

# เรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่

## Life History and Success Narrative of Mother's Digest Magazine Entrepreneur

บงกช วิศรุตเมธา<sup>1</sup>  
พิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงประวัติชีวิต เรื่องเล่าความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ ตลอดจนนำเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหา ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาแบบการศึกษาระดับชีวิตและเรื่องเล่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ 1 คนและพนักงานผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างประวัติและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่เป็นผู้ที่มีนิสัยรักการทำงานตั้งแต่เด็ก โดยมีความกล้าเสี่ยงที่จะริเริ่มสร้างสรรค์ก่อตั้งธุรกิจจากการมองเห็นช่องว่างของตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแม่และเด็ก และมีความคิดว่าธุรกิจที่ตนเองได้ก่อตั้งนั้นจะสามารถสร้างรายได้เลี้ยงชีพให้ตนเองและครอบครัว อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อสังคม ถึงแม้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในอดีตนั้นจะเป็นที่นิยมของผู้บริโภค แต่ในปัจจุบันผู้บริโภคหันไปบริโภคสื่อออนไลน์มากกว่า จึงทำให้ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่เผชิญปัญหาที่มีรายได้ลดลง อีกทั้งยังมีปัญหาด้านต้นทุนการผลิตที่คงที่ต้องแบกรับทุกๆเดือน และยังมีปัญหาด้านแรงงาน เมื่อเกิดปัญหาทำให้ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ มีการปรับตัวในยุคดิจิทัลและปรับรูปแบบให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค มีการวางแผนแก้ไขปัญหาทางการตลาดให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน จึงทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ จะเห็นได้ว่านิตยสารบันทึกคุณแม่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 25 ปี มีการตีพิมพ์มากกว่า 280 ฉบับ และยอดการขายสูงสุดถึง 20,000 เล่มต่อเดือน จัดจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ ขายทั้งสมาชิกที่สมัครรายปีและตามแผง ตามรายละเอียดที่กล่าวข้างต้นนี้บ่งบอกให้ทราบถึงความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student in Master of Business Administration Program in Entrepreneurship, Faculty of Management Science, Silpakorn University.

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assoc. Prof. Dr. Department of Marketing Faculty of Management Science, Silpakorn University

## Abstract

The objectives of this research were to study life history and success story of Mother's Digest Magazine entrepreneur, problems and career obstacles of Mother's Digest Magazine entrepreneur and how to overcome them. The study was a qualitative research methodology. By using the autobiography and narrative approach. The key informants was Mother's Digest Magazine entrepreneur and five related employees. Data were collected by the autobiography that was narrated by Mother's Digest Magazine entrepreneur life history and non-participant observation.

The research found that Mother's Digest Magazine entrepreneur has a habit of working for childhood. With the courage to start the business initiative, seeing the gap in the print media market with content of mother and child. And this business can make a living for themselves. It is also a social benefit. Although print media in the past was popular with consumers. But nowadays, consumers turn to online media. Therefore, the Mother's Digest Magazine entrepreneur faces the problem of reduced income. There was also a fixed cost of production to bear the burden every month and also have a labor problems. As a result, Her was adapted in the digital age and adapted to the needs of consumers. Planning to solve marketing problems in line with current economic situation. So it succeeded in running a business. It is evident that the magazine's record of over 25 years has been published, with more than 280 issue and 20,000 sales per month distributed at leading department stores. Sell both subscription and annual subscribers. As mentioned above, this indicates the success of magazine entrepreneur.

## ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่สำคัญเป็นอันดับต้นๆ โดยสื่อที่ผู้บริโภคนิยมใช้ในการเรียนรู้และหาข้อมูลข่าวสารก็คือ นิตยสาร ซึ่งจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทสื่อมวลชน เนื้อหาในนิตยสารนั้นจะมีรายละเอียดที่เฉพาะเจาะจงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น นิตยสารแฟชั่น นิตยสารบันเทิง นิตยสารเรื่องราวความรักหลากหลายหรือนิตยสารแม่และเด็ก ฯลฯ และเนื่องจากนิตยสารมีระยะเวลาในการวางตลาดที่แน่นอน มีการตีพิมพ์ตั้งแต่รายสัปดาห์ รายเดือน ไปจนถึงรายปี จึงมีข้อได้เปรียบในการรวบรวมข้อมูลเนื้อหาได้มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นเพื่อนำเสนอออกมาสู่ผู้บริโภค (อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล และอภิชาต อธิธรรม, 2555) ดังนั้น นิตยสารจึงเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่ทำให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่าน ที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อให้ผู้อ่านมีทัศนคติที่ดี เข้าใจในเนื้อหานั้นๆ ได้ดีขึ้น

ที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ เป็นสิ่งที่จับต้องได้มากกว่าสื่อออนไลน์ต่างๆ อีกทั้งยังมีแหล่งที่มาของข้อมูลที่สามารถระบุได้อย่างชัดเจน หากแต่ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์นั้นมีต้นทุนในการลงทุนสูง ซึ่งประกอบไปด้วยค่าใช้จ่ายในการจัดการต่างๆ อีกทั้งปัจจุบันผู้บริโภคมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเข้ามาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ จึงมีช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ รับ-ส่งข้อมูลข่าวสารที่มากขึ้น อาทิเช่น สื่อออนไลน์ สื่อดิจิทัล เป็นต้น จากผลงานวิจัยของ Ericsson Consumer Lab พบว่าผู้บริโภคในประเทศไทย มีการเข้าถึงสมาร์ตโฟนที่ใช้ในตัวเมืองมีอัตราเพิ่มขึ้นถึงสองเท่าจาก 17% ปี 2555 เป็น 36% ในปี 2556 เห็นได้ว่าจำนวนผู้บริโภคของประเทศไทยมีการใช้งานของสมาร์ตโฟนจำนวนเพิ่มขึ้นเยอะที่สุดในภูมิภาคเอเชีย และมีปริมาณสูงขึ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจสิ่งพิมพ์ได้รับผลกระทบ (อัศวิน พิษณุกุล, 2557)

