

สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ

ทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ชลิตา ณรงค์น้อย¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลมของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ประกอบไปด้วย สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สาขาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ สาขา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ สาขาการเงินการธนาคาร สาขาประกอบธุรกิจ สาขาการตลาด สาขาการจัดการธุรกิจบริการ สาขา ธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 400 คน โดยผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มอย่างง่ายโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือโปรแกรม SPSS

คำสำคัญ: ทัศนคติและพฤติกรรมการดื่มน้ำอัดลม

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

แนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟ

Growing trend of coffee shops

ชลลิตา อุ่นใจ¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้านกาแฟทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้นิยมบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงส่งผลให้มีร้านกาแฟสดเปิดใหม่มากมาย มีตั้งแต่ร้านกาแฟเล็กๆ ในย่านชุมชน ไปจนถึงร้านกาแฟใหญ่ๆ ที่ขายภาพลักษณ์และความสุนทรีย์ในการดื่มเป็นหลัก จึงทำให้รูปแบบการแข่งขันในธุรกิจกาแฟสดเปลี่ยนแปลงไปมาก ทั้งในด้านสินค้าและบริการ เช่น มีความพิถีพิถันในเรื่องการชงกาแฟให้ได้มาตรฐาน มีเครื่องดื่มชาและเครื่องดื่มอื่นๆ ให้เลือกมากมาย มีเครื่องดื่มกาแฟคั่วบดทั้งร้อนและเย็นหลายแบบเป็นจุดขาย และในขณะเดียวกันธุรกิจร้านกาแฟสดต้องเผชิญกับความยากลำบากมากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากสภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มทวีความรุนแรงมากขึ้น อย่างไรก็ตามหากต้องการสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่ง ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : แนวโน้มการเติบโต, ธุรกิจร้านกาแฟ

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อิทธิพลของอาหารริมทาง (Street Food) ต่อการดำรงชีวิต

ภคมน ยมะคุปต์¹

บทคัดย่อ

ปัจจุบันพบว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตในแต่ละวันนั้นเต็มไปด้วยความเร่งรีบ ประกอบกับไม่มีเวลาในการทำอาหาร จึงส่งผลให้ประเทศไทยได้มีอาหารริมทางเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการบริโภคอาหาร โดยในที่สุดประเทศไทยนั้นได้ถูกขนานนามว่าเป็นสวรรค์แห่งอาหารริมทางหรือเมืองที่มีอาหารริมทาง (Street Food) ที่ดีที่สุดในโลก

คำสำคัญ: อาหารริมทาง

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการทำธุรกิจ

ชลมาศ สว่างจิตร์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความสำคัญและผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ต่อการทำธุรกิจเนื่องจากโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์หรือยุคที่การติดต่อสื่อสารไร้พรมแดนเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้สื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีผลต่อการดำรงชีวิตและมีแนวโน้มของจำนวนผู้ใช้ที่เพิ่มมากขึ้นจึงทำให้ในการทำธุรกิจต้องปรับตัวด้านการตลาดการส่งเสริมการตลาดและการดำเนินงานในด้านต่างๆเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันหรือความต้องการของผู้บริโภคนอกจากนี้ในการทำธุรกิจสามารถใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจหรือกลุ่มผู้บริโภครวมถึงกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจจำเป็นต้องระมัดระวังเรื่องของภัยร้ายที่แฝงมากับโซเชียลที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจ

คำสำคัญ : โลกาภิวัตน์ สื่อสังคมออนไลน์ ธุรกิจ

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน

เบญจวรรณ สุวรรณวัฒน์¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอความเป็นมา และสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน การติดต่อสื่อสาร คือ ปัจจัยหลักในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ตั้งแต่อดีตมนุษย์เริ่มมีการติดต่อกันมาช้านาน ทั้งการเผชิญหน้าโดยตรง ผ่านการพูดคุย รวมถึงการสื่อสารผ่านสื่อ ซึ่งยังคงมีไม่มากนัก และยังไม่ทันสมัยเหมือนเช่นทุกวันนี้ ปัจจุบันสื่อถูกสร้างมากยิ่งขึ้น โดยธรรมชาติของมนุษย์คือการดำรงชีพผ่านสังคม รวมทั้งยังใช้วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น การดำรงชีวิตในลักษณะนี้จึงหนีไม่พ้นที่จะต้องมียูทิลิตี้เพื่อใช้สื่อสารกันในกลุ่มกับนอกกลุ่ม และนับวันอิทธิพลของเจ้าสื่อเหล่านี้เองที่เริ่มจะคล้ายเข็มทิศที่คอยกำหนดวิถีชีวิตให้กับมนุษย์แบบไม่รู้ตัว ในอดีตสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ล้วนแต่เคยอยู่ในยุคที่รุ่งเรืองมาแล้วทั้งนั้น จนกระทั่งปัจจุบันสื่อต่าง ๆ ก็ยังคงรุ่งเรืองอยู่ เพียงแต่เริ่มมี โทรคมนาคม สื่อสังคมออนไลน์ เติบโตเข้ามาเพิ่มเติมจากเดิม แต่อย่างไรก็ตามต่อไปปัจจุบันสื่อจะมีการพัฒนาไปมากเพียงใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่เคยรุ่งเรืองในอดีตหรือสื่อที่เริ่มเข้ามาใหม่ในปัจจุบัน ล้วนมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์ทั้งสิ้น

คำสำคัญ : สื่อสังคมออนไลน์, การติดต่อสื่อสาร

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อเด็กไทย

The use of Social Media affects Thai children

นิภาพร ปาวิสัย¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการใช้สื่อออนไลน์ของเด็กไทย เนื่องจากปัจจุบันมีเทคโนโลยีต่างๆ ที่ทันสมัยเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเด็กไทยในปัจจุบันส่วนมากหันมาสนใจสื่อสังคมออนไลน์กันมากขึ้นเนื่องจากมีสิ่งดึงดูดความสนใจจำนวนมากและหลายช่องทาง ถ้าหากใช้สื่อออนไลน์ในทางที่ผิดอาจทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบได้

คำสำคัญ : สื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ต

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับธุรกิจ SMEs Social Media Marketing with Small and Medium Enterprises (SMEs)

กัญญาณัฐ รักพำ¹

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอข้อมูล ความเป็นมา วิธีการทำการตลาดและอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ต่อธุรกิจ SMEs เนื่องจากในปัจจุบันมีผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกในปัจจุบัน โดยที่ธุรกิจนั้นสามารถที่จะใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารในการทำการตลาดระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงบวกต่อธุรกิจ อย่างไรก็ตามการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำธุรกิจนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียจึงจำเป็นต้องมีความระมัดระวังเป็นอย่างมาก มิเช่นนั้นก็อาจก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจได้

คำสำคัญ : การตลาด สื่อสังคมออนไลน์ ธุรกิจ SMEs

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การประกอบอาชีพของชาวเกษตรกรนาเกลืออย่างยั่งยืน ตำบลบางแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม

วารภรณ์ จันทร์คง¹

บทคัดย่อ

ในการทำวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) เพื่อศึกษาคุณค่าและความสำคัญเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ของชาวเกษตรกรนาเกลือ ในตำบลบางแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบอาชีพเกษตรกรนาเกลือ ของพื้นที่ตำบลบางแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากภาคสนามโดยตรงและศึกษาเฉพาะพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพเกษตรกรนาเกลือ จำนวน 13 ราย และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกษตรกรนาเกลือ จำนวน 7 ราย ในตำบลบางแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม

จากผลการศึกษาพบว่า วิธีการทำนาเกลือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวเกษตรกรนาเกลือ ตำบลบางแก้ว จังหวัดสมุทรสงคราม ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณ แต่ปัจจุบันดูเหมือนว่า วิธีการทำนาเกลือจะค่อยๆสูญหายไป สืบเนื่องมาจากปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อชาวเกษตรกรนาเกลือ ประกอบไปด้วยภัยธรรมชาติ เศรษฐกิจและทัศนคติ ปัญหาและอุปสรรคเหล่านี้ทำให้เกษตรกรนาเกลือลดลงไปอย่างมาก เนื่องจากชาวเกษตรกรนาเกลือหันไปประกอบอาชีพอื่นๆ แทนการทำนาเกลือ ดังนั้นเยาวชนรุ่นหลังจึงขาดความรู้ ความสามารถ การประกอบอาชีพเกษตรกรนาเกลือ อาจส่งผลให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านี้กำลังจะสูญหายไปจากสังคมไทย

คำสำคัญ : เกษตรกรนาเกลือ , ภูมิปัญญาท้องถิ่น , ยั่งยืน

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อีเมลล์: warapompc2112@gmail.com

รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจอาหารทะเลของผู้ประกอบการอาหารทะเลแปรรูปในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร

Pattern and Marketing strategy in the business of seafood processing enterprises in the market name of Samutsakhon Province.

วิภา แซ่ตัน¹

บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดำเนินธุรกิจอาหารทะเลของผู้ประกอบการอาหารทะเลแปรรูป ในตลาดสดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร 2) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคจากการดำเนินธุรกิจและแนวทางการแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการอาหารทะเลแปรรูป ในตลาดสดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา และการเก็บข้อมูลจากการภาคสนามโดยตรงและศึกษาเฉพาะพื้นที่เป็นหลัก ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปในตลาดมหาชัย จำนวน 15 ราย และสัมภาษณ์ผู้บริโภคอีกจำนวน 15 ราย ในตลาดมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปนั้น มีการเริ่มต้นธุรกิจจากครอบครัวมาก่อน แล้วจึงมีการขยายกิจการสาขาออกมา โดยเริ่มต้นจะเป็นการใช้แรงงานในครอบครัวก่อน เหมือนเป็นการช่วยเหลือกันก่อนมากกว่า แต่เมื่อกิจการมีการขยายตัวออกไป ก็จะมีมีการจ้างแรงงานเข้ามาช่วย ในส่วนของการขายหน้าร้านและการทำอาหารทะเลแปรรูป ด้านการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดนั้น พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ทางการตลาด 4P ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการมีการหาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากร้านอื่น ด้านราคา ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาโดยเปรียบเทียบคู่แข่ง คือตั้งตามคู่แข่งตามท้องตลาด ทำให้ราคาใกล้เคียงกัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการได้มีการขายสินค้าทั้งในราคาปลีก - ส่ง มีการใช้สื่อออนไลน์ในการสั่งซื้อเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ผู้ประกอบการได้มีการใช้โปรโมชั่นในการดึงดูดลูกค้า และใช้การโฆษณาตลอดจนใช้พนักงานขายหน้าร้าน ในการสร้างความดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาเลือกซื้อในร้านของตน และในส่วนของปัญหา อุปสรรคที่ผู้ประกอบการพบ ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเกี่ยวกับสภาวะเศรษฐกิจมากกว่า ซึ่งแนวทางในการแก้ไขนั้น ผู้ประกอบการจะมีการดึงกลยุทธ์ของการส่งเสริมการตลาดมาใช้ โดยการจัดโปรโมชั่นให้ลูกค้า

คำสำคัญ : กลยุทธ์ทางการตลาด, ธุรกิจอาหารทะเล, ตลาดมหาชัย

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการให้บริการโลจิสติกส์ กรณีศึกษาบริษัท เค.พี.เอ็น. ทรานสปอร์ต

