญาตรีลูกค้าส่วนมากเติมน้ำมันประเภทเบนซินเลือกเติมประจำ โดยเติมน้ำมันต่อครั้งคือเต็มถัง และจะสังเกตราคาน้ำมันก่อนเข้าเติม การบริการของพนักงานที่ถูกใจ คือการเช็คกระจก เติมหรือตรวจลมยาง น้ำมันเครื่อง น้ำกลั่น และของแถมที่ชอบคือน้ำดื่ม กระดาษทิชชู่ และกาแฟกระป๋อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Matos และ Bruno (2013 : 61-73) ได้วิจัยการจัดการความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเมื่อมีการพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืน : กรณีของภาคพลังงานบราซิล ผลการวิจัยพบว่า แม้ว่าในทางทฤษฎีความสำคัญของรูปแบบธุรกิจที่ยั่งยืนได้กลายเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในงานวิจัยที่ผ่านมา เป็นที่รู้จักกันเกี่ยวกับวิธีผู้จัดการจัดการกับปัญหาในทางปฏิบัติเช่น ในความสนใจของผู้มีส่วนได้เสียในงานวิจัยจะมุ่งเน้นไปที่คำถาม : อะไรคือกลยุทธ์ที่สามารถช่วยให้ผู้มีอำนาจตัดสินใจที่ดีกว่าการเชื่อมต่อกับผู้มีส่วนได้เสียและเอาชนะความท้าทายของผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน เมื่อพิจารณาถึงการพัฒนาอย่างยั่งยืนในรูปแบบธุรกิจของพวกเขา

สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา พบประวัติความเป็นมาในการทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และการบริการของสถานีบริการน้ำมันในภาคอีสานธุรกิจด้านพลังงานในประเทศไทยเริ่มต้นช่วงสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว แบ่งการบันทึกออกเป็นทั้งหมด 6 ช่วงการเปลี่ยนแปลงสามารถแบ่งเป็นตามพุทธศักราชได้ดังต่อไปนี้ ช่วงที่ 1ในช่วงพุทธศักราช 2411 ช่วงที่ 2 ในช่วงพุทธศักราช ช่วงที่ 3 ในช่วงพุทธศักราช 2439 ช่วงที่ 4 ในช่วงพุทธศักราช ช่วงที่ 5 ในช่วงระหว่างพุทธศักราช และช่วงที่ 6 ในช่วงพุทธศักราช 2520 - ปัจจุบัน ประวัติความเป็นมาในการทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย บริษัทเชลล์แห่งประเทศไทยจำกัดจดทะเบียนในประเทศอังกฤษจัดตั้งขึ้นจากการร่วมกันระหว่างบริษัท Royal Dutch แห่งประเทศเนเธอร์แลนด์และบริษัท Shell Transport and Trading Company, P.L.C. แห่งประเทศสหราชอาณาจักรดำเนินกิจการสำรวจและผลิตปิโตรเลียมใน 40 ประเทศทั่วโลกรวมทั้งดำเนินกิจการค้าปลีกผลิตภัณฑ์เชื้อเพลิงและเคมีภัณฑ์ 46,000 แห่งทั่วโลกนอกจากนี้บริษัทชิวยังมีหุ้นส่วนใน

กิจการโรงกลั่นน้ำมันมากกว่า 50 แห่งทั่วโลก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) จัดตั้งตามการแบ่งประเภทรัฐวิสาหกิจที่มีพระราชบัญญัติตั้งขึ้นโดยเฉพาะ เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม พุทธศักราช. 2521 ใช้ชื่อว่าการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทยชื่อย่อว่า ปตท. เป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นการสถาปนาองค์กรของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบเกี่ยวกับกิจการปิโตรเลียมของประเทศขึ้นโดยตรงเป็นครั้ง แรกพร้อมกันนี้ได้กำหนดให้โอนทรัพย์สิน สิทธิ หนี้สิน พนักงานและลูกจ้างขององค์การก๊าซธรรมชาติ องค์การเชื้อเพลิง และโรงกลั่น น้ำมันบางจากเข้ามาด้วยเพื่อดำเนินธุรกิจปิโตรเลียม บริษัท บางจากปิโตเลียม จำกัด(มหาชน) จัดตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรี ในช่วงสมัยพลเอก เปรม ติณสูลานนท์ เป็นการจัดตั้งเพื่อเป็นการดำเนินกิจการโรงกลั่นบางจากเดิม ที่ประสบภาวะขาดทุนและเป็นการดูแลความมั่นคงด้านการพลังงานเพื่อประโยชน์ของคนไทย ธุรกิจด้านพลังงานในภาคอีสานเริ่มต้นครั้งแรก เมื่อ พ.ศ. 2453 โดยบริษัทเชลล์แห่งประเทศไทย จำกัดเริ่มต้นจากสร้างเป็นคลังน้ำมันแห่งแรกที่ออกมาสร้างตามภูมิภาค คือ จังหวัดนครราชสีมา ภายหลังจึงมีการสร้างเพิ่มเติมที่จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปางและจังหวัดพิษนุโลกตามลำดับ สถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลง สามารถแบ่งได้ดังนี้ด้านผลิตจาการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยจากจากสัมภาษณ์ผู้ประกอบกิจการสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงพบว่า ช่วงก่อตั้งในช่วงแรกจะใช้รูปแบบการวางถึงคือใช้ถึงรถบรรทุกติดกับหัวจ่ายบนพื้นดิน และบางสถานีอาจจะมีน้ำมันเพียงชนิดเดียว เช่น บางสถานีมีเพียงดีเซล หรือบางสถานีมีเพียงเบนซิน ต่อมาเริ่มมีการฝังถังลงดินเพื่อความปลอดภัยต่อสถานีบริการและผู้เข้ารับบริการภายในสถานี ด้านบริการและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hellström และคณะ (2015 : 226-236) ได้วิจัยเกี่ยวกับกลไกการทำงานร่วมกันสำหรับรูปแบบธุรกิจในการกระจายระบบนิเวศด้านพลังงาน มีข้อค้นพบว่าการประสบความสำเร็จทางธุรกิจทั่วพลังงานหมุนเวียนและการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องมีรูปแบบธุรกิจรูปแบบใหม่ที่มักได้รับการพิจารณาจากมุมมองของบทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านสังคมบทบาทสถานีบริการที่มีผลต่อด้านสังคมในเขตพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วยห้องน้ำ ห้องอาบน้ำ สานที่จอดพักรถ และจุดบริการเติมลมยาง สถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่ บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด พบการเปลี่ยนแปลงด้าน ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ แบ่งเป็น ด้านความเชื่อ ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย น้ำมันเชื้อเพลิง น้ำมันหล่อลื่น ด้านบริการ แบ่งเป็นร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านกาแฟและร้านอาหาร และห้องน้ำ บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) พบการเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันเชื้อเพลิง และน้ำมันหล่อลื่น ด้านบริการ ร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านกาแฟร้านอาหาร และห้องน้ำ และบริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัดพบการเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการด้านผลิตภัณฑ์ น้ำมันเชื้อเพลิง และน้ำมันหล่อลื่น ด้านบริการ ร้านสะดวกซื้อ สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ร้านกาแฟร้านอาหาร และห้องน้ำ บทบาทสถานีบริการน้ำมันช่วงการเปลี่ยนแปลงใหม่หลัง พ.ศ.