เมื่อผู้บริโภคนิยมอ่านข่าวสารในสื่อออนไลน์มากขึ้น ทำให้จำนวนคนรับข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ลดน้อยลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากมีสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทำให้มีอิทธิพลในการอ่านของผู้บริโภค โดยสื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวกสบาย ไม่จำกัดเวลา สถานที่ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมเป็นทั้งผู้บริโภค ผู้ผลิตเนื้อหาและแลกเปลี่ยนข้อมูลอีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้ว่าสิ่งพิมพ์ดิจิทัลมีการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลกระทบให้ธุรกิจนิตยสารในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ได้รับความนิยมน้อยลง (ภรภัทร รุจยาชยะกูร, 2556) อีกทั้งองค์กรธุรกิจต่างๆ ที่เป็นผู้สนับสนุนโฆษณาในนิตยสารเลือกที่จะใช้สื่อดิจิทัลในการโฆษณาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่เป็นธุรกิจของตนมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจโดยการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เท่าทันกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เพื่อสามารถทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้

ผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์กำลังเผชิญกับความท้าทายจากยุคดิจิทัล โดยมีสื่อออนไลน์เข้ามาแทนที่สื่อสิ่งพิมพ์ที่เป็นกระดาษ ซึ่งทำให้สื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะเลือนหายไป ถึงแม้ว่าส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) ของธุรกิจสิ่งพิมพ์ยังมีอยู่ค่อนข้างมากและมีแนวโน้มของผู้บริโภคที่สูงขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมการพิมพ์ของไทยได้พัฒนาขึ้น โดยเฉพาะมีเทคโนโลยีทางการพิมพ์และ มีการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและความต้องการทางการตลาดของผู้บริโภคดังที่กล่าวมาเบื้องต้นก็ตาม ทำให้ผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์ต้องไม่นำเสนอข้อมูลข่าวสารเพียงแค่อ่านสิ่งพิมพ์ กระดาษเท่านั้น ผู้ประกอบการต้องมีการเพิ่มช่องทางสื่อออนไลน์ด้วย เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น (วิรัตน์ แสงทองคำ, 2554)

ชัยยุทธ เลิศพาชิน (2555) กล่าวว่า ผู้ประกอบการในปัจจุบันจะต้องเป็นผู้ที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในสังคมธุรกิจปัจจุบันที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการจะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีการบริหารงานในรูปแบบเชิงรุกมีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ขององค์กรอย่างชัดเจนคอยสังเกต และศึกษากลยุทธ์คู่แข่งที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อนำมาวิเคราะห์หรือข้อมูล วางแผน เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่ง และใช้ “การจัดการเชิงกลยุทธ์” ในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันให้ยั่งยืนและพัฒนาสืบต่อไป

ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์กำลังเผชิญกับภาวะวิกฤตของสื่อออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ แต่สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่ยังสนใจศึกษาข้อมูลเชิงลึก เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลของนิตยสารจะเป็นข้อมูลที่เฉพาะเจาะจง โดยผู้ประกอบการจะเน้นการนำเสนอข้อมูลที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงทำให้นิตยสารเฉพาะกลุ่มในประเทศไทยยังได้รับความนิยมและทำให้เจริญเติบโตต่อไปได้ในอนาคต นิตยสารที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากเป็นพิเศษคือนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพของแม่และเด็ก การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลี้ยงลูก การดูแลเรื่องโภชนาการอาหาร อีกทั้งพัฒนาการเด็กของแต่ละช่วงวัยอีกด้วย (เมธาวี ดาราฉาย, 2558)

นิตยสารบันทึกคุณแม่ เป็นนิตยสารเพื่อการพัฒนาครอบครัวและพัฒนาเด็กแรกเกิดถึง 9 ปี ซึ่งดำเนินการตีพิมพ์เข้าสู่ปีที่ 25 โดยมียอดการตีพิมพ์ของแต่ละฉบับสูงสุดถึง 20,000 เล่มต่อเดือน มีการวางแผนทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่วประเทศไทยมีจำนวนสมาชิกมากกว่า 10,000 คน และยังเป็นนิตยสารที่แจกอฟรีในโรงพยาบาลต่างๆอีกมากมาย นิตยสารบันทึกคุณแม่นอกจากจะผลิตนิตยสารแล้วยังได้จัดสัมมนาเพื่อฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจของพ่อแม่มือใหม่ นิตยสารบันทึกคุณแม่ก่อตั้งขึ้นมาโดยเกิดจากการให้ความสำคัญของสถาบันครอบครัวและการประกอบธุรกิจที่มี

ประโยชน์ต่อสังคมของผู้ประกอบการ โดยได้รวบรวมเนื้อหาจากการเขียนของนักเขียนผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านแม่และเด็ก ไม่ว่าจะเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น สูตินรีแพทย์ แพทย์ผิวหนังเด็ก และด้านอื่นๆอีกมากมาย อีกทั้งยังมีนักจิตวิทยาเด็ก นักดนตรีบำบัด และจากผู้ที่มีประสบการณ์การเลี้ยงลูกที่เขียนถ่ายทอดเรื่องราวมุมมองข้อคิด เลี้ยงลูก ซึ่งจะเห็นได้ว่านิตยสารบันทึกคุณแม่เป็นนิตยสารที่มีคุณภาพมีแหล่งข้อมูลและเนื้อหาที่น่าเชื่อถือทำให้นิตยสารบันทึกคุณแม่มักเป็นที่ต้องการและได้รับความไว้วางใจจากผู้อ่าน เห็นได้ว่าธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์นิตยสารบันทึกคุณแม่มักประสบความสำเร็จและสามารถสร้างรายได้ให้ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มของผลประกอบการที่ดีขึ้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการนิตยสารที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่เริ่มประกอบธุรกิจและระหว่างดำเนินธุรกิจ เพื่อศึกษาถึงกระบวนการเป็นผู้ประกอบการนิตยสาร ศึกษาประวัติชีวิตความเป็นอยู่ แนวทางความสำเร็จในการประกอบการ ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่มาเป็นระยะเวลา 25 ปี เพื่อสร้างองค์ความรู้และเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานของรัฐบาลหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในการแก้ไขปัญหาสื่อสิ่งพิมพ์ต่อไป

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงประวัติชีวิตของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่
2. เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มก่อตั้งธุรกิจจนถึงปัจจุบัน ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่
3. เพื่อศึกษาถึงเรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่

#### ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติชีวิตและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ ศึกษาความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของนิตยสารบันทึกคุณแม่ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการประกอบธุรกิจ ตลอดจนแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่เริ่มดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาบริษัท เอเชีย บิซ คอนเนคท์ กรุ๊ป จำกัด เป็นบริษัทจัดทำนิตยสารบันทึกคุณแม่ โดยเป็นสถานที่ทำงานของผู้ให้ข้อมูลหลัก
3. ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ คุณวรรณิ สนั่นวัฒนานนท์ เจ้าของนิตยสารบันทึกคุณแม่และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก คือพนักงานบริษัท จำนวน 5 คน
4. ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ทำการวิจัยเริ่มจากเดือนพฤศจิกายน 2559 ถึงเดือนมีนาคม 2560

