

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาภานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาพัฒนาชุมชนและเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพิษณุโลก

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา แผลแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

จึงกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การ

จัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ตั้งต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ផ្សេងគុណវត្ថុពិភាយករ

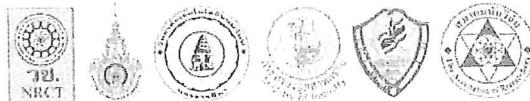
กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- ศาสตราจารย์ ดร.นพ.รัมมิวท์ นราธัตనวันชัย
 - รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ ออมด查ยา
 - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริชา ขันติโภ棍ล
 - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
 - ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์
 - ดร.ยงยุทธ สงวนชุม

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
 - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
 - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
 - มหาวิทยาลัยบูรพา
 - มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
 - มหาวิทยาลัยราชภัฏไชยปราการ

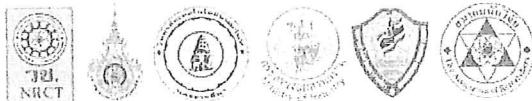
กลุ่มนวนชัยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเครือข่ายศาสตร์

- | | |
|--|------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ สุมภาคี สังข์ครี | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พม่าวิร้า | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตกรนัน พระทุมวงศ์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร. ประพ牲ชัย พสุนทร์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. อัญญะปวินี รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพรโรจน์ วีไลนุช | มหาวิทยาลัยหอการค้า |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แทร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

| | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10 รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรawan | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์ศิริหร์ธร | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีระวัฒน์ จันทึก | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิหารี ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญอุचตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีโนมา พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีส่ง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรษพงษ์ อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประพิมพ์ สุวิสิณุนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพันธ์ ชุมเกตุ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเดิค | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวิณ ธนาเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสกิต | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรัตน์ เจริญรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ ณัฐ์เขติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.นรนงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดรน์คาสิโนเตอร์เนชั่นแนลคอสมเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โลภา | บริษัท อําแพลฟูดส์ โพรเชสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอพารกิจเพบูล์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล
3. ดร.พิชัย สารภักดี
4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอของทุกความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิชัย ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยย่อสั้งคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านเจ้าเปิดใหม่ สาขาปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

Patterns and Marketing Strategies in the business of Jok-Perdmor in Pakkred District, Nonthaburi Province

วรารณ์ ไบบาง* พิทักษ์ สิริวงศ์**

Waraporn Baibang* Pitak Siriwong**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านเจ้าเปิดใหม่ รวมไปถึงการศึกษาอุปสรรคปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาด้านการประกอบธุรกิจร้านเจ้าเปิดใหม่ ใช้วิธีที่วิทยาการวิจัยแบบปรากฏภารณ์วิทยา ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้ประกอบการร้านเจ้าเปิดใหม่ สาขาปากเกร็ด และลูกค้าจำนวน 10 คน งานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกต

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการร้านเจ้าเปิดใหม่ เริ่มต้นจากผู้ประกอบการมีความสนใจและมีประสบการณ์ด้านอาหารมาก่อน กลยุทธ์หลักที่ทำให้ธุรกิจมีความโดดเด่นคือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อให้ธุรกิจสามารถตีดูดและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยวัตถุดิบมีความหลากหลายและคุณภาพดี กลยุทธ์ด้านการตั้งราคาคือคำแนะนำจากทั้นทุนการผลิต กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีการขยายสาขาไปตามพื้นที่ต่างๆ กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย มีการให้ส่วนลดแก่ลูกค้า กลยุทธ์ด้านพนักงาน มีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ กลยุทธ์ด้านกระบวนการ มีการเตรียมวัตถุดิบให้พร้อมต่อการบริการลูกค้าเพื่อให้เกิดความสะอาดกรวดเร็ว กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ แนวทางตอกแต่งร้านเป็นแบบสบายๆ เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นกันเองให้แก่ลูกค้า กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ มีการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า เพื่อให้มีวัตถุดิบเพียงพอแก่ลูกค้าในแต่ละวัน ในส่วนของปัญหาอุปสรรคและแนวทางในการแก้ไข พบว่ามีปัญหาด้านราคาสินค้าที่ค่อนข้างสูง ปัญหาด้านคุณภาพทางธุรกิจ ปัญหาด้านที่ตั้งสถานที่ประกอบการ พิจารณาถึงปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขในการประกอบธุรกิจร้านเจ้าเปิดใหม่ให้มีประสิทธิภาพและสามารถดำเนินการต่อไป

*นักศึกษาวิชาธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

คำสำคัญ : gdly, th, การสร้างความแตกต่าง

Abstract

This qualitative research aims to study business patterns of Jok-perdmor, marketing strategies and problem-solving methods. The research was phenomenological approach analysis. The key informant was an entrepreneur of Jok-perdmor. The data was collected by in-depth interview and observation. The research showed that Jok-perdmor's pattern and marketing strategies of the entrepreneur was started from entrepreneur's interest and having a culinary experience. The main and outstanding strategy is differentiation strategy in order to attract customers and provide a quick response to customers. Other marketing strategies were also employed. First, product strategy focuses on having a wide variety of ingredients and good quality of food. Second strategy is price strategy; the cost-based pricing method is applied. Third strategy is a distribution channel; branch expansion method is used. Forth, promotion strategy is offering a discount to customers. Fifth, people strategy concentrates on staff who serve the customers to provide them with a good impression. Sixth, process strategy is preparing food ingredients promptly and being ready to be served. The customers don't have to wait for the products so long. Seventh, physical evidence strategy is using a cozy and comfortable decoration style. Eighth, productivity strategy is forecasting a demand of customers in order to estimate appropriate food ingredients each day. There are three essential problems which are the price of the products, competitors of the business and the location of the restaurant. After identifying and considering those problems, the guidelines for improving problems are presented.

Keyword: differentiation strategy



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจดำเนินไปได้อย่างยกลำบากเนื่องด้วยการแข่งขันทางการตลาดมีเพิ่มสูงขึ้น แต่ละธุรกิจต่างนำกลยุทธ์และปัจจัยต่างๆเข้ามาเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาสนใจในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของตนไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านของการสร้างความแตกต่าง ซึ่งกลยุทธ์และปัจจัยต่างๆเหล่านี้ล้วนสามารถทำให่องค์กรพัฒนาและสามารถอยู่รอดได้ (ณัฐพล สีลารัตนานันท์, 2554)

เนื่องด้วยธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นการที่ธุรกิจจะสามารถระบุคู่แข่งทางธุรกิจไม่ใช่เรื่องง่าย คู่แข่งที่เห็นได้ชัดคือพวกรที่เสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่คล้ายกันกลุ่มลูกค้ารายเดียวกัน คู่แข่งที่ว่าไม่ใช่มีแต่เพียงคู่แข่งขันในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังรวมถึงผู้ที่คาดว่าจะเป็นคู่แข่งด้วย (อดุลย์ ชาตรุวงศ์, 2547) ธุรกิจร้านโจ๊กมีคู่แข่งจำนวนมาก จึงทำให้ในเรื่องของการระบุคู่แข่งทางธุรกิจทำได้ยาก ร้านโจ๊กเปิดหน้าจึงอาศัยความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างความแตกต่างมาเพื่อแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกัน

ในเรื่องของการสร้างความแตกต่าง เป็นกลยุทธ์ที่ถือได้ว่าเป็นการสร้างสรรค์ความพิเศษไม่เหมือนใครให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการธุรกิจของตน ทำให้เกิดคุณค่าสูงขึ้นใน

แห่งของลูกค้า เมื่อศึกษาแล้วธุรกิจจะต้องพัฒนาความสามารถในเรื่องของทรัพยากรและอำนาจให้เกิดสำหรับการจับจ่ายสินค้าและบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้มากที่สุด ยิ่งลูกค้าชื่นชอบและเห็นคุณค่าของความแตกต่างนั้นมากขึ้นเท่าไหร่ลูกค้าก็จะยิ่งผูกพันกับบริษัทมากขึ้นเท่านั้น (เสนะ ติยะร์, 2546)

ธุรกิจร้านโจ๊กเปิดหน้า เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ใช้แนวคิดการสร้างความแตกต่าง และแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์โดยการนำภาษาชนะมือดินเพมาแทนการใช้ถ้อยรวมด้วย และส่วนประกอบที่สามารถเลือกใส่ลงไปในโจ๊กมีให้เลือกเป็นจำนวนมากเพื่อสร้างความแตกต่าง และธุรกิจร้านโจ๊กสามารถบรรลุเป้าหมายในเรื่องของการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่อย่างไม่จำกัด (กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา, 2557) ร้านโจ๊กเปิดหน้าสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าทำให้ลูกค้าที่ผูกพันกับทางร้าน และกลับมาอุดหนุนร้านโจ๊กเปิดหน้าอีกครั้ง

