

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 โรงแรมสีมาฐานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลลีลาภาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเทอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาภาษาศาสตร์และเทคโนโลยี



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.นนทบุรี

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 และศรีษะศาสตร์(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 เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติทั้งกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

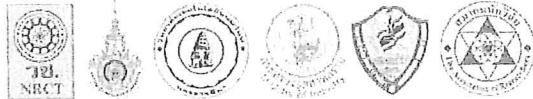
1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.รัมเมธิวัตต์ นราธัตనวันชัย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อุบထาโย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริชา ขันติโภุมล
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์
6. ดร.ยงยุทธ สงวนbum

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
มหาวิทยาลัยราชภัฏไถล่องกรรณในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศรีษะศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มรี้
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ ประทุมวงศ์
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ พสุนทร์
6. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปรีดา รัตนพงศ์พร
7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไฟโรจน์ วีไลนุช

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
มหาวิทยาลัยหอการค้า



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

- | | |
|---|--|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 10 รองศาสตราจารย์นิยดา สาสวัติพงษ์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรawan | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ติเรก ทองอ้วร่าม | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท พงศ์ศิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กลลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีรวัฒน์ จันทึก | มหาวิทยาลัยราชภัฏเรศวร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิหาร ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร กัญญโณอัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมา พลับเพ็ง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ พลับเพ็ง | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสินี บุญเมืองศรีส่ง | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประพิมพ์ สุริวัฒน์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเดศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวิณ นราเมธุกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสกิต | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยศิริรัตน์ |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริญอุด | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มนีโชติ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยารรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง | บริษัท โมเดรน์คาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอมเมเนติคส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุญวิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โลภา | บริษัท สำเพ็ลฟูดส์ โพรเชสซิ่ง จำกัด |
| 43. ดร.ภานุพันธ์ โอพารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



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

ជំពូកទី២

กลุ่มนฐานยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

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

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

หน้าที่และความรับผิดชอบ

- พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอทบทวนเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเทอร์
 - ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฏาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิฐ์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



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

รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบธุรกิจเกลือทะเลกังหันทอง
อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

FORMAT AND MARKETING STRATEGY OF "KANGHUNTONG SEA SALT"
ENTREPRENEURS AMPHOE BAN LAEM, PHETCHABURI PROVINCE

สรัสวดี จันทร์สนธ์* พิทักษ์ ศิริวงศ์**

Surassawadee Junsoontornn* Phitak Siriwong**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินงาน กลยุทธ์ทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคและนำเสนอแนวทางแก้ไขในการประกอบธุรกิจเกลือทะเลกังหันทอง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพวิธีปรากមการณ์วิทยา เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเขิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ บุคลากร และผู้ใช้บริการในสถานประกอบการเกลือทะเลกังหันทอง จำนวน 7 คน ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ทั้ง 7 ด้าน เป็นสิ่งสำคัญ ของรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด และผู้ประกอบนำมากำหนดให้กับธุรกิจ ดังนี้ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การกำหนดราคาตามรูปแบบการให้บริการ กลยุทธ์การเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายได้ง่าย กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด โดยการของการแสดงสินค้าตามที่สถานที่ในจังหวัดต่างๆ กลยุทธ์ด้านบุคลากร บริหารงานแบบเป็นระบบ กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการด้วยการ ลงมือการบริการอย่างสมบูรณ์แบบ กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ มีการออกแบบสถาน ประกอบการที่ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญ คือ การขาดบุคลากรด้าน การตลาด จึงจำเป็นต้องจ้างบุคลากรภายนอกที่มีความรู้ ความสามารถมาช่วยในการตลาด และขาดเงินทุนในการบริหาร โดยหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยสนับสนุน จากการประกอบธุรกิจเกลือทะเลกังหันทองสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนชนในท้องถิ่นจังหวัดเพชรบุรี ได้เป็นอย่างมาก หน่วยงานรัฐและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรช่วยสนับสนุนจัดหาเงินทุนและ ช่องทางการตลาด พัฒนาทั้งให้ข้อเสนอแนะ แนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, กลยุทธ์ทางการตลาด

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** รองศาสตราจารย์ ดร.ประคำรณวิทยากร จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



