

## สารบัญ

| บทที่  | หน้า |
|--|------|
| 1 บทนำ.....  | 1    |
| ความเป็นมาของปัญหา.....                                | 1    |
| จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....                            | 3    |
| ขอบเขตของการศึกษา.....                                 | 3    |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....                           | 3    |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....                         | 3    |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....                  | 4    |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....                   | 4    |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์อุตสาหกรรม.....              | 13   |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม.....             | 15   |
| ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์ (TOWS Matrix).....          | 16   |
| ทฤษฎีทางการตลาด.....                                   | 18   |
| แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์..... | 22   |
| 3 การวิเคราะห์ธุรกิจ (C-PEST Analysis).....            | 28   |
| สภาพการตลาด.....                                       | 28   |
| สภาพการแข่งขัน (Competition).....                      | 29   |
| ค่านิยมในสังคม (Social Value).....                     | 30   |
| สภาวะทางเศรษฐกิจ (Economic).....                       | 31   |
| การเมืองและกฎหมาย (Political and Legal Issues).....    | 31   |
| บริษัทคู่ค้า (Suppliers).....                          | 31   |
| วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก (SWOT Analysis).....     | 32   |

สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                                    | หน้า |
|--|------|
| <b>4 ยุทธศาสตร์การ</b>                   | 34   |
| ตลาด.....                                |      |
| ตลาดเป้าหมายและการวางตำแหน่ง             | 34   |
| ผลิตภัณฑ์.....                           |      |
| กลยุทธ์ทางการ                            | 36   |
| ตลาด.....                                |      |
| แผนการ                                   | 38   |
| ประชาสัมพันธ์.....                       |      |
| แผนการกิจกรรมส่งเสริมการ                 | 41   |
| ขาย.....                                 |      |
| <b>5 การดำเนินงาน</b>                    | 42   |
| งาน.....                                 |      |
| ขั้นตอนการบริการ (Process)               | 42   |
| .....                                    |      |
| การส่งมอบงาน.....                        | 45   |
| .....                                    |      |
| พนักงาน (Staff)                          | 45   |
| .....                                    |      |
| การเปิดการให้                            | 46   |
| บริการ.....                              |      |
| การอบรม                                  | 46   |
| พนักงาน.....                             |      |
| สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) | 47   |
| .....                                    |      |
| ตรา                                      | 47   |
| สัญลักษณ์.....                           |      |
| สิ่งที่คาด                               | 47   |
| หวัง.....                                |      |
| ข้อเสนอแนะและแนวทางการปฏิบัติ            | 48   |
| งาน.....                                 |      |

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| บรรณานุกรม.....             | 48 |
| ..                          |    |
| ภาคผนวก.....                | 51 |
| .....                       |    |
| ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า..... | 54 |
| .....                       |    |



## สารบัญตาราง

| ตาราง |   | หน้า |
|-------|---|------|
| 1     | แสดงข้อมูลปริมาณรถยนต์จากกรมการขนส่งทางบก.....<br>..... | 28   |
| 2     | แสดงกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Action<br>Plan).....         | 51   |



## สารบัญภาพ

| ภาพ |   | หน้า |
|-----|---|------|
| 1   | รูปแบบพฤติกรรมผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) (Model of Buyer (Consumer) Behavior)... | 7    |
| 2   | การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโดยพลังการแข่งขันทั้ง 5.....                     | 14   |
| 3   | โมเดล SWOT / TOWS Matrix.....   | 17   |
| 4   | Competitive Advantage.....  | 25   |