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องเล่าความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

##### 4.1. แนวคิดด้านผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือ ผู้ที่เริ่มธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือเป้าหมายของตนด้วยความกล้าเสี่ยง เสาะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ มุ่งมั่นอุทิศหาความสำเร็จ และเป็นผู้รับผิดชอบบริหารธุรกิจ จัดหาทุนและทรัพยากรดำเนินการ รวมทั้งยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามที่ได้คาดหวังไว้

ซุติภา โอบาสนานนท์ (2543) กล่าวถึง ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่า บุคคลที่คิดดำเนินธุรกิจของตนเอง จะต้องมีความอดทนของความเป็นผู้ประกอบการ บุคคลเหล่านั้นจะมีจิตใจที่แน่วแน่ กล้าเสี่ยง มีความมุ่งมั่นพยายาม ไม่หวั่นเกรงต่ออุปสรรคใดๆ ที่จะเกิดขึ้น จะต้องพยายามแก้ไขปัญหา เผชิญกับความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะปัญหาจะหนัก จะเหนื่อยแค่ไหนก็ต้องอดทน มีความกระตือรือร้น ชยัน ตั้งใจทำงานและมีความผูกพันกับงานที่ทำ เพื่อให้เกิดความสำเร็จอีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องมีคุณธรรม เพื่อก่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ เพื่อสร้างและรักษาความไว้วางใจและความเชื่อมั่นต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง

#### 4.2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ความสำเร็จในการทำธุรกิจอาจวัดได้จากการเติบโตหรือผลกำไรของธุรกิจ โดยกำหนดเป้าหมายและวัดการประสบความสำเร็จจากผลงานที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามเกณฑ์ในการพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจสามารถวัดได้จากหลายประการตามความประสงค์ของผู้ประกอบการก็ได้

สุธิดา เสถียรมาศ (2555) เสนอว่า ในระบบการวัดผลสำเร็จทางธุรกิจแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นการวัดด้านการเงินเป็นหลัก แต่การวัดด้านการเงินเป็นเพียงการบอกเรื่องราวของเหตุการณ์ในอดีต ซึ่งเหมาะสมกับยุคของธุรกิจอุตสาหกรรมที่ลงทุนในกำลังการผลิตสำหรับระยะยาวและความสัมพันธ์กับลูกค้า ไม่ใช่จุดสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ทั้งหมด เมื่อธุรกิจก้าวเข้าสู่ยุคเทคโนโลยี ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างคุณค่าในอนาคตโดยผ่านการลงทุนด้านลูกค้า ผู้ร่วมค้า พนักงาน กระบวนการธุรกิจ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนั้นการที่จะวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางด้านการเงินแล้ว ยังจะวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้าด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมประกอบกันด้วย

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมธาวี ดาราฉาย (2559) ได้วิจัยเรื่อง การบริหารงานนิตยสารรักลูก เพื่อความอยู่รอดในยุคปัจจุบัน พบว่า มีปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ที่องค์กรสามารถควบคุม จัดการ ทั้งแก้ไขได้และไม่ได้ องค์กรนิตยสารรักลูกได้มีการปรับตัว ปรับแนวทางการบริหารโดยมีการนำเทคโนโลยี เช่น โปรแกรมและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ รวมทั้งมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยที่มีผลมากที่สุด เศรษฐกิจ เพราะรายได้หลักของนิตยสารรักลูกมาจากการขายโฆษณาและการจำหน่ายนิตยสาร เมื่อภาวะเศรษฐกิจภาพรวมตกต่ำทำให้เกิดผลกระทบโดยตรงต่อยอดจำหน่ายและรายได้ บวกกับพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อของผู้่านเปลี่ยนไปเป็นการหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์อื่นๆ แทนผู้อ่านนิยมรับข้อมูลสั้นๆ และหลากหลาย นิตยสารรักลูกจึงต้องสู้กับปัญหาเหล่านี้ โดยพยายามนำเสนอเนื้อหาในแง่มุมใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำกับเรื่องเดิม มีการปรับเนื้อหาให้ทันสมัยเพื่อให้เป็นผู้นำด้านข้อมูลในสื่ออินเทอร์เน็ตให้ได้

วิมลพิริภา เกตุเทียน (2556) ได้วิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง มีจำนวน 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมั่นคงระดม ปัจจัยความเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการ ปัจจัยความสม่ำเสมอ และใส่ใจในการเรียนรู้และปัจจัยความใส่ใจในความสำเร็จ

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การดำเนินวิจัยครั้งนี้ เป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาแบบการศึกษา  
อัตชีวประวัติและเรื่องเล่า โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนิตยสารบันเทิงคุณแม่ และบุคคลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ  
นิตยสารบันเทิงคุณแม่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. ผู้วิจัย นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข้อมูลจาก  
การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก สามารถรับรู้ความรู้สึก อารมณ์และรายละเอียดต่างๆ ผ่านสีหน้า กิริยาท่าทาง ผู้วิจัยจะต้อง  
มีการวางแผน เตรียมคำถามและอุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้พร้อม เพื่อให้การเก็บข้อมูลได้ประสิทธิภาพและ  
ประสิทธิผลมากที่สุด โดยผู้วิจัยต้องเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์ มีความเป็นกันเอง เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูล  
หลักรู้สึกผ่อนคลาย ไม่กังวล สามารถแสดงออกทางสีหน้า ท่าทาง เพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นกลั่นกรองออกมาจากรเรื่องเล่าแบบ  
เป็นธรรมชาติมากที่สุด เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2. คำถามในการสัมภาษณ์ เป็นคำถามเกี่ยวกับประวัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้แนวคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับการ  
ดำเนินชีวิต ชีวประวัติ การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาในการ  
ดำเนินงาน

3. เครื่องบันทึกเสียง ใช้บันทึกเสียงผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เพื่อให้การเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ได้  
ครบถ้วนมากที่สุด เนื่องจากบางครั้งไม่สามารถเก็บรายละเอียดได้หมดในการจดบันทึก จึงต้องมีเครื่องบันทึกเสียงไว้เพื่อนำ  
ข้อมูลที่อาจตกหล่นมาวิเคราะห์ได้ ผู้วิจัยจะขออนุญาต ในการใช้เครื่องบันทึกเสียงทุกครั้ง ถ้าได้รับอนุญาตแล้วจึงจะ  
สัมภาษณ์โดยการใช้เครื่องบันทึกเสียง

4. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล ใช้เพื่อบันทึกภาพในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนิตยสารบันเทิงคุณแม่ซึ่งเป็นผู้ให้  
ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลหลัก อีกทั้งยังใช้เก็บภาพบรรยากาศในการออกแสดงสินค้าและงานสัมมนาของ  
บริษัท

5. เครื่องมือที่ช่วยจดบันทึก ใช้สมุดและปากกาในการจดข้อมูลทั่วไป จดบันทึกระหว่างการสนทนา รวมทั้งความ  
คิดเห็น ข้อเสนอแนะในรายละเอียดต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้อง

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยตรงจากผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูล  
หลัก รวมทั้งหมดจำนวน 6 คน โดยใช้การสัมภาษณ์ตามแนวทางอัตชีวประวัติและเรื่องเล่า ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ ผู้  
สัมภาษณ์เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถแสดงความคิดเห็นและถ่ายทอดเรื่องเล่าของตนเองได้อย่างอิสระ ซึ่งผู้วิจัย  
ใช้คำถามแบบปลายเปิด ในการสัมภาษณ์และยังใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ทั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินสัมภาษณ์โดย  
มีการวางแผน เก็บรวบรวมข้อมูลและเก็บข้อมูลทุกอย่างด้วยตนเอง ทำให้ข้อมูลทุกอย่างไม่คลาดเคลื่อน ถูกต้องและ  
เป็นไปตามผู้ให้ข้อมูลหลักได้ให้สัมภาษณ์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  
วิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความวิชาการ รายงาน วารสารและข้อมูลทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อรวบรวมแนวคิดและข้อมูลที่  
เกี่ยวข้องและใกล้เคียงกับการวิจัยไปเป็นส่วนประกอบในการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย

## การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลของการวิจัย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (สฤงศ์ จันทวานิช, 2546) โดยมีการเปรียบเทียบจากมุมมองหลายๆ ด้าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยพิจารณาจากแหล่งเวลา สถานที่และบุคคลที่แตกต่างกัน ถ้าข้อมูลต่างเวลากันข้อมูลที่ได้นั้นจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันข้อมูลที่ได้นั้นจะเหมือนกันหรือไม่ และหากบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ อีกทั้งเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายๆวิธี ทั้งวิธีการเก็บข้อมูลจากเอกสาร การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อความแน่นอนว่าข้อมูลสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ และเปรียบเทียบจากการใช้ทฤษฎีแนวคิดหลายๆชุด เพื่อเป็นกรอบแนวคิดหรือการวางแผนการเก็บข้อมูล โดยหากข้อมูลมีความขัดแย้งกัน ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลอีกครั้ง หากข้อมูลที่ทำกรตรวจสอบมีความเหมือนกัน ก็จะถือได้ว่าเป็นข้อมูลที่มีความถูกต้องแล้ว ซึ่งผู้วิจัยจะทำการคัดแยกเป็นหมวดหมู่ในแต่ละประเด็น เพื่อทำการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลต่อไป

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ การนำเรื่องเล่ามาวิเคราะห์ (Analysis of Narrative) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) ผู้วิจัยได้นำเรื่องเล่าของผู้ประกอบการนิตยสารบันเทิงคุณแม่มาวิเคราะห์และตีความโดยอาศัยพื้นฐานทางทฤษฎี ผ่านโลกทัศน์และประสบการณ์ของผู้วิจัย เพื่อเข้าถึงเรื่องราวที่ผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการนำเสนอ ซึ่งการวิเคราะห์เรื่องเล่าของผู้ให้ข้อมูลหลักนั้น จะใช้ข้อมูลจากเรื่องเล่าหลายๆเรื่องมาสร้างเป็นมโนทัศน์ต่างๆ และเชื่อมโยงมโนทัศน์เข้าด้วยกันตามประเด็นของเรื่องที่คุณวิจัยทำการศึกษา จะเรียกการวิเคราะห์ดังกล่าวนี้ว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างต้นแบบ (Paradigmatic Analysis) เป็นการสร้างข้อเสนองเชิงทฤษฎีจากข้อมูลโดยอาศัยการตีความ การให้ความหมายของข้อมูล และความไวเชิงทฤษฎี (นภาพกรณ์ หะวานนท์, 2552) โดยการเขียนแบบเล่าเรื่องนั้นจะทำให้ทราบถึงข้อเท็จจริงของประเด็นที่ผู้วิจัยทำการศึกษา โดยจะมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การเตรียมข้อมูลจากการจัดบันทึกและการถอดเทป ผู้วิจัยจะทำการถอดเทปและรวบรวมข้อมูลจากการบันทึกการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดเพื่อความสมบูรณ์ของเนื้อหาสาระข้อมูล รวมถึงการทำทางขณะสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความสมบูรณ์อย่างเต็มที่
2. วางแผนการวิเคราะห์ข้อมูลและลงรหัสข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สมบูรณ์แล้ว ผู้วิจัยจะต้องทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด เพื่อให้สามารถมองเห็นภาพรวมของข้อมูลที่ได้ สามารถตีความหมายของข้อมูลและจัดหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นชุดข้อมูล โดยแบ่งข้อมูลที่มีความสอดคล้องคล้ายคลึงกันอยู่ในชุดข้อมูลเดียวกัน เพื่อให้มีความสะดวกและง่ายต่อการใช้งาน
3. การแปลความหมายและนำเสนอผลการวิเคราะห์ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด ผู้วิจัยจะต้องเข้าใจความสัมพันธ์ของประเด็นหลักทั้งหมด และทำการตีความหมายของประเด็นหลักให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดเพื่อหาข้อสรุปและอภิปรายผลการวิจัยโดยการบรรยายเป็นแบบเล่าเรื่องให้ทราบประเด็นหลักเรียงตามประเด็นที่ผู้วิจัยศึกษา

