

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5th National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดี เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร กิริติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มะโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์รชฎ เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาติ สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.จกมลดินทร์ แสงอาสาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสฤติย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสฤติย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์

กล่อมธงเจริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ศรีนฤวรรณ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เดชเถกิง

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์

อวิโรธนานนท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ต้นจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ตุลาสมบัติ

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กฤตน์

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ้นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

www.ba.mju.ac.th

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.จงบดินทร์

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชเนีย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อายุส

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษนิศา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หัตพงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ

อาจารย์ ดร.กัญญพัสวี่

อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ

อาจารย์ ดร.อรุณี

อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์

อาจารย์ ดร.พนมพร

อาจารย์ ดร.ศรุต

อาจารย์ ดร.กุลชญา

อาจารย์ ดร.อนุชา

อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสภวิริยะ

บุญมาก

สัมฤทธิ์สกุล

ชลประเสริฐสุข

ศิริโกคากิจ

บังเมฆ

มณีพันธ์

สงเคราะห์

หยุเย็น

ชุลิกาวิทย์

วรรณสสิต

ศรีนฤวรรณ

เดชเถกิง

อวิโรธนานนท์

ตันจันทร์พงศ์

ตุลาสมบัติ

พงษ์เพชร

กล่อมธงเจริญ

สิริประเสริฐศิลป์

ยศบุตร

ใบไม้

เฉลิมวรรณ

วรุณกุล

แฉ้วนแก้ว

กันทรดุขฎี

มารังค์

วิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ
Analysis pattern of operation and Successful factor of Kanom Lookchoup business

อรยา ภูระหงษ์¹, ธนพัฒน์ อินทวิ²

¹ นักศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานกิจการ 2) เพื่อหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากเจ้าของธุรกิจลูกซุบจำนวน 1 ราย และพนักงานจำนวน 5 ราย ในการดำเนินงานกิจการซึ่งจะมองที่ผู้บริโภคก่อนแล้วค่อยย้อนกลับมาถึงกระบวนการผลิตแต่ละขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบของการดำเนินงานกิจการจะใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือองค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2) ตัวแปรที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากที่สุดคือความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการ ลูกค้า สินค้าและภาพลักษณ์ การวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในธุรกิจและเนื่องจากความประทับใจแรกในรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รสชาติของลูกซุบ คุณภาพของลูกซุบและการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่เอื้ออำนวยความสะดวกต่อลูกค้า จึงทำให้ความเป็นผู้นำ ลูกค้า สินค้าและภาพลักษณ์ เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ 3) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จะต้องมีความรู้ทั้งในธุรกิจและงานที่ทำ มีความมุ่งมั่นไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค มีความเชื่อมั่น ตระหนักถึงคุณค่าของเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีความรับผิดชอบ มีประสบการณ์ในธุรกิจนั้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าต้องมีการจัดทำแผนธุรกิจและกลยุทธ์ในการบริหารงานทั้งทางด้านบุคคล ด้านแผนการตลาด ด้านทีมงาน ด้านภาวะผู้นำ ประสบการณ์เวลาในการปฏิบัติ และสามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานได้ สิ่งเหล่านี้คือคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ, ส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

The purposes of this research were: 1) to analyze the pattern of operation, 2) to find the variables that influenced the success of Kanom Lookchoup business, and 3) to study about the successful factors by interviewed with a business owner of Kanom Lookchoup and five employees about the operation which focused at consumers first, then returned to the production at each step.

The results of the research were as follows: 1) the pattern of operation used strategy of marketing mix, which is an important element in the marketing process; a business factor that can be controlled. Business must create the right marketing mix in strategic marketing, consist of product, place, price and promotion, 2) variables that made a successful business is leader, customer, product and brand image, such as the first impression in product quality, taste of Kanom Lookchoup, quality of Kanom Lookchoup, and adding value to products by applying their creativities and convenience for customer in distribution channels. All of these influenced the success of a Kanom Lookchoup business, 3) entrepreneur who is successful in business must have knowledge in both of basic business and their own business, tolerance in all of barriers, realization in the value of time, creativity, clearness in goal, responsibility, and experience in the business; the factors that mentioned can be seen that entrepreneur need to prepare business plans, and strategy management in person, marketing, team, leadership, experience in process, and resolve problems. All of these are the qualities of an entrepreneur to succeed.

