

## บทที่ 5

### ผลผลิต

ผลผลิตของงานวิจัย เรื่อง “แผนกลยุทธ์ในการนำครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา” มีดังนี้

#### 5.1 ผลงานตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ

คณะผู้วิจัยจะได้นำผลงานวิจัย เรื่อง “แผนกลยุทธ์ในการนำครัวไทยสู่ตลาดอาเซียน: กรณีศึกษา ประเทศไทย, สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และราชอาณาจักรกัมพูชา” ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร International Business & Economics Research Journal

#### 5.2 การจดสิทธิบัตร

ผลงานวิจัยนี้ไม่มีการจดสิทธิบัตร

#### 5.3 ผลงานเชิงพาณิชย์

ภาคธุรกิจเกี่ยวกับอาหารถ้านำแผนการตลาดไปประยุกต์ใช้ย่อมเกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างแน่นอน

#### 5.4 ผลงานเชิงสาธารณะ

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยที่มีเป้าหมายที่ตลาดอาเซียนหรือตลาดต่างประเทศอื่นสามารถนำแผนเชิงกลยุทธ์ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้ธุรกิจเกิดความเติบโตและประสบความสำเร็จ กล่าวคือ สามารถประยุกต์ใช้แมทริกซ์ TOWS ซึ่งจะทราบตำแหน่งการแข่งขันว่าอยู่ในตำแหน่งใด แล้วปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตำแหน่งของธุรกิจ อาทิเช่น ในกรณีที่ธุรกิจของเขาอยู่ในตำแหน่งมีจุดแข็ง และมีโอกาส เขาก็ควรใช้กลยุทธ์ความเติบโต นอกจากนี้สามารถประยุกต์ใช้กลยุทธ์ระดับธุรกิจ กลยุทธ์การปฏิบัติการ กลยุทธ์โลจิสติกส์ และกลยุทธ์การตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมายให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อธุรกิจอาหารไทย ซึ่งจะส่งผลต่อการบอกต่อไปยังเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ส่งผลต่อธุรกิจอาหารไทยสู่ความเป็นผู้นำในระดับสากลและระดับโลก