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

Abstract

This research has an objective to study the marketing style, strategy. Analysis problems and threats and offer solution on how to operate of Kanghantong Sea Salt entrepreneurs at Ban Laem, Petchaburi province. This research is a qualitative research by interviewing in depth. The main sources of information are come from entrepreneurs, staff and customers of Kanghantong Sea Salt from 7 key informants. The study found that marketing mix 7 Ps were important for format and marketing strategy. Entrepreneurs used to operate the business. Differentiation strategy emphasizes on product. Price strategy by set the price according to the service system. To access the distribution channel strategy easy. Marketing strategy by making an exhibition to promotion the goods in everywhere every provinces in Thailand. Staffs strategy, management is a strategic process service delivery. Service complete with strategic physical environment. Design to build the establishment which is modern style and unique. The main problem is run out of marketing staffs so it's necessary to hire the staffs from outside who has ability and know how to work on the marketing. Money is a big problem too. The Government must support the money or looking for somewhere to find the money to help. Kanghantong Sea Salt business can hire the local people to work with and they will get an income. The Officers and the Agency can help and support money and find marketing channels and offer the solutions these business.

Keywords: marketing mix, marketing strategy



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

บทนำ

ในปัจจุบันช่วงภาวะแสงนิยม ธรรมชาติได้รับความสนใจมากขึ้น มีการอนุรักษ์พื้นพูภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เกิดโอกาสที่ประเทศไทยจะนำภูมิปัญญามานำเสนอ ไม่ใช่จะเป็นการนวดแผนไทย การใช้สมุนไพรไทยเพื่อการบำบัดร่างกาย การส่งเสริมอาหารไทย ตลอดจนการผสมผสานให้เป็นธุรกิจท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เน้นการให้บริการสุขภาพ ทั้งในการบำบัดรักษาโรคและเพื่อการผ่อนคลายจากความเครียดที่เกิดจากการทำงานหรือการอยู่อาศัยในภาวะแวดล้อมที่เป็นมลพิษ ให้โอกาสบุคคลได้สัมผัสกับความสงบเร宁รื่นรมย์ จึงเกิดเป็นธุรกิจสปา ซึ่งทางรัฐบาลโดยองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประกาศให้สปาเป็นแหล่งท่องเที่ยว และพักผ่อนอันดับหนึ่ง เพาะสปามีศักยภาพดึงดูดนักท่องเที่ยวและน้ำเงินรายได้เข้าประเทศปีละไม่น้อย จึงทำให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจในธุรกิจสปามากยิ่งขึ้น (ฝ่ายวิจัยอนาคตภาครัฐศรีอุดรฯ, 2546)

ธุรกิจเกลือสปาเป็นอีกหนึ่งธุรกิจบริการที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย ด้วยการนำประโยชน์ของวัตถุดิบจากธรรมชาติมาประยุกต์เพื่อทำเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ซึ่งหนึ่งในวัตถุดิบ

เหล่านี้ คือ เกลือธรรมชาติจากห้องทะเลนักวิทยาศาสตร์ค้นพบว่าส่วนผสมของเกลือและแร่ธาตุต่างๆ ในน้ำทะเลมีความเหมือนกับพลาสماในเม็ดเลือดของมนุษย์ เมื่อผิวหนังซึ่งซับกับเกลือและแร่ธาตุต่างๆ จึงถือว่าเกลือธรรมชาติจากห้องทะเลมีประโยชน์กับร่างกายของมนุษย์ (ทำเนียบ Spa & Thai massage)

เกลือโดยธรรมชาติมีคุณค่าและแร่ธาตุมากกว่า 80 ชนิด ทั้งแคลเซียมฟลูออไรด์รวมถึงไอโอดีน เกลือที่นำมาใช้ทำสปาทั้งเกลือเม็ดเล็ก เม็ดใหญ่ รวมทั้งดอกเกลือด้วย ซึ่งประโยชน์ของ เกลือ สมุนไพร จะช่วยให้ผิวนียนนุ่ม มีสุขภาพผิวที่ดี และที่สำคัญจะกระตุ้นการผลิตเซลล์ผิวได้ด้วย นอกจากนี้ดอกเกลือที่มีความเค็มน้อยกว่าเกลือจะเหมาะสมกับคนที่ผิวแพ้ง่าย และซึ่งซับผิวได้ดีกว่าจึงถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมสูง(มอริสัน คิม, 2010)

