

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 โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเทอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาพยาบาลศาสตร์และเทคโนโลยี



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



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“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 เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และศรีษะรัฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)

4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้
ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- ศาสตราจารย์.ดร.นพ.รัมม์ทิวัตศ์ นราธัณวันชัย
- รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อุമตฉาวยา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ขันติโภก
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุรุวดี รอดจากภัย
- ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์
- ดร.ยงยุทธ สงวนชุม

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

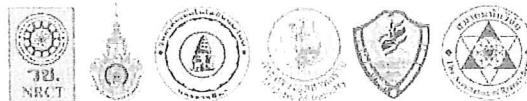
มหาวิทยาลัยบูรพา

มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

มหาวิทยาลัยราชภัฏไทรโยคในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศรีษะรัฐศาสตร์

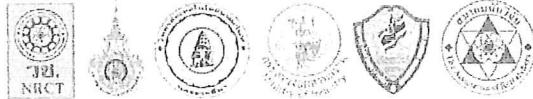
- ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
 - รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งโรจน์ พุ่มริเว
 - รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์
 - รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
 - รองศาสตราจารย์ ดร.ประสะพัชย์ พสุนนท์
 - รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปรีญ รัตน์พงศ์พร
 - รองศาสตราจารย์ ดร.ไพรอร์น วีไลนุช
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยศิลปากร
- มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดยแพท 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 ดีเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วรรธน์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ คุณลักษณ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ชีระวัฒน์ จันทึก | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิราร์ ธนากรกษ | มหาวิทยาลัยเรศwor |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร กิณโนญอัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมา พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสี บุญมีเครื่องส่ง | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเชียงใหม่ |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 24. อาจารย์ ดร.ประพิมพ์ ศุภวัฒนน์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปรีวณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสกิต | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจิมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มนีโชติ | มหาวิทยาลัยเรศwor |
| 36. อาจารย์ ดร. จุ่รรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ ศิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดรน์คาสติโนเตอร์เนชั่นแนลคอสมเมติคส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำรุงข้าราชการ |
| 41. ดร.บูรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โลภา | บริษัท สำเพลิดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภานุพันธ์ โภหารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



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

ជំពូកទី២

กลุ่มนวัชยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือง
 - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล
 - ดร.พิชัย สารภักดี
 - ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ

- วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตรอร์
 - ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



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

รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคักมารองไอศครีม
กรณีศึกษา ร้านบอนก้า กรุงเทพมหานคร

PATTERNS AND MARKETING STRATEGIES OF BUSINESS OPERATORS
COOKIE MACARON ICE-CREAM CASE STUDE BONCA SHOP BANGKOK

ธัญชนก ทองใหม่ * พิทักษ์ ศิริวงศ์ **

TUNCHANOKE TONGMAI *PHITAK SIRIWONG**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคักมารองไอศครีม รวมถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธี pragmaphilic นวัตกรรม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ พนักงาน และลูกค้า จำนวน 10 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ร้านบอนก้า เป็นการเริ่มต้นธุรกิจด้วยตนเอง มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ในลักษณะร้านแบบ กิออส (Kiosk) คือ ร้านค้าขนาดเล็ก และใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ในการดำเนินธุรกิจ ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพ รสชาติ และการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ ด้านราคากำหนดโดยการคำนึงถึงคุณภาพ ของสินค้า ด้านซ่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการจำหน่ายสู่ผู้บริโภคโดยตรง เลือกทำเลที่ตั้งร้านค้า ให้อยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย ด้านการส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญกับช่องทางการตลาดต่างๆ ในการลด แลก แจก และ ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน มีการบริหารงานอย่างเป็นระบบ ด้านลักษณะทางภาษา อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าเดินผ่านหน้าร้านได้ตลอดเวลา ด้านกระบวนการ ใช้การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพไปพร้อมกับการบริการที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญคือ การผลิตสินค้าไว้ในคลังสินค้าไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละวันได้ การแก้ปัญหาทำได้โดยการตรวจสอบสินค้าคงคลังทุกวันเพื่อคุ้มครองสินค้า คงคลังที่มีเพื่อให้เพียงพอต่อการจำหน่ายแก่ลูกค้า

คำสำคัญ : รูปแบบ / กลยุทธ์ทางการตลาด / ผู้ประกอบการ / คุกคักมารองไอศครีม

*สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



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

Abstract

The purposes of this research were to study forms of business and marketing strategies of the entrepreneurs in the ice cream cookie macaron business that included the problems, guidance and implementation of business. This research was qualitative by the phenomenology method. The data were collected by participatory observation and in-depth interview. The main informants were the entrepreneurs, their employees and customers.