Keywords: factors of business success, marketing mix

บทนำ

ด้วยกระแสโลกในยุคปัจจุบันและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ผู้คนสามารถรับรู้ข้อมูล ข่าวสาร กระแสสังคมจากทั่วโลกได้สะดวกและรวดเร็ว และธุรกิจหลายประเภทก็จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีซึ่งมีบทบาทต่อการดำเนินงานของธุรกิจเข้ามาร่วมด้วย เมื่อเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นทำให้เกิดตลาดแบบดิจิทัลหรือตลาดออนไลน์ โดยเป็นการทำตลาดผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อมุ่งเน้นการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคเป็นสำคัญ เพราะความพึงพอใจที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นอีก เนื่องจากผู้บริโภคมีความแตกต่างกันในหลายปัจจัย ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นแตกต่างกันออกไป

ในปัจจุบันธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการเพียงเท่านั้นแต่ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคด้วยเนื่องจากในปัจจุบันมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือธุรกิจขนาดย่อมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งธุรกิจขนาดย่อมช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม และธุรกิจขนาดย่อมช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ไปสู่กลุ่มคนต่างๆ ทำให้เกิดการจ้างงานและทำให้ประชาชนมีรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น และยังเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาด ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนา คือ การพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็วภาคการณได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญคือยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ ปรับโครงสร้างภาคบริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์

จากแนวทางยุทธศาสตร์การพัฒนาทำให้ธุรกิจต้องมีการพัฒนา มีความเจริญก้าวหน้า มีความคิดสร้างสรรค์ต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ จึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้วัฒนธรรมของชาวตะวันตกก็ยังคงมีบทบาทอยู่ในประเทศไทย หนึ่งในสิ่งวัฒนธรรมของชาติตะวันตกที่เปลี่ยนวิถีชีวิตของไทย คือเรื่องอาหารการกินและปัจจุบันคนไทยคุ้นเคยกับอาหารฝรั่งและนิยมกันมากในหมู่วัยรุ่นหรือวัยทำงาน จึงทำให้ธุรกิจต้องมีความคิดสร้างสรรค์ในตัวผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่และพัฒนากลยุทธ์ต่างๆ ที่จะสร้างความดึงดูดใจของลูกค้าให้สนใจเพิ่มมากขึ้น ความคิดสร้างสรรค์นี้ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จร่วมกับการดำเนินกิจการที่มีประสิทธิภาพ

ดังนั้น เพื่อเป็นการศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซูป จึงเป็นเรื่องที่ผู้วิจัยสนใจ เพราะธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นมีปัจจัยและตัวแปรเข้ามาเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจอย่างมาก ทั้งเรื่องของสภาพเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเป็นการกระตุ้นให้ชนมไทยเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น จึงเลือกธุรกิจลูกซูปเพราะสามารถตอบโจทย์ได้ดี โดยเลือกศึกษาธุรกิจลูกซูปในพื้นที่เขตธนบุรี แขวงดาวคนอง กรุงเทพมหานคร เพื่อนำมาศึกษาวิจัยให้ทราบถึงการวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซูป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซูป ได้มีการนำแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยมีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการและความต้องการความสำเร็จ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ
3. ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด
4. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการและความต้องการความสำเร็จ

Susbauer (1969) พบว่าแรงจูงใจมีความสำคัญมากที่สุดในการผลักดันให้ผู้ประกอบการออกจากสภาพการณ์เป็นลูกจ้างในกิจการของผู้อื่น และเป็นแรงกระตุ้นส่งเสริมให้เกิดการก่อตั้งสถานธุรกิจของตนเอง ขณะที่ Rissal (1988) พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นคุณลักษณะหนึ่งที่มีอยู่ในตัวผู้ประกอบการที่สามารถใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการดำเนินอาชีพการประกอบการนอกจากนี้ยังมีทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Maslow

Maslow (Maslow,1970) ได้มีแนวคิดในการจัดลำดับขั้นของการจูงใจตามความต้องการและสัญชาตญาณของมนุษย์โดยได้คิดว่า ความต้องการและสัญชาตญาณของมนุษย์แปรเปลี่ยนไปตามอิทธิพลต่างๆที่เกิดจากพฤติกรรมของแต่ละบุคคลและช่วงเวลาของชีวิตในแต่ละช่วง ซึ่งทฤษฎีแรงจูงใจตามลำดับขั้นของมาสโลว์ ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้น ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอด เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค น้ำดื่ม การพักผ่อน เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัยและมั่นคง (Security or safety needs) ความต้องการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน

ขั้นที่ 3 ความต้องการความผูกพันหรือการยอมรับ (Affiliation or acceptance needs) เป็นความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์

ขั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง (Esteem needs) เป็นความต้องการการได้รับการยกย่อง การเคารพนับถือจากสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-actualization) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีปัจจัยพื้นฐานที่ควรพิจารณา อยู่ 3 ประการ ซึ่งมีความสำคัญต่อความสำเร็จและล้มเหลวในอนาคตอย่างมาก คือ

1. กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของตนเอง ภายใต้ความสอดคล้องกับความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่แล้วเดินตามเป้าหมายที่วางไว้

