

เส้นทางสู่ความสำเร็จ “อายุน้อย..ร้อยล้าน”*

Route to Success “Young businessman... Hundred million”

พัชรีย์ หล้าแหล่ง**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “เส้นทางสู่ความสำเร็จ อายุน้อย..ร้อยล้าน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเรื่องเล่าประสบการณ์ชีวิตของนักธุรกิจหนุ่มที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ 2) ศึกษารูปแบบ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผลการศึกษาพบว่า การประสบความสำเร็จในชีวิตของนักธุรกิจหนุ่ม ชีรศาสตร์ สหศาสตร์ หรือ ไอซ์ มีผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานการอบรมสั่งสอนจากครอบครัว แนวคิด การนิยามตนเองและปณิธานในการดำเนินชีวิต ไอซ์เชื่อในการลงมือทำและทำด้วยวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอ สิ่งสำคัญที่นักธุรกิจหนุ่มคนนี้มีคือ “ความมุ่งมั่น” ซึ่งไอซ์เชื่อว่า ไม่มีอะไรเป็นไปได้ ถ้าเราตั้งใจทำ และ “ความกตัญญู” ที่เขามี ซึ่งถือเป็นแรงบันดาลใจอันสำคัญยิ่งที่ส่งผลให้ไอซ์เป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยวัยเพียง 27 ปี สำหรับกลยุทธ์หรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” ให้ประสบความสำเร็จพบว่าเริ่มต้นจาก

- 1) การปรับภาพลักษณ์ของร้านให้ทันสมัยขึ้น โดยการสร้างตราสินค้าใหม่ให้เป็นที่จดจำ การออกแบบตราสัญลักษณ์โดยใช้สีดำ สีแห่งความเข้มแข็งและทันสมัย
 - 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่น ครอบครัว และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” มีคอนเซ็ปต์ “หน้าไม่รอ รอไม่นาน” ซึ่งไอซ์ใส่ใจกับลูกค้าที่เข้ามาในร้าน สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการบริการที่ดีของพนักงานพร้อมกับความรวดเร็วในการให้บริการ
 - 3) ใช้กลยุทธ์การสร้างความต่างให้กับตัวสินค้าด้วยการคิดค้นรายการอาหารใหม่ ๆ
 - 4) การทำการตลาดเชิงรุกและการเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เน้นใช้สื่อที่ทันสมัยต่างๆ และ การสื่อสารกับลูกค้าแบบสองทาง
 - 5) กลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างที่ทำให้ชื่อเสียงของร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” แพร่ขยายไปได้อย่างรวดเร็วคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เช่น Facebook Twitter Instagram และเว็บไซต์ของร้านเป็นต้น
- ผลจากการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” มียอดขายกว่า 1,400,000 บาทต่อเดือน และส่งผลให้เขาได้รับรางวัล Make Money Awards 2010 รางวัลยกย่องให้เป็นธุรกิจเอสเอ็มอีต้นแบบในด้านการสร้างแบรนด์และการทำการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบัน ไอซ์ได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรด้านต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอี การทำการตลาดด้วย สื่อออนไลน์ เป็นต้น

* เนื้อหาส่วนใหญ่ของบทความชิ้นนี้ เรียบเรียงจากงานวิจัยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิทยาระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์ และการจัดการ 2 (รหัสวิชา 761807) ภาคการศึกษาที่ 2/2555

** นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีส่วนช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นที่ปรึกษา

Abstract

The research project which has the following objectives: Study to

1) autobiography throughlife historyof young businessman which successful in business

2) strategies for business success.

As a result, Factors of business to success there are many factors , such as rearing of families self-definition and commitment to the lifestyle. He had launch and had new ways always. Important, he had committed and gratitude.

Strategy for business

1) Adjustment for Image to modern: he used Black logo

2) Targeting and product positioning: target are teens family and travel.

3) Using a different strategy for the product.

4) Aggressive marketing: Using modern media.

5) Used of social media: such as, Facebook Twitter and Website

With sales Over 1.4 million per month and he had awards “Make money Awards 2010.” He were invited to Lecturer about the entrepreneur's SMEs with online marketing and social media.