The research found that the Bonca started his own business in the pattern of Kiosk or a small shop used 7 marketing strategies in operation. By products aspect; it concentrated in quality, taste and creative design. Pricing determined by product quality. Marketing channel were directly customers and selected location nearby target groups. For sales promotion, it set many campaigns for seasonal sales. In addition, this business operated under systematic management in human resource development. The physical feature showed that the customers can walk through at all times. And for the procedure, the shop used the quality designed product strategy went together with the good services in order to make customer's satisfaction. The main obstacle was uncertainty stock products that could resolve by inspection the daily inventories for enough distributions.

Keywords : Pattern / Marketing Strategies / Entrepreneurs / Cookie Macaron Ice-cream



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

บทนำ

ในโลกแห่งการแข่งขัน การทำธุรกิจ เชิงสร้างสรรค์มีบทบาทและหน้าที่ทางการตลาดเป็นอย่างมาก ซึ่งต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ไปจากความคิดเดิม โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ "คุณค่า" (Values) จากการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นลงชื่น (วารุณี สุนทรเจริญนนท์, 2556) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในปัจจุบันนี้มีการอง (Macaron) ได้เป็นที่นิยมอย่างมากที่คนทั่วโลกต่างหลงใหล เป็นขนมหวานที่มีลักษณะคล้ายคุกคักซึ่นเล็กสองอันประกับเข้าด้วยกันและสดดีใส่ตรงกลาง มีสีสันสดใส หลายรสชาติ (นิตยสาร Food Paper ฉบับที่ 70 เดือนมีนาคม, 2553 : 18-19)

ร้านมีการองไอกวีมีเอกลักษณ์เป็นอย่างมาก ในเรื่องของรูปแบบและการองที่ออกแบบมาได้อย่างมีความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการให้ลูกค้าออกแบบหน้าตาของคุกคักในการองได้เองแบบไม่ซ้ำใครอีกด้วย (สาบสูตร กําดี, 2559)

ด้วยเหตุดังกล่าวผู้วิจัยมีความประสงค์ศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ทาง

การตลาด รวมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นพร้อมทั้งแนวทางการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดในผลิตภัณฑ์คุกคักมีการอง และเพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น
วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษารูปแบบในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการคุกคักมีการองไอกวีร้านบอนก้า
- เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคักมีการองไอกวีร้านบอนก้าเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
- เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจคุกคักมีการองไอกวีร้านบอนก้า

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ตลาด คือ สถานที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายมาพบกันเพื่อทำการค้า ผลกระทบต่อราคาก็จะมีผลต่อการซื้อขาย (ประภัสสร นุญมี, 2542)

- ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ จะต้องมีคุณภาพเยี่ยม และมีคุณค่าในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้



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

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการในรูปของเงินตราโดยผู้ประกอบการจะต้องกำหนดราคาให้เหมาะสม สามารถพิจารณาได้จากการแข่งขันภายในตลาด

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ที่ตั้งของผู้ให้บริการและความยากง่ายในการเข้าถึงบริการ ประเภทของสถานที่ที่ให้บริการจะต้องครอบคลุม เพราะถือเป็นปัจจัยหนึ่งต่อการเข้าถึงบริการอีกด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างพฤติกรรมการซื้อและความพึงพอใจต่อตราสินค้า บริการ ความคิด หรือต่อบุคคล

5. พนักงาน (People) หมายถึง บุคคลที่ต้องอาศัยการคัดเลือก ฝึกอบรม เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ภาพหลักฐาน หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นการเจรจาที่ต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรจะได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานปฏิบัติในด้าน

การบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้องรวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

2. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่จัดตั้งองค์กรใหม่หรือบุคคลที่ริเริ่มขึ้นมาโดยผลักดันให้กินการก้าวหน้า เป็นคนที่ค่อยป้อนพลังงานให้แก่กิจการและพัฒนาบริหารงาน รวมทั้งยอมรับความเสี่ยงของกิจการเพื่อหวังผลกำไร (Kuratko & Hodgetts, 1998, P.30)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรารพ อางานานนท์ (2552) ได้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การประกอบการตุกตาผ้า ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี พบว่าการประกอบการตุกตาบ้านสิงห์ เป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม โดยเริ่มจากการใช้แรงงานในครอบครัวและขยายสู่หมู่บ้านโดยรอบสถานที่ประกอบการ การผลิตใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และการจัดหาวัตถุดิบของชุมชนบ้านสิงห์นั้น คือการซื้อวัตถุดิบจากผู้ค้าส่งรายใหญ่หลายรายและนำมาระจายลงสู่ผู้ผลิตรายย่อยในท้องถิ่น คุณภาพของสินค้ามีความเหมาะสมกับราคา มีการพัฒนารูปแบบของสินค้าให้ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง การจัดจำหน่ายแบบปากต่อปาก ซึ่งรวมไปถึงการค้าปลีกในแหล่งผลิตโดยใช้คลังสินค้าเป็นสถานที่ในการจัด



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

จำแนน่าย การประกอบการมีปัญหาด้านการ
ขยายกิจการ พื้นที่ในการขยายการผลิต
สินค้าที่มีราคาแพง แรงงานฝีมือที่หายาก
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัย
เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้
วิธีการเก็บข้อมูลเชิงลึก ใช้วิธีวิจัยแบบ
“ปรากฏการณ์วิทยา” ที่อาศัยแนวคิดและ
โลกทัศน์จากปรัชญาปรากฏการณ์ (ทวีศักดิ์
นพเกสร, 2551) เป็นวิธีการให้บุคคลได้
อธิบายเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆ ที่
ประสบมา นอกเหนือนี้ยังศึกษาข้อมูลจาก
เอกสาร ข้อมูลทางวิชาการ สอบถามผู้ที่
เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ
การวิเคราะห์มากที่สุด โดยใช้การเลือกกลุ่ม
ผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (พรศักดิ์ ผ่อง
แพ้ว, 2529)

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ครั้ง
นี้คือ ผู้ประกอบการธุรกิจคูกกิ้มการของ
ไอศกรีม โดยเลือกเชิงทฤษฎี (Theoretical)
ลักษณะของวิธีการนี้ผู้วิจัยไม่กำหนด
คุณลักษณะเฉพาะของผู้ให้สัมภาษณ์ไว้
ล่วงหน้า เพื่อผู้ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลตรง
ตามที่ผู้วิจัยกำหนดข้อบ阙ใน การศึกษาได้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวผู้วิจัย ซึ่งต้องเตรียมความ
พร้อมก่อนการสัมภาษณ์ เช่น แนวคิด

เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงตามความต้องการ
ต้องทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของกิจการ เช่น
รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และต้องแจ้งถึง
จุดประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัยในครั้ง
นี้แก่ผู้ให้ข้อมูลหลักก่อนทำการสัมภาษณ์

2. เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึก
ข้อมูลเสียงสัมภาษณ์อย่างละเอียดของผู้ให้
ข้อมูล โดยการนำข้อมูลเสียงที่ได้มาตัดต่อ
ให้อยู่ในรูปของข้อความตัวอักษร

3. สมุดบันทึกข้อมูลในภาคสนาม
ใช้บันทึกซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลัก เพศ อายุ และที่
อยู่ นำไปใช้ในการอ้างอิงและใช้ประโยชน์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากการ
สัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์ผู้ให้
ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการ ในหัวข้อและ
ประเด็นที่สำคัญเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์
ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคามมาก
รองไอกศรีม กรณีศึกษาร้าน บอนก้า รวมทั้ง
ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหา

4. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความ
นำไปใช้ถือเพื่อการตรวจสอบข้อมูลแบบสาม
เส้า โดยตรวจสอบว่าข้อมูลที่เก็บรวบรวมนั้น²
ถูกต้องหรือไม่ กรณีข้อมูลที่ได้จากการ
สัมภาษณ์มีความขัดแย้งไม่ตรงกันกับข้อมูล
ที่ได้จากผู้สัมภาษณ์คนใดคนหนึ่ง ผู้วิจัยนำ



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

คำนำมเดิมสอบถามผู้ให้ข้อมูลอีกครั้งโดยเปลี่ยนเวลา สถานที่ เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอีกครั้งเป็นการยืนยันและหาข้อมูลข้อมูลนั้นให้เกิดความชัดเจน (สุภางค์ จันทวนิช, 2540)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดในผลิตภัณฑ์คุกคามจากการของโไอศกรีมของผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