เนืระชา ระน้อย¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท เค.พี.เอ็น. จำกัด รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการของบริษัท และพฤติกรรมการใช้บริการขนส่งของลูกค้าจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าของบริษัท เค.พี.เอ็น. (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 30 รายที่มีโรงงานอยู่ในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และการหาความสัมพันธ์ โดยมีตัวแปร 2 ตัว คือ ตัวแปรต้น กับ ตัวแปรตามเพื่อให้ทราบค่าโดยประมวลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพอยู่ในระดับมากในระดับความพึงพอใจทั้ง 8 ด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมทางการตลาดทั้ง 7PS โดยการให้บริการด้านความพึงพอใจ ลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการใช้บริการด้านการขนส่ง และ ลูกค้ามีความพึงพอใจในเรื่องการส่งเสริมทางการตลาดทั้งในเรื่องผลิตภัณฑ์สินค้า ราคาที่เหมาะสม สถานที่ให้บริการอำนวยความสะดวกที่ดี และการส่งเสริมทางการตลาดต่างที่น่าสนใจ รวมไปถึงด้านพนักงาน กระบวนการ และทางกายภาพที่ให้บริการ ซึ่งผลการวิจัยนี้ได้สอดคล้องตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่าพบว่ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์สินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่อำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมทางการตลาด รวมไปถึงด้านพนักงานที่ให้บริการ กระบวนการ ทางกายภาพของบริษัทเค.พี.เอ็น. มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าที่มาใช้บริการตามสมมุติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

จากผลการวิจัยที่ได้ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของบริษัท ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการการขนส่ง ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7Ps บริษัทเค.พี.เอ็น. ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์สินค้า ด้านราคา ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด รวมไปถึงด้านพนักงาน กระบวนการ และทางกายภาพ ของบริษัทเค.พี.เอ็น.นั้นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจตามความต้องการของลูกค้าเค.พี.เอ็น.จะส่งผลให้กิจการสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยผลการวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการศึกษาถึงระดับความพึงพอใจคุณภาพการบริการของบริษัทเค.พี.เอ็น.จำกัด โดยเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริษัทคู่แข่งอื่น เพื่อที่จะสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาทำการปรับปรุงกลยุทธ์หาแนวทางในการแข่งขันได้อย่างเหมาะสม และ ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยและระดับความพึงพอใจของพนักงานในบริษัทเค.พี.เอ็น. เนื่องจากหากพนักงานในบริษัทเค.พี.เอ็น.มีระดับความพึงพอใจในการทำงานอยู่ในระดับมากก็จะทำให้สามารถให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การสร้างอัตลักษณ์ในชนมไทย เพื่อสร้างคานิยมสู่ตลาดโลก

ธัญญารัตน์ ช้วยเกิด¹

บทคัดย่อ

ชนมไทย ชนมหวานที่สะท้อนเอกลักษณ์ประจำชาติ ด้วยความพิถีพิถัน ความละเอียดอ่อน ประณีต และรูปลักษณะที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมการกินของคนไทย แต่ในสังคมไทยปัจจุบัน ชนมไทยกลับได้รับความนิยมน้อยลง บทความนี้จึงเขียนขึ้นเพื่อให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงเอกลักษณ์ของชนมไทย การสร้างตัวตนความเป็นไทยให้เป็นที่นิยมเพื่อริเริ่มกระแสชนมไทยเพิ่มพื้นที่ครองตลาดในเมืองไทยสู่การแข่งชันระดับโลก เนื่องจากแนวโน้มธุรกิจชนมไทยมีการชะลอการเติบโต หากเทียบกับชนมจากต่างชาติที่เข้ามามีอิทธิพลและได้รับการตอบรับจากนักธุรกิจและผู้บริโภคไทยจำนวนมาก บทความนี้จึงต้องการนำเสนออุปสรรค ข้อจำกัดและแนวคิดใหม่ที่มีความเกี่ยวข้องกับชนมไทย เพื่อการต่อยอดธุรกิจในอนาคต นอกจากนี้แล้วผู้เขียนยังใช้ค่านิยมของคนในสังคมในปัจจุบันเป็นตัวตั้งคำถาม เพื่อหาคำตอบพร้อมทั้งหาเหตุผลที่แท้จริงประกอบ

คำสำคัญ : ชนมไทย, ธุรกิจชนมไทย

¹ นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา