

# ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวอาณาจักรเส้น

## ตลาดนัดรถไฟรัชดา กรุงเทพมหานคร

### Business Demand and Operation of Anajak san Noodle Shop

#### at Train Night Market Ratchada Bangkok

นางสาว มณีกานต์ ลำเจียกเทศ

#### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1) ความต้องการของตลาด 2) ยอดขาย 3) การดำเนินการของธุรกิจ และ 4) การจัดการเชิงกลยุทธ์ การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการหรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของธุรกิจ

#### ผลการวิจัย

- 1) ความต้องการของตลาดต้องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคในขณะนั้น โดยการรับประทานอาหารนอกบ้านที่ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเกิดมาจากวิถีชีวิตของผู้คนไทยที่ต้องใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ หากทำร้านควรสามารถตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้ให้ได้
- 2) ยอดขายผลมาจากมีการแข่งขัน และการเติบโตของการดำเนินธุรกิจร้านอาหารค่อนข้างมีความดุเดือดอันเนื่องมาจากร้านอาหารนั้น สามารถริเริ่มได้ง่ายหากมีเงินทุน แต่ควรมองว่าจะดำเนินธุรกิจอย่างไรให้คงอยู่จากการดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวที่มีการบริหารการลงทุน โดยการวางแผนกลยุทธ์จนพบว่าผลประกอบการเติบโตขึ้นร้อยละ 5 ในปี 2 และปีถัดไป
- 3) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ทางร้านเน้นเรื่องการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องสำคัญในการขับเคลื่อนกิจการ มีการอบรม พัฒนาศักยภาพการบริการ เพื่อให้ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ถึงการมีใจรักในการบริการ
- 4) ด้านการเงินธุรกิจ เงินลงทุนมีการวางแผน ต้องมีการตรวจสอบ วางแผนสำรองโดยการประเมินจากยอดขายประกอบกับต้นทุนในแต่ละวัน เพื่อลดความเสี่ยงที่ไม่คาดคิดอย่างราคาและ ความขาดแคลนที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- 5) งบประมาณดำเนินงานงบประมาณดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาณาจักรเส้นไว้ที่ 500,000 บาทในการลงทุนและเงินสำรองตั้งไว้ที่ 500,000 บาทเช่นเดียวกันในกรณีฉุกเฉิน

- 6) การดำเนินธุรกิจระยะเวลาของโครงการ 5 ปี โดยสามารถกำหนดระยะเวลาคืนทุนได้ 1.33 ปี
- 7) ด้านการปฏิบัติการได้ทำการจำแนก และแบ่งหน้าที่ตามส่วนงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ ตามความสามารถ และความเหมาะสม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและ ส่งผลให้เกิดผลกำไร
- 8) การจัดการเชิงกลยุทธ์มีการปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสม และสถานการณ์ในขณะนั้น โดยมีการเจาะตลาดโดยใช้กลยุทธ์หลัก เช่น การทำโปรโมชั่น และ กลยุทธ์ดึง เช่น ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาด เน้นการแชร์ลงโซเชียล เริ่มนำกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คิดเมนูใหม่ให้เกิดขึ้น เพื่อทำการตลาด

**คำสำคัญ :** ความต้องการดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาณาจักรเส้น,ก๋วยเตี๋ยว

## **Abstract**

Business Demand and Operation of Anajak san Noodle Shop

**The research purpose and to study** 1) demand of the market, 2) Sale, 3) business operation and 4) strategic management by collecting data from target customers and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations

**Results show that**

1) *The market needs* are more consistent with the behavior of consumer at the moment. Like eating out are more popular because of people have hustling life. If doing this business should be able to focus these needs

2) *Sales from competitive and growth of the business* are quite fierce. Because restaurant is easy to open. How to survive the business Noodle with investment management, by planning strategically and the business can find that earnings grew 5 percent in year 2 and next year.

3) *The operation of the business in the field of Organizational Behavior.* We focus on human resource management is critical in driving business development training services. So, customers can feel the service mind.

4) *Business finance,* Investments are planned Must be checked Plans backed up by estimates of sales consists of the cost day by day. To reduce the risk of unexpected price and lack from the raw materials.

5) *The operating budget for the business* is about 500,000 baht in investment and a reserve also on 500,000 baht for emergency

6) Operations period of 5 years and can determine the payback period is 1.33 years

7) Operations were classified and division by segment. According to the responsibility of performing duties. Ability And the suitability can create the performance and. Resulting in a profit