2540 มีการเปลี่ยนแปลงปรับเปลี่ยน และพัฒนาการเป็นอย่างมากด้วยการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจในภาคอีสานที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเป็นพื้นที่ทางผ่านในการขนส่งต่างๆจากภาคตะวันออก ภาคกลาง หรือตะวันตก เข้าสู่ภาคอีสานทำให้การขยายตัวของระบบธุรกิจทางด้านพลังงานมีความเติบโตอย่างรวดเร็ว และด้วยการเติบโต้ เพื่อให้เกิดการเลือกเข้ารับบริการของกลุ่มประชาชนทั้งในพื้นที่และนักเดินทางสถานีบริการน้ำมันแต่เดิมช่วงการเปลี่ยนแปลงที่มีเพียงการบริการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิง ห้องน้ำ และจุดบริการเติมลมยางจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เกิดวามหน้าสนใจทางด้านพลังงาน ทางด้านบริการแก่ผู้เข้ารับบริการภายในสถานีบริการน้ำมันของเครือบริษัทของแต่ละแบรนด์ สอดคล้องกับการพัฒนาของประเทศไทยที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ววัฒนธรรมต่อบทบาทของสถานีบริการน้ำมันหลัง พ.ศ. 2540 นั้นเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงตามระบบความเชื่อของการเข้ารับบริการแต่งกันออกไปตามเครือบริษัทที่เลือกเข้ารับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุจิรัชช์ เตมีศักดิ์ (2550 : 81-90) ได้วิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี ศึกษาระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี และเพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะของการใช้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้า บริษัท ปตท. จำกัด(มหาชน)

วัฒนธรรมใหม่ในของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย1) รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงในจังหวัดนครราชสีมา 2) วัฒนธรรมใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงจังหวัดนครราชสีมา และ3) วัฒนธรรมใหม่ของกลุ่มประชากรในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา รูปแบบวัฒนธรรมใหม่ในในสถานีบริการน้ำมันเชื่อเพลิง เริ่มเข้ามามีบทบาทหรือผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยนสภาพของชุมชนแวดล้อมกลายเป็นปัจจัยหลักของการพัฒนาในหลายประเด็น ได้แก่ ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตผู้ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ด้านเจตคติหรืออุปนิสัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีนิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) เป็นแนวคิดทางมานุษยวิทยาแนวหนึ่งที่สนใจศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม โดยเน้นถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมว่าเป็นตัวกำหนดกระบวนการวิวัฒนาการทางสังคมวัฒนธรรม เป็นการศึกษากระบวนการปรับตัวของสังคมภายใต้อิทธิพลของสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมล และคณะ (2548 : 239) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม” ว่าหมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบโครงสร้างทางสังคมและพฤติกรรมทางสังคม ตัวอย่างของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคม และผลกระทบต่อกลุ่มประชากรในจังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อชุมชน และด้านผลของการพัฒนาต่อเศรษฐกิจ

องค์รวมในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์ และคณะ (2548 : 169-170) ได้กล่าวถึง “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม” ว่าเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง 4 ประการคือ 1) การเปลี่ยนแปลงในคุณสมบัติของคนในชุมชนหรือสังคม 2) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมบางอย่างของคนในสังคม 3) การเปลี่ยนแปลงแบบแผนของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและกลุ่ม และ4) การเปลี่ยนแปลงในแบบแผนทางวัฒนธรรม ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงแวดล้อม โดยการเปลี่ยนแบบทางวัฒนธรรมเป็นผลให้เกิดการปรับตัวของชุมชน ทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่ อันเกิดจากการรับเอาและเผยแพร่วัฒนธรรมที่เกิดจากค่านิยม และความเชื่อส่งต่อกันในรูปแบบการเข้ารับบริการความประทับใจที่ประกอบด้วยการบริการและผลิตภัณฑ์ ของสถานีบริการน้ำมันในแต่ละเครือบริษัท การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชุมชน คือ การเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มเกษตรกร กลุ่มนักธุรกิจ และหน่วยงานรัฐบาลในท้องที่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างชุมชนเป็นอีกหนึ่งของผลการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใหม่ในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง ด้วยการปรับตัวของโครงสร้างชุมชน ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในระบบครัวเรือง กลุ่มอาชีพ กลุ่มธุรกิจ หรือหน่วยงาน การดำเนินการใด ๆ จำต้องใช้พลังงานในการขับเคลื่อนทั้งสิ้น

ฉะนั้นใหม่ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงมีผลกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในจังหวัดนครราชสีมา อันเป็นนโยบายยุทธศาสตร์เชิงรุกจากส่วนกลางและมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับบริบทพื้นที่ เป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการภายในวัฒนธรรมองค์กรอันก่อให้เกิดความเชื่อมั่น ค่านิยม ต่อสถานีบริการ และผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตผู้ที่ใช้บริการในสถานีบริการน้ำมัน ด้านเจตคติหรืออุปนิสัย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรทัดฐานทางสังคม ผลกระทบต่อกลุ่มประชากรในจังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อชุมชน ด้านผลของการพัฒนาต่อเศรษฐกิจองค์รวมในชุมชน ตลอดจนรูปแบบการพัฒนาการให้บริการแก่ผู้เข้ารับบริการ เพื่อให้เกิดการพัฒนารองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมสืบไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยเพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องสถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรมีการอบรม ส่งเสริมแก่พนักงานอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในด้านองค์ความรู้ และด้านบริการ ที่อาจจะก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้เข้ารับบริการได้ ทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งอาจจะเกิดจากความไม่เข้าใจ หรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของบุคคลากรในสถานีบริการ

1.2 เพื่อให้ข้อมูลมีความชัดเจนและเที่ยงตรงมากขึ้น ควรมีการใช้เครื่องมือในการศึกษาทั้งสองประเภท คือการ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดชุดข้อมูลที่มีความหลากหลาย และสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ได้มากยิ่งขึ้น

1.3 ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสถานีบริการควรมีการจัดการรวมตัวจัดตั้งกลุ่ม เพื่อเป็นการพัฒนาระบบการให้บริการแก่ลูกค้าให้มีมาตรฐานในการบริการที่สูงขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

2.1 การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจสถานีบริการน้ำมัน ในด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการเท่านั้น ซึ่งการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการขยาย ควรมีการศึกษาในแง่มุมอื่นเพื่อให้เกิดความครอบคลุมของข้อมูล ควรมีการศึกษาการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกันระหว่าง ธุรกิจและการเปลี่ยนแปลงของชุมชน เพื่อนำไปสู่การวางแผนและปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้เข้าใช้บริการ การเลือกในการเข้าใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงให้สอดคลองกับความต้องการของผู้ที่เข้ารับการบริการ

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กริช สืบสนธิ์. 2538. *วัฒนธรรมและพฤติกรรมการสื่อสารในองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

งามพิศ สัตย์สงวน. 2545. *สถาบันครอบครัวของกลุ่มชาติพันธุ์ในกรุง*. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.

งามพิศ สัตย์สงวน. 2548. *การวิจัยเชิงคุณภาพทางมานุษยวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จอมพงศ์ มงคลวานิช. 2556. *การบริหารองค์การและบุคลากรทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: วี.พรินท์ (1991).

จำนงค์ อดิวัฒนสิทธิ์และคณะ. 2548. *สังคมวิทยา*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จุลนี เทียนไทย. 2553. *มานุษยวิทยาธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: ส. เอเชียเพรส.

เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมล และคณะกรรมการบริหารวิชาบูรณาการ หมวดวิชาศึกษาทั่วไป. 2548. *มนุษย์กับสังคม*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เดชสิงห์ชัย วงค์คำตัน. 2554. “โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ : การศึกษาความเป็นไปได้และผลกระทบทางสังคมวัฒนธรรมจากการก่อสร้างโรงงานในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. 2557a. “ปฏิรูปกิจการพลังงานไทย : เชื่อใครดี ? (ตอนที่ 1).” Retrieved June 4, 2020 (http://thaipublica.org/2014/06/tdri-energy-reform-1).

เดือนเด่น นิคมบริรักษ์. 2557b. “ปฏิรูปกิจการพลังงานไทย : เชื่อใครดี ? (ตอนที่ 2).” Retrieved August 10, 2020 (http://thaipublica.org/2014/06/tdri-energy-reform-2).

ทองสุข ทุมทา. 2542. “การศึกษาสภาพเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการเพิ่มผลผลิตพืชเศรษฐกิจของเกษตรการในเขตโครงการชลประทานลำปาว ศึกษากรณีบ้านเหล่า ตำบลเหล่า ตำบลบัวบาน อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด. 2558. “เกี่ยวกับเชลล์โดยสังเขป.” Retrieved May 28, 2020 (http://www.shell.co.th/th/aboutshell.html).

บริษัท บางจากปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน). 2558. “งบการเงินระหว่างกาล.” Retrieved June 30, 2020 (http://bcp.listedcompany.com/misc/FS/20150805-bcp-fs-2q2015-th.pdf%0A).

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน). 2557. “ความเป็นมาของบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน).” Retrieved September 7, 2020 http://www.pttplc.com/TH/About/pages/Background.aspx).

ประชาชาติธุรกิจ. 2558. “4 แนวทางสร้างคน ‘เชลล์’ จุดยืนองค์กรที่น่าทำงานระดับโลก.” Retrieved May 28, 2020 http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1416060513).

ประภาพร เหลืองช่วยโชค. 2539. “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้วัฒนธรรมองค์การและความรู้สึกผูกพันต่อองค์กร.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พวงผกา ประเสริฐศิลปี. 2541. *ประเพณีกับการเปลี่ยนแปลงตามกระแสวัฒนธรรมโลก.* กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.

มาลินี เคห์ทุ่ม. 2547. “ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรกับระบบการบริหารมุ่งผลสัมฤทธิ์ : กรณีศึกษาสำนักงานพัฒนาชุมชนในจังหวัดขอนแก่น.” การศึกษาอิสระศิลปศาสตรมหา ข บัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ยศ สันตสมบัติ. 2548. *มนุษย์กับวัฒนธรรม.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รังสิมา เจริญศิริ. 2541. “ปัญหาการจัดกิจกรรมรณรงค์และรักษาสิ่งแวดล้อมในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดนนทบุรี.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

รัชนีกร เศรษโฐ. 2523. *สังคมและวัฒนธรรมไทย.* กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ราศี วงศ์ทรายทอง. 2543. “ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันคาลเท็กซ์ในเขตอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี.” ภาคนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.

รุจิรัชช์ เตมีศักดิ์. 2550. “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการก๊าซธรรมชาติ NGV ของลูกค้าบริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดปทุมธานี.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารจัดการทั่วไป : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วรรณวิภางค์ มานะโชติพงษ์. 2558. “รายงานสรุปและวิเคราะห์ร่างพระราชบัญญัติการแข่งขนทางการค้า.” Retrieved July 18, 2020 (http://v-reform.org/wp-%0A%09%0A%09%09content/uploads/2012/06/ผูกขาดการค้า-อ.วรรณวิภางค์.pdf).

วลักษกร ตันติกรวรกุล. 2544. “การศึกษาการเปิดเสรีน้ำมันกับโครงสร้างตลาดและพฤติกรรมของผู้ค้าปลีกน้ำมันไทย.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วไลพร เจริญพร. 2546. “คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ทำงานเป็นกะในระดับปฏิบัติการ : ศึกษากรณี บริษัท ไทยไวร์ แอนด์ เคเบิล เซอร์วิสเซล จำกัด.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิลมทิพย์ ทองระอา. 2545. “กลยุทธ์ในการพัฒนาองค์กร กรณีศึกษาการเคหะแห่งชาติ.” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิลัยพร เจริญพร. 2546. “คุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ทำงานเป็นกะในระดับปฏิบัติการ : ศึกษากรณี ไทยไวร์ แอนด์ เคเบิ้ล เซอร์วิสเซส จำกัด.” วิทยานิพนธ์รัฐศาสนศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยบูรพา.

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 2557. “มุมมองของคนไทยที่มีต่อปตท. และการปฏิรูปพลังงาน.” Retrieved November 7, 2020 http://nidapoll.nida.ac.th/multimedia/Myfiles/%0A%09Poll2558/NIDAPoll_PTT.pdf%0A%0A).

สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. 2541. *รอบรู้เรื่องปีโตรเลียม.* กรุงเทพมหานคร: สิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.

สถาบันปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย. 2547. “กำลังการกลั่นของโรงกลั่นในประเทศไทย.” Retrieved November 7, 2020 (http://www.pttintemet.pttple.com).

สนธยา พลศรี. 2545a. *ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน.* กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

สนธยา พลศรี. 2545b. *หลักสังคมวิทยา.* กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮ้าส์.

สนิท สมัครการ. 2545. *การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาสังคม.* กรุงเทพมหานคร: องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2536. *การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม :แนวทางศึกษาวิเคราะห์และวางแผน.* ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2546. *สังคมวิทยาชุมชน :หลักการศึกษาวิเคราะห์และปฏิบัติงานชุมชน.* ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และสุวรรณ บัวทวน. 2527. “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนสอง แห่งในจังหวัดขอนแก่น : หมู่บ้านอัมพวันและหมู่บ้านคำแก่นคูณ.” รายงานการวิจัยศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สวาท กลางประพันธ์. 2554. “แนวทางการบริหารจัดการหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด มุกดาหาร.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2531. *สังคมวิทยาการเมือง.* กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์.

สันสิทธิ์ ชวลิตธำรง. 2546. *หลักการบริหารรัฐกิจกับระบบราชการไทย.* กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

สากล จริยวิทยานนท์. 2558. *สังคมวิทยา.* กรุงเทพมหานคร: โปรเฟสชั่นแนล พับลิชชิ่ง.

สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ. 2541. *มาตรฐานโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ.* กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. 2554. *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555 - 2559*. กรุงเทพมหานคร: สหมิตรพริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงาน. 2547. *โครงสร้าง ราคาน้ำมันปี 2547*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงาน.

สำนักงานนโยบายพลังงาน และแผนพลังงาน กระทรวงพลังงาน. 2557. “แผนอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี (พ.ศ. 2554 - 2573).” Retrieved November 10, 2020 (www.eppo.go.th/encon/ee-20yrs/ee-20yr-final.pdf %0A).

สำนักงานปลัดกระทรวงกลาโหม. 2558. “กรอบความเห็นร่วมปฏิรูปประเทศไทยด้านพลังงาน.” Retrieved June 15, 2020 (www.library2.parliament.go.th/giventake/.../nrc2557-%0Aissue7-reform01.pdf%0A%0A).

สุธีระ ประเสริฐสรรพ์. 2544. *สนุกกับงานวิจัย.* กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุนทร วงศ์ไวศยวรรณ. 2540. *วัฒนธรรมองค์การ : แนวคิด งานวิจัย และประสบการณ์.* กรุงเทพมหานคร: โฟร์เพซ.

สุพัตรา สุภาพ. 2534. *สังคมวิทยา.* กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

สุพัตรา สุภาพ. 2540. *สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี.* กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพาณิช.

สุพานี สฤษฏ์วานิช. 2553. *การบริหารเชิงกลยุทธ์ : แนวคิดและทฤษฎี.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภางค์ จันทวานิช. 2546. *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุมาลี วงษ์วิทิต. 2556. “กฎหมายเพื่อการพัฒนาธุรกิจ.” *พลังงานทางเลือก.* 6(3):29–48.

สุรเดช บุญไชโย. 2541. “การบริหารงานสิ่งแวดล้อมของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดมหาสารคาม : ศึกษาเฉพาะกรณีโรงเรียนมหาชัยพิทยาคาร.” วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

เสรี พงษ์ภิญโญ. 2534. “การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในหมู่บ้านกำลังพัฒนา ศึกษากรณีบ้านหนองเต่า ตำบลโคกศรี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม.