จังหวัดเพชรบุรี เป็นจังหวัดหนึ่งที่ยังมีการอนุรักษ์วัฒนธรรมการทำนาเกลือจากการที่เกษตรกรในอำเภอบ้านแหลมนานาข้างบ้างส่วนและนำที่ดินรกร้างที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาทำนาเกลือจำนวนมากขึ้น และในอำเภอบ้านแหลมมีอีกหนึ่งกลุ่มอาชีพ ที่เชื่อว่า กลุ่มอาชีพ เกลือทะเลกันหันทอง นำผลผลิต



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

ของเกลือมาแปรรูปเป็น “สปาเกลือ”ด้วย การนำคุณสมบัติของ “ดอกเกลือ” บริสุทธิ์ ของดีจากนาเกลือในท้องถิ่น จังหวัดเพชรบุรี มาผสมผสานกับสมุนไพรไทย อាពิ ไฟล นมินอ้อย นมินชัน ทนากา ภ่านางคำ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณหลากหลายชนิดที่ช่วยทำให้ผิวสะอาด กระชับเรียบเนียน มีกลิ่นหอมหอมหวานชาติของสมุนไพร และยังช่วยฟื้นฟู คลายความตึงเครียด จึงเป็นการสร้างมูลค่าให้สินค้าและต่อยอดภูมิปัญญา ท้องถิ่น จนกลายเป็น ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประจำหมู่บ้าน (เกลือทะเลกังหันทอง : ออนไลน์)

ด้วยความสำคัญของธุรกิจเกลือ สปาจากข้อมูลข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาฐานรากของการตลาด ของผู้ประกอบการธุรกิจเกลือทะเลกังหันทอง อำเภอป่าบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งศึกษาปัญหาและอุปสรรคจากการประกอบธุรกิจเกลือสปา อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจเกลือสปาให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี

วัตถุประสงค์

- เพื่อศึกษาวิเคราะห์ แบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเกลือทะเลกังหันทอง อำเภอป่าบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี
- เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจธุรกิจเกลือทะเลกังหันทอง อำเภอป่าบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสบ
ทางการตลาด

ส่วนประสบทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผู้ผลิตสามารถเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้า เป้าหมาย Phillip Kotler (แปลโดยวราณี ตันติวงศ์ และคณะ, 2552 : 24 ข้างถัดใน ศุภะสิน บุญทำดี, 2553)

แต่ส่วนประสบทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสบทางการตลาดของสินค้าทั่วไป กล่าวคือ จะต้องมีการเน้นถึงพนักงานกระบวนการในการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งทั้งสามส่วน ประสบเป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการ ดังนั้น ส่วนประสบทางการตลาดของการ



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

บริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่
ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย
การส่งเสริม การตลาด พนักงาน
กระบวนการ ให้บริการ และสิงแวดล้อม
ทางภาษาภาพ ดังนี้ (ชัยสมพล
ชาวประเสริฐ, 2549 :63 อ้างถึง ใน Payne
, 1993)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product: P1)

บริการจะเป็นผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่ง
แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน (intangible product) ไม่สามารถจับต้องได้ มีลักษณะเป็นอาการนาม ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว ความสบายน้ำด้วยตัว ความสบายน้ำด้วยตัว การให้ความเห็น การให้คำปรึกษา เป็นต้น

บริการจะต้องมีคุณภาพ
 เช่นเดียวกับสินค้า แต่คุณภาพของบริการ
 จะต้องประกอบมาจากหลายปัจจัยที่
 ประกอบกัน

ทั้งความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์
ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์
ความรวดเร็วและต่อเนื่องของขั้นตอน
การส่งมอบบริการ ความสวยงามของ
อาคารสถานที่ รวมถึงอัคคีภัยไมตรีของ
พนักงานทุกคน

2. ราคา (Price: P2)

จากอาชีวะในสิ่งที่กำหนดรายได้ของ

กิจการ ก่อให้เกิดความต้องการซื้อขายสินค้าและบริการ ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาด ทำให้ผู้ผลิตต้องปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจโลก เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place: P3)

ในการบริการนั้น สามารถ ให้บริการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ 4 วิธี คือ

1. การให้บริการผ่านร้าน (Outlet)

