

## ปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้ สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice \*

### Factors of Success and Obstacles in Operating an Online Business of Cold- Pressed Juices for Health: A Case study of Make It Happen Juice

Received:	October	5, 2018
Revised:	March	10, 2019
Accepted:	March	11, 2019

เพียงอัมพร เลิศเผ่าปัญญา (Peangamporn Lertphaopanya)\*\*

อาริสรา ศิลปธรรม (Arisa Sinlapasatam)\*\*\*

เกตุวดี สมบูรณ์ทวี (Kedwadee Sombultawee)\*\*\*\*

วรพจน์ วัฒนาร (Woraphon Wattanatorn)\*\*\*\*\*

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพของธุรกิจ Make It Happen Juice และเพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพของธุรกิจ Make It Happen Juice งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยประชากรที่ใช้ศึกษา คือผู้ประกอบการธุรกิจ Make It Happen Juice นางสาวอิศรา วิชฐานกรณ์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วนได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษา Make It Happen Juice พบว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ความเป็นมาของธุรกิจ ความโดดเด่นของสินค้าและการบริการ วิธีการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล และแนวทางการบริหารธุรกิจ ส่วนที่ 2 อุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์

\* บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice และเพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice

\*\* นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

(Student, Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University) E-mail: angyepamll@gmail.com

\*\*\* นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

(Student, Bachelor of Business Administration Program in Marketing, Faculty of Management Science, Silpakorn University) E-mail: paanrisa@outlook.com

\*\*\*\* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

(Assistant Professor, Department of Marketing Thammasat Business School)

\*\*\*\*\* อาจารย์ ภาควิชาการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

(Assistant Professor, Department of Finance, Thammasat Business School)

ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา Make It Happen Juice พบว่า อุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจได้แก่ เรื่องของความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อที่มีมากขึ้น และอำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

**คำสำคัญ:** ปัจจัยแห่งความสำเร็จ, อุปสรรค, ธุรกิจออนไลน์, น้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพ

### Abstract

The purpose of this research is to study the factors of success in operating an online business of cold-pressed juices for health: A Case study of Make It Happen Juice, and to study the obstacles in operating an online business of cold-pressed juices for health: A Case study of Make It Happen Juice. This research is a qualitative method was used in this study. By used to be population is Miss Isara Wittayathanakorn provider who's an owner of Make It Happen Juice. Which used in depth interviews method, Non-Participant Observation and collected the data from papers and relevant article.

The research is divided into 2 parts: Part 1 factors of success in operating an online business of cold-pressed juices for health: A Case study of Make It Happen Juice found that factors that make a successful business is divided into 4 aspects of business stories, Outstanding products and service, How to do business in the digital age and guidelines for Administration. Part 2 the obstacles in operating an online business of cold-pressed juices for health: A Case study of Make It Happen Juice found that obstacles in the business operations include: Rivalry Among Existing Competitors, Threat of Substitutes, Bargaining Power of Customers and Bargaining Power of Suppliers.

**Keyword:** Factors of Success, Obstacles, Online Business, Cold Pressed Juices

### บทนำ

สังคมปัจจุบันผู้คนหันมาบริโภคอาหารประเภทผักออร์แกนิก ธัญพืชต่างๆ นมถั่วเหลือง น้ำผักและน้ำผลไม้ รวมทั้งอาหารจากธรรมชาติที่ปราศจากการปรุงแต่ง หรือผ่านการปรุงแต่งเพียงเล็กน้อย ซึ่งกำลังเป็นที่ได้รับความนิยมจากผู้คนทั่วโลกเป็นอย่างมาก ซึ่งจุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมนี้เริ่มต้นมาจากปัญหาด้านสุขภาพของคนประเทศสหรัฐฯ โดยพบว่าประชากรในประเทศมีปัญหาเรื่องของน้ำหนักตัวที่มากผิดปกติ ผู้คนเริ่มเป็นโรคอ้วนกันมากขึ้น ทำให้หันมาดูแลสุขภาพและควบคุมน้ำหนักตัวกัน นอกจากนี้ในประเทศไทยของเราทางภาครัฐก็ได้มีการรณรงค์ในเรื่องนี้กันอยู่อย่างต่อเนื่อง โดยมีการจัดตั้งโครงการ “คนไทยไร้พุง” กันขึ้นเพื่อให้คนตระหนักถึงเรื่องนี้และหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ซึ่งเริ่มจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมารับประทานอาหาร

อาหารและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากกว่าในอดีต จากกระแสนี้ทำให้ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มที่จะโตขึ้นในเป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจของธนาคารไทยพาณิชย์, 2557)