## ผลการวิจัย

### 1. ประวัติชีวิตผู้ประกอบการนิตยสารบันทึที่คุณแม่

การดำเนินชีวิตของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่เป็นไปด้วยความกระตือรือร้น เสาะแสวงหาความรู้เพื่อพัฒนาตนเอง และธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ฐานะครอบครัวอยู่ในระดับปานกลาง ครอบครัวมีเชื้อสายจีน พ่อแม่มีอาชีพค้าขาย เป็นคนที่ชอบทำงานตั้งแต่เด็ก เมื่อเรียนจบชั้นมัธยมแล้ว ก็ออกมาช่วยพี่ชายและที่บ้านค้าขาย และศึกษาต่อปริญญาตรีไปด้วย การที่ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่ทำงานและเรียนไปด้วย ควบคู่กันไปทั้งสองอย่าง ด้วยความขยัน มานะอดทนและมีวินัย สามารถแบ่งเวลาได้เป็นอย่างดี ทำให้เรียนจบในเวลา 3 ปีครึ่ง เมื่อศึกษาจบปริญญาตรี จึงได้มาช่วยธุรกิจพี่ชายอย่างเต็มตัว เป็นธุรกิจเกี่ยวกับขายตัวเครื่องบิน และต่อมาได้พัฒนาเป็นธุรกิจทางด้านผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่มีหน้าที่รับผิดชอบโปรเจกต์ทางด้านงานอุตสาหกรรม ดูแลทั้งทางด้านการขายพื้นที่ ให้คนที่นำเข้าเครื่องจักร นำเครื่องจักรมาแสดงในงานแสดงสินค้า โดยจัดทำสื่อเป็นนิตยสารภายใน ในการทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของลูกค้าให้กับกลุ่มเป้าหมายคือโรงงานที่จะมาซื้อเครื่องจักรหรือมาชมงาน ทำให้ทำให้ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่อยู่ในแวดวงทางด้านอุตสาหกรรมโลหะการ

ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่ได้ช่วยพี่ชายทำธุรกิจมาจนถึง 10 ปี จึงได้ตัดสินใจขอพี่ชายออกมาตั้งธุรกิจด้านสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง โดยยืมใช้เงินลงทุนจากพี่ชาย ได้ก่อตั้งบริษัทขึ้น ชื่อบริษัท เอเชีย บิซ คอนเนคท์ กรุ๊ป จำกัด เป็นการทำธุรกิจแบบ Business to Business ซึ่งได้จัดทำนิตยสาร Trade magazine เป็นนิตยสารด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะผู้ประกอบการ นักลงทุน นักธุรกิจด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เท่านั้น จึงทำให้อยู่ในวงการสื่อสิ่งพิมพ์มาตลอด หลังจากนั้นได้เล็งเห็นช่องว่างทางการตลาดของการให้ความรู้ ข้อมูลการเลี้ยงลูก การให้คำแนะนำสำหรับคุณแม่มือใหม่ในตลาดยังไม่แพร่หลาย นิตยสารที่มีอยู่ในตลาดนั้นมักจะเน้นวิชาการอย่างเดียว จึงทำให้ผู้ประกอบการคิดเป็นหัวนิตยสารขึ้นมา ชื่อว่า “นิตยสารบันทึคุณแม่” ภายใต้คำจำกัดความที่ว่า นิตยสารบันทึคุณแม่คือนิตยสารสำหรับแม่และเด็ก ซึ่งมีเนื้อหาที่ครอบคลุมและหลากหลายเพื่อพัฒนาครอบครัวคุณภาพ และการเลี้ยงลูกน้อยตั้งแต่แรกเกิดถึง 9 ปี พัฒนาการของเด็กในแต่ละวัย การให้นมลูกสำหรับคุณแม่มือใหม่ ข้อมูลสำหรับการใช้ชีวิตของครอบครัวยุคใหม่เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิตและการเลี้ยงลูก ซึ่งเน้นการใช้คำที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป ทำให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย

นิตยสารบันทึคุณแม่ได้ตีพิมพ์ฉบับแรกเมื่อเดือนสิงหาคม ปี พ.ศ.2536 จนถึงปัจจุบัน ด้วยความที่ผู้ประกอบการไม่มีต้นทุน ใช้ทุนในการจดทะเบียนไม่เยอะ จึงเริ่มต้นจากนิตยสารบันทึคุณแม่ฉบับแรก จัดทำเป็นนิตยสารแจกฟรี แบบแถบลอย แจกฟรีตามโรงพยาบาล ตามโรงเรียน เพื่อที่จะสร้างฐานข้อมูลผู้อ่าน จึงทำให้ได้รับความนิยมไว้วางใจจากลูกค้า และมีการพัฒนาอยู่เรื่อยๆ เริ่มจากเป็นนิตยสารแบบเย็บมุมมีสีขาวดำใช้กระดาษปอนด์ พัฒนามาเรื่อยๆ ให้นิตยสารน่าอ่านและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ทำให้นิตยสารมีรูปแบบที่ทันสมัย พัฒนาเป็น 4 สี ปรับปรุงเนื้อหาให้มีความหลากหลาย ทันสมัยและมีเนื้อหาที่เพิ่มขึ้น จนทำให้นิตยสารมีจำนวนหน้าถึง 200 กว่าหน้า

จากการศึกษาผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่เป็นผู้ที่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มองหาโอกาสและช่องว่างทางธุรกิจ ปรับปรุง พัฒนาธุรกิจของตนเอง และผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ มีประโยชน์ต่อผู้อ่านและสังคม ทำให้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึคุณแม่เป็นที่รู้จักในวงการนิตยสารที่มีเนื้อหาแม่และเด็ก เป็นที่ไว้วางใจของลูกค้าและผู้บริโภคอีกด้วย



## 2. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจและแนวทางการแก้ไขปัญหาของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึที่คุณแม่

2.1 ด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ยุคดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในปัจจุบันทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ผู้บริโภคหันไปบริโภคสื่อออนไลน์มากขึ้น และอ่านนิตยสารน้อยลง ทำให้นิตยสารยอดขายลดลงอย่างเห็นได้ชัด ผู้ประกอบการจึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ และตลาดในปัจจุบัน โดยปรับปรุงนิตยสารให้มีความทันสมัย และเข้าถึงผู้บริโภคให้มากกว่าเดิม และเพิ่มเนื้อหาทางช่องทางสื่อออนไลน์อีกด้วย เพื่อสามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้อ่าน และเพิ่มช่องทางการหารายได้

2.2 ด้านต้นทุนการผลิตที่ เนื่องจากนิตยสารบันทึที่คุณแม่เป็นนิตยสารรายเดือน การผลิตนิตยสารต้องมีค่าใช้จ่ายในการตีพิมพ์ ต้องจ่ายเงินให้กับโรงพิมพ์ทุกเดือน อีกทั้งยังมีค่าตอบแทนพนักงานซึ่งในอดีตมีบรรณาธิการ 2-3 คน กราฟฟิก 3-4 คน ทีมฝ่ายขายเกือบ 10 คน พนักงานบัญชี 3 คน แต่ปัจจุบันนี้ต้องลดต้นทุนเหล่านี้ โดยลดพนักงานลง และจ้างเอชอาร์หรือบุคคลภายนอก รับทำงานนั่นเอง เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลง ทำให้รายรับและรายจ่ายสมดุลหรือมีกำไรสามารถทำให้อธุรกิจดำเนินต่อไปได้

2.3 ด้านคู่แข่งทางการตลาด ในปัจจุบันมีนิตยสารที่มีเนื้อหาประเภทแม่และเด็กเพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกเพิ่มมากขึ้น ทำให้รายได้ลดลง ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ทางการขาย โดยขายนิตยสาร ควบคู่ไปกับการจัดสัมมนาและเพิ่มช่องทางออนไลน์ อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็กจำหน่ายอีกด้วย

2.4 ด้านแรงงาน การทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จะต้องมีฝ่ายขาย ที่มีความเชี่ยวชาญ รู้จักปรับตัว และ เข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคและลูกค้าเป็นอย่างดี แต่ทีมฝ่ายขายมีการเปลี่ยนแปลงที่มบ่อย เนื่องจากไม่มีความอดทนและไม่มีความรักในสิ่งที่ทำจริงๆ ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสนเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่มบ่อยจนเกินไปเจรจาหรือตกลงงานที่เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจึงแก้ปัญหาโดยการไปพบลูกค้ากับทีมฝ่ายขาย เมื่อฝ่ายขายเปลี่ยนทีมจะได้เจรจาธุรกิจกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึที่คุณแม่ ด้วยปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทำให้ผู้ประกอบการมีความรู้ และเข้าใจในการทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น โดยแก้ไขปัญหาด้วยความรอบคอบ ศึกษาสิ่งรอบตัวและศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ไม่หยุดที่จะพัฒนาให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และยังทำในสิ่งที่รัก จึงทำให้แรงผลักดันเหล่านี้ ทำให้ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึที่คุณแม่สามารถก้าวข้ามผ่านปัญหาทุกอย่างไปได้ด้วยดี

## 3. ความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารบันทึที่คุณแม่

การประกอบธุรกิจนิตยสารบันทึที่คุณแม่เป็นรูปแบบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รูปแบบการดำเนินธุรกิจเริ่มต้นจากมีหุ้นส่วน โดยมีเพื่อนชาวใต้หวัน 1 คน หลังจากนั้นหุ้นส่วนได้กลับไปอยู่ใต้หวัน จึงทำให้เป็นเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียว โดยผู้ประกอบการได้เรียนรู้ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์จากการทำงานของบริษัทของพี่ชาย หลังจากนั้นจึงมองเห็นโอกาสและช่องว่างทางธุรกิจของสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารที่ให้ความรู้และมีเนื้อหาเกี่ยวกับแม่และเด็ก ในอดีตซึ่งยังไม่มีแพร่หลายเหมือนกับปัจจุบัน โดยมีแนวคิดที่ว่าธุรกิจที่ตนเองทำนั้น ต้องมีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและมีประโยชน์ต่อสังคม อีกทั้งผู้ประกอบการยังรักในอาชีพสื่อสิ่งพิมพ์ รู้สึกภูมิใจที่ผลิตสิ่งที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคและมีประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย ทำให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะผลักดันธุรกิจ สร้างสรรค์ทีมงานและงานที่มีคุณภาพอยู่ตลอดเวลา จนกลายมาเป็นนิตยสารที่มีชื่อเสียงในแวดวงธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคและไว้วางใจ

สำหรับคุณแม่เมื่อใหม่ มายาวนานกว่า 25 ปี ผู้ประกอบการเริ่มก่อตั้งบริษัท ชื่อว่า บริษัท เอเชีย บิซ คอนเนคท์ กรุ๊ป จำกัด ขึ้นมา โดยเป็นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง นิตยสารบันทึกคุณแม่ตีพิมพ์ฉบับแรกเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ.2536 ก่อตั้งโดยใช้ทุนของพี่ชาย ด้วยผู้ประกอบการมีทุนไม่มากนัก จึงทำให้นิตยสารบันทึกคุณแม่ใช้เวลาสร้างฐานลูกค้าอยู่นานพอสมควร โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดเริ่มจากการสร้างฐานลูกค้า เริ่มต้นจากการทำนิตยสารแจกฟรีตามแถบลอย ตามโรงพยาบาลและตามโรงเรียนต่างๆ นิตยสารบันทึกคุณแม่เล่มแรกจะมีลักษณะเย็บมุมกระดาษ เป็นสีชาวดำ ซึ่งใช้ต้นทุนไม่สูงมาก จนพัฒนามาเรื่อยๆ จนถึงปัจจุบันที่กลายเป็นนิตยสารที่ทันสมัย มีสีสันน่าอ่าน ด้วยความพยายามในการใช้เวลาสร้างฐานลูกค้า สร้างทีมงานคุณภาพ สรรหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นักเขียน นักดนตรีบำบัด คุณแม่ผู้มีประสบการณ์ ที่ถ่ายทอดความรู้ เรื่องราวและมุมมองในการเลี้ยงลูกนั้น ไม่ใช่เรื่องง่ายเลยทีเดียว แต่ผู้ประกอบการก็ไม่หยุดที่จะพัฒนาตนเองและธุรกิจของตนเอง เพื่อผลิตสิ่งที่มีคุณภาพและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับผู้บริโภค และลูกค้าที่ไว้วางใจ สนับสนุนนิตยสารบันทึกคุณแม่ กลยุทธ์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาซื้อโฆษณาและมีการกลับมาซื้อซ้ำอีก และไว้วางใจเลือกซื้อนิตยสารบันทึกคุณแม่ ข้อที่ 1 ผลิตสินค้าที่ดี มีประโยชน์ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ที่มาลงทุน ใช้เงินในการที่จะทำการตลาด นิตยสารต้องมีคุณภาพ การส่งมอบสินค้าให้กับผู้อ่านก็ต้องอยู่ในไทม์ไลน์ตามที่ได้มีการตกลงกันไว้มีบริการที่ดี รักษาภาพลักษณ์ขององค์กรหรือความสม่ำเสมอ ฉะนั้นจะต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา โดยมีการทำการตลาด เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญที่สุด 2.การทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์เป็นศาสตร์และศิลป์ ที่จะต้องบริหารจัดการให้ดี ถ้าใช้ศิลปะจะเกิดขึ้น ทุ่มทุนให้กับความสวยงาม ลวดลายจนเกินพอดี ก็จะใช้ต้นทุนในการผลิตที่สูง และยังใช้เวลาในการจัดทำที่ยาวนาน ทำให้นิตยสารออกไม่ตามกำหนด การทำธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ควรมีศิลปะเชิงพาณิชย์ และการขายจะต้องสมดุลกับรายจ่ายของต้นทุนอีกด้วย