เป็นการบริการด้วยการเปิดร้านค้าตาม
ตีกแแกในชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า
แล้วขยายสาขาออกไปเพื่อให้บริการลูกค้า
ได้สูงสุด โดยร้านประเภทนี้มีวัตถุประสงค์
เพื่อ ทำให้ผู้รับบริการและผู้ให้บริการมาพบ
กัน ณ สถานที่แห่งหนึ่งโดยการเปิดร้านค้า
ขึ้นมา

- การให้บริการถึงที่บ้านลูกค้าหรือสถานที่ที่ลูกค้าต้องการการให้บริการแบบนี้เป็น การส่งพนักงานไปให้บริการถึงที่บ้านลูกค้า หรือ สถานที่อื่นตามความสะดวกของลูกค้า การให้บริการแบบนี้ชุรกิจไม่ต้องมีการ จัดตั้งสำนักงานหรูหราหรือการเปิดเป็น ร้านค้า ให้บริการ

3. การให้บริการผ่านตัวแทนการให้บริการ



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

แบบนี้เป็นการขยายธุรกิจด้วยการขายแฟรนไชส์ หรือการจัดการตั้งตัวแทนในการให้บริการ

4. การให้บริการผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์
การให้บริการแบบนี้เป็นบริการที่ค่อนข้างใหม่ โดยอาศัยเทคโนโลยีมาช่วยลดต้นทุนจากการจ้างพนักงาน เพื่อทำให้บริการเป็นไปได้อย่างสะดวกและทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง
4. การส่งเสริมการตลาด(Promotion: P4)

การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการจะมีความคล้ายกับธุรกิจขายสินค้ากล่าวคือ การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจบริการทำได้ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประสมพันธ์ การให้ข่าว การลดแลกแจกแถม การตลาดทางตรงผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งการบริการที่ต้องการเจาะลูกค้าระดับกลางและระดับล่างซึ่งเน้นราคาค่อนข้างต่ำ ต้องอาศัยการลดแลกแจกแถมเป็นต้น

5. บุคลากร (People: P5)

จะประกอบด้วยบุคคลทั้งหมดในองค์กรที่ให้บริการนั้น ซึ่งจะรวมตั้งแต่เจ้าของ ผู้บริหาร พนักงานทุกระดับ ซึ่งบุคคลดังกล่าวทั้งหมดมีผลต่อคุณภาพของการให้บริการ

- เจ้าของและผู้บริหารมีส่วนสำคัญ

อย่างมากในการกำหนดนโยบายในการให้บริการ การกำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานในทุกระดับกระบวนการในการบริการ รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงการให้บริการ

- พนักงานผู้ให้บริการและพนักงานในส่วนสนับสนุนพนักงานผู้ให้บริการเป็นบุคคลที่ต้องพบปะและให้บริการกับลูกค้าโดยตรง และพนักงานในส่วนสนับสนุนก็จะทำหน้าที่ทำการสนับสนุนงานด้านต่างๆ ที่จะทำให้การบริการนั้นครบถ้วนสมบูรณ์
- การบริหารพนักงานในองค์กรที่ให้บริการ จะมีทั้งพนักงานที่ทำงานพบกับลูกค้าโดยตรง (พนักงานส่วนหน้า) กับพนักงานที่ทำหน้าที่สนับสนุน (พนักงานส่วนหลัง) เพื่อทำให้พนักงานส่วนให้บริการส่งมอบบริการอย่างมีคุณค่าให้ลูกค้า ดังคำที่ต้องใช้เป็นหลักปฏิบัติว่า “หน้าเพียงหลังเพียงหน้า” จะขาดส่วนใดส่วนหนึ่งไม่ได้
- 6. กระบวนการให้บริการ (Process: P6)

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญ ต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพได้ เนื่องจาก การให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูล



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

เป็นต้น การให้บริการตามความต้องการ การซ่อมบำรุง เป็นต้น ซึ่งในแต่ละขั้นตอน ต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมี ขั้นตอนเดียวย่อไม่สามารถทำให้การบริการไม่เป็นที่ ประทับใจแก่ลูกค้า