1. การถอดข้อมูลจากเครื่องมือบันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์ โดยถอดข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำ (Verbatim) แล้วนำบทสัมภาษณ์มาตรวจสอบกับข้อมูลดิบที่ได้จากเครื่องบันทึกเสียงและสมุดบันทึกข้อมูลภาคสนาม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยเชื่อมโยงส่วนต่างๆ เป็นหัวข้อตามความหมายที่เชื่อมโยงเนื่องที่ศึกษาด้วยการบรรยาย (Textural portrayal) ให้วิธีการสรุปเรียงเรียง เป็นคำบรรยายสำหรับแต่ละหัวข้อ จากนั้นนำมาตีความและกลั่นเอากล่าวความหมายออกมารจากแต่ละหัวข้อ เพื่อหาแก่นของเรื่องนั้นๆ ทั้งหมด แล้วบูรณาการข้อมูลเพื่อหาคำตอบหรือข้อมูลของ การวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคามจากการของโไอศกรีม กรณีศึกษาร้าน บอนก้า กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก พนักงานและลูกค้า โดยมีแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจคุกคามจากการของโไอศกรีม รวมถึงปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการแก้ปัญหาสำหรับการดำเนินธุรกิจ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของการดำเนินธุรกิจคุกคามจากการของโไอศกรีม ร้านบอนก้า

ผลจากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการร้านบอนก้า เป็นเพศชาย จำนวน 1 ราย และเพศหญิงจำนวน 2 ราย ผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย มีอายุ 24 ปีและจบการศึกษาระดับปริญญาตรี วิศวกรรมศาสตร์และภัณฑ์ สถาบัตยกรรมศาสตร์ และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีการดำเนินธุรกิจเป็นระยะเวลา 2 ปี ก่อนที่จะประกอบธุรกิจได้ประกอบอาชีพชั่นมาก่อน คือการเป็นพนักงานประจำในบริษัท และเป็นผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจด้วยตนเอง ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดจากการได้ทำในสิ่งที่ตนชอบ และเล็งเห็นว่าธุรกิจนี้ให้ผลตอบแทนที่ดี



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

และผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างไปจากร้านอื่น หรือสินค้าในตัวเดียวกัน

2. รูปแบบในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการคุกคักมากการองไอกกรีม

ลักษณะของธุรกิจเป็นการออกแบบตามความต้องการของลูกค้าโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การบริหารงานเป็นการใช้ประสบการณ์ในการบริหารมาตั้งแต่เริ่มเปิดกิจการ ผู้ประกอบการทั้ง 3 รายได้ลองผิดลองถูกมาโดยตลอดจนสามารถบริหารงานได้อย่างมีระบบและได้นำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการดำเนินธุรกิจมีการจัดระบบการบริหารโดยการแบ่งงานเป็นฝ่ายต่างๆ มีผู้ประกอบการเป็นผู้ควบคุมงาน ในด้านพนักงานจะมีทั้งหมด 4 ราย ซึ่งพนักงานทุกรายจะต้องทำงานได้ทุกฝ่าย

การลงทุนธุรกิจ ร้านบอนก้าใช้การลงทุนประมาณ 30,000-100,000 บาท โดยแยกออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนแรกเป็นการลงทุนครั้งแรกแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการออกร้านตามตลาด เชิงกิจกรรม (Event Marketing) ค่าวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจำหน่าย และส่วนที่สองคือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจแบบมีหน้าร้านเต็มรูปแบบที่สาขาสยามสแควร์ พื้นที่ร้านมีเนื้อที่ 3 ตารางเมตร รูปแบบของร้านเป็นแบบคืออส

(Kiosk) คือร้านค้าขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในจุดที่ลูกค้ามักเดินผ่าน

การจัดซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในธุรกิจคุกคักมากการองไอกกรีม ผู้ประกอบการเลือกใช้การจัดซื้อวัตถุดิบจากร้านขายส่งวัตถุดิบในการทำขนมทั่วไป เนื่องจากเป็นร้านประจำของครอบครัวก่อนเริ่มดำเนินธุรกิจ จึงทำให้มีการใช้เนื้อเชือใจสามารถสั่งซื้อได้ตลอดเวลาโดยไม่มีขั้นต่ำ และห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น เมคโตร (Makro) สินค้าคงคลังจะมีการทำการผลิตเก็บไว้เป็นต่อสปดาห์ โดยเฉลี่ยตามยอดขายในแต่ละวัน และการสั่งซื้อล่วงหน้าของลูกค้า การเก็บรักษาวัตถุดิบต้องเก็บในที่แห้งและเย็น อากาศถ่ายเทสะดวก เพื่อไม่ให้วัตถุดิบละลายเป็นเนื้อเหลว โดยมีการจัดวางสินค้าแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเภทต่างๆ สินค้าคงคลังจะมีการทำการผลิตเก็บไว้เป็นต่อสปดาห์ โดยเฉลี่ยตามยอดขายในแต่ละวัน และการสั่งซื้อล่วงหน้าของลูกค้า

3. กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคักมากการองไอกกรีม

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การดำเนินงานด้านผลิตภัณฑ์ของธุรกิจคุกคักมากการอง ร้านบอนก้า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญของการสร้างความแตกต่างในเรื่องของรสชาติไอกกรีม



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

และรูปแบบมากของ รวมถึงการตอบสนอง ต่อลูกค้าก็เพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าได้ มี การออกแบบรูปแบบของ ไอศกรีมที่มีความ แปลกใหม่ เช่น บานานาชีส บลูเบอร์รี่ชีส พาย เป็นต้น และรูปแบบของมากของที่เป็น การ์ตูนที่นิยมในยุคสมัยนี้ เช่น มินเนี่ยน และ มากของมีขนาดที่ใหญ่กว่าร้านค้าทั่วไป โดยใช้ขนาดที่ 5.5-6.5 เส้นผ่าศูนย์กลาง รวมทั้งมีการปรับรสชาติมากของให้เป็นสูตร เฉพาะ โดยการลดระดับความหวานของ รสชาติมากของลงเพื่อให้มีความเข้ากันกับ ไอศกรีมเมื่อวับประทานเข้าด้วยกัน

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) การ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการใช้กล ยุทธ์กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่สามารถเลือก ซื้อสินค้าของเราได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการ ผลิตที่เป็นความคิดสร้างสรรค์และขนาดมา กของมีขนาดที่ใหญ่กว่าร้านค้าทั่วไป จึง เป็นจุดเด่นที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตั้ง ราคาที่สูงได้ในราคา 125 บาทขึ้นไป และ เป็นจุดที่ลูกค้าที่มาบริโภคนั้นยอมจ่าย

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (Place) ผู้ประกอบการให้ ความสำคัญด้านทำเลที่ตั้งของร้านค้าเป็น อย่างมาก เนื่องจากผู้ประกอบการคิดว่า ธุรกิจลักษณะนี้เป็นการจำหน่ายสินค้าสู่ ผู้บริโภคโดยตรง ผู้ประกอบการจึงเลือกทำเล

ที่ตั้งของร้านค้าให้ติดกับสถานที่การวิชาชีว เด็กนักเรียน นักศึกษา สถานที่ท่องเที่ยวและ มหาวิทยาลัย ซึ่งอยู่ใกล้กับกลุ่มเป้าหมาย มี ช่องทางการจำหน่ายโดยตรงคือ หน้าร้าน แต่ลูกค้าต้องการสั่งสินค้าล่วงหน้า สามารถติดต่อได้ทางโทรศัพท์ ซึ่งลูกค้า สามารถมารับได้เองที่หน้าร้านหรือให้มีการ จัดส่งไปตามที่อยู่ได้

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผู้ประกอบการใช้วิธีการ ประชาสัมพันธ์การลด แลก แจก แต้ม โดย การทำให้ลูกค้ารู้จักร้านคุกคักมากของ ไอศกรีมของตนมากยิ่งขึ้นผ่านทางป้ายหน้า ร้าน อินสตราแกรม และเฟสบุ๊ค ที่มี รายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าภายในร้านและ การติดต่อมายังผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการ โฆษณาด้านและช่วยให้การสั่งซื้อสินค้านั้น ง่ายยิ่งขึ้น และใช้วิธีการบอกราคาต่อปากของ ลูกค้าโดยใช้วิธีการสร้างความคุ้นเคยกับ กลุ่มลูกค้าโดยการพูดคุย การบริการอย่าง เป็นกันเอง และมีการลด แลก แจก แต้ม ในช่วงเทศกาลวันเด็ก วันวาเลนไทน์ วันคริ สมาสต์ หรือช่วงປะเพນีฟุตบอลจุฬา- ธรรมศาสตร์ เป็นต้น เป็นการคืนกำไรให้กับ ลูกค้าที่มาบริโภคโดยการเพิ่มสิ่งที่ใช้ตกแต่ง สินค้า (Topping) ได้โดยไม่ต้องเสีย ค่าใช้จ่ายเพิ่ม