2. ค้นหากลยุทธ์ที่จะไปให้ถึงเป้าหมาย
3. สามารถใช้กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นได้อย่างแท้จริง

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ

การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ Russell and Lane (2002) ได้กล่าวว่า เป็นการสื่อสารการตลาดที่ไม่ได้เกี่ยวข้องเพียงการโฆษณา หรือการประชาสัมพันธ์เท่านั้น แต่เป็นการทำความเข้าใจในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการอย่างแท้จริง จากนั้นจึงคิดและวางแผนให้การสื่อสารทั้งหมดขององค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ขณะที่ Duncan (2005) นิยามว่าการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าสำหรับตราสินค้า โดยต้องมีกระบวนการประสานทำงานร่วมกันของฝ่ายต่างๆ เพื่อการสนับสนุนความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ที่มีส่วนได้เสียขององค์กร จากนิยามข้างต้นทำให้สามารถสรุปได้ว่าการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ เป็นกระบวนการวางแผนใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบผสมผสานกันและสอดคล้องในทิศทางเดียวกันอันจะก่อให้เกิดผลสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ Schamann, Dyer, and Petkus (1996) ที่กล่าวว่า IMC จะมีการผสมผสานในหลายรูปแบบเป็นการสื่อสารที่หลากหลาย มีลักษณะของการบูรณาการ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาการส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงาน การประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ขององค์กร

โดยสรุปแล้ว การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการมีลักษณะสำคัญ คือ เมื่อกระบวนการสื่อสารที่มีความต่อเนื่อง โดยต้องมีการวางแผนจากภายนอกสู่ภายใน คือ จะต้องเริ่มต้นจากกลุ่มเป้าหมาย ใช้ฐานข้อมูลลูกค้าช่วยเป็นข้อมูลสนับสนุนในการวางแผนต้องใช้รูปแบบเครื่องมือที่หลากหลายในการสื่อสารไปในทิศทางเดียวกัน ในการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้บริโภค

3. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาด ที่มีการควบคุมได้ ซึ่งธุรกิจสามารถใช้ร่วมกัน เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997)

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบไปด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การบริหารบุคคล

ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกในรูปของตัวเงิน ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ดังนั้นผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบมูลค่าของผลิตภัณฑ์กับราคา หากมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เพราะฉะนั้นในการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาจะต้องคำนึงถึง การยอมรับของลูกค้า ต้นทุนของสินค้า ลักษณะการแข่งขัน

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางการจัดจำหน่ายใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาดการจัดจำหน่าย คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย การกระจายตัวสินค้า

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายซึ่งการส่งเสริมการตลาดจะต้องมีการศึกษาถึงกระบวนการติดต่อสื่อสาร เพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับกับผู้ส่ง การส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือสำคัญสามารถแบ่งได้ 5 ประเภท คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ การขายโดยใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรง

4. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์

ทฤษฎีนี้เน้นอธิบายการจูงใจของบุคคลที่กระทำการเพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการความสำเร็จไม่ได้หวังรางวัลตอบแทนจากการกระทำของเขา ซึ่งความต้องการความสำเร็จนี้ในแง่ของการทำงานหมายถึงความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จผลตามที่ตั้งใจไว้ เมื่อตนทำอะไรสำเร็จได้ก็จะเป็แรงกระตุ้นให้ทำงานอื่นสำเร็จต่อไป หากองค์กรใดที่มีพนักงานที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จำนวนมากก็จะเจริญรุ่งเรืองและเติบโตเร็ว จากการศึกษาวิจัยของแมคคลีแลนด์ได้สรุปคุณลักษณะของคนที่มีความจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความต้องการ 3 ประการที่ได้จากแบบทดสอบTAT ซึ่งเขาเชื่อว่าเป็นสิ่งสำคัญในการที่จะเข้าใจถึงพฤติกรรมของบุคคลได้ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement (nAch)) เป็นความต้องการที่จะทำสิ่งต่างๆให้เต็มที่และดีที่สุดเพื่อความสำเร็จ จากการวิจัยของ McClelland พบว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จ (nAch) สูง จะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย และต้องการได้รับข้อมูลป้อนกลับเพื่อประเมินผลงานของตนเอง มีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง และกล้าที่จะเผชิญกับความล้มเหลว

2. ความต้องการความผูกพัน(Need for Affiliation (nAff)) เป็นความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม ต้องการสัมพันธภาพที่ดีต่อบุคคลอื่น บุคคลที่ต้องการความผูกพันสูงจะชอบสถานการณ์การร่วมมือมากกว่าสถานการณ์การแข่งขัน โดยจะพยายามสร้างและรักษา

ความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น

3. ความต้องการอำนาจ (Need for Power (nPower)) เป็นความต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น บุคคลที่มีความต้องการอำนาจสูง จะแสวงหาวิถีทางเพื่อทำให้ตนมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับหรือยกย่อง ต้องการความเป็นผู้นำ ต้องการงานให้เหนือกว่าบุคคลอื่น และจะกังวลเรื่องอำนาจมากกว่าการทำงานให้มีประสิทธิภาพ

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ประพนธ์ เล็กสุมา, 2555)

ประพนธ์ เล็กสุมา (2555) ได้วิจัยในหัวข้อเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมืองนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียน ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม และศึกษาปัญหาและ

อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียน ผลที่ออกมา จากการดำเนินธุรกิจร้านเครื่องเขียนที่มีมากกว่า 2 ปี ของผู้ประกอบการทั้ง 7 รายนั้น ได้ดำเนินการ โดยมีกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจคงอยู่มั่นคง ผู้ประกอบการมีการวางแผนล่วงหน้าที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยมีองค์ประกอบคือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เน้นความครบวงจรและความหลากหลายในประเภทของสินค้า ขนาด ราคา และคุณภาพ กลยุทธ์ด้านราคา การตั้งราคาสินค้าที่จำหน่ายใช้กลยุทธ์ราคาต่ำเพื่อเจาะตลาด ทำให้สามารถจำหน่ายในปริมาณมากและได้ลูกค้าจำนวนมากผู้ประกอบการจะเป็นผู้ตั้งราคาสินค้า มีการตั้งราคาโดยบวกกำไรโดยเฉลี่ยประมาณ 25-50 เปอร์เซ็นต์ ของราคาสินค้า กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจะเลือกทำเลในการตั้งร้าน ติดโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย ซึ่งอยู่ใกล้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย ใช้การประชาสัมพันธ์ ใช้การบอกปากต่อปากของลูกค้า ใช้บัตรสะสมแต้ม ใช้การจัดส่งฟรี กรณีซื้อปริมาณมาก

ส่วนการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียน พบว่า ปัญหาผู้ประกอบการด้านการขยายร้าน สามารถทำได้ค่อนข้างยากเนื่องจากลักษณะที่ตั้งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นตึก ทำให้โดนจำกัดพื้นที่ในการประกอบการ ปัญหาเกี่ยวกับสินค้าคือสินค้ามีจำนวนมาก ทำให้การเช็คสต็อกทำได้ยากและสินค้าชำรุดเนื่องจากการขนส่ง ปัญหาผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าจากการลักขโมยสินค้าโดยสินค้าเครื่องเขียนบางชนิดมีขนาดเล็กสามารถขโมยได้ง่าย ปัญหาจากการแข่งขันผู้ประกอบการรายอื่นจากการเกิดขึ้นของร้านเครื่องเขียนที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น และปัญหาสถานะเศรษฐกิจผันผวน ทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจ ระวังระวังในการใช้จ่าย ส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เริ่มประหยัดมากขึ้น ผู้บริโภคมีการวางแผนการออมเงิน ลดการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยเลือกใช้แนวทางในการศึกษาแบบปรากฏการณ์วิทยา โดยวิธีการนี้เป็นวิธีการให้บุคคลอธิบายเรื่องราวและเหตุการณ์ต่างๆที่ตัวเองประสบมา โดยมีฐานความคิดว่ามนุษย์จะรู้ดีในสิ่งที่ตนเองประสบมา ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยาในการวิจัยเนื่องจาก ในการเก็บข้อมูลนั้นต้องอาศัยข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจลูกซุบและในงานวิจัยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเป็นหลัก มีวิธีการดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. การเลือกพื้นที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) โดยเลือกพื้นที่เขตธนบุรี แขวงดาวคนอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุผลสำคัญคือเป็นพื้นที่ที่ประกอบการของธุรกิจลูกซุบ และผู้วิจัยวิจัยความคุ้นเคยกับผู้ประกอบการของธุรกิจ ผู้วิจัยสามารถเข้าไปเก็บข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว

2. ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลคือ ผู้ประกอบการของธุรกิจลูกซูป และลูกจ้างหรือพนักงาน โดยมียอดขายมากกว่า 3,000,000 บาทต่อปี และดำเนินธุรกิจมา 4 ปี ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 1 ราย และลูกจ้างหรือพนักงาน จำนวน 5 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

3.1 ประเภทบุคคล ได้แก่

ตัวผู้วิจัย การวิจัยครั้งนี้ตัวผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพราะการวิจัยที่ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมผัสกับคนโดยตรง ดังนั้น การได้มาซึ่งข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุดนั้นขึ้นอยู่กับความวางตัว การกำหนดบทบาท การสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจให้เกิดแก่ผู้ถูกวิจัยให้ได้มากที่สุด