ในอดีตนิตยสารบันทึกคุณแม่ตีพิมพ์ถึง 10,000 เล่ม/เดือน ซึ่งมีการจำหน่ายตามแผงตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วประเทศ และยังมีการจำหน่ายให้กับสมาชิกที่สมัครรายปี อีกทั้งยังมีการนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าหรือไปออกบูทตามงานแม่และเด็ก ตามสัมมนาที่มีกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับแม่และเด็ก แต่ปัจจุบันนิตยสารบันทึกคุณแม่ตีพิมพ์เหลือเพียงแค่ 4,000-5,000 เล่ม/เดือน ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย และพฤติกรรมกรรมการอ่านของผู้บริโภค เนื่องจากมีสื่อออนไลน์ที่กำลังจะเข้ามามีบทบาทและเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่เข้ามาอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค ผู้ประกอบการจึงใช้กลยุทธ์ปรับตัวเข้ากับตลาดยุคปัจจุบัน โดยเพิ่มเนื้อหาให้มีความหลากหลายและทันสมัยมากยิ่งขึ้น และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ปรับปรุงนิตยสารให้สวยงาม ถึงแม้ว่าจะมีการตีพิมพ์นิตยสารบันทึกคุณแม่จะน้อยลง ทำให้รายได้ของผู้ประกอบการลดลง แต่ผู้ประกอบการปรับตัวโดยเพิ่มช่องทางการหารายได้มีการทำการตลาดตามโรงพยาบาลให้กับสินค้าที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแม่และเด็ก จัดสัมมนาตามโรงพยาบาลต่างๆ ให้กับคุณแม่เมื่อใหม่ สามารถเพิ่มช่องทางการหารายได้จากลูกค้าหรือสปอนเซอร์ อีกทั้งยังมีช่องทางออนไลน์ในการเผยแพร่บทความที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร โดยปัจจุบันผู้ประกอบการพบว่าพ่อแม่ยุคใหม่มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป ต้องการเสพยาส์ที่เร็ว กระชับ สั้น ได้ใจความ แปลกใหม่ ทำให้เป็นโจทย์อีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค จึงทำให้ช่องทางออนไลน์ของนิตยสารบันทึกคุณแม่เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ได้รับความนิยมไว้วางใจจากลูกค้า ที่เลือกจะประชาสัมพันธ์ใช้พื้นที่ในการโฆษณา ด้วยการปรับกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการจึงทำให้มีรายได้มาหลายช่องทาง ทำให้นิตยสารบันทึกคุณแม่ยังมีการตีพิมพ์อยู่ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบันและธุรกิจสามารถดำเนินอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน

ความสำเร็จของผู้ประกอบการนิตยสารนอกจากจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจแล้ว ยังเป็นบุคคลที่มีทัศนคติที่ดี มีความอดทน พยายามในการดำเนินธุรกิจจนฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆมาได้ นอกจากรายได้และผลกำไรที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบการยังวัดความสำเร็จของธุรกิจจากการก้าวผ่านอุปสรรคต่างๆไปได้ โดยมีมุมมองการแก้ไขปัญหา อุปสรรค และยังสามารถทำงานในสิ่งที่ตนเองรักได้ สิ่งนี้คือ ความสำเร็จมากกว่า ซึ่งการทำธุรกิจจะต้องทำด้วยใจรัก ซื่อสัตย์ต่ออาชีพของตนเอง โดยสรุปความสำเร็จได้ดังนี้ 1.อาชีพที่ทำต้องมีประโยชน์ต่อผู้อื่น และมีประโยชน์ต่อสังคม สังคมซึ่งหมายถึงพนักงานและลูกค้า บุคคลเหล่านี้ก็ต้องได้ประโยชน์เช่นกัน 2.ความภูมิใจ ปลื้มปิติ เมื่อเห็นผลลัพธ์ที่เห็นพ่อแม่อ่านนิตยสาร เห็นเด็กมาอยู่ในนิตยสารเห็นผู้ประกอบการที่มาลงโฆษณาแล้วสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ สิ่งนี้คือความภูมิใจและความสุขของผู้ประกอบการ 3.อาชีพที่ดำเนินธุรกิจอยู่นั้น ต้องสามารถเลี้ยงตัวเองได้ โดยยึดพระราชดำริ หลักเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เหมือนการทำธุรกิจต้องดูสภาพแวดล้อมตามเหตุการณ์ เช่น เมื่อมีความเป็นไปได้ของตลาด ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสทางการตลาด ก็จะสามารถสร้างธุรกิจให้มีกำลังขยายไปได้ หากเมื่อสถานการณ์เปลี่ยนไป เศรษฐกิจซบเซา ก็ต้องประเมินตัวเองและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันได้

### อภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่เริ่มเรียนรู้และมีประสบการณ์จากการทำธุรกิจของพี่ชาย และเนื่องด้วยเป็นผู้ที่มีความใฝ่รู้ พร้อมเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา จึงมองหาโอกาสและสังเกตเห็นช่องว่างทางธุรกิจนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแม่และเด็ก ซึ่งในขณะนั้นมีนิตยสารประเภทนี้อยู่ไม่มาก จึงได้เริ่มต้นทำธุรกิจนิตยสารบันทึกคุณแม่ ผลลัพธ์สิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ ผู้ประกอบการมีความกล้าเสี่ยง และอดทนพยายาม เมื่อเจอปัญหาที่แก้ไขได้อย่างมีสติ ทำให้ธุรกิจนิตยสารบันทึกคุณแม่เติบโตและประสบความสำเร็จได้ สอดคล้องกับ ชูติภา โอบาสนนที (2543) ที่กล่าวว่า การที่ธุรกิจจะดำเนินก้าวหน้าและประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้องมีคุณลักษณะที่จะนำพาให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยจะต้องมีสัจจะตณฺหาณของความเป็นผู้ประกอบการ มีความกล้าเสี่ยง มุ่งมั่นพยายาม มีความขยันอดทน กระตือรือร้น ตั้งใจทำงานและมีความผูกพันกับงานที่ทำ เพื่อให้เกิดความสำเร็จ ไม่หวั่นเกรงต่ออุปสรรคที่จะเกิดขึ้น เชนิญกับความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลง

ผู้ประกอบการนิตยสารบันทึกคุณแม่มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบันเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจคือสิ่งพิมพ์ เมื่อผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป โดยมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้ทันสมัย น่าสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีการเพิ่มเนื้อหาที่ทันสมัยให้เหมาะกับพ่อแม่ยุคใหม่ มีการจัดสัมมนา และการออกบูทขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แม่และเด็ก มีการเพิ่มช่องทางการหารายได้ นอกจากการขายโฆษณาในนิตยสารแบบรูปเล่ม ก็เพิ่มช่องทางออนไลน์ขึ้นมา ลดต้นทุนการผลิตให้น้อยลง ด้วยการปรับกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการจึงทำให้มีรายได้มาหลายช่องทาง ทำให้รายรับและรายจ่ายสมดุลหรือมีกำไร ทำให้นิตยสารบันทึกคุณแม่ยังมีการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่อง สามารถดำเนินอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน สอดคล้องกับ เมธาวิ ดาราฉาย (2559) ได้ศึกษาวิธีการปรับตัวขององค์กรนิตยสารรักลูก โดยมีการปรับแนวทางการบริหาร นำเทคโนโลยี โปรแกรมและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ รวมทั้งมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้อย่างต่อเนื่อง พยายามนำเสนอเนื้อหาในแง่มุมใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำกับเรื่องเดิม มีการปรับเนื้อหาให้ทันสมัยเพื่อให้เป็นผู้นำด้านข้อมูลในสื่ออินเทอร์เน็ตให้ได้

นอกจากรายได้และผลกำไรที่เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการแล้ว ผู้ประกอบการยังวัดความสำเร็จของธุรกิจจากการก้าวผ่านอุปสรรคต่างๆไปได้ และการที่ได้ทำงานในสิ่งที่ตนเองรัก ซึ่งการทำธุรกิจจะต้องทำด้วยใจรัก ซื่อสัตย์ ต่ออาชีพของตนเอง ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีคุณภาพ สร้างสรรค์ผลงานที่มีประโยชน์ต่อผู้อ่านและสังคม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค และมีความสม่ำเสมอในการบริการลูกค้าเป็นอย่างดี สอดคล้องกับ สุจิตา เสถียรมาศ (2555) ที่กล่าวว่า การที่จะวัดผลสำเร็จขององค์กรนั้น นอกจากจะวัดผลสำเร็จทางการเงินแล้ว ยังจะวัดผลสำเร็จทางด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้กับการเติบโต หรือด้านการเรียนรู้และนวัตกรรมประกอบกันด้วย

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

นิตยสารบันทึกคุณแม่มีประโยชน์ต่อสังคมและผู้บริโภค ดังนั้นนิตยสารบันทึกคุณแม่ถือว่ามีความสำคัญในอุตสาหกรรมสื่อสิ่งพิมพ์ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. รัฐบาลไทยควรช่วยสนับสนุนในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์กับสื่อสิ่งพิมพ์มากขึ้น ให้ความสำคัญของหนังสือ และปลูกฝังให้คนไทยมีนิสัยรักการอ่าน

2. จากงานวิจัยพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล มีผู้บริโภคลดลง ดังนั้นผู้ประกอบการปรับตัวให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ ต้องมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค โดยรู้จักหารายได้เพิ่มจากช่องทางอื่น ไม่ว่าจะเป็นด้านดิจิทัล ด้านสัมมนา และการออกบูทในงานต่างๆ เพื่อสร้างฐานลูกค้าให้มากขึ้น ควรจัดทำเนื้อหาให้หลากหลาย เพิ่มความน่าสนใจทั้งในเนื้อหาและคอลัมน์ต่างๆ ให้มากขึ้น เพราะผู้อ่านในยุคปัจจุบันมีความต้องการบริโภคเนื้อหาที่หลากหลาย เป็นเนื้อหาสั้นๆ เข้าใจง่าย อ่านแล้วได้ประโยชน์ไม่เน้นเนื้อหาวิชาการเกินไป

ข้อเสนอแนะเพื่อวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาด้านอื่นๆ นอกเหนือจากนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับแม่เด็ก เพื่อให้ทราบถึงกระบวนการทำงานที่แท้จริงของธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์

2. ควรศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดและการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ในยุคดิจิทัล

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- ชัยยุทธ เลิศพาชิน. (2555). "กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่." วารสารวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย 7, 2: 1-18.
- ชุติภา โอภาสานนท์. (2543). ก้าวสู่ความเป็นผู้ประกอบการ. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม และสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- นภาพรณ์ หะวานนท์. (2552). "วิธีการศึกษาเรื่องเล่า : จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์." วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง 5, 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม): 1-21.
- ภรภัทร รุจยาชยะกูร. (2556). "สื่อสิ่งพิมพ์ดิจิทัลแนวโน้มสื่อสารสนเทศสำหรับห้องสมุด." วารสารสำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 14 (พฤษภาคม): 5-13.
- เมธาวี ดาราฉาย. (2558). "การบริหารงานนิตยสารรักลูก เพื่อความอยู่รอดในยุคปัจจุบัน." รายงานโครงการเฉพาะบุคคลปริญญามหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิมลพิภา เกตุเทียน. (2556). "คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง." การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วิรัตน์ แสงทองคำ. (2554). ยุทธศาสตร์เอาตัวรอดของธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มติชน.
- สุธิดา เสถียรมาศ. (2555). "การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาวงศ์ จันทวานิช. (2546). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อมรพรรณ ชุ่มโชคชัยกุล และอภิษฐา อยู่ในธรรม. (2555). รายงานการวิจัยการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพตามกระบวนทัศน์ใหม่ในนิตยสารเพื่อสุขภาพ. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อัศวิน พิษณุกุล. (2557). "แนวทางการพัฒนาการตลาดสื่อสิ่งพิมพ์ในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง." การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
- แม่ฟ้าหลวง.