7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence: P7)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารของธุรกิจบริการ เครื่องมือ และ อุปกรณ์ เช่นเครื่องคอมพิวเตอร์ เคาน์เตอร์ ให้บริการ การตกแต่งสถานที่ ล้านจอดรถ สวน ห้องน้ำ การตกแต่ง ป้าย ประชาสัมพันธ์ เหล่านี้เป็นสิ่งที่ลูกค้าใช้เป็น เครื่องหมายแทนคุณภาพของการบริการ กล่าวคือ ลูกค้าจะอาศัยสิ่งแวดล้อมทาง กายภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้ บริการ ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพยิ่งดู หล่อหลอมและสร้างความเพียงได้บริการน่าจะมี คุณภาพ ตามด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติคุณ โภจน์บวรวิทยา (2553) ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การตลาดการ ประกอบการตลาดนัดหน่องหอย ตำบลลังก์ พง อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ที่เจ้าของตลาด นัดได้นำมาใช้ดังนี้ คือกลยุทธ์สร้างความ แตกต่างการออกแบบสถานที่ กลยุทธ์การ

กำหนดร้านค้า กลยุทธ์การส่งเสริม การตลาดช่วงเทศกาลสำคัญ เป็นการเพิ่ม ผลประกอบการ ปัจจัยที่สำคัญของ ผู้ประกอบการตลาดนัด คือ ภาวะเศรษฐกิจ ที่ผันผวนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิง คุณภาพวิธีปรากមการณ์วิทยา สำหรับ วิธีการศึกษาการดำเนินงานวิจัยมี รายละเอียด ดังนี้

1.ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของสถาน ประกอบการ 1 คน พนักงานลูกจ้างของ สถานประกอบการ 3 คน และผู้บริโภคที่มา ใช้บริการสถานประกอบการ 3 คน

2.การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวมรวม ข้อมูล โดยการใช้การสัมภาษณ์ผู้มีส่วน เกี่ยวข้อง จำนวน 7 คน สามารถแสดง ขั้นตอนการดำเนินงาน ได้ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องในสถานประกอบการเกลือทะเล กังหันทอง อำเภอบ้านแหลม จังหวัด เพชรบุรี ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการสัมภาษณ์ เกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดกับผู้ มีส่วนเกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 3 นำเสียงที่ สัมภาษณ์มาถอดเทปเป็นเอกสารเพื่อจะ นำมาวิเคราะห์ ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ผล จากเอกสารที่ถอดเทปมา ขั้นตอนที่ 5 การ นำเสนอผลการดำเนินงาน



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

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 3.1 แนวคิดตามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์
- 3.2 สมุดบันทึกและเครื่องเขียน
- 3.3 เครื่องบันทึกเสียงและภาพ
- 3.4 คอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย

รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์จากการสร้างความแตกต่างในเรื่องของการนำดอกเกลือที่เป็นผลผลิตเริ่มแรกในการทำนาเกลือ ซึ่งมีจำนวนไม่นักมากผสมผสานกับสมุนไพรไทย เนื่องจากธุรกิจสปาในประเทศไทยยังไม่มีผู้แข่งขันรายใดที่ใช้ผลผลิตจากเกลือทะเลมาผสมในผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของธุรกิจรวมถึงการมีพนักงานที่มีความมุ่งมั่นด้านการผลิตภัณฑ์ และความสามารถทางด้านการทำสปาและการนวดเป็นอย่างดี ด้วยการจ้างบุคคลภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญทางด้านการนวด มาฝึกสอนให้พนักงานทุกคนได้เรียนรู้ และมีความพร้อมที่จะให้บริการผู้ที่มาใช้บริการ เกิดความประทับใจ

2. ราคา (Price)

ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามรูปแบบการให้บริการ คือ บริการขั้นหน้าและขั้นพิเศษ ค่าบริการ 250 บาทต่อชั่วโมง นวดตัว

แบบไทย อัตราค่าบริการ 250 บาทต่อชั่วโมง นวดเท้า อัตราค่าบริการ 200 บาทต่อชั่วโมง และทุกบริการมีการแข่งขันโดยไม่ต้องเสียอัตราค่าบริการ

3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ใช้กลยุทธ์การเข้าถึงการบริการการผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายได้ง่าย สามารถมองเห็นสถานที่เด่นชัด จากเอกลักษณ์ของทางร้านที่เป็นบ้านทรงไทยขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ที่ตำบลบางแก้ว อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี ส่วนทางด้านผลิตภัณฑ์ธุรกิจจะเลือกใช้กลยุทธ์การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบที่ทันสมัยและกว้างขวาง เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่าย อาทิ การขายสินค้าหน้าร้าน การออก แสดง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตามต่างจังหวัดหรือในกรุงเทพ (เมืองทองธานี) การขายสินค้าผ่านตัวแทน จำหน่าย เช่น โกลเด้นเพลส (Golden Place) โดยคำ และการขายสินค้าผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรืออีเมล และการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางโทรศัพท์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดโดยการออกงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) แจกแผ่นพับ และ



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

สินค้าทดลอง และจัดทำเว็บไซต์เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า ให้ลูกค้าได้ทดลองสั่งซื้อสินค้ามาใช้ ทางธุรกิจเกลือ แหล่งหันหองยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น การให้สัมภาษณ์คลัมมน์ ในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารต่าง เช่น หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ การออกรายการ โทรทัศน์ เช่น รายการแจ้วทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และผู้ประกอบการรับจำเพลิดสินค้าให้กับผู้ประกอบการรายอื่น เพื่อเป็นการเปิดช่องทางการตลาดใหม่ ที่ธุรกิจเข้าไม่ถึง เช่น ต่างประเทศ

5. บุคลากร (People)

ใช้กลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจ มีการแบ่งงานเป็นระบบ โดยเจ้าของธุรกิจ ทำหน้าที่บริหารจัดการดำเนินธุรกิจ ครอบคลุมครบวงจร เช่น การติดต่อ ประสานงานกับลูกค้า การคิดค้นผลิตภัณฑ์ ใหม่ๆ การวางแผนการตลาด รวมถึงการควบคุมดูแลพนักงานของสถานประกอบการ เป็นต้น และพนักงานของสถานประกอบบทุกคนจะเป็นคนในชุมชน ที่ร่วงจากการทำงานเกลือ โดยพนักงานทุกคนจะต้องมีทักษะ ความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์และการบริการอย่างดี

6. กระบวนการให้บริการ (Process)

ใช้กระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อผู้ที่มาใช้บริการ

ได้รับการตอบสนองความต้องการอย่างสมบูรณ์แบบครบถ้วน โดยมีกระบวนการออกแบบสถานที่ ที่มีความเป็นไทย บรรยายกาศภายในร่มรื่น สะอาดน่าใช้บริการ และกระบวนการส่งมอบสินค้าและบริการที่ดีไม่สู้ที่มาใช้บริการ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในด้านบริการที่ดีและรวดเร็ว

7 สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)

ออกแบบสถานที่เป็นบ้านทรงไทยขนาดใหญ่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตกแต่งภายในและนอก สะอาด สวยงาม มีบรรยายกาศโดยรอบร่มรื่น เป็นธรรมชาติ เมื่อมองออกไปข้างนอกจะเห็นนาเกลือยาวตลอดข้างถนน เมื่อมาใช้บริการจะสัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติ

ปัญหาและอุปสรรคของธุรกิจเกลือ แหล่งหันหอง

- ปัญหาด้านการขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ทางด้านการตลาดเนื่องจากพนักงานทุกคนเป็นคนในชุมชนทั้งหมด ทำให้ไม่ค่อยมีความรู้ด้านการวางแผนการตลาดและออกแบบผลิตภัณฑ์
- ปัญหาการขาดแคลนเงินทุนในการบริหาร จัดการ ทำให้เกิดปัญหาในด้านต่างๆ ทั้งการนำสินค้าออกและคง



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

สถานที่ การหาซ่องทางการจัด จำหน่าย
ใหม่ๆ การปรับปรุงสถานที่ให้ทันสมัย เป็น
ต้น

แนวทางในการแก้ปัญหาจากผล การศึกษา

จากปัญหาและอุปสรรคทำให้รู้ถึง
แนวทางในการแก้ปัญหาทางด้านการขาด
บุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความ
ชำนาญทางด้านการตลาด ด้วยการจ้าง
บุคลากรจากภายนอกให้เข้า มาช่วยในการ
ทำงาน และจะเป็นปัญหาการขาดแคลน
ทรัพยากรเงิน โดยมีรัฐบาลเข้ามาฯ
ช่วยเหลือในการพาไปอุปกรณ์แสดงสินค้า
ต่างๆ