ในปัจจุบันผู้บริโภคไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าธุรกิจร้านโจ๊กกำลังได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้า เนื่องด้วยความแปลงใหม่ที่ทางร้านได้สร้างสรรค์ให้ร้านโจ๊กเปิดหน้ามีความแตกต่างจากร้านโจ๊กธรรมดางานธุรกิจประสบความสำเร็จและได้รับความ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

นิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ดังนั้นตัวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา ร้านเจ๊เปิดหม้อ เพื่อศึกษาแนวทางที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการพัฒนาธุรกิจร้านเจ๊ต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงานและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านเจ๊เปิดหม้อ
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจร้านเจ๊เปิดหม้อ

แนวคิด ทฤษฎี และวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวข้องกับการจัดการเชิงกลยุทธ์

1.1 รูปแบบของกลยุทธ์ระดับธุรกิจ
เสนาะ ติเยาร์ (2546:87) ได้อธิบายรูปแบบของกลยุทธ์ระดับธุรกิจที่สามารถทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน คือ การทำให้แตกต่างหรือการสร้างความแตกต่าง (differentiation) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง คือ การทำให้สินค้าของธุรกิจเกิดความโดดเด่น แปลกใหม่เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้า และเพื่อสร้างความพึงพอใจ

ให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โดยการศึกษาพฤติกรรมลูกค้าเป็นสำคัญ หลังจากนั้นธุรกิจจะต้องพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจการบริการประกอบด้วย ปัจจัย 8 ประการ (ศิรุทธิ พงศกรวงศิลป์, 2547:4) มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์(product) คือ สิ่งที่ธุรกิจเสนอขายแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้า ในสายตาของลูกค้า ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณค่าและมีอրรถประโยชน์เพื่อให้สินค้าขายได้

2. ราคา (price) หมายถึง การกำหนดคุณค่าของผลิตภัณฑ์ออกมายังรูปของตัวเงิน โดยคำนึงจากต้นทุน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่ากับราคาของผลิตภัณฑ์ หากคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

3. การจัดจำหน่าย (place) ตำแหน่งที่ตั้งของกิจการและความสะดวกสบายในการเข้าถึงเป็นปัจจัยที่สำคัญ รวมไปถึงการติดต่อสื่อสารอีกด้วย



ก่อน | ระบบเก็บข้อมูลงานวิจัยและที่น่าติด ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society.

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion) คือเครื่องมือหรือวิธีการในการติดต่อสื่อสารที่หลากหลายกับตลาดต่างๆ โดยผ่านการโฆษณา กิจกรรมการขาย โดยบุคคลโดยตรง หรือแม้แต่การขายผ่านสื่ออาทิเช่น การประชาสัมพันธ์

5. พนักงาน (people) จะครอบคลุม
ไปถึงบทบาทของบุคลากร ที่จะต้องทำหน้าที่
เป็นผู้ผลิต แล้วยังต้องรับหน้าที่ขาย
ผลิตภัณฑ์ด้วย การสร้างความสัมพันธ์กับ
ลูกค้ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะคุณภาพ
การบริการของลูกค้ารายหนึ่งอาจจะมีผลต่อ
ลูกค้ารายอื่นๆด้วย

6. ก ร ะ บ ว น ก า ร (process)
กระบวนการในการส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า
ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญ หากกิจการมี
กระบวนการที่รวดเร็ว สามารถตอบสนองลูกค้า
ได้อย่างรวดเร็ว ก็จะสามารถสร้างความพึง
ใจให้แก่ลูกค้า

7. ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) ลักษณะทางกายภาพถือเป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อม การเลือกใช้ แสง สี และเสียง หรือการสร้างบรรยากาศ เพราะลักษณะทางกายภาพจะเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าจะพบเจอ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

8 ผลิตภาพ (productivity) เพื่อให้

เกิดความสมดุลระหว่างผลิตภัณฑ์หรือการบริการกับความต้องการของลูกค้า กิจการจำเป็นจะต้องเข้ามาบริหารจัดการเรื่องของความต้องการซื้อของลูกค้าระยะยาวไปตามช่วงเวลาต่างๆให้เหมาะสม เพื่อให้ความต้องการแต่ละช่วงเวลา มีความใกล้เคียงกันมากที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิทยา ปราศจากการ์นิวิทยา วิธีการตั้งกล่าว เป็นการศึกษาประสบการณ์และปรากฏการณ์ของมนุษย์ มุ่งเน้นในเรื่องของการทำความเข้าใจ ความหมายที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ชีวิต ที่บุคคลได้ประสบมา (ชาย พธิสิตา, 2550)