จากกระแสรักสุขภาพที่มีผู้คนสนใจกันเป็นอย่างมากนั้น ทำให้ธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพโตขึ้นเป็นอย่างมากในตลาด พร้อมกับปฏิเสธไม่ได้เลยว่าเครื่องดื่มประเภทของน้ำผักผลไม้ได้รับความนิยมมากด้วยเช่นกัน เนื่องจากน้ำผักผลไม้เป็นเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มีสารอาหาร วิตามิน และประโยชน์ต่างๆ มากมาย พร้อมทั้งยังสะดวกต่อการรับประทาน เนื่องจากมีลักษณะเป็นของเหลวทำให้รับประทานได้ดียิ่งกว่าผักและผลไม้สด แต่ด้วยกรรมวิธีในการผลิตน้ำผักผลไม้ที่เป็นการใช้ใบพัดปั่นเนื้อผักผลไม้ให้ละเอียดมันจึงทำให้เกิดความร้อน ซึ่งความร้อนที่พูดถึงจะไปทำลายสารอาหาร เอนไซม์ วิตามินและอื่นๆ ในน้ำผักผลไม้ที่ได้ ดังนั้นสารอาหารและวิตามินต่างๆ ที่หลงเหลือจะเหลืออยู่เพียงเล็กน้อย (ศูนย์รวมข้อมูลเพื่อความสำเร็จของธุรกิจเอสเอ็มอี, 2561)

จึงเกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นมาเป็นน้ำผักผลไม้สกัดเย็น การสกัดเย็นที่พูดถึงเป็นกระบวนการสกัดน้ำผักผลไม้โดยใช้แรงบีบอัดสูงเพื่อให้ได้น้ำออกมา ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดความร้อนและทำให้สารอาหาร เอนไซม์ และวิตามินต่างๆ ยังคงคุณค่าอยู่อย่างครบถ้วน (ศูนย์รวมข้อมูลเพื่อความสำเร็จของธุรกิจเอสเอ็มอี, 2561)

หลายธุรกิจจึงหันมาทำเกี่ยวกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพประเภทของน้ำผักผลไม้สกัดเย็นกันมากขึ้น แต่ด้วยปัจจัยในหลายๆด้าน อย่างเช่น ด้านกรรมวิธีการผลิตที่ต้องใช้เวลาในการผลิตเป็นเวลานานกว่ากรรมวิธีการทำน้ำผักผลไม้ทั่วไป ปัจจัยในด้านต้นทุนการผลิต ปัจจัยเรื่องของการเก็บรักษา ปัจจัยเรื่องช่องทางทางการตลาด และเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจ จึงมีเพียงไม่กี่ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จและยังคงมีสินค้าอยู่ในตลาด

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice โดยมุ่งหวังให้ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพ

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice

## ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้ สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และ แนวคิดและทฤษฎีแรงกระทบทั้ง 5 ในการทำธุรกิจ ดังนี้

### ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ Smartsme(2559)

1. ความมุ่งมั่น ในการประกอบการธุรกิจความมุ่งมั่นถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพราะสามารถเป็นแรงผลักดันที่ดีในการประกอบธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจใดก็ตามแต่ ซึ่งผู้ประกอบการทุกคนจะต้องมีความเชื่อมั่นในการประกอบการธุรกิจและสามารถทำการประกอบการธุรกิจได้เป็นอย่างดี

2. คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี โดยสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการระดับสูงได้อย่างสม่ำเสมอ และไม่ควรทำให้การรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและบริการต่ำลง ควรรักษาคุณภาพสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงจะทำให้ลูกค้ามีความสนใจในแบรนด์สินค้ามากกว่าแบรนด์สินค้าอื่นๆ

3. ใส่ใจที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆตลอดเวลา การที่ผู้ประกอบการจะสามารถประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีการใส่ใจเรียนรู้สิ่งต่างๆตลอดเวลา เพื่อที่ได้นำความรู้มาพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆที่เข้ามาได้และทำให้มีข้อผิดพลาดน้อยที่สุด

4. การบริหารจัดการด้วยความเข้าใจ โดยการประกอบการธุรกิจไม่ได้มีเพียงฝ่ายผู้บริหารระดับสูงแต่ยังมีผู้บริหาร พนักงานฝ่ายอื่นๆที่อยู่ภายในการประกอบการธุรกิจนั้นๆ ทั้งนี้การบริหารงานควรจะต้องมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทำให้สามารถมองเห็นจุดเป้าหมายเดียวกันได้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายในที่ควรให้ความสำคัญเพราะการประกอบการธุรกิจจะสามารถขับเคลื่อนไปได้ต้องมาจากความร่วมมือร่วมใจกันของคนในองค์กร