3.2 ประเภทเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น ประเภทดังนี้

3.2.1 การสัมภาษณ์แบบรายบุคคล (Individual interviews) ผู้ถูกสัมภาษณ์จะให้ข้อมูลที่เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกรู้สึกได้อย่างอิสระมากกว่าการสัมภาษณ์แบบกลุ่มเพราะไม่มีการครอบงำจากกลุ่ม และเหมาะกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews)

3.2.2 การสังเกต (Observation) ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยการสังเกตจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างการตอบคำถามของผู้ประกอบการของธุรกิจลูกซูป โดยผู้วิจัยทำการจดบันทึกข้อมูลสังเกตลงในสมุดบันทึกและบันทึกด้วยเทปบันทึกเสียง

3.3 ประเภทอุปกรณ์ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ปากกาและสมุดบันทึก เพื่อบันทึกข้อมูลจากการซักถามและการสังเกต

3.3.2 เทปบันทึกเสียง เพื่อความสะดวกรวดเร็วและสามารถเก็บข้อมูลได้ครอบคลุม เนื้อหาครบถ้วนโดยเฉพาะข้อมูลที่สำคัญ ที่ผู้วิจัยไม่สามารถบันทึกไว้ได้ทั้งหมดได้ทันขณะซักถาม

3.3.3 กล้องถ่ายรูป เพื่อบันทึกภาพหรือกิจกรรมต่างๆ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การศึกษาเอกสาร เพื่อให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการของธุรกิจลูกซูป เช่น สังคม ประชากร สภาพเศรษฐกิจ เป็นต้น

4.2 การสำรวจข้อมูลพื้นฐาน เป็นการสำรวจข้อมูลพื้นฐานให้ทราบถึงอาณาเขต บริเวณ จำนวน และสถานที่ตั้งที่เป็นที่พักอาศัยของผู้ประกอบการของธุรกิจลูกซูป

4.3 การสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) โดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ศึกษา โดยการสร้างแนวคำถามอย่างกว้างๆ เพื่อเป็นแนวทางการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งคำถามต่างๆสามารถยืดหยุ่นได้ โดยการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ใช้การซักถาม พูดคุยแบบเป็นกันเอง เพื่อป้องกันมิให้บุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลเกิดกังวลใจในการให้คำตอบ ซึ่งอาจมีผลต่อความเชื่อถือของข้อมูล

4.4 การสังเกต (Observation) เป็นการใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

5. การบันทึกข้อมูลภาคสนาม

การศึกษาภาคสนาม การบันทึกจะช่วยให้การศึกษาภาคสนามในการวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์หรือมีคุณภาพเพราะหากใช้เพียงการจำอย่างเดียว อาจจะทำให้ข้อมูลขาดหายหรือคลาดเคลื่อนไปได้ โดยผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลภาคสนามดังนี้

5.1 ข้อมูลจากการสนทนาหรือสัมภาษณ์

5.2 ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

8.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสังเกต จะทำการวิเคราะห์ไปพร้อมกับการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึก การถอดเทปบันทึกเสียง มาจัดแยกเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นต่างๆ และพิจารณาว่าข้อมูลที่ได้นั้นมีความสมบูรณ์เพียงพอที่จะตอบคำถามได้หรือไม่ และหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ที่สุด

8.2 วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) โดยจะมีการวิเคราะห์ข้อมูลและบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดจากการสัมภาษณ์และการสังเกต และจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีหรือแนวคิดเพื่อหาข้อสรุป

7. การตรวจสอบข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้ทำการตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory triangulation) คือ การตรวจสอบว่าถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working hypothesis) และแนวคิดขณะที่มีมติความสร้างข้อสรุป เหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ และได้ทำการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถาม พร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษากาการวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ที่ถามในด้านความเป็นมาของธุรกิจ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จ การดำเนินธุรกิจและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ ในพื้นที่เขตธนบุรี แขวงดาวคอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร จากผู้ประกอบการธุรกิจลูกซุบ ผู้วิจัยยังได้ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมเพื่อทำการวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ การสัมภาษณ์ข้อมูลในครั้งนี้สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ข้อมูลความเป็นมาทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ว่าธุรกิจลูกซุบของผู้ประกอบการนั้นเป็นการสืบทอดกิจการจากครอบครัวคือคุณแม่ โดยเป็นธุรกิจที่ครอบครัวทำมาเป็นเวลานาน และผู้ประกอบการเห็นว่าเป็นธุรกิจที่สามารถนำมาต่อยอดได้และสามารถหาเลี้ยงชีพให้กับครอบครัว จึงทำให้มีแรงจูงใจในการสืบทอดกิจการจากคุณแม่

2. ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จ

ผู้ประกอบการให้สัมภาษณ์ว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จก็คือความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการ ลูกค้า สินค้าและภาพลักษณ์ การมีฐานลูกค้าที่มั่นคงและเพิ่มมากขึ้นหรือการบอกปากต่อปากของลูกค้าที่ชื่นชอบในสินค้า ทำให้ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นจากความไว้วางใจของลูกค้าและความประทับใจแรกจากรูปลักษณ์หรือแพคเกจจิ้งของสินค้า ที่ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในอนาคต เนื่องจากธุรกิจลูกซุบจำเป็นต้องมีการติดต่อซื้อขายกับผู้คนจำนวนมาก และสินค้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้า โดยธุรกิจต้องการให้ภาพลักษณ์นั้นแตกต่างไปจากธุรกิจอื่น จึงมีการสร้างสรรค์สินค้าเมนูใหม่ๆขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความเป็นผู้นำ ลูกค้า สินค้าและภาพลักษณ์ จึงเป็นตัวแปรหลักที่ผู้ประกอบการอยากพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

3. รูปแบบการดำเนินธุรกิจ

เป็นการดำเนินธุรกิจแบบ SMEs หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำให้มีปัจจัยเสี่ยงทางด้านทุนน้อยที่สุด ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าขึ้นมากจึงใช้กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายเริ่มต้นโดยการขายออนไลน์ซึ่งใช้สื่อทาง Social media เป็นสื่อที่ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น เนื่องจากคนในยุคปัจจุบันจะเสพสื่อทาง Social media เป็นหลักเลยใช้สื่อช่องทางฟรีช่องทางนี้ ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือเป้าหมายได้ง่ายขึ้น และการจัดส่งสินค้าแบบ Delivery เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับลูกค้า และต่อมาเมื่อธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้นจึงมีหน้าร้านโดยการจัดตั้งเป็นบูทซึ่งเปิดตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ และกลยุทธ์ทางการตลาดคือการฉีกกฎขนมไทยแบบเดิมๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับสินค้าให้สามารถนำมาต่อยอดได้ พอลูกค้าเข้าถึงเราแล้วก็จะมีการจัดโปรโมชั่น มีส่วนลด มีกิจกรรมให้ลูกค้าเข้าร่วมเล่นหรือการอัปเดตเมนูใหม่ๆ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของลูกค้ามากขึ้น

4. ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ

ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จก็คือรสชาติ กลยุทธ์และภาวะผู้นำ ด้วยรสชาติที่อร่อย มีคุณภาพ จึงทำให้เป็นการกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก และการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาประยุกต์ใช้ ความแตกต่างของสินค้าที่สนองต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสินค้าใหม่ๆ ราคาที่คนทั่วไปสามารถจับต้องได้ การให้ส่วนลด การจัดโปรโมชั่นหรือการจัดกิจกรรมต่างๆให้ลูกค้าเข้าร่วม การจัดจำหน่ายหลายช่องทางที่อำนวยความสะดวกต่อลูกค้า การส่งเสริมตลาดโดยใช้เครื่องมือต่างๆ และการนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับสินค้าเนื่องจากลูกค้าเริ่มเบื่อขนมในรูปแบบเดิมๆ จึงมาคิดวิเคราะห์ว่าจะทำอย่างไรเพื่อให้ธุรกิจนั้นโตขึ้นและยังคงอยู่ในตลาดได้คงที่หรือมากขึ้น จึงได้มีการสร้างความแปลกใหม่ของสินค้าขึ้นมาจากลูกซุบแบบเดิมๆก็เปลี่ยนเป็น ลูกซุบสอดไส้ผลสด รอบเบอร์รี่ ลูกซุบไข่เค็ม ลูกซุบสอดไส้ช็อกโกแลต ลูกซุบเบ็ด ลูกซุบออแกนิกที่หวานน้อยกว่าปกติซึ่งเหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการลดน้ำหนักแต่อยากทานของหวาน และทำตามความต้องการของลูกค้าว่าอยากได้

เป็นรูปแบบใด มีการจัดทำตามเทศกาลต่างๆซึ่งจะมีลูกซุบที่ทำขึ้นเพื่อให้เข้ากับเทศกาลนั้นๆ ซึ่งทำให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าที่แข็งแรงและคงทน และทำให้เป็นการกระตุ้นยอดขายตลอดเวลา และภาวะผู้นำที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีคือ มีความรู้เกี่ยวกับงานที่ทำรวมถึงการเฝ้าหาความรู้ใหม่ๆอยู่เสมอ มีความคิดริเริ่มที่จะปฏิบัติสิ่งหนึ่งสิ่งใดในขอบเขตอำนาจหน้าที่ได้ด้วยตนเอง การมีมนุษยสัมพันธ์ผู้นำที่ดีจะต้องรู้จักประสานความคิด ประสานประโยชน์และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ ผู้นำที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีจะช่วย ให้ปัญหาใหญ่กลายเป็นปัญหาเล็กได้ และความอดทนจะเป็นพลังที่จะผลักดันงานให้ไปสู่จุดหมายที่วางไว้ได้