1. ផ្លូវខាងក្រោម និង កីឡា
ផ្សេងៗការងាររាយការណ៍ សាខាបាត់បានបង្កើតឡើង

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ
แนวคิดตามในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้วิจัย
สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้อย่างครบถ้วน
และตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัย
ยังเลือกใช้เครื่องมืออื่นอีก ประกอบไปด้วย
ตัวผู้วิจัย สมุดบันทึกข้อมูล และเครื่อง
บันทึกเสียง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การค้นคว้าจากเอกสารทาง



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

วิชาการต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็น
พื้นฐานโดยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและ
เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินงานและ
กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้าน
เจ๊กเปิดหม้อ สาขาปากเกร็ด

3.2 การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กับ
ผู้ประกอบการร้านเจ๊กเปิดหม้อ 1 คน เป็น
การเก็บข้อมูลแบบเจาะจง และใช้การ
สัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างกับลูกค้าที่เข้า
มาใช้บริการอีก 10 คน

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ² ของข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลตามทฤษฎีสาม
เหล้า (Denzin, 1970) โดยแบ่งได้ดังต่อไปนี้

4.1 การตรวจสอบสามเหล้าด้านข้อมูล
คือ การตรวจสอบข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นมี
ความถูกต้องหรือไม่ ต้องตรวจสอบ บุคคล
สถานที่ และเวลา

4.2 การตรวจสอบสามเหล้าผู้วิจัย
คือ การตรวจสอบว่าข้อมูลที่แตกต่างกันจาก
ผู้วิจัยแต่ละคนว่าเป็นอย่างไร สร้างความ
แนใจได้ดีกว่าใช้ผู้วิจัยเพียงคนเดียว กัน
ทั้งหมด

4.3 การตรวจสอบสามเหล้า
ทฤษฎี คือการตรวจสอบว่าผู้วิจัย ใช้แนวคิด
ทฤษฎี ตีความข้อมูลแตกต่างไปจากเดิมมาก
น้อยเพียงใด ถ้าอยู่ในระดับสมมติฐาน
ข้าวครัว อาจทำได้ง่ายกว่า

4.4 การตรวจสอบสามเหล้าด้านวิธี

รวบรวม คือ การรวบรวมข้อมูลจาก
แหล่งที่มาที่ต่างกัน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลใน
เรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การซักถามควบคู่กับ
การสังเกต

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์ข้อมูล
จากผู้ที่ให้สัมภาษณ์ด้วยการสรุปประเด็น
สำคัญจากการถอดเทปบันทึกเสียงอย่าง
ละเอียด

ผลการวิจัย

รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ
ร้านเจ๊กเปิดหม้อ สาขาปากเกร็ด
รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจร้าน
เจ๊กของผู้ประกอบการ พบร่วมรูปแบบการ
ดำเนินงานของธุรกิจเป็นการลงทุนร่วมกัน
ของญาติ โดยสมาชิกที่เป็นหุ้นส่วนทุกคนมี
ส่วนร่วมในการบริหารงาน มีการควบคุมการ
ดำเนินงานเองทั้งหมด ตั้งแต่เริ่มทดสอบที่
ในการประกอบธุรกิจที่เหมาะสมกับ
กลุ่มเป้าหมาย รวมไปถึงการตกแต่งสถานที่
ด้วย การดำเนินงานไม่มีความยุ่งยากมาก
เนื่องจากเป็นธุรกิจแฟรนไชส์ ทำให้มีความ
คล่องตัวในการดำเนินงาน และสามารถ
จัดการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและมี
ประสิทธิภาพ และในเรื่องของการให้บริการ
ลูกค้า ผู้ประกอบการมีความพร้อมในการ
จัดเตรียมวัสดุดิบที่มีเป็นจำนวนมาก ทำให้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ลูกค้าสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวเองได้

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้าน
ใจกลางเมือง สาขาปากเกร็ด

กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจร้านใจกลางเมือง สาขาปากเกร็ด โดยใช้กลยุทธ์แบบ 8 P's ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ผู้ประกอบการร้านใจกลางเมือง สาขาปากเกร็ด ได้ใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพที่ดี แต่ก็ต่างจากร้านใจกลางที่ไม่ได้เน้นความหลากหลายในเมนูอาหาร มีวัตถุดิบจากทะเล เช่น กุ้งแม่น้ำ ปลาหมึก ปลากระพง ปลาแซลมอน เป็นต้น และรวมไปถึงอาหารประเภทอื่นๆ เช่น มาก้าว ต้มยำ หม้อดิน ของหวาน เป็นต้น จึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) จากการสำรวจเจ้าของกิจการพบว่าการกำหนดราคาขายอาหารภายนอกในร้าน ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาโดยการคำนวณจากต้นทุนของวัตถุดิบที่ผู้ประกอบการได้รับมาโดยตรงจากผู้ขาย เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปโดยที่ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เช่น เซต กุ้งแม่น้ำ ราคา 139 บาท เซตปลา

แซลมอน 159 บาท เซตหมูหมู 69 บาท เซตสุขภาพ 39 บาท เซตไข่ 35 บาท เป็นต้น

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place) ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการกระจายสินค้าและสามารถจำหน่ายสินค้าได้อย่างทั่วถึงเพื่อให้สินค้าครอบคลุมทั่วทั้งตลาด ผู้ประกอบการมีพื้นที่ดำเนินธุรกิจภายในกรุงเทพมหานครและเขตปริมณฑล และมีการขยายสาขาไปตามพื้นที่ต่างๆ เช่น สาขาสรงประภา สาขารังสิต เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการบริโภคสามารถเข้าถึงทางได้ง่าย โดยช่องทางการติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อได้ตลอดเวลา และสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊ก เพื่อสร้างความสะดวกให้กับกลุ่มผู้บริโภคในการติดต่อ

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) คือ ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีเป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจมีการแข่งขันที่สูงขึ้นตามไปด้วย ผู้ประกอบการจึงมีแนวทางในการส่งเสริมการขายและกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นโดยการให้ส่วนลดแก่ลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบตามจำนวนที่ทางร้านกำหนด ทำให้สินค้าสามารถขายได้ในจำนวนที่มากขึ้น เป็นการดึงดูดความสนใจให้แก่กลุ่มลูกค้าและทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อมากขึ้น ซื้อสินค้าครบ 300 บาท จะได้รับส่วนลดของหวาน ร้อยละ 50



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

5. กลยุทธ์ด้านพนักงาน (people) พนักงานทุกคนภายในร้านจะค่อยๆ นำความสะดวกแก่ลูกค้า และมีการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในงานบริการ เมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจก็จะส่งผลให้ลูกค้ากลับมาบริโภคอาหารภายในร้านอีกครั้ง ไม่เพียงแต่ นำความสะดวกแก่ลูกค้า พนักงานยังมีหน้าที่ค่อยตรวจสอบความสะอาดเรียบร้อยภายในร้านและบริเวณรอบร้าน อีกทั้ง พนักงานภายในร้านทุกคนรู้และเข้าใจ เมนูอาหารเป็นอย่างดี สามารถแนะนำเมนูอาหารให้แก่ลูกค้าได้

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (process) คือ จากการสำรวจ ผู้ประกอบการร้านโจ๊กเปิดหม้อพบว่าธุรกิจใช้กลยุทธ์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว โดยการเตรียมวัตถุดิบไว้ให้พร้อมต่อการจำหน่ายบริเวณด้านหน้าร้านเพื่อให้ลูกค้าสามารถเห็นกระบวนการการประกอบอาหาร เมื่อลูกค้าสั่งสินค้า ลูกค้าจะได้รับสินค้าทันที ลูกค้าไม่ต้องรอเป็นเวลานาน สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป็นจำนวนมาก

7. กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) ทางร้านใช้กลยุทธ์ในการตกแต่งบริเวณร้านโดยเน้นการตกแต่งร้านแบบสบายน้ำเพื่อสร้างความรู้สึกเป็น

กันเองให้แก่ลูกค้า ใช้เตี้ยและเก้าอี้ที่ทำจากไม้ เพื่อให้ดูสะอาดและเมื่อลูกค้ามองเข้ามาแล้วรู้สึกสบายตา มีการออกแบบโลโก้ร้านลักษณะเหมือนหม้อดินที่คั่นออกมากจากปากหม้อ เพื่อแสดงถึงความอร่อย สดใหม่ของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

8. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (productivity) คือใช้กลยุทธ์ในการคำนวณวัตถุดิบให้มีเพียงพอที่จะจำหน่ายให้แก่ลูกค้าในแต่ละวัน โดยการพยากรณ์ความต้องการของลูกค้าที่เข้ามาบริโภคสินค้าในแต่ละสปดาห์ว่ามีมากน้อยเพียงใด อย่างเช่น ช่วงเทศกาลผู้บริโภคนิยมเข้ามาใช้บริการ การจัดเตรียมวัตถุดิบจะต้องมีเพียงพอ กับลูกค้า แต่จะไม่มีเงินเกินไป

ปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจของร้านโจ๊กเปิดหม้อสาขาปากเกร็ด

1. ปัญหาด้านราคาสินค้า คือโดยปกติแล้ว ผู้บริโภคจะจราจรสินค้าของโจ๊กที่เคยบริโภคในราคาที่ไม่แพงมากนัก เมนูในร้านโจ๊กเปิดหม้อเมื่อนำไปเทียบกับร้านโจ๊กธรรมดาก็ว่าไปแล้ว ราคาก่อต้นข้างสูง ส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูกกว่า

2. ปัญหาด้านคู่แข่งทางธุรกิจ คือ ในปัจจุบันมีการเปิดธุรกิจร้านอาหารเป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนหันไปใช้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

บริการร้านอื่นๆ แผน ส่งผลให้ยอดขายภายในร้านลดลง

3. ปัญหาด้านที่ตั้งสถานที่ประกอบการ เนื่องจากที่ตั้งของสถานที่ประกอบการอยู่ในซอยไม่ติดถนน ลูกค้าได้ยาก และไม่ได้เด่น ส่งผลให้ลูกค้าบางรายที่ไม่คุ้นชินกับสถานที่ หายใจเจอ

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมของร้านเจ้าเปิดใหม่ ใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่โดดเด่น ของผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการจัดการเชิงกลยุทธ์ของเสนานะ ติยะร (2546) อีกทั้งยังสามารถหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยในการวางแผนเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

ปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจร้านเจ้าเปิดใหม่ สาขาปากเกร็ดพบว่า ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากการประกอบธุรกิจร้านเจ้าคือ ปัญหาด้านราคา แต่ไม่ใช่ปัญหาหลัก เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังให้ความนิยมกับร้านเจ้ากันแนวใหม่ โดยปัญหาหลักที่เกิดขึ้นจริงๆ กับธุรกิจคือ ปัญหาด้านคุณภาพทางธุรกิจ เพราะในปัจจุบันผู้บริโภคจำนวนมากเลือกในเรื่องของร้านอาหารเป็นจำนวนมาก ประกอบกับเศรษฐกิจที่ซบเซา ทำให้

ผู้บริโภคเลือกที่จะรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง หันไปทำการรับประทานเองที่บ้านเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้ธุรกิจต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาช่วยเพื่อดึงดูดลูกค้าให้เลือกสินค้าของเรา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย
จากการทำวิจัยครั้งนี้พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย ถือเป็นส่วนสำคัญของธุรกิจประเภทอาหาร การมองหาสถานที่ประกอบการที่สะดวก มีพื้นที่เพียงพอ กับลูกค้า สามารถเข้าถึงได้ง่าย และอยู่ใกล้กับแหล่งชุมชนถือเป็นตัวกำหนดด้วย ลูกค้าที่จะเข้ามาบริโภคสินค้าได้เป็นอย่างมาก ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญมากกับผู้ที่จะประกอบธุรกิจร้านเจ้าต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยถึงรูปแบบ และกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านเจ้าเปิดใหม่ สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปควรวิจัยเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาดของธุรกิจร้านเจ้าเปิดใหม่ว่ามีมากน้อยเพียงใด และส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินธุรกิจให้ความยั่งยืนต่อไป รวมถึงแนวทางในการสร้างภาพจำไว้เพื่อให้ธุรกิจได้รับผลตอบแทนที่สูงขึ้นต่อไปในอนาคต



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เอกสารอ้างอิง

กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา. การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing). สีบคัน เมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2559, จาก <http://kulachatrakul.blogspot.com/>.

Denzen N. K. (1970). The Research Act in Sociology. Chicago: Aldine.

ชาญ โพธิสิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ออมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชิ่งจำกัด(มหาชน).

ณัฐพล ลีลาวรรณานันท์. กลยุทธ์ในการเป็นผู้นำทางธุรกิจ. สีบคันข้อมูลเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2559, ๑๗ ก <http://www.cisco/web/TH/technology/categories.html>.

บุพาวรรณ วรรณวนิชย์. (2551). การตลาดบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิวฤทธิ์ พงศกรวงศิลป์. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ห้องจำกัด.

เสนาะ ติยะร. (2546). การบริหารกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.