บทนำ

ในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่สังคมที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร เป็นยุคที่การติดต่อสื่อสารไร้พรมแดน เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารมีความทันสมัยสามารถเชื่อมต่อโลกทั้งโลกได้ โดยไม่มีอุปสรรคด้านเวลาและระยะทาง เทคโนโลยีนำเราสู่โลกใหม่และสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้มนุษย์อย่างมากมายมหาศาล เช่น ในด้านการศึกษา เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้โอกาสในการศึกษาเรียนรู้ของมนุษย์ขยายขอบเขตไปอย่างมากมายเราสามารถเรียนรู้ได้ไม่ว่าอยู่ที่ใดในโลกผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และในด้านธุรกิจเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารและข้อมูลสารสนเทศ (Information & Communication Technology หรือ ICT) นับวันยังมี บทบาทสำคัญมากขึ้นในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2553) การประกอบธุรกิจท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากผู้ต้องการลงทุนจะมีความตั้งใจและความรู้ในตัวสินค้า/บริการแล้ว จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงรายละเอียดรอบๆ ด้านของธุรกิจที่ต้องการจะลงทุนไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความเป็นไปได้ของธุรกิจ ช่องทางการตลาด กลุ่มเป้าหมาย ทำเลที่ตั้ง ความเสี่ยงในการลงทุน และผลตอบแทนการลงทุน ในแต่ละปีมีธุรกิจใหม่ ๆ เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งขนาดเล็กขนาดใหญ่ และมียุทธศาสตร์จำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ เช่น คุณนิธิพิทักษ์ กุลพงษ์ฉวีชัย นักธุรกิจหนุ่มในวัย 26 เจ้าของธุรกิจ สหราชอาณาจักร “เก้าแก่น้อย” นักธุรกิจ ท่านนี้จะเป็นคนที่เรียนหนังสือไม่เก่ง ในมุมหนึ่งเขาก็กลับชอบอ่านประวัติของนักธุรกิจชั้นนำ เช่น ธนิสท์ เจียร วนนท์ เจริญ สิริวัฒนภักดี ตัน ภาสกรนที โดนต์ ทรัมป์ บิล เกตต์ สตีฟ จ๊อบส์ เป็นต้น ซึ่ง ต่างล้วนเป็นต้น แบบในการสร้างตราสินค้าเก้าแก่น้อย บุคคลเหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นไฟส่องทางที่ได้นำเคล็ดลับดีๆ มาปรับ ใช้ในชีวิตประจำวัน แล้วยังนำไปพัฒนาในการ

บริหารธุรกิจของเค้าแก่น้อยจนเป็นที่รู้จักกันอย่างดี (กรุงเทพฯ ธุรกิจ, 2551) และคุณแม่สาย ประภาสวัต เจ้าของธุรกิจติดตั้งแก๊สรถยนต์รายใหญ่และอีกบทบาทหนึ่งคือ การเป็นนายกสมาคมผู้ติดตั้งอุปกรณ์ใช้แก๊ส สำหรับยานยนต์ นอกจากนี้ยังทำธุรกิจเกี่ยวกับจ้อแอลอีดีขนาด ใหญ่ตามอาคารต่าง ๆ ซึ่งกิจการเหล่านี้ทำให้ปีหนึ่ง ๆ มีเงินที่ผ่านมือนักธุรกิจหนุ่มคนนี้นับพันล้านบาท นักธุรกิจท่านนี้เป็นคนมีหลักการ และวินัยการใช้เงินเป็นอย่างดี คือหากทำงานได้เงินมา 100 บาท เขาใช้ 30 เอาไปลงทุนอีก 30 และเก็บไว้อีก 40 ซึ่งถ้าเขาต้องการจะใช้มากก็ต้องหาให้ได้มากขึ้น ยิ่งหาได้มากขึ้น ใช้ มากขึ้น เขาก็จะมีเหลือเก็บมากขึ้นเหมือนกัน เพราะต้องเก็บส่วนหนึ่งไว้ตลอด เขามีโจทย์ในการลงทุนคือ “การทำธุรกิจต้องทำอะไร” และ “อะไรคือความแตกต่างระหว่างที่คนรวยกับคนจนอย่างเขา” ซึ่งในที่สุด คุณโจก็ได้คำตอบว่า สิ่งที่แตกต่างกันไม่ใช่มีอะไร ไม่ใช่เงิน ไม่ใช่เขา แต่คือ “สมอง” ที่ทำให้เกิดความแตกต่าง ดังนั้น หากเขาจะมีอย่างเขาได้ เขาต้องเพิ่มพูนความรู้ให้กับตัวเอง (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2554)

นอกจากนี้ยังมีนักธุรกิจหนุ่มอีกท่านที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจในเวลาอันรวดเร็วจนสามารถปลดหนี้สินของครอบครัวกว่า 40 ล้านได้ภายในเวลา 2 ปี คุณธีรศานต์ สหัสสพาศน์ หรือ ‘ไอซ์’ เจ้าของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” ก๋วยเตี๋ยวเนื้อต้นตำรับเมืองเพชรบุรี ไอซ์ใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการทำธุรกิจโดยเฉพาะ สื่อสังคมออนไลน์ จนทำให้ร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” มียอดจำหน่ายกว่า 1,400,000 บาทต่อเดือน ส่งผลให้ เขาได้รับรางวัล Make Money Awards 2010 รางวัลยกย่องให้เป็นธุรกิจเอสเอ็มอีต้นแบบในด้านการสร้าง แรนด์และการทำการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันไอซ์ได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรด้านต่าง ๆ เช่น การ เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอี การทำการตลาดด้วยสื่อออนไลน์ เป็นต้น เห็นได้ว่าสิ่งหนึ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจอาจไม่ใช่เพราะว่ามีเงินทุนมาก แต่กลับเป็นเพราะแนวคิด การนิยามตนเอง ประสบการณ์และ แรงบันดาลใจของบุคคลนั้น และที่ขาดไม่ได้คือความมุ่งมั่น จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาเรื่อง เล่า ประสบการณ์ชีวิต การนิยามตนเองและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของนักธุรกิจ หนุ่ม คุณธีรศานต์ สหัสสพาศน์ หรือไอซ์ว่าเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “เส้นทางสู่ความสำเร็จ อายุน้อย...ร้อยล้าน” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาเรื่องเล่าประสบการณ์ชีวิตของนักธุรกิจหนุ่มที่ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ
2. เพื่อศึกษารูปแบบกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ!