**Keyword: Demand for operations, Anajak san Noodle Shop, Noodle Shop**

## บทนำ

แต่ส่วนตัวจะชื่นชอบการกินอาหารประเภทเส้นมาก ๆ สามารถกินได้ทุกวันเกือบทุกมื้อไม่มีเบื่อเลย และจากการที่คอยหยิบจับเป็นลูกมือของแม่มาตลอดนั้น ทำให้เราซึมซับ และชอบการทำอาหารมีความสุข เมื่อได้เห็นคนที่รักได้กินอาหารฝีมือเรา การปลุกฝังจากครอบครัวอีกทั้งการสนับสนุนให้เราทำงาน และเรียนรู้โดยให้เราปฏิบัติงานเองเกือบในทุกขั้นตอน เช่น การจับจ่ายซื้อของ เลือกวัตถุดิบในการนำมาปรับรับ order เสรีฟของแม่กระทั่งการยืนอยู่หน้าหม้อลวกเส้น ปรงรสซามต่อซามส่งต่อให้ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้เรามีความอดทน มีความพยายาม มีความกล้าไม่อายที่จะทำมาหากินถึงแม้จะยังเด็กก็ไม่เขินอายที่จะตอบหรือบริการลูกค้า ได้ฝึกวิชาบริการตั้งแต่เด็ก ทำให้รู้สึกได้ว่าเรามีทักษะเหล่านั้นมาพัฒนาในงานของเราในปัจจุบันที่เราเป็นพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งต่อได้ และที่สำคัญเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่คิดว่าในอนาคตอันไม่ช้านี้จะมีโอกาสเลี้ยงตัวเองอีกครั้งในรูปแบบที่จริงจังมากขึ้น เป็นนายตัวเองมามุ่งมั่นกับธุรกิจตัวเองที่สามารถเลี้ยงปากเลี้ยงท้องทั้งครอบครัวได้

และผู้วิจัยพบว่า พบว่า การจะดำเนินธุรกิจร้านอาหาร กรมพัฒนาธุรกิจทางการค้าให้ข้อมูลว่า แนวโน้มของธุรกิจร้านอาหารยังคงมีโอกาสเติบโต โดยประเมินมูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ปี 2560 - 2561 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และยังพบว่า อาหารไทย อาหาร ,อาหารไทยแบบ Street Food ยังสามารถทำการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมาลองชิมรสอาหารไทย อุดหนุนร้านอาหารในประเทศไทยโดยค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี 2560 มีมูลค่าถึง 376,131.80 ล้านบาท เติบโตถึง 14.27% เนื่องจากอาหารไทยเป็นที่รู้จักและยอมรับทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ความหลากหลายของอาหารและความคุ้มค่า จึงทำให้อาหารไทยเป็นหนึ่งในแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว (บทวิเคราะห์ธุรกิจ ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2562)

ดังนั้นการศึกษาภาพรวมธุรกิจอาหารนั้นจะทำให้ทราบถึงองค์ประกอบของความสำเร็จในธุรกิจ เพื่อผู้วิจัยเองจะได้นำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในอนาคตต่อไป

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยโดยการสำรวจ(Survey) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลโดยวิธีการทำแบบสอบถามทางสื่อออนไลน์ ส่งต่อกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการคัดเลือกสำหรับการเก็บข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมและ ความต้องการในการบริโภคร้านอาหารเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 ชุด ช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ.2562 ถึง 30 มิถุนายน พ.ศ.2562 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 30 วัน ตรวจสอบแบบสอบถามโดยท่านอาจารย์ที่มีความเชี่ยวชาญ 2 ท่าน คือ

- รองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย อาจารย์ประจำภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ อาจารย์ประจำภาควิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

ขั้นที่ 2 การคัดเลือกบทความที่มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 3 เรื่องโดยพยายามคัดเลือกบทความจากสื่อออนไลน์ที่ตรงประเด็นและมีความน่าเชื่อถือที่สุด ตามหัวข้อที่ต้องการ คือ

- 1.การจัดการและ พฤติกรรมองค์กรในอุตสาหกรรม
- 2.การจัดการการตลาดในอุตสาหกรรม
- 3.การจัดการการเงินในอุตสาหกรรม
- 4.การจัดการการดำเนินงานในอุตสาหกรรม
- 5.การจัดการเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรม

เมื่อรวบรวมบทความที่ต้องการแล้วทำการคัดเลือก ว่าบทความใดที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยแล้วสามารถนำมาสร้างประโยชน์ ร่วมกับข้อมูลจากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์พัฒนา หรือ เป็นแนวทางในการต่อยอดทางธุรกิจ

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นการรวบรวมข้อมูลการแข่งขันทางการตลาด ที่เป็นข้อมูลที่มี Update เพื่อให้ทราบถึงความเคลื่อนไหวของธุรกิจ และการดำเนินงาน ณ ขณะนั้นมีแนวโน้มไปในทิศทางใด
2. สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษารวบรวมมาให้กับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทร้านอาหาร ให้ทราบถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและ แนวทางที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหาร

3. นำไปใช้เป็นแนวทางในปฏิบัติงาน เพื่อปรับปรุงร้านให้สอดคล้องและ ตรงกับความต้องการของ ผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง

4. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ และนำข้อมูลมาพิจารณาในการประกอบการตัดสินใจในการ ลงทุนธุรกิจ

### ผลการวิจัย

- สรุปผลศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของตลาดตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P

1. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านสินค้า (Product) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกบริโภควัยเดี่ยวจากรสชาติ และคุณภาพ ของอาหารถึงร้อยละ 32.07 โดยเรื่องความสะอาด และถูกสุขลักษณะมีผลรองลงมาร้อยละ 21.25 พร้อมทั้ง ผู้บริโภคชอบ และเน้นเรื่องความหลากหลายของเมนูที่สามารถเลือกได้ตามชอบเห็นผลสรุปได้จากการเลือก ประเภทเส้น น้ำซุ๊ป หรือเมนูอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคเลือกทุกรายการแต่อาจจะจะวัดตามความชอบว่าชอบเมนูไหน มากกว่ากัน เริ่มจากการเลือกเส้นประเภทที่เลือกมากที่สุดเป็นเส้นเล็กเล็กร้อยละ 26.11 ที่ถูกเลือกถัดมา และมีอันดับใกล้เคียงเป็นเส้นบะหมี่เหลืองเส้นแบบกลม และเส้นหมี่ ส่วนรายการอื่น ๆ ก็ถูกเลือกทุกรายการ ตามความชอบของแต่ละคนทั้งเส้นใหญ่ เส้นเผือกเป็นต้นและ ยังมีการแนะนำเพิ่มเติมเป็นเส้นมามา และวุ้น เส้น ในส่วนของซุ๊ปนั้นเลือกน้ำตักถึงร้อยละ 28.09 รองลงมาเป็นซุ๊ปน้ำใสมีคะแนนไม่ทิ้งห่างกันที่ร้อยละ 19.10 ตามมาด้วยน้ำต้มยำน้ำข้น เมนูของว่างเมนูของทอดต่างๆได้รับเลือกเป็นอันดับ 1 ร้อยละ 30 รองลงมาเป็นลูกจิ้ม ถัดมาเป็นลูกชิ้นปิ้ง และยำต่างๆมีแนะนำเมนูต้นเพิ่มอีกด้วย สำหรับของหวานเลือก ขนมถ้วยไปเตยมากที่สุดร้อยละ 23.48 รองมาเป็นแจก๊วย ลอดช่องไทย และ ทับทิมกรอบกะทิสดมีคนเลือก เท่ากันที่ร้อยละ 18.23 ด้านเครื่องดื่มนั้น ส่วนใหญ่เลือกว่าต้องมีน้ำเปล่าถึงร้อยละ 31.89 อันดับ 2 เป็น น้ำอัดลม โดยมีการเลือกน้ำเก๊กฮวย และ น้ำอัญชันมะนาวใกล้เคียงกันที่ร้อยละ 15.68 และ 15.13

2. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านราคา (Price) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกบริโภควัยเดี่ยวในราคาต่อชาม 35บาท ที่ร้อยละ 35 และ รองลงมาเป็นราคา 45 บาทร้อยละ 38.5 ซึ่งมีการแนะนำเพิ่มเติมจากผู้บริโภคว่าหากราคาแพง แต่คุณภาพ และราคาชาติดีก็ยอมจ่าย เพราะถือว่าซื้อความคุ้มค่า

3. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาดด้านสถานที่ (Place) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกบริโภควัยเดี่ยวจากบริเวณใกล้ที่พัก ร้อยละ 31.76 พื้นที่ต่อมาที่คะแนนถือว่าไม่ห่างกันมาก เป็นริมฟุตบาท หรือตลาดนัดร้อยละ 30.82 มีการเลือกทาน ที่ร้านร้อยละ 66.5 เพราะส่วนใหญ่ให้เพราะผลถึงว่าการทานวัยเดี่ยวที่ร้านได้อรรถรสกว่า และมีความ

อรรถกกว่าการนำกลับมาทานที่บ้าน เวลาที่สามารถเลือกทานส่วนใหญ่เลือกคือ เวลา 12.01-14.00น.ร้อยละ 64 รองลงมาเป็นเวลา หลัง18.01น.เป็นต้นไปร้อยละ 15 พร้อมทั้งหากมีที่จอดรถด้วยเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกก็จะดีมาก เพราะคนส่วนใหญ่เลือกมากถึงร้อยละ 41.98 รองลงมาเป็นร้านที่มีพื้นที่ติดถนนร้อยละ 32.10

4. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจ หรือเลือกบริโภควัยเดี่ยวจากการคิดเมนูใหม่ ๆ ดึงดูดลูกค้าถึงร้อยละ 35.99 การรับข่าวสารการแนะนำร้านส่วนใหญ่เลือกจากสื่ออินเทอร์เน็ตอย่าง Facebook ร้อยละ 57.95 รองลงมาเป็นการส่งสื่อโฆษณาสาธารณะต่างๆ และหากมีการบริการส่งชื่อทาง Lineman หรือ Facebook ได้ มีคนให้ความสนใจเป็นจำนวนมากถึงร้อยละ 67

5. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลากร (People) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกร้านวัยเดี่ยว การดูแลเอาใจใส่จากพนักงานที่มีต่อลูกค้ามีต่อผลต่อการเลือกทานที่ร้านได้ร้อยละ 3.22 ถึงแม้จะดูไม่สำคัญเท่ากับนอกเหนือจากรสชาติ คุณภาพของอาหาร และ ราคา แต่ผู้วิจัยเห็นว่าการดึงดูดลูกค้าโดยใช้คนก็ต้องสร้างความประทับใจ และพึงพอใจในการบริการ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีกเรื่อยๆ

6. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (Process) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจ หรือเลือกบริโภควัยเดี่ยวจากการบริการที่มีความรวดเร็ว มีมาตรฐานมีผลในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ร้อยละ 10.25 รองลงมาปัจจัยด้านการตลาดส่วนอื่นๆ การจัดการปฏิบัติงานอย่างเป็นระบบ มีความรวดเร็วสามารถทำการรับส่ง order คิดเงินโดยไม่ทำให้ลูกค้าต้องรอนาน

7. สรุปข้อมูลการพฤติกรรม และความต้องการของผู้บริโภควัยเดี่ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจ หรือเลือกบริโภควัยเดี่ยวนอกจากเมนูอาหารแล้ว รูปลักษณ์ภายนอกก็มีส่วนประกอบด้วย ร้านน่านั่ง เมนูชวนให้อย่างเลือก และลองทาน ดังนั้นการจัดแต่งหน้าร้านให้มีสื่อ รูปเมนู ดึงดูดความสนใจถึงร้อยละ 28.91 และความสะอาด ถูกสุขลักษณะ ร้อยละ 21.25 ย่อมทำให้ร้านน่าเข้าไปใช้บริการ

- สรุปผลศึกษายอดขาย และแนวโน้มยอดขายใน 5 ปี

จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคด้านความสามารถในการให้ความสนับสนุนธุรกิจโดยนับได้จากความสามารถในการให้บริการต่อวันซึ่งมีการได้ 320 คน ค่าเฉลี่ยความสามารถในการรับประทานหัวละ 80 บาทต่อคน โดยสามารถสรุปยอดรวมต่อวันได้ 25,600 บาทต่อวัน และสรุปยอดรวมต่อ

เดือนได้ 768,000 บาทต่อเดือน สำหรับรายได้ในการดำเนินงานของปีแรกจะประมาณ 9,216,000 บาทต่อปี การดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาญาจักรเส้นพบว่าแม่ในปีแรกอาจจะมีกำลังน้อยแต่ความต้องการเพิ่มขึ้นในทุกปีส่งผลให้ปีถัดๆไปยอดขายเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5 เพื่อคำนวณหาจุดคุ้มทุนของการดำเนินการ 5ปี จะอยู่ที่ 1.33 ปี

#### -สรุปผลศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของความต้องการ และการดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาญาจักรเส้นในส่วนของหน้าร้านนั้น ทำการขายบริเวณกรุงเทพมหานคร เขตพื้นที่รัชดา ในตลาดนัดรถไฟรัชดา โดยเปิดให้บริการ เวลาเปิด-ปิด : 17.00 น. – 01.00 น. เปิดบริการวันอังคารถึงวันอาทิตย์ โดยมีโต๊ะบริการจำนวน 10 โต๊ะ มีเมนูเด็ดเป็นก๋วยเตี๋ยวน้ำตลกสูตรเข้มข้น แต่มีน้ำซุปรุ่นให้เลือกหลายแบบทั้งน้ำใสซุปรกระดุกหมู ต้มยำน้ำใส-น้ำขุ่น เส้นหลากหลายแบบทั้งเส้นเล็ก เส้นใหญ่ บะหมี่ เส้นหมี่ และอื่นๆตามความต้องการของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างอย่างเส้นราเม็ง ผอเป็นต้น พร้อมทั้งมีเมนูอื่นๆของทอด ลวกจิ้ม ลูกชิ้นบั้ง ยำรสเด็ด ของหวานผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปเรื่อยๆอย่างลวดช่องไทย เจาก๋วยเป็นต้น แต่ยืนพื้นเป็นขนมถ้วยใบเตยมีให้ทานทุกวัน เมนูน้ำหลากหลาย มีน้ำอัดลมแบบโบราณบริการด้วย มีการคิดเมนูใหม่จากการสรรคัตว์ตฤติบ เพื่อสร้างเมนูในรูปแบบ set ดึงดูดลูกค้า เพื่อไม่เกิดความเบื่อ หากทางเลือกเพิ่มเติมให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อตอบโจทย์ความต้องการตามข้อมูลที่มีการเก็บข้อมูลมาได้จากการทำวิจัยในครั้งนี้