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

5. กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน (People) เป็นการดำเนินงานแบบครอบครัว เสมือนพี่น้อง มีความเกื้อกูลกัน โดยการจัดสร้างงานในร้านนั้นพนักงานทุกคนต้องสามารถทำงานทุกฝ่ายได้หมด มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีการฝึกอบรมพนักงานในกระบวนการผลิต และการขาย และเพิ่มค่าตอบแทนให้กับพนักงานหากยอดขายดีขึ้น

6. กลยุทธ์ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพ มีจุดเด่นคือ อยู่ในทำเลที่ตั้งที่ลูกค้าเดินผ่านหน้าร้านได้ตลอดเวลา มีการตกแต่งร้านที่เป็นเอกลักษณ์โดยการนำสินค้าทัดลงมาวางหน้าร้านเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้เกิดความสนใจ มีการจัดวางวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจำหน่าย จัดวางอย่างเป็นระเบียบ ง่ายต่อการใช้งาน

7. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) หลักการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและกลับมาซื้อสินค้านั้นทำได้โดยการสร้างสินค้าให้มีคุณภาพ มีรูปลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย โดยเด่น การบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีการบริการหลังการขาย เช่น ความผิดพลาดในการผลิตและการจำหน่าย ซึ่งต้องพิจารณาแก้ไขโดยด่วนตามเหตุผลอันควรโดยยึดหลัก

คุณธรรม ซึ่งรวมถึงการให้ลูกค้าได้ลองชิม 'ไอศกรีมก่อนสั่งซื้อ' ได้เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภค ตรงตามความต้องการ

4. ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการแก้ไขปัญหา

1. ทำเลที่ตั้งร้านเป็นโซนข้างนอก ห้างสรรพสินค้า เนื่องจากมีอากาศร้อนจัดทำให้สินค้าอาจเกิดการละลายได้ โดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหาคือ หากทำเลที่ตั้งใหม่ที่เป็นโซนข้างในห้างสรรพสินค้าเพื่อไม่ให้สินค้าเกิดการละลาย

2. การผลิตสินค้าไม่ในคลังสินค้าที่ไม่สามารถตอบโจทย์ลูกค้าในแต่ละวันได้ยากต่อการคาดเดาความต้องการของลูกค้า แนวทางการแก้ไขปัญหาคือ การทำใบตรวจสินค้าคงคลังเพื่อให้พนักงานได้ตรวจสอบในแต่ละวันตอนปิดร้านเพื่อดูปริมาณสินค้าคงคลังที่มีเพื่อให้เพียงพอต่อการจำหน่ายแก่ลูกค้า จากนั้นทำการแจ้งไปยังผู้ประกอบการทันทีเมื่อมีการปิดร้าน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการคุกคาม การของไอศกรีม กรณีศึกษาร้าน บอน ก้า กรุงเทพมหานคร โดยอภิปรายผลจากวัตถุประสงค์ ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญดังนี้



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

1. รูปแบบการดำเนินธุรกิจเป็นธุรกิจที่เริ่มต้นขึ้นด้วยตนเอง โดยมีผู้ประกอบการห้างหุ้นส่วน 3 ราย การดำเนินธุรกิจเป็นลักษณะการออกแบบตามความต้องการของลูกค้า แหล่งเงินทุนมาจากการเงินส่วนตัวของผู้ประกอบการห้าง 3 รายในการเริ่มดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงานในธุรกิจดูก็ตาม การองไอกศรีเมือง มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาภานต์ ทวีพิทยรัตน์ (2553) เรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถานบันเทิง กรณีศึกษาผับ เจ อาร์ มิวสิก ยอด พบร่วมว่า การบริหารธุรกิจนั้นมีผู้ประกอบการเป็นผู้ควบคุมดูแลการดำเนินงาน หาข้อมูลปัญหา แนวทางการแก้ไข และพัฒนาธุรกิจให้มีความก้าวหน้ายิ่งขึ้น

2. กลยุทธ์ทางการตลาดในผลิตภัณฑ์คุกคักมีการองไอกศรีเมือง ได้นำแนวคิดในเรื่องส่วนประสบทางการตลาดมาเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากปัจจุบันได้มีการเข้ามาดำเนินธุรกิจประเภทเดียว กันจากคู่แข่งรายใหม่ ทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้ประสบการณ์และความชำนาญอย่างมากในการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และสัมพันธ์กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่กำหนดไว้ (รัชกฤช

คล่องพยาบาล, 2550) เช่น การสร้างคุณภาพในการบริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเกิดเป็นการบวกกับต่อแบบปากต่อปาก และการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการร้าน บอนก้า มีลูกค้าและยอดขายในการสั่งซื้อที่เพิ่มมากขึ้น

3. ปัญหาและอุปสรรคหลักของธุรกิจคุกคักมีการองไอกศรีเมือง ในด้านการจัดเก็บสินค้าคงคลังที่มีไม่พอต่อการจำหน่ายลูกค้าในแต่ละวัน จึงทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ร้านบอนก้า มีหน้าร้านหลักเพียงแห่งเดียวที่สาขาสยาม สแควร์ ลูกค้าหลายรายต้องการให้มีการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อความสะดวกต่อการบริโภคของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย เช่น การขยายสาขา ซึ่งเป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย เป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นกับทางร้านเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของ



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

ผู้ประกอบการคุกคิ้มการองไอกศรีม
กรณีศึกษาร้าน บอนก้า กรุงเทพมหานคร
เท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอเสนอให้มีการศึกษาถึง
ความสามารถในธุรกิจค้านอื่นๆ เช่น
การพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการคุกคิ้มมา
รองไอกศรีม ร้านบอนก้า กรุงเทพมหานคร
เป็นต้น

บรรณานุกรม

กัญญาภานต์ ทวีพิทย์รัตน์. (2553). “รูปแบบ
และกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจสถาน
บันเทิง กรณีศึกษาผับเจ้าร่วมมิวสิค
ยอด.” การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ทวีศักดิ์ นพเกสร. (2551). วิธีวิจัยเชิง
คุณภาพ. นครราชสีมา : โชคเจริญ
มาร์เก็ตติ้ง.

นิตยสาร Food Paper ฉบับที่ 70 เดือน
มีนาคม. Macaron กับ Macaroon
แตกต่างหรือคล้ายคลึง. 2553.
สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2559, จาก
<http://www.magazinedee.com/home/main/magazinedetail/id/8510/>

- ประวัติสรุป มี. (2542). การพัฒนา
องค์กร. มหาสารคาม: สารคามการ
พิมพ์, หน้า 138-139.
- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2529). การสู่มตัวอย่าง
สำหรับการวิจัยแบบสำรวจ.
กรุงเทพฯ : เจ้าพระยาการพิมพ์.
รัชกฤช คล่องพยาบาล. คู่มือการเขียนแผน
ธุรกิจ -ธุรกิจการค้า.
กรุงเทพมหานคร : สำนักงาน
ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (สสว.), 255
- ราพร อาจนานันท์. (2552). “รูปแบบและ
กลยุทธ์การประกอบการตีกัดผ้า
ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม
จังหวัดราชบุรี” การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบัตรทางธุรกิจ มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
瓦魯ณี สุนทรเจริญ นันท์. (2556). สร้าง
ผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ไม่
ยากอย่างที่คิด. ค้นเมื่อวันที่ 2
มีนาคม 2559, ๑ ๑ ๑
<http://www.amexteam.com/knowledgedetail.php?ref=do:read/id:56>
- สนธิ ภักดี. (2559). นิตยสาร SME
Startup ฉบับที่ 24 กุมภาพันธ์



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

2559, คืนเมื่อ 10 เมษายน 2559,

๔ ๗ ๑๐

[www.smethailandclub.com/sm
estartup](http://www.smethailandclub.com/smestartup)

ศูนย์วิจัย จันทรานิช. (2540). การวิเคราะห์

ข้อมูล ในการวิจัยเชิงคุณภาพ.

กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

Kuratko, D.F., & Hodgetts, R. M. (1998).

Entrepreneuership: A

contemporary approach Fort

Worth. n.p.