### แนวคิดและทฤษฎีแรงกระทบทั้ง 5 (Five Forces Model) มณีรัตน์ สุวรรณวารี(2555)

1. ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ (Threat of New Entrants) หมายถึง องค์กรธุรกิจอื่นๆที่ในขณะนั้นอยู่นอกอุตสาหกรรมแต่กลับมีแนวโน้มที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรม ซึ่งตามปกติองค์กรเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมจะพยายามขวางกั้นการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ๆที่จะเข้ามาส่งผลต่อสภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรม เพื่อต้องการส่วนแบ่งทางการตลาดอันส่งผลกระทบต่อองค์กรเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ

2. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Competitors) สภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจจะมีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เมื่อองค์กรใดองค์กรหนึ่งในอุตสาหกรรมสามารถสร้างช่องทางในการสร้างผลกำไรให้กับองค์กรที่มากขึ้นได้ หรือถูกกระทำจากองค์กรอื่นๆในอุตสาหกรรมเดียวกัน แต่ถ้าในอุตสาหกรรมมีสภาวะการแข่งขันที่ไม่รุนแรงก็มีโอกาสที่องค์กรธุรกิจจะขึ้นราคาสินค้าและบริการ เพื่อให้องค์กรได้กำไรที่มากขึ้นก็มีมากเช่นกัน

3. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes) ในอุตสาหกรรมหนึ่ง อาจจะมีการแข่งขันทางธุรกิจกับอุตสาหกรรมอื่นที่สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะสามารถทดแทนกันได้ โดยอาจจะเป็นสินค้าคนละชนิดกัน แต่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เหมือนกัน ซึ่งสินค้าทดแทนจะก่อให้เกิดข้อจำกัดของการตั้งราคาทำให้ไม่สามารถตั้งราคาที่สูงได้ เพราะอาจจะส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้สินค้าทดแทนอื่นได้ และถ้าหากค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนสินค้า (Switching Cost) ต่ำด้วยแล้วก็จะยังมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมมากขึ้น ดังนั้นธุรกิจที่สามารถผลิตสินค้าที่ไม่มีสินค้าทดแทนได้ย่อมมีผลตอบแทนที่สูงกว่า เนื่องจากสามารถตั้งราคาสินค้าได้สูงโดยไม่ต้องคำนึงถึงสินค้าทดแทนและถ้าธุรกิจใดที่สามารถผลิตสินค้าทดแทนได้ง่ายย่อมไม่สามารถหากำไรได้มาก เนื่องจากลูกค้าจะสามารถหาสินค้าทดแทนที่เหมือนกันได้

4. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers) ถ้าผู้ซื้อมีอำนาจในการต่อรองในการกำหนดราคาของสินค้าและบริการต่ำ หรือมีอำนาจในการต่อรองให้องค์กรธุรกิจเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการให้มากขึ้นจะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมด้านต้นทุนในการดำเนินงานที่สูงขึ้นในขณะที่หากผู้ซื้อจะไม่มีอำนาจในการต่อรองย่อมเปิดโอกาสให้องค์กรธุรกิจสามารถขึ้นราคาสินค้าและบริการได้โดยง่าย ดังนั้นการที่ผู้ซื้อจะมีอำนาจในการต่อรองมากหรือน้อย จึงขึ้นอยู่กับอำนาจการต่อรองที่ผู้ซื้อมีต่อองค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรม

5. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers) ผู้ขายวัตถุดิบที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมจะสามารถกำหนดราคาวัตถุดิบที่ราคาสูงหรือราคาต่ำได้ รวมไปถึงการเพิ่มหรือลดคุณภาพสินค้าลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนและกำไรขององค์กรธุรกิจนั้นๆ ในทางกลับกัน หากผู้ขายวัตถุดิบมีอำนาจในการต่อรองต่ำก็ส่งผลให้ถูกกดราคาและเรียกร้องสินค้าที่มีคุณภาพสูงขึ้นจากผู้ซื้อ

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้ สกัดเย็นกรณีศึกษา Make It Happen Juice การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ สำหรับวิธีการศึกษาการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ประชากรที่ศึกษา

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจ Make It Happen Juice นางสาวอิศรา วิทย์ฐานกรณ์ เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในการให้ข้อมูลของธุรกิจ เนื่องจาก Make It Happen Juice เป็นแบรนด์แรกๆ ที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพและมีการดำเนินงานธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์ อีกทั้งยังคงทำต่อเนื่องมาอย่างยาวนานจนประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

#### 2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ดำเนินการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและสมุดจดบันทึก

ขั้นตอนที่ 2 นำเสียงจากการสัมภาษณ์ที่ได้บันทึกไว้ในเครื่องบันทึกเสียง มาถอดคำแบบคำต่อคำ แล้วพิมพ์ข้อมูลลงในโปรแกรม Microsoft Word

ขั้นตอนที่ 3 นำข้อมูลที่ได้จากเอกสารมาวิเคราะห์และตีความ

ขั้นตอนที่ 4 การนำเสนอผลการวิจัย

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการโดยมีการเตรียมแนวคำถามการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า ซึ่งลักษณะคำถามของการสัมภาษณ์จะเป็นแบบปลายเปิด โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวคำถามหลักไว้เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการศึกษา และการถามคำถามไม่มีการกำหนดหรือเรียงหัวข้อคำถาม เพื่อให้เกิดการสนทนาแบบเป็นธรรมชาติและไม่ทำให้ผู้ถูกซักถามเกิดความรู้สึกอึดอัดในการสัมภาษณ์

#### 3.2 เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่

##### 3.2.1 เครื่องบันทึกเสียงที่ใช้บันทึกข้อมูลขณะที่สัมภาษณ์

##### 3.2.2 สมุดจดบันทึกและเครื่องเขียนที่ใช้จดบันทึกขณะสัมภาษณ์

### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา จากบทความ เอกสารวิชาการ สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการศึกษาวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงและวิธีจดบันทึกการสัมภาษณ์ ได้นำข้อมูลการสัมภาษณ์ที่ได้จากการบันทึกเสียงและจดบันทึกมาถอดคำจากนั้นพิมพ์ลงโปรแกรม Microsoft Word เมื่อได้ข้อมูลแล้วนำมาวิเคราะห์และตีความพร้อมทั้งแยกประเด็นและตัดคำที่ไม่เหมาะสมหรือคำที่ไม่เกี่ยวกับการวิจัยออกไป เพื่อให้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตลักษณะท่าทาง สีหน้า และอารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ตลอดระยะเวลาที่ทำการสัมภาษณ์ และได้ทำการจดบันทึกลักษณะท่าทางทั้งหมดลงในสมุดจดบันทึก เพื่อที่จะนำมาหาความสัมพันธ์และความหมายควบคู่กับการถอดคำจากเครื่องบันทึกเสียง

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับผู้ประกอบธุรกิจ Make It Happen Juice ผนวกการรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตขณะที่ทำการสัมภาษณ์และการรวบรวมเอกสาร บทความต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลจากหลายๆส่วนมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา

### 6. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ใช้การตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านวิธีการ (Data Triangulation) (องอาจ นัยวัฒน์, 2551: 252) คือ มีการตรวจสอบจากการใช้วิธีการในการเก็บข้อมูลจากหลายๆวิธี ทั้งวิธีการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าหลักฐานและผลการวิจัยข้อมูลที่ได้นำมา

วิเคราะห์นั้นมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ และตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับในด้านที่แตกต่างจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย

## สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา Make It Happen Juice ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ Make It Happen Juice จากผลการศึกษาสามารถแบ่งผลการวิจัยออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา Make It Happen Juice จากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ Make It Happen Juice มี 4 ประเด็น ได้แก่ ความเป็นมาของธุรกิจ ความโดดเด่นของสินค้าและการบริการ วิธีการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล และแนวทางการบริหารธุรกิจ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

### 1. ความเป็นมาของธุรกิจ Make It Happen Juice

ธุรกิจ Make It Happen Juice เป็นธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ประเภทของน้ำผักผลไม้สกัดเย็น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีการปรับตัวให้เข้าพฤติกรรมของผู้บริโภค และปรับตัวเข้ากับแนวโน้มการบริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบันที่หันมาสนใจเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น

ธุรกิจนี้ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2557 หรือเมื่อ 4 ปีที่แล้ว ก่อตั้งโดย คุณอิศรา วิทยฐานกรณ์ ที่ได้ริเริ่มและจัดตั้งธุรกิจนี้ขึ้นมาเนื่องจากสาเหตุด้านปัญหาเรื่องสุขภาพของตนเอง จึงได้ไปปรึกษากับแพทย์และได้รับคำแนะนำมาให้ลองเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหาร หรือลองหันมารับประทานผักและผลไม้มากขึ้น หลังจากนั้นตัวคุณอิศรา จึงได้หันมารับประทานผักและผลไม้มากขึ้นแต่ด้วยรสชาติของผักและผลไม้สดทำให้รับประทานได้ยาก จึงลองหันมาทำเป็นน้ำผักและผลไม้ดื่มแทน เมื่อดื่มไปได้สักระยะเวลาหนึ่งก็รู้สึกว่าได้ผลลัพธ์ที่ดี จึงลองทำให้เพื่อนๆ และคนรอบข้างได้ลองดื่มดู ผู้ที่ได้รับไปดื่มเกิดความสนใจในตัวของผู้ผลิตภัณฑ์รวมถึงบรรจุภัณฑ์จึงได้มีการถ่ายภาพอัพโหลดลงโซเชียลในช่องทางต่างๆ ปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดีมีผู้คนสนใจเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการทำออกมาวางขายผ่านออนไลน์ จากนั้นเรื่อยมาก็กลายเป็นธุรกิจเล็กๆ ที่สร้างรายได้ให้กับคุณอิศรา

### 2. คุณภาพของสินค้าและการบริการ

จากการศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice พบว่าธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องบรรจุภัณฑ์และการบริการ โดยเน้นไปที่ความโดดเด่นของรูปแบบสินค้า จะต้องมีความแปลกใหม่และแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ของธุรกิจอื่นในตลาด นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์จะต้องมีคุณสมบัติที่แข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานยาวนาน และสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ส่วนในเรื่องการให้บริการนั้นธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกสบายในเรื่องของการติดต่อกับผู้ขายและการรับสินค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ยังเห็นความสำคัญในเรื่องของการให้คำปรึกษากับผู้บริโภคอีกด้วย จึงได้มีการออกบูทตามงานต่างๆ เพื่อพบปะกับผู้บริโภค

“เนื่องด้วยตนเองนั้นมีความชอบในเรื่องของการออกแบบอยู่แล้ว และคิดว่าสินค้าที่มีอยู่ในตลาดตอนนี้ไม่ได้มีใครให้ความสนใจในเรื่องของตัวบรรจุภัณฑ์มากนักจึงหันมาให้ความสนใจกับเรื่อง ของตัวบรรจุภัณฑ์ โดยที่ตนเองก็ได้ออกแบบเรื่องของการเลือกตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีดีไซน์แตกต่างออกไปจากแบรนด์อื่นๆ ส่วนในเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่ายหลักของทางแบรนด์จะเป็นการขายทางออนไลน์ และต่อมามีความคิดที่อยากจะเริ่มจะสื่อสารให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น จึงได้มีการออกบูทและอีเวนต์ต่างๆ เพื่อที่จะได้สื่อสารกับผู้บริโภคโดยตรง ทำให้ได้รับรู้ถึงความต้องการของผู้บริโภคว่าต้องการอะไร ประเภทไหน จะได้ให้คำปรึกษาแนะนำที่ถูกต้องและรวดเร็ว” อิศรา วิทยฐานกรณ์ (สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2561)

### 3. วิธีการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัล

จากการศึกษาวิธีการดำเนินงานธุรกิจในยุคดิจิทัลของธุรกิจ Make It Happen Juice พบว่าทางคุณ อิศราเองได้มีการศึกษาในเรื่องของเทคโนโลยีต่างๆ ว่ามีเทคโนโลยีอะไรที่เป็นเทคโนโลยีใหม่หรือเทคโนโลยีอะไรที่มีการปรับปรุงใหม่ เพื่อที่จะนำมาศึกษาต่อว่าเทคโนโลยีอะไรที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองมากที่สุด เนื่องจากไม่สามารถเลือกเทคโนโลยีที่มีทั้งหมดได้ เหตุผลเพราะเทคโนโลยีทุกอย่างไม่ได้เข้ากับแนวธุรกิจได้ทั้งหมดและเหตุผลในเรื่องของต้นทุนการนำเทคโนโลยีนั้นมาใช้ในการบริหารธุรกิจอีกด้วย

“ก่อนอื่นเลยต้องศึกษาก่อนว่ามีเทคโนโลยีอะไรใหม่ๆ เข้ามาบ้างเพื่อที่จะปรับธุรกิจให้เข้ายุคสมัย เมื่อศึกษาเทคโนโลยีแล้วก็กลับมาดูว่าจะมีเทคโนโลยีไหนที่เหมาะสมกับธุรกิจของเรา เพราะว่าเทคโนโลยีทุกอย่างก็ไม่ได้เข้ากับแนวธุรกิจเราได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงเลือกอันที่เหมาะสมกับธุรกิจที่สุดเพื่อไม่ให้เป็นการเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายที่สิ้นเปลือง อย่างทางร้านก็จะนำเทคโนโลยีในรูปแบบของแอปพลิเคชันที่มีผู้คนใช้งานจำนวนมากอย่าง Line @ (Line at) ซึ่งมีรูปแบบการใช้งานที่ง่ายและไม่ยุ่งยากมาก เพื่อที่ผู้บริโภคจะได้ใช้งานสะดวกและไม่สับสน นอกจากนี้ทางร้านยังได้มีการปรับปรุงและแก้ไขแอปพลิเคชันอยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะให้เข้าถึงและสื่อสารกับผู้บริโภคได้มากที่สุด” อิศรา วิทยฐานกรณ์ (สัมภาษณ์, 7 กันยายน 2561)

### 4. แนวทางการบริหารธุรกิจ

จากการศึกษาแนวทางการบริหารธุรกิจของธุรกิจ Make It Happen Juice พบว่านอกจากแนวทางที่ทางธุรกิจได้วางไว้ให้เป็นแบบแผนในการดำเนินงานแล้ว ยังให้ความสำคัญกับพนักงานและซัพพลายเออร์ต่างๆ อีกด้วย และยังเน้นการใช้จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งด้านการจัดส่งสินค้า การรับฟังปัญหา และการช่วยเหลือให้คำแนะนำกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดกระแสตอบรับที่ดีและส่งผลในทิศทางที่ดีกับธุรกิจ อีกทั้งยังให้ความสนใจกับผู้บริโภคเป็นอย่างมากทั้งในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์เองที่ทางคุณอิศรานั้นได้ลองดื่มเองก่อนทุกประเภท ก่อนที่จะนำออกมาวางจำหน่าย และเรื่องของการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่เป็นข้อมูลจริง เพราะถือว่าเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 อุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา Make It Happen Juice

1. ความรุนแรงของสภาวะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Rivalry Among Existing Competitors)



ในปัจจุบันธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสกัดเย็นมีจำนวนมากขึ้น จึงมีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสกัดเย็นในธุรกิจค่อนข้างสูง เพราะมีสินค้าให้ลูกค้าได้เลือกหลากหลายยี่ห้อ มีราคาแตกต่างกันไปตามวัตถุดิบคุณภาพ รสชาติ และประโยชน์แตกต่างกันออกไป ทำให้ลูกค้ามีการเปรียบเทียบสินค้าก่อนซื้อ ดังนั้นมีหลายธุรกิจที่แข่งขันในเรื่องของราคาและประโยชน์ของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทำให้ธุรกิจ Make It Happen Juice ต้องมีการวางแผนทางการตลาดมากขึ้นหรือต้องพยายามหาลูกค้าใหม่ๆ จัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ และวิธีการที่จะทำให้รักษฐานลูกค้าเดิมไว้

## 2. การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes)

- น้ำผลไม้กล่อง สามารถเป็นสินค้าทดแทนได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถหาซื้อได้ง่ายและยังสามารถเก็บรักษาไว้ได้นานกว่า

- เครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เช่น ชา กาแฟ น้ำอัดลม เป็นต้น สินค้าเหล่านี้มีราคาต่ำกว่าสินค้าประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็น ทำให้กลุ่มเป้าหมายแคบลง

## 3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining Power of Customers)

ในปัจจุบันผู้คนหันมาให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้นทำให้มีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น จึงทำให้พบว่าธุรกิจประเภทเครื่องดื่มน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากในตลาด ทำให้อำนาจต่อรองของผู้ซื้อสูง เนื่องจากมีสินค้าในท้องตลาดเป็นจำนวนมากและผู้บริโภคยังตัดสินใจซื้อจากราคาเป็นหลัก

## 4. อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากธุรกิจ Make It Happen Juice ใส่ใจในการเลือกสรรหาวัตถุดิบที่ดีเป็นอย่างมาก โดยจะมีการคัดเลือกเลือกร้านค้า ไร่สวนผัก ผลไม้ ที่ได้รับการควบคุมดูแลตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบก่อนจะนำมาแปรรูป และวัตถุดิบต้องได้รับมาตรฐานสินค้า เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า นอกจากนี้ธุรกิจ Make It Happen Juice ยังมีผู้ขายวัตถุดิบที่เป็นพันธมิตรแก่กันจึงทำให้สามารถเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาต่ำ ดังนั้นจึงทำให้อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิตมีน้อย จึงทำให้อำนาจการต่อรองสูงขึ้น ทั้งคุณภาพและราคาของผลิตภัณฑ์ต่ำ

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice สามารถอภิปรายได้ดังนี้ ในด้านของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานของกรณีศึกษา Make It Happen Juice ธุรกิจ Make It Happen Juice เป็นธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความสนใจเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้นปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดีมีผู้บริโภคสนใจเป็นจำนวนมาก มีช่องทางการขายผ่านออนไลน์