อารีรัตน์ จงวัฒนาพาณิชย์. 2544. “โครงสร้างตลาดและพฤติกรรมการแข่งขันของร้านสะดวกซื้อในเขต กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Everett E. Hagen. 1996. “Social Chang.” *Ueban Socio – Economics* 56(3):244.

Fayol, H. 1949. *General and Industrial Management*. London: Sir Isaac Pitman and Sons.

Fred Luthans. 1998. “Social Cognitive Theory and Self-Efficacy: Goin beyond Traditional Motivational and Behavioral Approaches.” *AD Stajkovic : F Luthans Organizational Dynamics,* 25(4):62–74.

Hannon, Matthew J., and R. B. 2015. “UK Local Authority Engagement with the Energy Service Company (ESCo) Model: Key Characteristics, Benefits, Limitations and Considerations.” *Energy Policy* 78(12):198–212.

Hediger, W. 2010. “Welfare and Capital-Theoretic Foundations of Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability.” *The Journal of Socio-Economics* 39(20):518–26.

Hellström, M. and others. 2015. “Collaboration Mechanisms for Business Models in Distributed Energy Ecosystems.” *Journal of Cleaner Production* 102(36):226–36.

Matos, Stelvia, and B. S. S. 2013. “Managing Stakeholder Relations When Developing Sustainable Business Models: The Case of the Brazilian Energy Sector.” *Sustainable Innovation and Business Models* 45(50):61–73.

Petrini, F. 2014. “Public Interest, Private Profits: Multinationals, Governments, and the Coming of the First Oil Crisis.” Pp. 1–18 in. New York: Business History Conference.

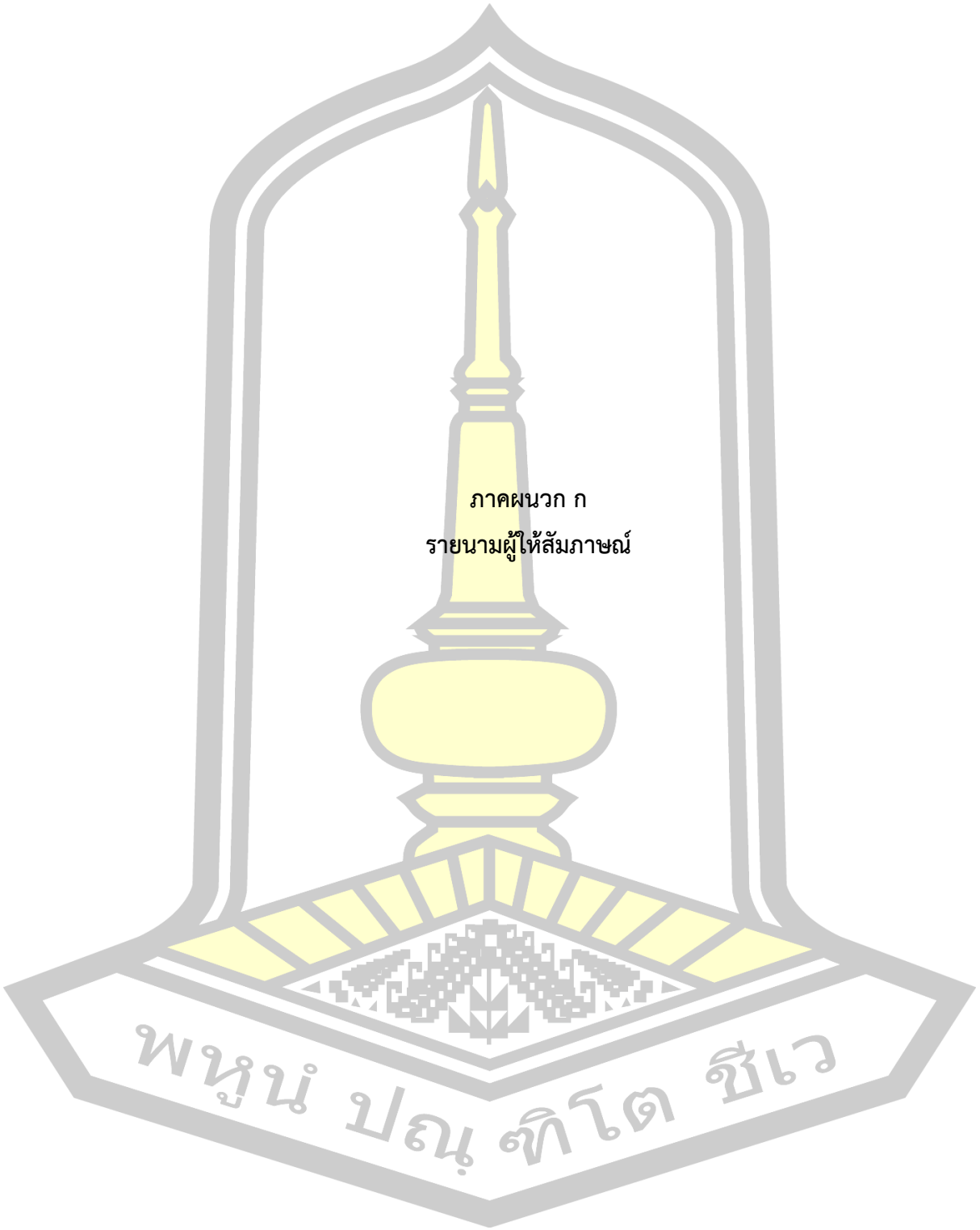
Richter, M. 2013. “Business Model Innovation for Sustainable Energy: German Utilities and Renewable Energy.” *Energy Policy* 62(37):1226.

Soenen, L. A. 1993. “Cash Conversion Cycle and Corporate Profitabillity.” *Journal of Cash Managament,* 20(2):28–30.

Taylor, F. W. 1947. *The Principles of Scientific Management in Scientific Manangement.* New York: Harper.

Urwick, L. and L. G. 1937. *Papers on Science of Administration*. New York: Institute of Public Administration Columbia University.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

รายนามผู้ให้สัมภาษณ์

จริยา พงษ์กิต เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. พงษ์กิจ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2562.

ศรรบ หล่อธราประเสริฐ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สำนักงานใหญ่ บริษัทไทยสงวนบริการ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2559.

ศักดา อาตมภูสกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. อาตมภู เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2559.

ประกิต พงษ์กิต เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. พงษ์กิจ เมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2562.

พงษ์ศักดิ์ ตัณติกุล เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. พีโอออยล์ เมื่อวันที่ 16 ธันวาคม 2562.

พิษณุ พวงพรศรี เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่ เลขที่ 96 หมู่ 10 ตำบลปักธงชัยเหนือ อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 24 พฤศจิกายน 2559.

พิสิฐ พวงพรศรี, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่เลขที่ 7/101 หมู่ 1 ถนนมิตรภาพ ตำบลสุรนารี อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2560

สุรศักดิ์ แตรวงษ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ 188 หมู่14 ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2560

ณัฏฐพล สุวรรณไวพัฒนะ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. ทีทูออยล์ เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562.

ณัฐพงศ์ ศิริประภาภัทร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. ศิริประภาภัทร เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562.

ปวีณา ศิริประภาภัทร เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมัน หจก. ศิริประภาภัทร เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562.