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์รูปแบบของการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการของดำเนินกิจการ เพื่อหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกซุบและเพื่อศึกษาความสำเร็จของปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม (SMEs) โดยศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัยและได้สร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์คือแนวคำถาม จากนั้นได้ทำการสำรวจถึงสถานที่จริงจากธุรกิจลูกซุบ ในพื้นที่เขตธนบุรี แขวงดาวคนอง จังหวัดกรุงเทพมหานคร การสำรวจพบว่ามีผู้ประกอบการจำนวน 1 ราย และลูกจ้างหรือพนักงานจำนวน 5 ราย ที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูล เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าวประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจลูกซุบ โดยมียอดขายมากกว่า 3,000,000 บาทต่อปี โดยการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยเลือกใช้คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ประกอบการธุรกิจลูกซุบ ผลการศึกษาพบว่า การเริ่มต้นธุรกิจมาจากการสืบทอดกิจการจากครอบครัว เนื่องจากคุณแม่อยากถ่ายทอดความรู้หรือฝีมือทางด้านขนมไทยให้กับผู้ประกอบการธุรกิจ

ผู้นำเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นต่อธุรกิจ การมีผู้นำที่ดีจะส่งผลให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ผู้นำที่ดีต้องรู้จักนำ กลยุทธ์ต่างๆเข้ามาช่วยในการบริหารงานของธุรกิจ มีการวางแผนและสามารถนำหรือชี้แนะบุคคลอื่นได้ แก้ไขปัญหา อุปสรรคของธุรกิจ รวมถึงการปรับความสัมพันธ์ต่างๆในการทำงานของผู้ร่วมงานให้สามารถทำงานร่วมกันได้ มีความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆของผู้ร่วมงานและปรับปรุงพัฒนาทักษะของผู้ร่วมงานให้มีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการสร้างบรรยากาศการบริหารให้เกิดแรงจูงใจให้ผู้ร่วมงานเข้ามามีส่วนร่วมทำงาน โดยมีความพึงพอใจในผลงานที่ปฏิบัติ มีความสุขในการทำงาน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

โดยกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการได้นำมาใช้คือ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย เพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้า ซึ่งด้านผลิตภัณฑ์คือมีรสชาติที่อร่อย มีคุณภาพและแบรนด์ของผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ด้านราคาราคามีความเหมาะสมกับประโยชน์ที่ได้รับ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีการจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ โดยการจัดส่งสินค้าแบบ Delivery และมีหน้าร้านในห้างสรรพสินค้า ซึ่งอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าและด้านการส่งเสริมการขายมีการจัดโปรโมชั่น จัดกิจกรรมให้ลูกค้าเข้าร่วมและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

ซึ่งธุรกิจจะเติบโตขึ้นไม่ได้ถ้าหากธุรกิจขาดความคิดสร้างสรรค์ในตัวสินค้า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ดีสุดให้ลูกค้าหันมาสนใจในสินค้าของธุรกิจ จากลูกซุบรูปผลไม้แบบเดิมๆ ก็สร้างสรรค์ใหม่โดย

เป็นลูกชุปสอดใส่สตรอเบอรี่ ลูกชุปสอดใส่ช็อกโกแลต ลูกชุปฟวงงุ่น ลูกชุปออแกนิกและการทำตามรูปแบบต่างๆที่ลูกค้าต้องการ รวมถึงการทำลูกชุปให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ เช่น วันสารทจีน วันขึ้นปีใหม่ วันฮาโลวีน ของชำร่วยงานแต่งงาน เค้กวันเกิด เป็นต้น ซึ่งวันสำคัญที่เกิดขึ้นต่างเป็นโอกาสที่เข้ามาที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตขึ้นและทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคและเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจเกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น

โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ภาณุวัฒน์ รัตนดิษฐ์, 2555) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสัมพันธ์มีผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคบนอินเทอร์เน็ตและมีผลต่อชื่อเสียงของธุรกิจออนไลน์และปัจจัยด้านคุณภาพของข้อมูลสินค้าและบริการ การรับรู้ต่อความเป็นส่วนตัวมีผลต่อความมีชื่อเสียงของธุรกิจออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกชุปเพื่อการเรียนรู้และปรับปรุงให้การดำเนินกิจการมีประสิทธิภาพและมีความประสบความสำเร็จมากขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยขอเสนอแนะความคิดเห็นดังนี้