#### -สรุปผลศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

สำหรับในช่วงเวลา 5 ปีแรกนั้น ในการดำเนินธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยวอาญาจักรเส้นนั้น ใช้การดำเนินกลยุทธ์ตามสภาวะ และสถานการณ์ในขณะนั้น เลือกหยิบใช้หมุนเวียน และเลือกแบบความเหมาะสม เพื่อให้การเติบโตของธุรกิจอย่าง วิเคราะห์ Five Force Model ตามพื้นที่ที่ตนเองทำการดำเนินการขาย เพื่อทำการวิเคราะห์คู่แข่งที่อยู่ในบริเวณเดียวกัน เมื่อทำการวิเคราะห์เรียบร้อยแล้วจึงนำมาวางแผนกลยุทธ์ต่อไปอย่างกลยุทธ์การเติบโตประกอบกับการใช้เครื่องมือการตลาดอย่าง 7P ร่วมด้วย โดยเริ่มจากขั้นแรกเป็นสภาพกลยุทธ์แบบการเจาะตลาด โดยใช้กลยุทธ์หลัก เช่น การทำโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม การปลุกสินค้าชื่อร้านออกไปสู่ตลาด และ กลยุทธ์ดึง เช่น การทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ สื่อสารการตลาด ดึงดูดให้ผู้บริโภคเข้ามาซื้อเอง เน้นการแชร์ลง Facebook บอกรปากต่อปาก โดยมีกลยุทธ์พื้นฐานด้านรสชาติ การบริการ คุณภาพวัตถุดิบ และราคามาเป็นสิ่งดึงดูดร่วมด้วยแล้ว จึงเริ่มนำกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปีที่ 2 หรือเร็วกว่าเห็นตามสมควร ของการทำธุรกิจคือ การพัฒนาเมนูใหม่ให้เกิดขึ้น

## การวิจารณ์

-สรุปผลศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของตลาดตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P

### 1. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้า (Product)

ผู้บริโภคชอบความหลากหลายมีเมนูแปลกใหม่ให้เลือก ผู้วิจัยเห็นด้วยกับพฤติกรรมดังกล่าวสามารถสังเกตเห็นได้จากสภาวะใกล้ๆตัวอย่างร้านอาหารที่มีให้เลือกเมนูหลายอย่างสามารถสั่งอะไรก็ได้ มีเมนูเส้นข้าวหลากหลายแบบที่สามารถเลือกได้ ย่อมสร้างความสะดวก และสร้างความน่าสนใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมีเป็นแบบครบวงจรเมนูควว หวานออกจากร้านไปก็อิมเลย และเมนูก๋วยเตี๋ยวก็เป็นหนึ่งเมนูที่ทานเองมีให้เลือกหลายแบบเช่นกัน มีความสะดวก รวดเร็วไม่ใช้เวลาไม่มากหรือนานเกินไป

### 2. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (Price)

ผู้บริโภคชอบราคาที่มีความสมเหตุสมผล เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ผู้วิจัยเห็นว่า สภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน และวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่คนมักเน้นความรวดเร็ว ความสบายนั้น เรื่องดังกล่าวมีผลประกอบในการตัดสินใจในการเลือกกิน เลือกใช้ สภาพเศรษฐกิจที่ฝืดเคืองคนมีการใช้จ่ายโดยการคิดอย่างรอบคอบถึงความจำเป็น และประโยชน์ที่ตนจะได้ว่าคุ้มค่าน้อยขนาดไหนนั้นมีมากยิ่งขึ้น จึงพบว่าหากราคาสินค้าที่เลือกใช้ หรือทานนั้นมีราคาแพงก็จริงแต่ผู้บริโภครู้สึกได้ถึงความคุ้มค่าน้อยกว่า หรือถ้ายิ่งได้ราคาที่ถูกด้วยย่อมเป็นทางเลือกให้ลูกค้ายิ่งเข้ามาใช้บริการ หรือซื้อมากยิ่งขึ้น เพราะทุกคนชอบของถูก และมีคุณภาพอยู่แล้ว แต่ในความเห็นของผู้วิจัยนั้น การเน้นราคาที่ถูกจนผู้ประกอบการต้องมาแบกภาระเองมีโอกาสอาจสร้างความเสียหายต่อการดำเนินธุรกิจได้ ควรเน้นที่คุณภาพ การบริการที่ดีตั้งราคาเป็นกลางที่สุดที่ทั้งลูกค้า และผู้ประกอบการสามารถรับได้ และอยู่รอด

### 3. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่ (Place)

ผู้บริโภคชอบเลือกจากความง่าย และสะดวกหาซื้อทานใกล้พื้นที่ที่ตนเองพัก อย่างน้อยการอยู่ติดถนน หรือมีที่จอดรถ ผู้วิจัยเห็นกับการอำนวยความสะดวกในเรื่องที่จอดรถถึงแม้ว่าจะไม่อยู่ติดถนนก็ตาม แต่ปัจจุบันผู้คนมีรถใช้กันในทุกๆครัวเรือน ดังนั้นร้านที่มีที่จอดรถจึงมีความได้เปรียบในการรองรับจำนวนลูกค้าเป็นพิเศษเทียบกับร้านที่ไม่มีที่จอดรถจะถูกมองข้ามไป ยิ่งถ้ามีการหาพื้นที่ใกล้ขนส่งยิ่งสะดวกมากยิ่งขึ้น สำหรับคนที่ไม่ได้ใช้รถก็สามารถมาแวะทาน หรือซื้อกลับไปทานก็ง่ายยิ่งขึ้นอีกด้วย

### 4. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยที่ประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ผู้บริโภคเลือกให้มีการสร้างสรรค์เมนูใหม่ มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่ออย่าง Facebook เพื่อเป็นการดึงดูด ผู้วิจัยเห็นด้วยเนื่องจากในตลาดอาหารมีร้านอาหารเกิดขึ้นอยู่ตลอด และจำนวนมาก การคิดสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ทำในรูปแบบset จับคู่เมนูกับเครื่องดื่ม หรือของหวาน เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และ

ตั้งราคาpromotionจัดเป็นรอบ ๆ มีการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ลง facebook และเว็บ Wongnai จัดแคมเปญสร้างกระแสปากต่อปาก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เป็นที่รู้จัก

5. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคลากร (People) ผู้บริโภคชอบให้มีการบริการที่มีความเอาใจใส่ ผู้วิจัยมีความเห็นด้วยในข้อนี้เนื่องร้านที่การแบบ service mind มีความเอาใจใส่ในการบริการย่อมสามารถย่อมสร้างความประทับใจใน ชื่อใจลูกค้าให้อยากเข้าใช้บริการอีก หากบริการไม่ดีย่อมมีการร้องเรียนและ สื่อในปัจจุบันมีความเปิดกว้างมาก หากเกิดข้อผิดพลาดจนมีการร้องเรียนลงสื่อได้จนเกิดความเสียหาย เสียชื่อเสียง ดังนั้นการบริการที่มาจากคนหากมีการบริการที่ดีย่อมมีชัยในการสร้างความจดจำที่ดีไปด้วย

6. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ (Process) ผู้บริโภคชอบการบริการที่รวดเร็ว และมีมาตรฐาน ผู้วิจัยมีความเห็นด้วยกับความเห็นนี้ หากมีการบริการที่มีความคล่องตัวเป็นระบบไม่ทำให้ลูกค้าต้องมารอใช้บริการนาน ย่อมเป็นการดีทั้งต่อลูกค้า และผู้ประกอบการ ลูกค้าได้การบริการที่รวดเร็ว ตามคิว ถูกต้องตามorder และผู้ประกอบการยังสามารถรับลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

7. ผลการตัดสินใจเลือกทานก๋วยเตี๋ยวโดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ผู้บริโภคอาจจะไม่ได้ให้ความสำคัญ หรือมองข้าม แต่ผู้วิจัยมีความเห็นว่ารูปลักษณ์ ภาพจำว่าพนักงานที่มีความสะอาด ร้านมีความน่านั่งย่อมเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะการสร้าง ความประทับใจจากการมองเห็นก่อนเป็นอันดับแรก ย่อมเพิ่มโอกาสในทำให้ลูกค้าเข้าใช้บริการจากภาพลักษณ์ที่ดีเหล่านั้น

-สรุปผลศึกษายอดขาย และแนวโน้มยอดขายใน 5 ปี

จากการศึกษา และสรุปการวางแผนยอดขาย และแนวโน้มยอดขาย 5ปี มีความเสี่ยงเรื่องการลงทุน เนื่องจากโอกาสที่ราคาค่าเช่าพื้นที่ และวัตถุดิบมีโอกาสเปลี่ยนแปลงค่อนข้างสูง เราซึ่งเป็นประกอบการต้องมีการปรับตัวให้ทันตามสถานการณ์ ณ ปัจจุบันให้ได้ พร้อมทั้งอาจจะต้องมีการรักษาเงินทุน เพื่อสำรองจ่ายในกรณีมีเหตุฉุกเฉินอาจจะต้องทำการตัดรายการที่ไม่จำเป็นออกส่งเสริมการตลาดตามสมควร เมื่อเห็นโอกาสที่เหมาะสมจึงทำการผลักดันกลยุทธ์ เพื่อทำการเพิ่มศักยภาพในการขายคงรักษาลูกค้าฐานเดิมก่อน หากสภาวะความเสี่ยงลดลง หรือไม่มีจึงเดินหาขยายตลาดใหม่ หรือฐานลูกค้าใหม่ เพราะสิ่งเหล่านี้ย่อมใช้เงินทุนในการดำเนินการต่อ

#### - สรุปผลศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ

การดำเนินงานของความต้องการ และการดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาญาจักรเส้นในส่วนของหน้าร้านนั้น ทำการขายบริเวณกรุงเทพมหานคร เขตพื้นที่รัชดา ในตลาดนัดรถไฟรัชดา ในช่วงแรกในการดำเนินกิจการที่อาจจะไม่เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้บริโภค จึงทำให้มีค่าใช้จ่ายทั้งค่าเช่า ค่าจ้าง และค่าวัตถุดิบ อาจจะทำให้รายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย ซึ่งทำให้ต้องให้ความสำคัญ และเจาะจงการเรื่องการส่งเสริมเรื่องการตลาด และการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง และสม่ำเสมอ เพื่อให้ธุรกิจนี้เป็นที่รู้จัก และคั่นหู คั่นตา ผู้บริโภคให้ได้ จนเกิดความสนใจเพื่อมาอยากลองชิมและ เกิดการบอกต่อปาก จนเกิดความอยู่ตัวของธุรกิจ จึงนำข้อมูลการขายมาวิเคราะห์ เพื่อทำการปรับแผนการดำเนินงานให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้นต่อไป

#### -สรุปผลศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี

จากการสรุปผลการศึกษาความต้องการ และการดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาญาจักรเส้นในส่วนของหน้าร้านนั้น ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการดำเนินกลยุทธ์ในระยะเวลา 5 ปี ต้องทำการประเมินรายวัน และเก็บข้อมูลทั้งหมดมาประมวลรวมด้วย เพื่อมาใช้ในการวิเคราะห์ และวัดผลกลยุทธ์ในแต่ละรอบที่มีการเลือกใช้ โดยนำข้อมูลจากยอดขาย ค่าใช้จ่ายในร้าน และต้องมีประเมินร่วมกับความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงผลของการดำเนินงานว่าประสบความสำเร็จตามเป้าหมายหรือไม่ หรือ ควรทำการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับภาวะในขณะนั้น

## ข้อเสนอแนะ

### -ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาวิจัย

จากการศึกษาการดำเนินงานของความต้องการ และการดำเนินงานธุรกิจร้านก๋วยเตี๋ยว อาญาจักรเส้นนั้น ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการเลือกบริโภค และรายละเอียดของการดำเนินงาน ซึ่งผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านความต้องการ และพฤติกรรมของตลาด ผู้บริโภคย่อมมีความต้องการ และพฤติกรรมที่สามารถเกิดความเปลี่ยนแปลงได้ตลอด เช่นมีคู่แข่งเข้ามาแย่งชิงตลาด ความนิยมในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการสังเกต ศึกษา และทำการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เพื่อรักษาความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ

2. ด้านยอดขาย และแนวโน้ม เนื่องจากร้านอาหารต้องมีการใช้วัตถุดิบ เพื่อนำมาประกอบเป็นหนึ่งเมนูความไม่เสถียรของราคาที่มีการขึ้นลงตามสภาวะทางเศรษฐกิจ หรือสภาพแวดล้อมจึงควรนำมา

พิจารณาตามสถานการณ์ในขณะนั้น พร้อมกำลังความสามารถในการซื้อของผู้บริโภค เพื่อนำมาเป็นแนว ตามให้การปรับราคาให้เหมาะสมกับผู้บริโภค และผู้ประกอบการที่สุด

3. ด้านการดำเนินงานของธุรกิจประกอบกิจการโดยการเช่าพื้นที่ในตลาดนัด อาจจะเสียค่าใช้จ่ายใน การเช่าพื้นที่ขายไม่มากนัก แต่อาจต้องเสี่ยงกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะหน้าฝนที่ โอกาสที่จะสูญเสียรายได้ได้ แต่อาจจะทำชดเชยโดยการขายในวันอื่นๆ เพื่อเป็นกับเฉลี่ยความเสี่ยงที่จะ เกิดขึ้น

4. ด้านการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในการประกอบธุรกิจต้องมีการวางแผนสำรอง เพื่อรับมือ กับสิ่งที่ไม่อาจคาดคิดว่าจะเกิดขึ้น เช่นการตุนสินค้าเมื่อสินค้าหรือวัตถุดิบเกิดการขาดแคลน หรือมี supplier สำรองมากกว่า 1เจ้า เพราะสิ่งเหล่านี้มีผลต่อต้นทุนในการบริหารงานต่อไปได้

#### - ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาด้านการตลาดทั้งสภาพธุรกิจ คู่แข่ง กลยุทธ์สมัยใหม่ของนักวิชาการให้มีความ หลากหลายมากขึ้น มีการมองหาตลาดใหม่ๆ อยู่เสมอ อีกทั้งทำการหาข้อมูลทำให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อช่วย ในเรื่องของการพัฒนาเทคนิคการขาย หรือผลิตสินค้าให้ตอบโจทย์กับความต้องการของตลาด

2. การเพิ่มสวัสดิการพนักงาน เพื่อการจูงใจพนักงานเป็นสิ่งสำคัญการบริการที่ใช้แรงงานในการ ทำงานย่อมมีความเหนื่อยล้า และอาจเกิดภาวะหมดกำลังใจได้ เราจึงควรที่จะต้องรักษาพนักงานที่ดีเอาไว้ สังเกตจากการให้รางวัลตามความสามารถในการดึงลูกค้าเข้าร้าน จากการติชมจากลูกค้า มีการให้รางวัล เป็นเงินประจำปี ย่อมเป็นการสร้างกำลังใจอยากช่วยงานให้เกิดผลสำเร็จอย่างแน่นอน

3. ทำการสำรวจกลุ่มผู้บริโภคอย่างน้อยปีละ 1ครั้ง เพื่อจะได้ทราบถึงความเปลี่ยนแปลง และปัจจัย ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น เพื่อนำมาวิเคราะห์กับธุรกิจมีการพัฒนาทางด้านการบริการได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ที่ที่สุด

#### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยความต้องการ และการดำเนินงานธุรกิจ ร้านก๋วยเตี๋ยว อาณาจักรเส้น ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ได้รับการถ่ายทอดจากคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัย รามคำแหงทุกท่าน และด้วยความกรุณาของรองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนเจริญ ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาที่ ได้ให้คำแนะนำ รวมทั้งคำปรึกษาที่ดีตลอดจนสามารถนำมาแก้ไขในขอบกพร่องต่างๆ และทั้งท่านอาจารย์ที่ มีความเชี่ยวชาญ 2 ท่าน คือ รองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย และรองศาสตราจารย์สุวิณา ตั้งโพธิ์สุวรรณ ซึ่งได้ ให้คำแนะนำเพิ่มเติม เพื่อทำการปรับปรุงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณ

เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ พร้อมกันนี้ขออนุญาต และกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการจากบทความที่ได้รับ การคัดเลือกบทความที่ได้อ่านข้อมูลที่มีความน่าสนใจ และมีการแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อการนำไปวิเคราะห์และวางแผนธุรกิจนี้

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือและ ประสานงานจนสามารถทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วง และหากมีข้อผิดพลาด ประการใดผู้จัดทำขออภัยและ ยินดีรับฟังความคิดเห็นและคำชี้แนะทุกประการ

## เอกสารอ้างอิง

รองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รองศาสตราจารย์ฐาปนา ฉิมไพศาส.(2560).การจัดการเชิงกลยุทธ์.พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี:ชนรัชการพิมพ์.

วรวงษ์มสันต์ สิริศุภรัตน์.(2560).ตั้งต้นธุรกิจใหม่ แค่ เจ๋งกับใจ ใ้ช้ว่าจะรอด.พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี:ไอดีซี พรีเมียม.

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา.(2560).การจัดการเชิงกลยุทธ์เทคโนโลยี และนวัตกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรินทราช วัฒนชนะ.(2554).คู่มือเจ้าของกิจการร้านอาหารมือใหม่. กรุงเทพฯ:กันยาวิริ

กมล รัตนจิระกุล.(2554). การจัดการยุคใหม่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม.พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ:แอดวานซ์ ฮอสพิทาลิตี้ คอนซัลแตนท์

ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ.(2552). พฤติกรรมองค์กร และการจัดการ. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์ท็อป

ยุวดี ศิริ.(2558). ถนนเส้นก๋วยเตี๋ยว.พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มติชน

S.Ross, R.Westerfield และ B.Jordan (2557).การจัดการการเงินธุรกิจ.พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ:แมคกรอ-ฮิล อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล เอ็นเตอร์ไพรส์ แอลแอลซี

ชลธิชา บุนนาค.(2560).งานบริการอาหารและ เครื่องดื่ม.พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รองศาสตราจารย์ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต CEOs.

รองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนจำเริญ.การจัดการการตลาด.สำหรับนักศึกษา บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต CEOs.

รองศาสตราจารย์ ดร.ตังโพธิสุวรรณ.พฤติกรรมองค์กร และการจัดการ.สำหรับนักศึกษา บริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต CEOs.

Marketingoops (2562). “ขายสี่ปะหมี่เกี๊ยว 4.0” ตามรอยเซเว่นฯ เปิดหมื่นสาขา พร้อมแตกแบรนด์  
พรีเมียม-เสริมเทคโนโลยี. ค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2562,

จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/chysee-strategy/>

brandage online (2561).ขายสี่ปะหมี่เกี๊ยว อีกสีสันของการตลาดข้างทาง.ค้นเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน  
2562, จาก <http://www.brandage.com/article/4153/> ขายสี่ปะหมี่เกี๊ยว

ลงทุนแมน (2560).ลูกชิ้น โกเต้ง โฮเต้ง รายได้เท่าไร.ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2562,

จาก <https://www.longtunman.com/3750?fbclid=>

THE BATTLE (2561). โกเต้ง VS ขายสี่ ใครขายดีกว่ากัน.ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2562,

จาก <https://permpol.com/archives/80923>

SME Bank. แบบสอบถามเพื่อการลงทุนธุรกิจแฟรนไชส์.ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2562,

จาก <http://mis.rmutt.ac.th/sme/Details/Franchiseted/Capital/>

แฟรนไชส์ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นเนื้อ “โกเต้ง” และลูกชิ้นหมู “โฮเต้ง”.โอกาสทางธุรกิจ.ค้นเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน  
2562, จาก <http://www.godeng-hodeng.com/business.html>