คฑาเทพ คชเสนา, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ 188 หมู่14 ตำบลประโคนชัย อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 12 มกราคม 2560

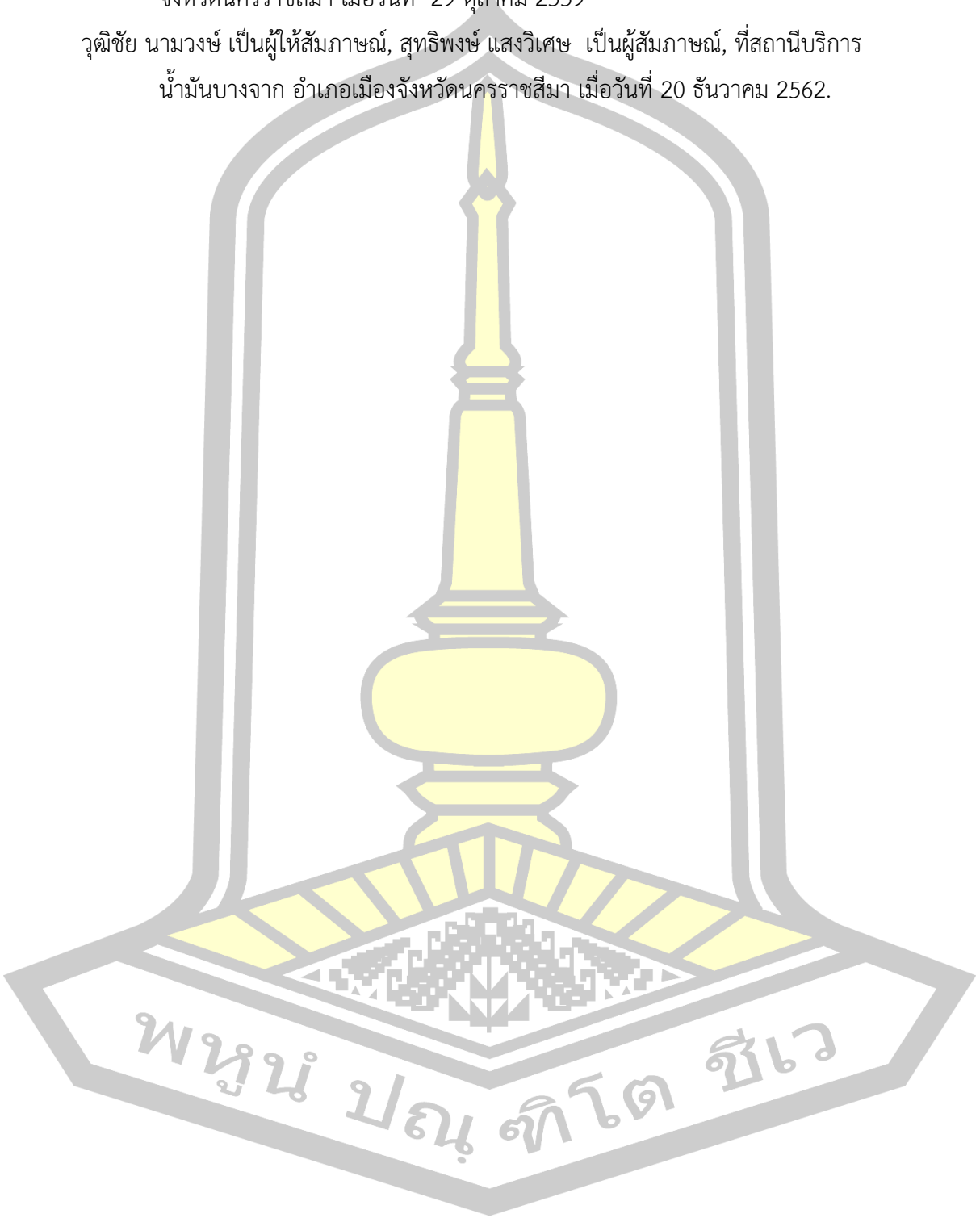
กมลศักดิ์ เกศเมธีการุณ, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ 59 หมู่ 6 ตำบห้วยแถลง อำเภอห้วยแถลง จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน 2559

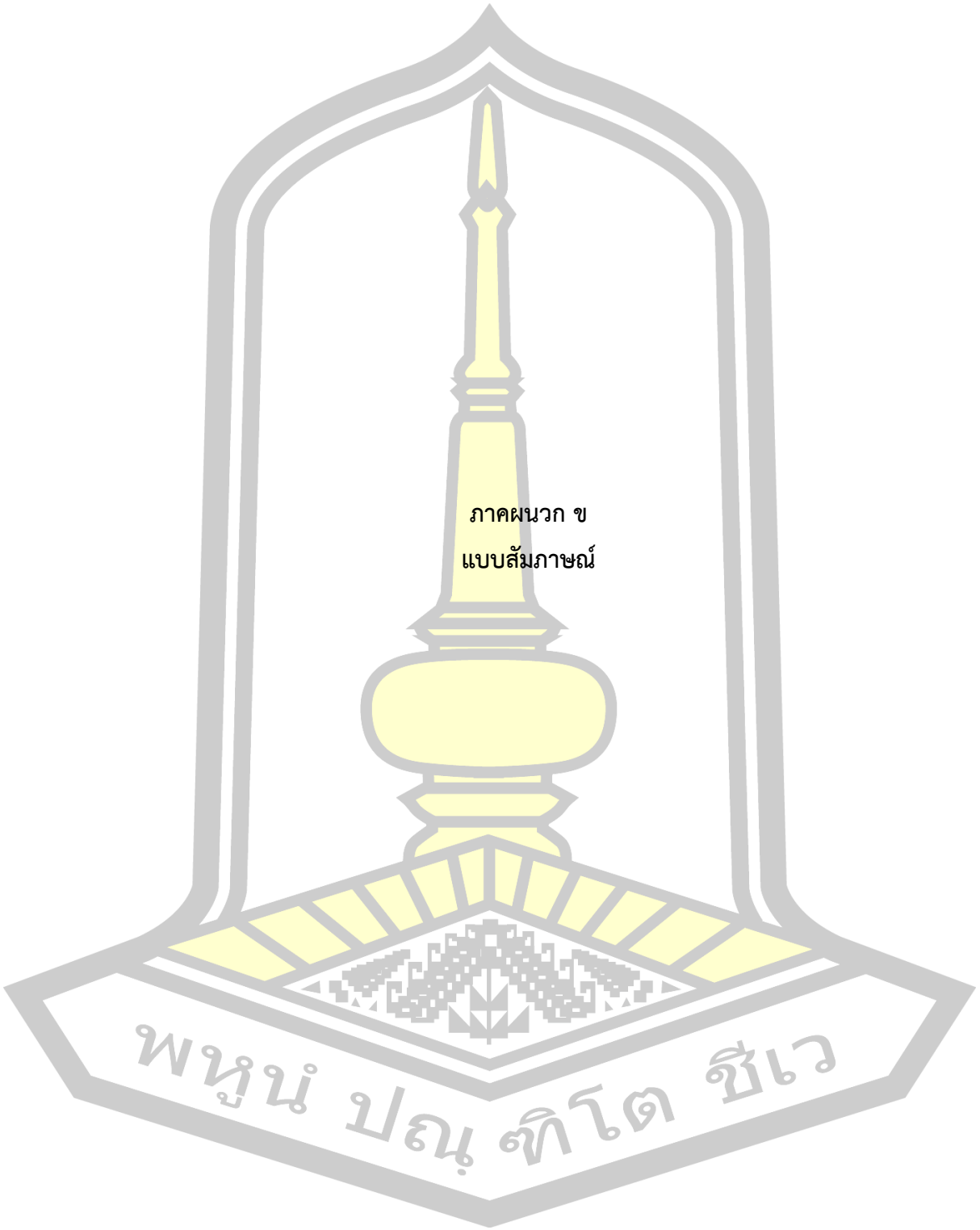
อนันต์ เจนศิริศักดิ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ หจก. เจนศิริศักดิ์ปิโตรเลียม จังหวัดบุรีรัมย์ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2559

ศรชัย เจริญเนต, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เมื่อวันที่ 8 ธันวาคม 2559

ธวัช หงส์ทับทิม, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์ , ที่ 58 หมู่ 12 ตำบลลาดบัวขาว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2559

วุฒิชัย นามวงษ์ เป็นผู้ให้สัมภาษณ์, สุทธิพงษ์ แสงวิเศษ เป็นผู้สัมภาษณ์, ที่สถานีบริการน้ำมันบางจาก อำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562.





ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

แบบสำรวจพื้นที่วิจัย (Basic Survey)

เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ ฉบับนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลพื้นที่ในการวิจัย ใช้สำหรับพื้นที่วิจัย (Basic Survey)

ตอนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่สถานที่ตั้ง

บริษัทที่ทำการสำรวจข้อมูล.....

บ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....จังหวัด..... .....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล.....

ผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

เกิดวันที่ .....เดือน.....พ.ศ. .....

อยู่บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....บ้าน.....ตำบล.....

อำเภอ.....จังหวัด.....เบอร์โทรศัพท์.....

อาชีพในปัจจุบัน..... ตำแหน่ง.....ประกอบอาชีพมาแล้ว.....ปี

บริบทของพื้นที่วิจัย

ประวัติความเป็นมาขององค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน (ก่อน พ.ศ. 2540)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.

การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมัน (หลัง พ.ศ. 2540)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการสู่วัฒนธรรมใหม่

.....

.....

.....

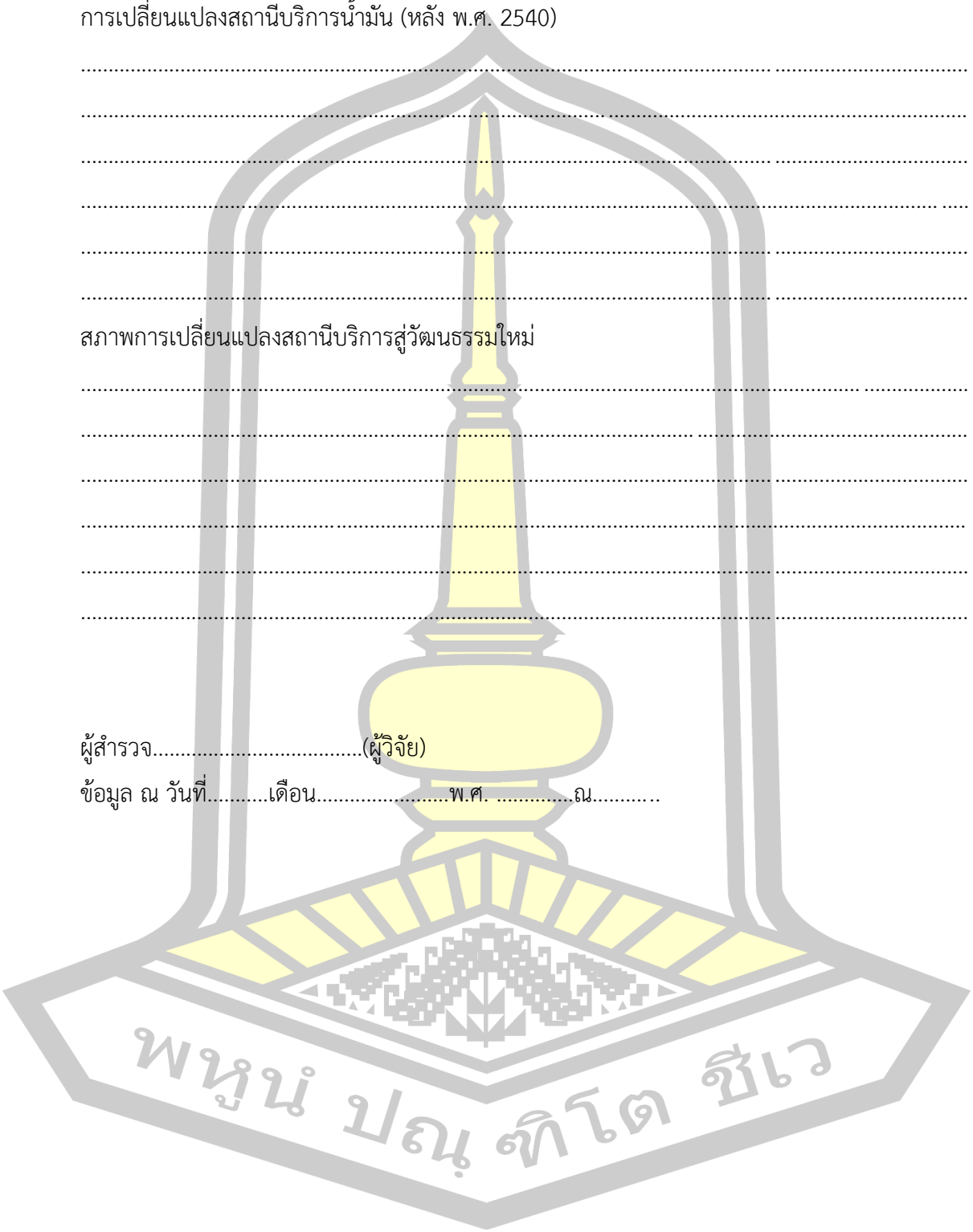
.....

.....

.....

ผู้สำรวจ.....(ผู้วิจัย)

ข้อมูล ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....ณ.....



แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้าง(Structured Interview)

เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้างฉบับนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ ที่ทำการวิจัย

ใช้สำหรับ กลุ่มผู้รู้ (Key Informants)

ตอนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่สถานที่ตั้ง

บริษัทที่ทำการสำรวจข้อมูล.....

บ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....จังหวัด.....

หมายเลขโทรศัพท์.....อีเมล์.....

ผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

เกิดวันที่ .....เดือน.....พ.ศ. .....

อยู่บ้านเลขที่.....หมู่ที่.....บ้าน.....ตำบล.....

อำเภอ.....จังหวัด.....เบอร์โทรศัพท์.....

อาชีพในปัจจุบัน..... ตำแหน่ง.....ประกอบอาชีพมาแล้ว.....ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา

ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

พหุปัญญาศิโต ชีเว

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พหุน ปณฺ ฑิโต ชีเว

ด้านบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พหุน ปณฺฑิโต ชีเว

ตอนที่ 3 การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการนั้น (หลัง พ.ศ. 2540)

ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 สภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัจจัยทางด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรสู่รูปแบบสถานีบริการน้ำมันแบบใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมประกอบการสังเกต(การถ่ายรูป, การบันทึกวีดีโอ, การบันทึกเสียง, การสัมภาษณ์, การจดบันทึก)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สำรวจ.....(ผู้วิจัย)

ข้อมูล ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....ณ.....

พหุน ปณ ฑิโต ชีเว

แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้าง(Structured Interview)

เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้างฉบับนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ ที่ทำการวิจัย

ใช้สำหรับ กลุ่มผู้ปฏิบัติหรือกลุ่มเกี่ยวข้อง (Casual Informants)

ตอนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่สถานที่ตั้ง

บริษัทที่ทำการสำรวจข้อมูล.....

บ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....จังหวัด.....

ผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

อาชีพในปัจจุบัน..... ตำแหน่ง.....ประกอบอาชีพมาแล้ว.....ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา

ประวัติความเป็นมาของสถานีบริการน้ำมันจังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ลักษณะสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคก่อน พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 การเปลี่ยนแปลงสถานีบริการนั้น (หลัง พ.ศ. 2540)

ลักษณะและการเปลี่ยนแปลงของสถานีบริการน้ำมัน หลัง พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท เชลล์แห่งประเทศไทย จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บริษัทบางจากปิโตรเลียม จำกัด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540

.....

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านสังคม

.....

พหุน ปณฺ ฑิโต ชีเว

.....

.....

.....

.....

.....

บทบาทสถานีบริการน้ำมันยุคหลัง พ.ศ. 2540 ด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 สภาพการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานีบริการน้ำมันสู่วัฒนธรรมใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัจจัยทางด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรสู่รูปแบบสถานีบริการน้ำมันแบบใหม่

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรด้านสังคม

.....

.....

.....

.....

การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรด้านวัฒนธรรม

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมประกอบการสังเกต(การถ่ายรูป, การบันทึกวีดีโอ, การบันทึกเสียง, การสัมภาษณ์, การจดบันทึก)

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้สำรวจ.....(ผู้วิจัย)

ข้อมูล ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....ณ.....

แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้าง(Structured Interview)

เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์แบบที่มีโครงสร้างฉบับนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกในพื้นที่ ที่ทำการวิจัย

ใช้สำหรับ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants)

ตอนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่สถานที่ตั้ง

สถานบริการน้ำมันที่ทำการสำรวจข้อมูล.....

บ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....จังหวัด.....

ผู้ให้ข้อมูลเบื้องต้น

ชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

( ) อาศัยอยู่บริเวณเขตพื้นที่บริการ ( ) นักเดินทาง

อาชีพในปัจจุบัน

( ) ข้าราชการ และพนักงานประจำ ( ) ธุรกิจส่วนตัว

( ) เกษตรกร

มีความสัมพันธ์ หรือติดต่อ มีส่วนร่วมกับองค์กรอย่างไร

( ) พนักงานในองค์กร ( ) ผู้เข้ารับบริการ

ตอนที่ 2 ด้านสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

2.1 อะไรคือสิ่งที่ท่านตัดสินใจในการเลือก ทำงานหรือใช้บริการ ในสถานบริการน้ำมันแห่งนี้

( ) มีความเชื่อมั่นในสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

( ) มีความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ของสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ท่านมีความเชื่ออย่างไรต่อผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 อะไรคือผลิตภัณฑ์ที่ท่านเลือกรับบริการของสถานีบริการน้ำมันแห่ง

ด้านผลิตภัณฑ์ (เลือดได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) น้ำมันเชื้อเพลิง

( ) น้ำมันหล่อลื่น

ด้านบริการ (เลือดได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น)

( ) ร้านสะดวกซื้อ

( ) สถานีบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง

( ) ร้านกาแฟและร้านอาหาร

( ) ห้องน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.4 ท่านคิดว่าค่านิยมในการบริโภคน้ำมันในปัจจุบันมีผลต่อการเลือกทำงานหรือใช้บริการในสถาน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ด้านการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ (เฉพาะพนักงานในองค์กร)

1. วัฒนธรรมองค์กรของท่านเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

อะไรคือที่วัฒนธรรมภายในองค์กรของท่าน ที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปลี่ยนทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านน้ำมันเชื่อเพลิง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านผลิตภัณฑ์น้ำมันหล่อลื่น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

อะไรคือที่วัฒนธรรมภายในองค์กรของท่าน ที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปลี่ยนทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านสะดวกซื้อ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ตรวจเช็คสภาพรถ เปลี่ยนยาง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านกาแฟ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านอาหาร

.....

.....

.....

.....

.....

พหุ ปณฺ ฑิโต ชีเว

.....

ด้านบริการห้องน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ท่านมีส่วนร่วมในการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ อย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในการใช้วัฒนธรรมองค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมประกอบการสังเกต(การถ่ายรูป, การบันทึกวีดีโอ, การบันทึกเสียง, การสัมภาษณ์, การจดบันทึก)

.....

ผู้สำรวจ.....(ผู้วิจัย)

ข้อมูล ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....ณ.....

แบบสังเกต (Observation Form)

เรื่อง สถานีบริการน้ำมันกับการเปลี่ยนแปลงสู่วัฒนธรรมแบบใหม่ : จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation Form) ฉบับนี้จัดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเก็บข้อมูลพื้นที่ในการวิจัยการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์และบริการของสถานีบริการน้ำมัน เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในภาคอีสาน

ใช้สำหรับสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation Form)

ตอนที่ 1 ข้อมูลบริบทพื้นที่สถานที่ตั้ง

บริษัททที่ทำการสำรวจข้อมูล.....

สถานที่ตั้งบ้าน.....หมู่ที่.....ตำบล.....จังหวัด.....

กิจกรรมขององค์กร.....

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....เวลา.....น. สถานที่.....

ตอนที่ 2 ด้านสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

1. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่มีผล ต่อการทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านประชากร

.....

.....

.....

.....

ด้านอาชีพ

.....

.....

.....

.....

2. การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่มีผล ต่อการทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านความเชื่อ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านค่านิยม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ด้านการใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ และบริการ

1. การใช้วัฒนธรรมองค์กรในการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

จากการสังเกตอะไรคือวัฒนธรรมองค์กรของสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ที่มีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับการเปลี่ยนทางสังคมและวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านน้ำมันเชื่อเพลิง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านน้ำมันหล่อลื่น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. จากการสังเกตอะไรคือวัฒนธรรมองค์กรของสถานีบริการน้ำมันแห่งนี้ ที่เป็นการจัดการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมด้านบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านสะดวกซื้อ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านบริการเปลี่ยนถ่ายน้ำมันเครื่อง ตรวจเช็คสภาพรถ เปลี่ยนยาง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านกาแฟ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ด้านร้านอาหาร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พหุน ปณฺฑิโต ชีเว

ด้านบริการห้องน้ำ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ความมีส่วนร่วมของบุคคลภายในองค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

การประสานงานระหว่างบุคลากรภายในองค์กร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ปัญหาที่เกิดขึ้น

.....

.....

.....

.....

.....

.....

พหุน ปณฺ ฑิโต ชีเว

กิจกรรมประกอบการสังเกต(การถ่ายรูป, การบันทึกวีดีโอ, การบันทึกเสียง, การสัมภาษณ์, การจดบันทึก)

.....

.....

.....

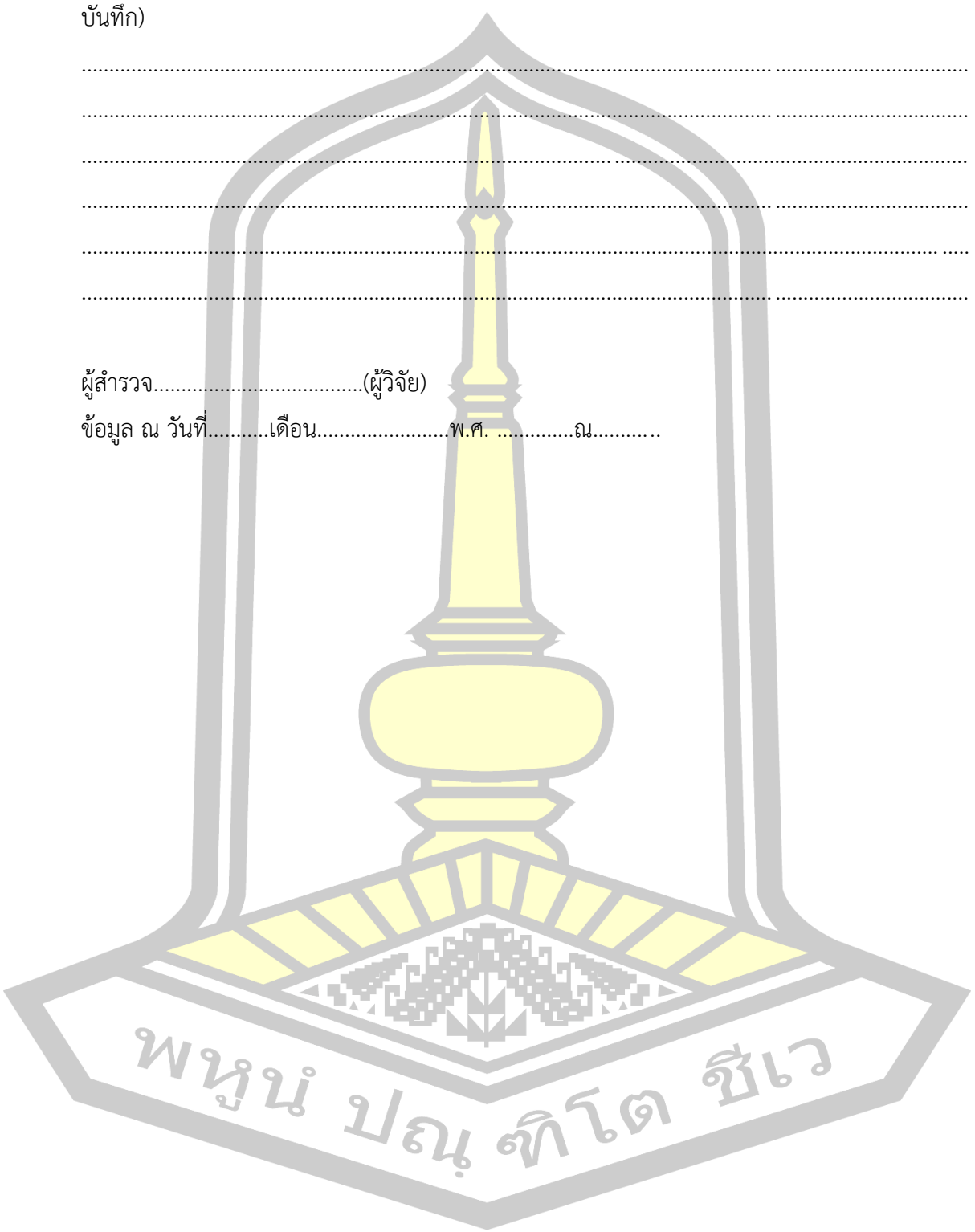
.....