ส่วนที่ 1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice

ความมุ่งมั่น ธุรกิจเกิดขึ้นจากสาเหตุด้านปัญหาเรื่องสุขภาพของเจ้าของธุรกิจ ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการรับประทานอาหาร เจ้าของธุรกิจจึงมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จึงเกิดเป็นการศึกษาวิธีการทำน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพ เมื่อทำออกมาแล้วจึงได้มีการถ่ายภาพและอัปโหลดลงสื่อโซเชียลในช่องทางต่างๆ ปรากฏว่าได้ผลตอบรับที่ดีมีผู้คนสนใจเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการทำออกมาวางขายผ่านออนไลน์ จากนั้นจึงกลายเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเจ้าของร้านได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑาจิตรประดิษฐ์เจริญ(2560) ที่อธิบายว่า ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คุณภาพของสินค้าและการบริการ ธุรกิจ Make It Happen Juice ธุรกิจให้ความสำคัญในเรื่องบรรจุภัณฑ์และการบริการ โดยเน้นที่ความโดดเด่นของรูปแบบสินค้า ให้มีความแปลกใหม่และแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ของธุรกิจอื่นในท้องตลาด นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องยังมีคุณสมบัติที่แข็งแรง ทนทาน มีอายุการใช้งานยาวนาน และสร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ส่วนการให้บริการของธุรกิจให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกสบายในการติดต่อกับผู้ชาย การรับสินค้าเป็นหลัก และยังให้ความสำคัญในเรื่องของการให้คำปรึกษากับผู้บริโภค จึงได้มีการออกบูทตามงานต่างๆ เพื่อพบปะกับผู้บริโภคซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทร์เพ็ญ วรรณารักษ์(2559) ที่อธิบายว่า การรับรู้คุณภาพของการบริการและความพึงพอใจของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นเป็นไปในทิศทางบวกกับความตั้งใจซื้อสินค้า ร้านค้าเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ศูนย์สุพรรณบุรี หมายความว่า หากลูกค้ารับรู้คุณภาพของการบริการมากขึ้น และธุรกิจทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ความตั้งใจซื้อสินค้า ร้านค้าเฟซบุ๊กเพิ่มสูงขึ้น

วิธีการดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลของธุรกิจ Make It Happen Juice เจ้าของธุรกิจมีการศึกษาเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อนำมาศึกษาเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุนีย์ วรรณโกมล (2559) ที่อธิบายว่า ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของผู้ประกอบธุรกิจซื้อขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต 3 อันดับแรก ได้แก่ การขาดความรู้ความสามารถในการทำหน้าร้านค้าให้น่าสนใจ ภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จัก และการไม่มั่นใจในตัวลูกค้าและคำสั่งซื้อ

แนวทางการบริหารธุรกิจ เจ้าของธุรกิจได้มีการวางแผนกระบวนการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ และให้ความสำคัญกับพนักงาน ซัพพลายเออร์ต่างๆ อีกทั้งยังเน้นการใช้จริยธรรมในการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งด้านการจัดส่งสินค้า การรับฟังปัญหา หรือการช่วยเหลือให้คำแนะนำกับผู้บริโภค เพื่อให้เกิดกระแสตอบรับที่ดีและส่งผลในทิศทางที่ดีกับธุรกิจ การสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฐิติมา ผลารัตน์สกุล (2558) ที่อธิบายว่า ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีการกำหนดกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความแตกต่าง กำหนดราคาโดยคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และกำลังซื้อของผู้บริโภค เลือกใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูง ให้ความสำคัญกับการบอกต่อของผู้บริโภค ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจนั้นมาจากคุณภาพและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การเอาใจใส่ผู้บริโภค และทักษะความรู้ของผู้ประกอบการ ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการซื้อมาจากผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่หาข้อมูลสินค้าด้วยตนเอง

ส่วนที่ 2 อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษา Make It Happen Juice พบว่า ความรุนแรงของสถานะการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถทดแทนกันได้ อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ และอำนาจการต่อรองของผู้ขาย วัตถุประสงค์กับการดำเนินงานวิจัยของภานุมาศ พรหมชาติ(2560) ที่อธิบายว่า การเริ่มต้นธุรกิจผลิตและจำหน่ายเชื้อเพลิงอัดแท่งเกิดจากผู้บริหารเพื่อหน่ายกับงานประจำที่ทำอยู่จึงเกิดความคิดที่จะประกอบธุรกิจมาเป็นผู้บริหาร ดำเนินเป็นเจ้าของกิจการเอง และนำความรู้ความสามารถที่ศึกษาเล่าเรียนมาใช้ในการบริหารจัดการ เรื่องทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเงิน ด้านการผลิต การจัดการด้านการตลาดถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้อย่างเข้มแข็งและก้าวสู่ความสำเร็จ สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของบริษัท ดำเนินคาร์บอน จำกัด ได้นำพลังทั้ง 5 ประการที่ผลักดันให้เกิดการแข่งขันตามแนวคิดของพอร์ตเตอร์มาใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการอุปสรรคจากคู่แข่งที่เข้ามาในตลาดใหม่ อำนาจการต่อรองของผู้ขายปัจจัยการผลิต อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ อุปสรรคจากผลิตภัณฑ์ที่ทดแทนกันได้ การเพิ่มขึ้นของการแข่งขัน เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้ เพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจได้เหนือกว่าคู่แข่ง

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทน้ำผักผลไม้สกัดเย็นเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาธุรกิจ Make It Happen Juice พบว่าทางธุรกิจ Make It Happen Juice มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหลัก คือ ทางออนไลน์ แต่ไม่ได้มีการโปรโมทหรือการทำสื่อโฆษณาอย่างอื่นนอกจากแฮชแท็ก ดังนั้นทางผู้วิจัยคิดว่าทางธุรกิจควรมีการโปรโมทในรูปแบบอื่น เช่น การทำคลิปวิดีโอแบบไวรัลวิดีโอ (Viral Video) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ถึงตราสินค้าและตัวผลิตภัณฑ์ หรือโปรโมชันต่างๆมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระจายข่าวไปยังกลุ่มบุคคลอื่นๆที่เล่นโซเชียลมีเดียมีเดียอยู่แล้วให้รับรู้ถึงตราสินค้าและตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการดึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ

### ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรที่จะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานธุรกิจออนไลน์ประเภทของอาหารหรือเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพชนิดอื่น เพื่อให้ทราบถึงความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร หรือศึกษาเรื่องเล่าความเป็นมาของธุรกิจ ซึ่งจะมีการลงลึกของข้อมูลไปถึงปัจจัยด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จและปัญหาอุปสรรคของธุรกิจ

## References

- Chanthaphasa, K.(2007). praphēt khōng k̄n sangkēt [Type of Observation]. Retrieved on September 24, 2018, from <https://home.kku.ac.th/korcha/obs1.html>.
- Praditthacharoen, C.(2017). botbat khōng ‘attalak ‘ongk̄n læ khwām mungman thumthē nai k̄nthamngān thī mī tō phruttkamk̄n pen samāchik thī dī khōng ‘ongk̄n [The Role of Employer Branding, and Work Passion in Organizational Citizenship Behavior]. Silpakorn University Journal Thai Version Vol. 37(3) : 109-128.
- Wannarak, C.(2016). ‘itthiphon khōng khunnaphāp k̄n boṛikān læ khwāmphungphōṅchai khōng lūkkhā tō khwām tangṅchai sū sinkhā rānkhā nai fētbuk [An Influence of Service Quality and Customer Satisfaction on Intention to Purchase in The Store on Facebook]. Rmutsb Academic Journal(Humanities and Social Sciences) 1(1) : 43-53.
- Phakaratsakun, T.(2015). konlayut nai k̄ndamnōēn thurakit sūaphā fāechan phān khruākhaī sangkhom ‘ōnlai [Strategies For Fashion Clothes Business Through Online Social Network]. Veridian E-Journal,Silpakorn University 8, 3 (September –December) : 538-552.
- Phromchat, P.(2017). k̄n wikhroṅ saphāpwāetlōm læ konlayut k̄nsāng khwām dai priāp thāngk̄n khāngkhan nai thurakit chūaphlōēng ‘at thāng ṅchāk thān kalā maphrāo læ thān mai yāngphārā khōng boṛisat damnōēn khāboṅ ṅchamkat ṅchangwat rāt burī [Environment Analysis and Strategy to Create a Competitive Advantage in Fuel Briquettes from Coconut Shell Charcoal and Timber Charcoal from Domnerncarbon Co.,Ltd in Ratchaburi Province]. Veridian E-Journal,Silpakorn University 10, 2 (May- August) : 709-734.
- Suwanwari, M.(2012). nāēokhit læ thritsadi Five - Force Model [Five-Force Model]. Retrieved on September 23, 2018, from <https://www.gotoknow.org/posts/460692>.
- Economic Intelligence Center of Siam Commercial Bank Public Company Limited. (2014). sōng phruttkamk̄n boṛiphok nai yuk lōkaphiwat thurakit thī tōng tōp ṅchot mā k̄wā khāē ‘im thōng [Looking at Consumer Behavior in The Globalization Era, Business must Respond more than Fullness]. Retrieved on September 25, 2018, from <https://www.scbeic.com/th/detail/product/600>.

- Sme Thailand Club. (2018). namphonlamai sakat yen tāng čāk namphonlamai thūapai yāngrai [How is Different Between Clod Pressed Juice and General Fresh Juice]. Retrieved on September 25, 2018, from <http://www.smethailandclub.com/trick-1095-id.html>.
- Watthanakomon, S., & Woraphiwuthi, A.(2016). panhā læ ‘uppasak khōng phūprakōpthurakit sū khāi sinkhā phān thāng rabop ‘inthoēnet [Problems and Obstacles of E-commerce Entrepreneurs Through The Internet]. The Journal of King Mongkut's University of Technology North Bangkok Vol. 26, No. 1.
- Naiphath, O.(2008). withī witthayākān wichai chōeng parimān læ chōeng khunnaphāp thāng phruttkam sāt læ sangkhommasāt [Quantitative and Qualitative Research Methodologies]. (3th ed.). Bangkok : 3Lada.
- Smartsme. (2016). 4 patchai thī thamhai thurakit prasop khwāmsamret [4 Critical Success Factor Analysis]. Retrieved on September 24, 2018, from <https://www.smartsme.co.th/content/20143>.

