

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง	การจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร กลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน - กรณีศึกษา บริษัทเอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)
ชื่อผู้ศึกษา	นายวราวุธ ทับแก้ว
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.สวรส ศรีสุตโต
ปีการศึกษา	2554

## บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าวิจัยด้วยตนเองนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร กลยุทธ์ธุรกิจ และปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน - กรณีศึกษา บริษัทเอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดขององค์กรและหน่วยธุรกิจของบริษัทเอสโซ่ ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสถานีบริการน้ำมัน รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้สถานีบริการน้ำมัน โดยได้ทำการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ และได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ คือการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผนวกกับการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบทความในหนังสือพิมพ์ธุรกิจ บทความวิชาการ และข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาได้สรุปเป็นแผนธุรกิจระดับองค์กร ระดับธุรกิจ และระดับหน้าที่ โดยกลยุทธ์หลักที่ใช้ในระดับองค์กรคือ กลยุทธ์เติบโต (Growth Strategy) ระดับธุรกิจคือ กลยุทธ์เร่งรุกบุกเร็ว (Aggressive) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว รวมไปถึงแนวโน้มของการใช้น้ำมันที่เพิ่มขึ้น จากการคาดการณ์ของกรมธุรกิจพลังงาน ประกอบกับกลยุทธ์ ตั้งรับปรับตัว (Turnaround) เพื่อลดและป้องกันความเสี่ยงของธุรกิจ ส่วนกลยุทธ์ระดับหน้าที่คือ การวิเคราะห์

การแบ่งส่วนตลาด ตลาดเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด นอกจากนี้ยังใช้กลยุทธ์การกำหนดสวนประสมทางการตลาดให้กับบริษัทด้วย

**คำสำคัญ:** กลยุทธ์, ผลิตภัณฑ์น้ำมันเบนซิน, บริษัทเอสโซ่ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)