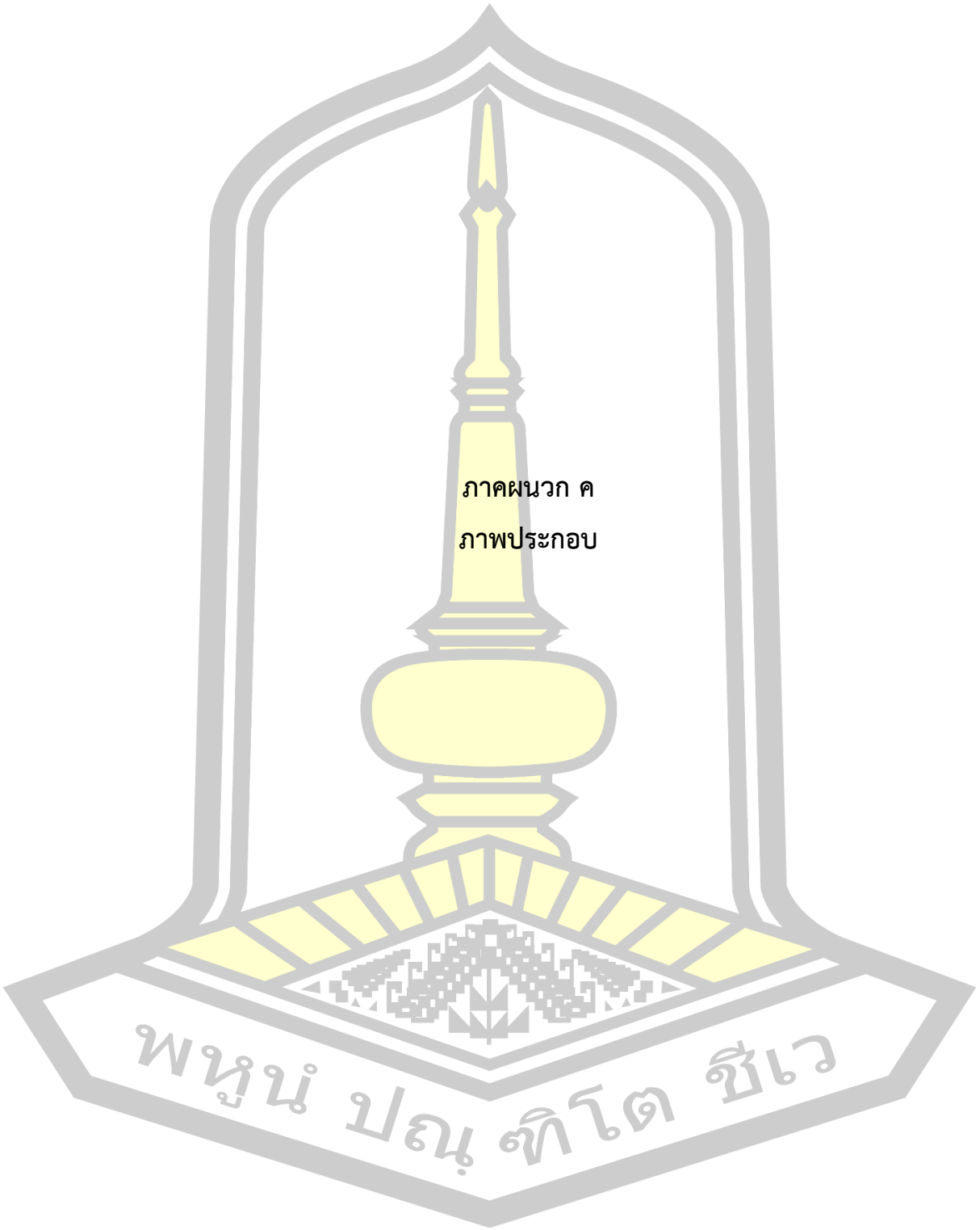
.....

.....

ผู้สำรวจ.....(ผู้วิจัย)

ข้อมูล ณ วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....ณ.....





ภาคผนวก ค

ภาพประกอบ

ประมวลภาพการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาและเก็บข้อมูล
ของสถานีบริการน้ำมันในเขตจังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายศรรบ หล่อราประเสริฐ(ด้านขวา) กรรมาการผู้จัดการ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายศรรบ หล่อราประเสริฐ(ด้านขวา)
กรรมาการผู้จัดการ บริษัทไทยสงวนบริการ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายศักดา อาตมภูสกุล(ด้านซ้าย)
กรรมาการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภู และ 2.ห้างหุ้นส่วนจำกัดอาตมภูฟูเอล

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสุรศักดิ์ แตรวงษ(ด้านซ้าย)
กรรมาการผู้จัดการ บริษัทไทยสงวนบริการ

พหุน ปโณ ศโร ชีเว

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายกมลศักดิ์ เกศเมธีการุณ ประธานกรรมการ(ด้านขวา)
กรรมาการผู้จัดการ บริษัทไทยสงวนบริการ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายธวัช หงษ์ทับทิมประธานกรรมการ(ด้านขวา)
กรรมาการผู้จัดการ บริษัทนาดุลปิโตรเลียม

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายสุรศักดิ์ วงษ์บุตร (ด้านซ้าย)

ผู้จัดการ บริษัท ธนกฤตปิโตรเลียม

พหูน ปณ ฑิโต ชีเว

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายศรชัย เจริญเนตร (ด้านขวา)

ผู้จัดการ บริษัทเจริญเนตร ออยส์ จำกัด

ผู้วิจัยสัมภาษณ์ นายธวัช หงส์ทับทิม(ด้านซ้าย)

กรรมการผู้จัดการ หจก. เจนศิริศักดิ์ปิโตรเลียม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสุทธิพงษ์ แสงวิเศษ
วันเกิด	26 กรกฎาคม 2505
สถานที่เกิด	อำเภอพยัฆภูมิพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	107 ถนนประปา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รหัสไปรษณีย์ 30000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	กรรมการผู้จัดการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท เมืองเตาอินเตอร์กรุ๊ป จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด เมืองเตาอินเตอร์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เมืองเตาอินเตอร์มาร์ท
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2531 ปริญญาการศึกษาบัณฑิต (กศ.บ.) สาขาสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร พ.ศ.2543 ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รอ.ม) สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ พ.ศ.2563 ปริญญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พหูน ปณฺ ฑิโต ชีเว