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยเรื่อง “เส้นทางสู่ความสำเร็จอายุน้อย...ร้อยล้าน” มีขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิต
2. การนิยามตนเองหรืออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง (Self - concept) ปณิธานการดำเนินชีวิต
3. รูปแบบ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูลหลัก(KeyInformation)ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่อายุยังน้อยนั่นคือ คุณธีรชานต์ สหัสสพาศน์ หรือไอซ์ บุคคลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พ่อ แม่ และน้องชาย

ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อ “แจ๊กเม้ง” ตั้งอยู่ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000

ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือนมกราคม 2556

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Critical Success Factor Analysis)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2555 : 7-8) ได้ให้ความหมายปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor : CSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องทำให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือ ก็คือ เป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์กรจะมีปัจจัย แห่งความสำเร็จเป็นหลักหมายที่เป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้างเพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนอง วิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ว วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึก การแยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในกลุ่มอุตสาหกรรมนั้น ๆ

สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จนั้น มีอยู่ด้วยกัน 7 ประการ ได้แก่

1) ความมุ่งมั่น (Drive) ในชีวิตจริงแล้วความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศ (Personal Mastery) เป็นหัวใจสำคัญประการแรกที่ทุกคนต้องประพฤติปฏิบัติ เมื่อมีความเพียรอยู่ที่ไหน ความสำเร็จย่อมอยู่ที่นั่น ผู้ประกอบธุรกิจทุกคนควรพึงจดจำไว้เสมอว่า "ไม่มีความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ใดๆ ที่จะได้มาจากความเพียรพยายามเพียงน้อยนิด"

2) ภูมิปัญญา (Knowledge / Wisdom) ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านการบริหารที่ต้อ้งมีอย่างครบถ้วน

3) การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เพื่อเพิ่มพูนภูมิพลังแห่งปัญญาอยู่ตลอดเวลา อันจะนำมาซึ่งโอกาสทางธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล

4) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Personal Creativity) อันเนื่องมาจากรูปแบบวิถีคิด (Mental Ability) ที่จะก่อให้เกิดมุมมองแปลกๆ ใหม่ๆ (New Paradigm) ที่แตกต่างไปจากผู้อื่น ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิม ๆ สามารถที่จะแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) เพื่อนำมาบริหารและพัฒนาให้เกิดเป็นคุณค่าแก่ธุรกิจของตน ทั้งในด้านของการปรับปรุงระบบงานทั่วไป ระบบการผลิต ระบบการตลาด และระบบการบริการลูกค้า ตลอดจนระบบการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

5) มนุษยสัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร (Human Relations & Communications Ability) ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการติดต่อสื่อสารให้บริการแก่ลูกค้าและบริหารทีมงานขนาดเล็กให้มีความมุ่งมั่น เป็น

3) สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยที่ทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้โดดเด่นกว่าคนทั่วไป เช่น สามารถอาศัยอยู่กับแมงป่องหรืออสรพิษได้ เป็นต้น ซึ่งเรามักจะเรียกสมรรถนะส่วนบุคคลว่าความสามารถพิเศษส่วนบุคคล

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประสบความสำเร็จ

ปรกรณ์ วงศ์รัตนพิบูลย์ (ม.ป.ป) กล่าวว่า คุณลักษณะเด่นของผู้ประสบความสำเร็จ 10 ประการ ประกอบด้วย 1) กล้าที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองตลอดเวลา 2) มีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจนของการจะประสบความสำเร็จ 3) เผชิญหน้ากับความล้มเหลวแล้วเริ่มใหม่ 4) มุ่งมั่นในความคิดของตัวเองและทำงานกว่าจะสำเร็จ 5) อยู่กับช่วงที่ตัวเองรู้สึกแย่น้อยกว่าช่วงที่ตัวเองรู้สึกดี 6) รับฟังคำวิจารณ์จากผู้อื่นได้ดี 7) มีทัศนคติเชิงบวกในเรื่องต่าง ๆ มากกว่า 8) มีภาวะความเป็นผู้นำสูง 9) ให้ความสำคัญกับผู้อื่น 10) ดำเนินเรื่องด้วยความไม่ประมาท

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “เส้นทางสู่ความสำเร็จ อายุน้อย...ร้อยล้าน” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีวิทยาที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาปรากฏการณ์ในครั้งนี้คือ การศึกษาประวัติชีวิตและเรื่องเล่า (Life History and Narrative Approach) (Somekh and Lewin 2005:156-162) เป็นวิธีวิทยาการศึกษาภายใต้กระบวนทัศน์สร้างสังคม (Social Constructivism Paradigm) (นภาพรณ์ หะวานนท์ 2550:1-23) วิธีวิทยานี้ใช้เข้าถึงความหมายของประสบการณ์ชีวิต ด้วยการศึกษาวีธีคิด การนิยามการให้ความหมาย การตีความ สถานการณ์และเรื่องราวต่าง ๆ รวมทั้งการนำเสนอปรากฏการณ์ทางสังคมท วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ด้วย การอาศัยความคุ้นเคย และการสังเกต พฤติกรรม ปฏิกริยาของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) คือ คุณธีรศานต์ สหัสสพาศน์ หรือไอซ์ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จด้วยวัยเพียง 27 ปี และ บุคคลที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยใช้แนวคำถามที่สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การดำเนินชีวิต การนิยามตนเองหรืออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง และประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ โดยการสัมภาษณ์ แบบไม่เป็นทางการ การเก็บข้อมูลดำเนินไปในลักษณะการพูดคุยสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการพรรณนาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ก่อนที่จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2540; Graneheim, 2004); Miles & Huberman, 1994) โดยแบ่งเป็น