1.1 จากการศึกษาพบว่า วิธีการซื้อขายเป็นการซื้อขายแบบออนไลน์กับลูกค้า อาจทำให้ทั้งตัวธุรกิจหรือลูกค้าเอง เกิดความไม่ไว้วางใจ ดังนั้นด้านธุรกิจอาจให้มีการวางมัดจำก่อนการส่งสินค้า ส่วนทางด้านลูกค้าอาจเลือกดูรีวิวสินค้าจากบุคคลอื่นก่อนการเลือกซื้อสินค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

พบว่าการศึกษาการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินกิจการและปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจลูกชุป คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย อาจมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆเพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน ซึ่งแนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรเลือกศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

2.1 ศึกษาผลกระทบของธุรกิจที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

2.2 ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ผู้บริโภค

2.3 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภค

บรรณานุกรม

- กุลนาถ อรุณณาพรและโสภณ พุสุวรรณ. (2553). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภค เครื่องดื่ม Sappe Beauti Drink กรณีศึกษา อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- จิรัฐ ชวนชม และนางลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร.(2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยว ของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร สืบค้นวันที่ 23 ตุลาคม 2559, จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/>
- จันทร์พิมพ์ หลวงแก้ว. (2554). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฝากเงินของลูกค้าธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน) สาขารังสิต จังหวัดปทุมธานี สืบค้นวันที่ 29 ตุลาคม 2559, จาก www.repository.rmutt.ac.th/bitstream/handle/123456789/834/124368.pdf
- ชุตินา หวังเบญจมาศและธนัชชา บินดุเหล็ม. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 23 ตุลาคม 2559, จาก www.hu.ac.th/Symposium2014/proceedings/data/3304/3304-8.pdf
- ฐนกร สองเมืองหนู. (2555). แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ 2555-2559 17 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://rongtanakorn.wordpress.com>
- ณัฐ อมรภิญโญ. (2555). รูปแบบการประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนของผู้ประกอบการรายย่อยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนประเทศไทย 23 ตุลาคม 2559, จาก www.east.spu.ac.th/journal/booksearch/upload/1237-1237-57.pdf
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2555). ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) จังหวัดนนทบุรี 10 ตุลาคม 2559, จาก www.rpu.ac.th/Library_web/doc/RC.../2552_Manage_Nuttavut.pdf
- ธเนศ ยุคันทวนิชชัย. (2553). การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ 29 ตุลาคม 2559, จาก <http://utcc2.utcc.ac.th/utccjournal>
- นารีนี อุดลธิฐิพัชร อังคณา ชันตรีจิตรานนท์ และนฤมล ศราธพันธุ์. (2558). ปัจจัยความสำเร็จและหลักเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในกรุงเทพมหานคร 10 ตุลาคม 2559, จาก www.thaiscience.info/journals/Article/TKJS/10978277.pdf
- นิตญา วิมูล. (2554). ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคคลีแลนด์ 17 กุมภาพันธ์ 2560 , จาก <http://nongwhaka.blogspot.com/2011/04/mcclellands-achievement-motivation.html>

- นิตยา 111. (2554). ทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ 6 พฤศจิกายน 2559, จาก
<https://nittaya111.wordpress.com/>
- ประพนธ์ เล็กสุมา. (2555). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจค้าปลีกเครื่องเขียนของผู้ประกอบการ
 รายย่อยในเขตอำเภอเมือง นครปฐม 10 ตุลาคม 2559, จาก
www.thapra.lib.su.ac.th/objects/thesis/fulltext/snamcn/.../fulltext.pdf
- ภาณุวัฒน์ รัตนดิษฐ์. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- วิจิต อุ๋อัน. (2551).ทฤษฎีการวางแผนการผลิต 6 ตุลาคม 2559, จาก
www.ex-mba.buu.ac.th/research/Bangsaen/Ent-4-Bs/.../05_ch2.pdf
- ศรีประไพพรรณ ทารคงและกัญญาณภัท พวงแก้ว.(2552). ปัจจัยที่สำคัญในความสำเร็จของการ
 ประกอบการของ บริษัท ทิปโก้ ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์ปริญญา
 มหบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- Duncan, T.R. (2002). IMC: Using Advertising and Promotion to Build Brands. 17
 February 2017 New York: McGraw-Hill.
- Kotler, P. (1997). Marketing Management. 17 February 2017. Upper Saddle River, NJ:
 Prentice-Hall.
- Maslow, Abraham H. (1970). Motivation and Personality. 17 February 2017, New York:
 Harper & Row, Publishers, Inc.
- Russell, J.T., and Lane, W.R. (2002). Kleppner's Advertising Procedure. 17 February
 2017. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Susbauer, J.C. (1969). The technical company formation process; A particular aspects
 of entrepreneurship.