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบร่วมกับผู้ประกอบการนำ
แนวคิดวิเคราะห์ส่วนประสบทางการตลาด
(7P's) มาใช้กับธุรกิจด้านบริการ ดังนี้ กล
ยุทธ์สร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์
กลยุทธ์ด้านราคา กำหนดราคาตามรูปแบบ
การบริการ กลยุทธ์ของทางการจัดจำหน่าย
ที่ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้ง่าย กลยุทธ์การ
ส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณาตามสื่อ
หรือสถานที่ต่างๆ กลยุทธ์ด้านบุคลากร
บริหารงานแบบเป็นระบบ กลยุทธ์ด้าน
กระบวนการให้บริการ ใช้กระบวนการส่ง
มอบสินค้าและบริการอย่างสมบูรณ์แบบ

กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ
ออกแบบสถานที่ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ
ที่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ
ปัจจัยส่วนประสบทางการตลาดบริการของ
Phillip Kotler (2000:378) กล่าวไว้ว่า
ธุรกิจที่ให้บริการเป็นธุรกิจที่แตกต่างกับ
ธุนค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จึงจำเป็น
จะต้องใช้ส่วนประสบทางการตลาด
(Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการ
กำหนดกลยุทธ์การตลาด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการ
ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนชนใน
ท้องถิ่นจังหวัดเพชรบูรณ์ได้เป็นอย่างมาก
เนื่องจาก ผู้ประกอบการมีนโยบายจ้าง
พนักงานจาก ประชาชนในท้องถิ่นที่ว่าง
จากการทำเกลือ เพื่อเป็นการเพิ่มงานและ
รายได้ หน่วยงานรัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
ควรช่วยสนับสนุนจัดหาเงินทุนและช่องทาง
การตลาด พร้อมทั้ง ให้ข้อเสนอแนะ
แนวทางปฏิบัติที่เป็นประโยชน์ต่อการ
ดำเนินธุรกิจและนอกจากนี้ ผลการวิจัยยัง²
สามารถออกได้ว่ากลยุทธ์ทางการตลาดเป็น
ส่วนสำคัญสำหรับผู้ที่จะนำไปประกอบ
ธุรกิจการให้บริการสปา ในจังหวัดเพชรบูรณ์
ต่อไป



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

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้ง

ต่อไป

ความมีการวิจัยเกี่ยวกับผลกระเทียม

จากการลงทุนในด้านผู้ประกอบการ และ
ความพึงพอใจของผู้ที่มาใช้บริการ เพื่อเป็น
ข้อมูลพื้นฐานประกอบการตัดสินใจสำหรับ
ผู้ที่มีความสนใจที่จะลงทุนประกอบธุรกิจ
สปา

บรรณานุกรม

กิตติคุณ ใจจันบัวร่วมไทย.(2553.กลุ่มที่

การตลาดการประกอบ
การตลาด นัด หน่องหอย
ตำบลลังศ์พง อำเภอปราณบุรี
จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.
บริษัท บริหารธุรกิจมหาบันดิต
สาขาวิชาการประกอบการ
มหาวิทยาลัย ศิลปากร.

เกลือทะเล gang hantong.(ม.ป.ป.). ประวัติ

ความ เป็นมา.ค้นเมื่อ29

กุมภาพันธ์

2559. <http://kanghunthongseas>

ai.html

ขี้ยสมพล ชavaปะเตวิชุ.(2549).การตลาด

บริการ Service Marketing.

พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร:

บริษัท จีเอ็มดูเคนส์ จำกัด
(มหาชน)

ทำเนียบ Spa & Thai massage.(2551).

Spa & Thai massage.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ อ.

2/200 หมู่บ้านชัยภร วิลเลจ
สุขุมวิท-บางกะปิ ลาดพร้าว.

ฝ่ายวิจัยธนาคารกรุงศรีอยุธยา.(2546).

สปาธุรกิจแห่งยุคที่น่าจับตา.

วารสารปราสาทสังข์ ฉบับ
เศรษฐกิจวิเคราะห์21,(7):
21-32.

มอริสัน คิม.(2553).สุขภาพดีสู่ผิวสวย.

กรุงเทพมหานคร: บริษัทชีเอ็ด
มูเดชั่น จำกัด (มหาชน).

Kotler Phillip.(2000). Marketing
Management. New York: The
Millennium Edition. Prentice
Hall Inc.