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้น ถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้นจะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่และบุคคล

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัย แต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด ซึ่งจะสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ดีความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่าถ้ายังอยู่ในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์ แต่ละอย่าง การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี เป็นการตรวจสอบที่ทำได้ยากกว่าการตรวจสอบด้านอื่นๆ

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสารหรือทำการซักถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความเป็นจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องเล่า ภูมิหลัง ประสบการณ์การดำเนินชีวิต การนิยามตนเองหรืออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของนักธุรกิจอายุน้อย ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เมื่อผู้ศึกษารวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ประสบการณ์การดำเนินชีวิต การนิยามตนเองหรืออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของนักธุรกิจที่อายุเพียง 27 ปี เป็นอย่างไรบ้าง

ผลการศึกษาและข้อวิจารณ์

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากการดำเนินธุรกิจด้วยวัยเพียง 27 ปี ซึ่งได้แก่ คุณธีรศานต์ สหัสสพาศน์ หรือ ไอซ์ มีผลการศึกษา ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิต

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล ภูมิหลังและประสบการณ์การดำเนินชีวิตพบว่า คุณธีรศานต์ สหัสสพาศน์ หรือ ไอซ์ เกิดวันที่ 24 ตุลาคม 2527 เป็นบุตรของนายประดิษฐ์ และนางศิริรัตน์ สหัสสพาศน์ ปัจจุบันอาศัยอยู่ที่ ตำบลท่าราบ อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี 76000 ไอซ์จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จากโรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย และเข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาที่มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี คณะวิทยาการจัดการ เอกการเงิน หลังจากสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีก็ได้ ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ที่มหาวิทยาลัยเดียวกัน ในสาขาผู้ประกอบการ และปัจจุบันกำลังศึกษาในระดับ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ข้อมูลด้านกิจการหรือธุรกิจที่ไอซ์รับผิดชอบ ดูแลอยู่ในขณะนี้ ประกอบด้วย บริษัทไทยทำน้ำผลไม้ เพชรบุรี จำกัด ร้านก๋วยเตี๋ยวเจ๊กเม้ง ก๋วยเตี๋ยวเนื้อ ต้นตำรับเพชรบุรี และบริษัท www.Soda-gram.com Print Instagram photos on Canvas

จากที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสกับครอบครัว สหสพาศน์ ซึ่งมีสมาชิกในครอบครัวทั้งสิ้น 4 คน ได้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ ไอซ์ และน้องชาย ทำให้ผู้วิจัยทราบได้ว่า ครอบครัวนี้มีความอบอุ่น และมีวิธีการสอนลูกอย่างเป็นระบบ สอนให้คิดเป็น ทำเป็น และลงมือทำ คุณพ่อของไอซ์พยายามสอนให้ไอซ์รู้จักคิดอย่างเป็นระบบ สอนให้รู้ทันเล่ห์กลต่าง ๆ ในการทำงานโดยการถามคำถามแปลกๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้ไอซ์นึกคิด อะไร ๆ ได้หลาย ๆ อย่าง เช่น ตอนเด็ก ๆ ไอซ์ต้องไปส่งของกับคนงาน ตอนกลับมาคุณพ่อ จะถามว่า “ไอซ์ เป็นคนงาน ไอซ์จะโกงปายังไง” เป็นต้น และที่สำคัญคุณแม่สอนเสมอให้ไม่เอาไรต์เอาเปรียบใคร โดยคุณแม่ สอนเสมอว่า “ให้คิดว่าอะไรที่เราไม่ชอบเวลาคนอื่นปฏิบัติกับเรา เราต้องไม่ปฏิบัติแบบนั้น”

ไอซ์ เติบโตมาในครอบครัวที่ทำธุรกิจมาโดยตลอด เดิมทีธุรกิจของครอบครัวคือ โรงงานไอศกรีมที่จำหน่ายทางภาคใต้ ซึ่งเป็นไอศกรีมตราสินค้าท้องถิ่น (Local Brand) ซึ่งเมื่อไอศกรีมตราสินค้าใหญ่เข้ามาบุกตลาด ซึ่งแน่นอนว่าตราสินค้าท้องถิ่นไม่สามารถสู้สินค้าตราสินค้าใหญ่ได้ และเป็นช่วงเดียวกับที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2540 ธุรกิจหลาย ๆ แห่งของไทยประสบปัญหาล้มละลาย รวมทั้งธุรกิจของครอบครัวไอซ์ ที่ต้องประสบปัญหาล้มละลาย ส่งผลให้ครอบครัวมีภาระหนี้สินสูงถึง 18,000,000 บาท ในเวลา 10 ปีต่อมา ภาระหนี้สินดังกล่าวเพิ่มพูนขึ้นอย่างรวดเร็วเป็น 40,000,000 ล้านบาท คุณแม่ของไอซ์ต้องเปลี่ยนอาชีพมาขายทอดผ้าในในตลาดเพื่อเป็นเงินให้ลูกไปศึกษา และค่อยเพิ่มชนิดสินค้าเพิ่มขึ้นเรื่อย เช่น น้ำเต้าหู้ นมสด น้ำฝรั่ง เป็นต้น ซึ่งในขณะนั้นไอซ์กำลังศึกษาอยู่ที่โรงเรียนสวนกุหลาบวิทยาลัย กรุงเทพมหานคร ไอซ์ต้องเดินทางกลับบ้านมาทุกวันศุกร์ เพื่อมาช่วยที่บ้านทำงานโดยทำหน้าที่หาช่องทางหารจัดจำหน่าย โดยเริ่มจากการติดต่อร้านค้าในตลาดจนทำให้สินค้ามีช่องทางจัดจำหน่ายมากขึ้นและพยายามติดต่อ หาช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำผลไม้ใหม่ ๆ ตลอดเวลาไอซ์ถามตัวเองขณะเรียนอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ว่าต้องการเป็นอะไร ซึ่งตอนนั้นไอซ์เรียนสายวิทย์ คณิตฯ และเป็นประธานชมรมวิทยาศาสตร์ ซึ่งแต่ละคนที่เรียนสายนี้ย่อมต้องการเป็นหมอหรือวิศวกร แต่สำหรับไอซ์ ใฝ่ฝันเป็นนักธุรกิจ ต้องการสานต่อธุรกิจของครอบครัว ไอซ์จึงลาออกจากประธานชมรมฯ และใช้เวลาว่างศึกษาหาความรู้ด้านการบริหารธุรกิจกับน้องชายอย่างจริงจัง ไอซ์ต้องการทราบวิธีคิด ต้องการเรียนรู้วิธีการทำงาน การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เรียนรู้วิธีการแก้ปัญหา และต้องการรู้ว่าคนที่เคยล้มเหลวทางธุรกิจจะหวนกลับมาใหม่อีกครั้งได้อย่างไร

หลังจากสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ไอซ์ได้มารับช่วงกิจการของครอบครัวต่อและสามารถบริหารกิจการประสบความสำเร็จจนสามารถปลดหนี้สินของครอบครัวได้หมดภายในเวลา 2 ปี

2. การนิยามตนเองหรืออัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง

จากการศึกษาเกี่ยวกับการนิยามตนเอง หรือ อัตมโนทัศน์เกี่ยวกับตนเอง พบว่าตอนเด็ก ๆ ไอซ์เป็นคนไม่ค่อยกล้าพูดกับใคร เนื่องจากพูดติดอ่าง ทำให้ไอซ์ดูเหมือนเป็นคนชอบเก็บตัว ไปไหนมาไหนคนเดียว แต่โดยส่วนตัวไอซ์เป็นคนชอบเรียนรู้ ศึกษาสิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ ชอบคิดและทำสิ่งใหม่ ๆ เขาเชื่อว่า “ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้ ถ้าเราตั้งใจทำ” ปณิธานการดำเนินชีวิตของไอซ์ คือ การเชื่อในการลงมือทำ และทำด้วยวิธีการใหม่ๆ อยู่เสมอ เนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันตามกระแสโลกเราจะตกเป็นผู้ตาม

สำหรับแรงจูงใจที่ส่งผลให้ไอซ์เป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จด้วยวัยเพียง 27 ปี เป็นผลมาจากความภาคภูมิใจ หลังจากทำธุรกิจของครอบครัวประสบปัญหาล้มละลาย ส่งผลให้ครอบครัวมีภาระหนี้สิน ไอซ์

เห็นสภาพครอบครัวทั้งคู่คุณพ่อ คุณแม่ต้องลำบากเปลี่ยนอาชีพมาขายทอดมันหน้าเขาวัง ต้องกู้หนี้ยืมสินดอกเบี้ย ร้อยละ 20 มาเป็นค่าใช้จ่ายในการศึกษา ไอซ์เห็นสภาพความลำบากของครอบครัว ทั้งพ่อ แม่และน้องชายยอม เหนื่อยและเสียสละเพื่อให้เขาได้รับโอกาสเรียนโรงเรียนดี ๆ ซึ่งไอซ์สำนึกอยู่เสมอว่าเขาจะทำให้ ครอบครัว ผิดหวังไม่ได้ ไอซ์ให้สัมภาษณ์ว่า “ผมเชื่ออย่างหนึ่งว่า ผมเกิดมาเพื่อดูแลครอบครัว ดังนั้นทุกสิ่ง ทุกอย่างที่ผมทำ ในวันนี้ ทำเพื่อให้ป่า แม่ คริม มีความสุข อยู่พร้อมหน้ากัน ไม่ต้องการไปมากกว่านี้”

3. ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ รูปแบบ กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ

จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับประสบการณ์การดำเนินธุรกิจ รูปแบบ กลยุทธ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จ ทางธุรกิจได้อย่างไร พบว่า สำหรับธุรกิจน้ำผลไม้ “ตราคุณสิริรัตน์” ไอซ์ต้องการผลักดันสินค้าผลไม้ ซึ่งเป็น สินค้าโลคอลตราสินค้าเข้าสู่ตลาดในเมืองหลวง โดบกลยุทธ์ที่นำมาใช้พบว่ามีดังนี้

1) การนำผลิตภัณฑ์มาปรับโฉมใหม่ทั้งรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์และเปลี่ยนสติ๊กเกอร์พร้อมเพิ่ม ความหลากหลายให้รสชาติมากถึง 17 ชนิด รูปลักษณ์สินค้าที่ทันสมัยขึ้นทำให้สามารถขยายช่องทางการจัด จำหน่ายได้มากขึ้น

2) ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย ความตั้งใจแรกของไอซ์คือการนำสินค้าน้ำผลไม้ “ตราคุณ สิริรัตน์” วางจำหน่ายบนสถานีรถไฟฟ้าบีทีเอสให้ได้ ซึ่งไอซ์กล่าวว่า “ทำเลตรงนี้จะทำให้ลูกค้าชิมซับ ตราสินค้า ทุกวันย่อมดีกว่าลงโฆษณา เพราะได้ทั้งเงินสดและสื่อสารลูกค้าโดยตรง นอกจากนี้ยังขยายช่องทางการจัด จำหน่ายโดยการส่งตรงถึงบ้าน (Delivery) กระจายเข้าสู่ศูนย์การค้า

3) การสร้างความต่างให้กับสินค้า โดยการเพิ่มตัวเลือกให้กับสินค้าให้มากขึ้นมากกว่าตราสินค้าอื่น

4) กลยุทธ์รวบรวมรวบรวมหา คือการหาสินค้าอื่นมาขายร่วมการให้บริการจัดเลี้ยงกับหน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ เช่น โรงพยาบาล โรงเรียน เป็นต้น พร้อมเปิดรับตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ วิธีการดังกล่าว ทำให้ สามารถวางแผนสินค้าได้ดีขึ้น ช่วยแก้ปัญหาของเสียเหลือทิ้งจากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 1 – 2

ไอซ์กล่าวว่า “ความสำเร็จในธุรกิจแรกวัดผลได้จากจุดกระจายสินค้าที่เพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว ภายในปีเดียวกัน กับกำลังการผลิต 2 หมื่นขวดต่อวัน” เมื่อสามารถจัดการกับธุรกิจแรกได้ลงตัว สามารถลด จุดอ่อนต่าง ๆ ลงได้เขาจึงมีเวลาว่างมองหาธุรกิจใหม่ ๆ

สำหรับธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวเนื้อ “เจ๊กเม้ง” ก๋วยเตี๋ยวเนื้อต้นตำรับเมืองเพชรบุรี ซึ่งเป็นร้านอาหาร เก้าแก้วในเมืองเพชรบุรี มีมานานเกือบ 50 ปี กลยุทธ์ที่ไอซ์นำมาใช้ในการดำเนินกิจการนี้พบว่า

1) เริ่มต้นจากการปรับภาพลักษณ์ของร้านจากก๋วยเตี๋ยวโบราณมาสู่ภาพลักษณ์ที่ทันสมัยขึ้น โดย การสร้างตราสินค้าใหม่ให้เป็นที่จดจำ มีการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยใช้สีดำ สีแห่งความเข้มแข็งและทันสมัย

2) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ที่กลุ่ม นักท่องเที่ยว วัยรุ่น ครอบครัว และทำการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และทำการ กำหนดตำแหน่งของสินค้า โดยร้าน “เจ๊กเม้ง” มีคอนเซ็ปต์ “หน้าไม่มอง รอไม่นาน” ซึ่งไอซ์ใส่ใจกับลูกค้าที่เข้ามา ในร้าน สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการบริการที่ดีของพนักงานพร้อมกับความรวดเร็วในการให้บริการ

1) ใช้กลยุทธ์การสร้างความต่างให้กับตัวสินค้าด้วยการคิดค้นรายการอาหารใหม่ ๆ ที่มีความ แปลกทั้งชื่อและวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร ซึ่งหลาย ๆ รายการอาหารกลายมาเป็นรายการอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

2) การทำการตลาดเชิงรุกโดยการเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เน้นใช้สื่อที่ทันสมัยต่าง ๆ ภายในร้านจะมีทีวี วีดีโอ เพลงทันสมัยเปิดไว้ให้ดู มีตราสัญลักษณ์ร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” อยู่ด้านล่างไว้ตลอด พร้อมกับจะมีรายการอาหารเพื่อให้คนนั่งดูเป็นการกระตุ้นและสื่อสารกับลูกค้าอีกทาง โฆษณาเน้นให้ความสำคัญกับการเชื่อมสัมพันธ์กับลูกค้า นั่นคือ หลังจากทานอาหารเสร็จทางร้านจะมีแบบสอบถามว่าคุณทานอาหารแล้วเป็นอย่างไรบ้าง รู้จักร้านนี้จากช่องทางไหน สิ่งประทับใจ รวมถึงการขอข้อมูลลูกค้าเอาไว้ เช่น ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ E-mail ซึ่งข้อมูลเหล่านี้เป็นข้อมูลสำคัญที่ทำให้ทางร้านสามารถสื่อสารกับไปหาลูกค้าอีกครั้งได้นอกจากนี้ทางร้านยังได้ทำเอกสารแผ่นพับแจกลูกค้าทุกคนโดยในแผ่นพับจะมีรายการอาหารอาหารข้อมูลข่าวสารของทางร้าน ช่องทางการติดต่อ และหลังจากที่คุณทานอาหารเสร็จและออกจากร้านมาแล้วทางร้านจะมีการส่งข้อความ (SMS) มายังมือถือของคุณเพื่อขอบคุณ

3) กลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างที่ทำให้ชื่อเสียงของร้านเจ๊กเม้งแพร่ขยายไปได้อย่างรวดเร็วคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram และเว็บไซต์ของร้านเจ๊กเม้ง เป็นต้น ซึ่งโฆษกบอกว่าเขาใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อให้คนเข้าถึงร้านได้ตลอดเวลาและช่วยตอบโจทย์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าในเวลาจริง ซึ่งเขาสามารถแสดงภาพหรือข้อมูลที่ต้องการประชาสัมพันธ์ได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นการเพิ่มชีวิตชีวาให้กับเพจอยู่เสมอ มันไม่ได้เป็นการป้อนข้อมูลฝ่ายเดียว เป็นกรสร้างความเชื่อมั่นและต้องการลงใช้บริการให้กับผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมในเพจของร้าน และโฆษกยังกล่าวย้ำอีกครั้งว่า “สิ่งสำคัญที่สุดคือ เมื่อสร้างความคาดหวังให้กับลูกค้าแล้ว ก็ควรพัฒนาคุณภาพของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นตามความคาดหวัง”

ผลจากการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ดังกล่าว โดยเฉพาะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ส่งผลให้ร้าน “เจ๊กเม้ง” เป็นที่รู้จักแพร่หลายในเวลาอันรวดเร็ว และส่งผลให้นักธุรกิจหนุ่มคนนี้มีชื่อเสียงตามไปด้วย โฆษกถูกเชิญให้ไปออกรายการทีวีหลายรายการ สัมภาษณ์ลงนิตยสารหลาย ๆ เล่ม นั้นยังเป็นแรงผลักดันให้ชื่อเสียงของร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นและขยายกิจการอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันมีที่นั่งมากกว่า 150 ที่นั่ง และในวันศุกร์เสาร์ อาทิตย์ สามารถขยายโต๊ะไปบริเวณด้านข้างร้านได้ถึง 400 -500 ที่นั่ง และมียอดจำหน่ายกว่า 1,400,000 บาทต่อเดือน ความสำเร็จทั้งหมดเป็นผลมาจากการบริหารธุรกิจของนักธุรกิจหนุ่มวัยเพียง 27 ปี ซึ่งส่งผลให้เขาได้รับรางวัล Make Money Awards 2010 รางวัลยกย่องให้เป็นธุรกิจเอสเอ็มอีต้นแบบในด้านการสร้างแบรนด์ และการทำการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันโฆษกได้รับเชิญไปเป็นวิทยากรด้านต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอี การทำการตลาดด้วยสื่อออนไลน์ เป็นต้น

สรุปและอภิปรายผล

การประสบความสำเร็จในชีวิตของนักธุรกิจหนุ่ม ธีรศานต์ สหสสพาศน์ หรือ โฆษก พบว่ามีผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานการอบรมสั่งสอนจากครอบครัว การสอนให้รู้จักคิดและลงมือทำ ตลอดจนการและประเมินปัญหาและแนวทางทางแก้ไขปัญหาจากสถานการณ์ต่าง ๆ รอบด้าน การนิยามตนเอง ทัศนคติในการดำเนินชีวิตของโฆษกคือ การเชื่อในการลงมือทำและทำด้วยวิธีการใหม่ ๆ อยู่เสมอเนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันตามกระแสโลกเราจะตกเป็นผู้ตามสิ่งสำคัญที่นักธุรกิจหนุ่มคนนี้มีคือ “ความมุ่งมั่น” ซึ่งโฆษกเชื่อว่า ไม่มีอะไรเป็นไปไม่ได้ ถ้าเราตั้งใจทำ และสิ่งสำคัญคือ “ความกตัญญู” ที่เขามี ซึ่งถือเป็นแรงบันดาลใจอันสำคัญยิ่งที่ส่งผลให้โฆษกเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยวัยเพียง 27 ปี

สำหรับกลยุทธ์หรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” ให้ประสบความสำเร็จพบว่า เริ่มต้นจาก

- 1) การปรับภาพลักษณ์ของร้านให้ทันสมัยขึ้น โดยการสร้างตราสินค้าใหม่ให้เป็นที่จดจำ มีการออกแบบตราสัญลักษณ์โดยใช้สีดำ สีแห่งความเข้มแข็งและทันสมัย
- 2) กำหนดกลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายไว้ที่กลุ่มนักท่องเที่ยว วัยรุ่น ครอบครัว และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยร้าน “เจ๊กเม้ง” มีคอนเซ็ปต์ “หน้าไม่จ่อ รอไม่นาน” ซึ่งใส่ใจใส่ใจกับลูกค้าที่เข้ามาในร้าน สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการบริการที่ดีของพนักงานพร้อมกับความรวดเร็วในการให้บริการ
- 3) ใช้กลยุทธ์การสร้างความต่างให้กับตัวสินค้าด้วยการคิดค้นรายการอาหารใหม่ ๆ
- 4) การทำการตลาดเชิงรุกและการเชื่อมความสัมพันธ์กับลูกค้า เน้นใช้สื่อที่ทันสมัยต่าง ๆ และการสื่อสารกับลูกค้าแบบสองทาง
- 5) กลยุทธ์ที่สำคัญอีกอย่างที่ทำให้ชื่อเสียงของร้านเจ๊กเม้งแพร่ขยายไปได้อย่างรวดเร็วคือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram และเว็บไซต์ของร้านเจ๊กเม้ง เป็นต้น

ผลจากการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ และการให้สัมภาษณ์ทั้งในส่วนของ โทรทัศน์และนิตยสารต่าง ๆ ส่งผลให้ร้านก๋วยเตี๋ยว “เจ๊กเม้ง” มียอดจำหน่ายกว่า 1,400,000 บาทต่อเดือน ความสำเร็จทั้งหมดเป็นผลมาจากการบริหารธุรกิจของนักธุรกิจหนุ่มวัยเพียง 27 ปี ซึ่งส่งผลให้เขาได้รับ รางวัล Make Money Awards 2010 รางวัลยกย่องให้เป็นธุรกิจเอสเอ็มอีต้นแบบในด้านการสร้างแบรนด์ และการทำการตลาดด้วยสื่อสังคมออนไลน์ ปัจจุบันไอซีได้ถูกรับเชิญไปเป็นวิทยากรด้านต่าง ๆ เช่น การเป็น ผู้ประกอบการ เอสเอ็มอี การทำการตลาดด้วยสื่อออนไลน์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้!

ผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้ทำให้เราทราบเกี่ยวกับการนิยามตนเองหรืออัตลักษณ์ที่เกี่ยวกับตนเองและ ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจของนักธุรกิจหนุ่มที่ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้วยวัยเพียง 27 ปี ผู้วิจัยขอแนะนำข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

- 1) การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้นั้น สิ่งสำคัญต้องเริ่มที่ความมุ่งมั่นและลงมือทำอย่างจริงจัง
- 2) ดำเนินธุรกิจใด ๆ ควรมีการวางแผนการตลาด เช่น การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- 3) ดำเนินธุรกิจควรมีการสร้างความปลอดภัยหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอเนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หากไม่มีการเปลี่ยนแปลงให้ทันตามกระแสโลกเราจะตกเป็นผู้ตาม อาจทำได้โดยการปรับภาพลักษณ์ของสินค้า การใช้สื่อต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Twitter Instagram และเว็บไซต์ เป็นต้น ซึ่งจัดเป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากในยุคปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษารายละเอียด วิธีการ ความถี่ในการให้ข่าวสารในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจนประสบความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2550. บทความความสำเร็จของผู้ประกอบการใหม่ ปี 2550. กระทรวงอุตสาหกรรม.

กรุงเทพฯ.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2555. เอกสารประกอบโครงการเตรียมความพร้อมและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

ภาคอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC). กระทรวงอุตสาหกรรม.

กรุงเทพฯ. กรุงเทพธุรกิจ 25 มกราคม 2554 หน้า 30 กรุงเทพธุรกิจ 9 พฤษภาคม 2551 หน้า 27

ชูชัย สมิติไกร. 2550. การสรรหา การคัดเลือก และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร.

พิมพ์ครั้งที่ 2.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ณรงค์วิทย์ แสนทอง. 2547. **มารู้จัก COMPETENCY กันเถอะ**. กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.

ณัฐปกรณ์ พิษณุปัญญธรรม.กว่าจะได้นั่งบัลลังก์ศาล. กรุงเทพฯ .พิมพ์ครั้งที่ ๕

นภาพรณ์ หะวานนท์. “วิธีการศึกษาเรื่องเล่า : จุดเปลี่ยนของการวิจัย ยัย ทางคุณ นสังคมศาสตร์.” วารสาร

สังคมศาสตร์ลุ่มน้ำโขง. 5,2 (พฤษภาคม 2552) : 8-10.

ปกรณ์ วงศ์รัตนพิบูลย์. (ม.ป.ป) .**บทความเรื่องคุณลักษณะเด่นของผู้ประสบความสำเร็จ 10 ประการ**

(ออนไลน์). สืบค้นจาก : http://www.entaining.net/article01_success.php

พิทักษ์ ศิริวงศ์. การให้ความหมายที่มาของความหมายรูปแบบและกลยุทธ์การดาเนินกิจกรรมความรับผิดชอบต่อ

สังคมของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน). วารสาร Veridian E-Journal, SU Vol.4 No. 2

September – December 2011

พัชรี หล้าแหล่ง. (2555).แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสาร Veridian

E-Journal, SU Vol.5 No. 1 January – April 2012

สุภางค์ จันทวานิช. (2540). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาต่างประเทศ

Graneheim, B. L. (2004). **Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness**. Nurse Education Today, 24, 105–112

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). **Qualitative data analysis**. 2nd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

Spencer, M and Spencer, M.S. 1993. **Competence at work: Models for Superiors Performance**. New York: John Wiley & Sons.