

56601702 : สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด / ธุรกิจนำเข้าการแสดงกายกรรม

กึ่งปรางค์ นิรมลพิศาล : กลยุทธ์ทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจนำเข้าการแสดงกายกรรม  
จากสาธารณรัฐประชาชนจีน. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ 141 หน้า

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ธุรกิจ  
นำเข้าการแสดงคณะกายกรรมจากสาธารณรัฐประชาชนจีน 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน  
ธุรกิจนำเข้าการแสดงคณะกายกรรมจากสาธารณรัฐประชาชนจีน การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย  
วิธีวิทยาการศึกษาแบบเฉพาะกรณีโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลัก  
ได้แก่ ผู้ประกอบการ จำนวน 1 คน นักแสดงกายกรรม จำนวน 7 คน และผู้รับชม จำนวน 13 คน

ผลการศึกษาพบว่า การประกอบธุรกิจนำเข้าการแสดงคณะกายกรรมจากสาธารณรัฐประชาชน  
จีนเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ดำเนินกิจการโดยเจ้าของคนเดียว มีโครงสร้างองค์กรแบบง่าย มีลักษณะของธุรกิจคือ  
นำเข้าคณะนักแสดงกายกรรมจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามาแสดงกายกรรมในประเทศไทย มีรูปแบบการ  
ดำเนินงานด้วยระบบที่ไม่เป็นทางการ สามารถยืดหยุ่นตามความเหมาะสม โดยผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ด้าน  
ความได้เปรียบในเรื่องคู่แข่งน้อยราย ด้านผลิตภัณฑ์ คือ การแสดงกายกรรมที่มีความแตกต่างจากการแสดง  
ทั่วไป โดดเด่น น่าสนใจ รวมถึงการรับประกันคุณภาพของการแสดงด้วยรางวัลชนะเลิศเหรียญทอง และด้วย  
รางวัลจากการแข่งขันของคณะนักแสดง อีกทั้งผู้ประกอบการมีการบริการทั้งก่อนและหลังการขายที่ดี สร้าง  
ความประทับใจให้แก่ลูกค้า จึงนำมาซึ่งการซื้อซ้ำและบอกต่อ ปัญหาและอุปสรรค คือ ธุรกิจไม่มีการจัดการ  
โฆษณา ประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ไม่เป็นที่รู้จักในวงการค้า นำเข้าการแสดง ซึ่งสามารถดำเนินการเพิ่มช่องทางการ  
จัดจำหน่ายโดยการให้เทคโนโลยีสมัยใหม่ให้เกิดประโยชน์ โดยธุรกิจมีเว็บไซต์หรือเฟสบุ๊คเป็นของตนเอง เพื่อ  
โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลความรู้ เป็นช่องทางการติดต่อให้แก่บุคคลทั่วไปได้รู้จัก หรือกลุ่มลูกค้า  
เป้าหมายที่มีความสนใจติดต่อว่าจ้าง นอกจากนี้ การติดต่อเข้าพบลูกค้าส่วนใหญ่ดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจ  
ผู้ประกอบการมีวิธีการบริหารจัดการที่มงานแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

---

สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2557

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

56601702: MAJOR: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT

KEY WORD: MARKETING STRATEGY, BUSINESS OPERATION OF IMPORTING ACROBATIC TROUPE

KINGPRANG NIRAMONSARN: MARKETING STRATEGY, BUSINESS OPERATION OF IMPORTING ACROBATIC TROUPE THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 141 pp.

The objectives of this qualitative research are to study the following aspects: 1) The marketing strategy and business operation of importing acrobatic troupes from China. 2) The problems and obstacles in the marketing strategy and business operation of importing acrobatic troupes from China. This qualitative research is a case-specific study through in-depth interviews and participatory observations with information providers from among 1 business owner, 7 acrobats, and 13 audiences.

The results are as follows:

The business operation of importing acrobatic troupes from China is a small-sized business with simple business structure, run by a single entrepreneur. The activity of the business is importing a troupe of acrobats from the People's Republic of China to perform in Thailand. The management plan is unofficial and flexible to fit changing situations.

The entrepreneur uses a strategic advantage over a few competitors. The acrobat product is unlike others because of its unique, outstanding, and interesting performances. The quality of the show is guaranteed by gold medals and trophies of the ensemble, as well as the impressive services. Thus, all of the advantages are positively affected by word of mouth and return of the audience.

Nevertheless, the business of importing acrobatic troupes faces several problems and obstacles. The business does not have proper management in advertising and public relations (PR), making it inevitably unknown in business circles. Making use of modern technology, especially social media such a Facebook or an official business website would help advertising, PR, online introduction of the business and contacts with the public and target customers. These will help the business owners to have more effective and efficient team management in running this business.

---

Program of Public and Private Management

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2014

Thesis Advisor's signature.....