

การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

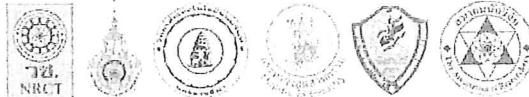
16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาฐานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
ณ โรงแรมสีมาрапานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัย
เทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาрапานี เพื่อให้การ
จัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้
ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

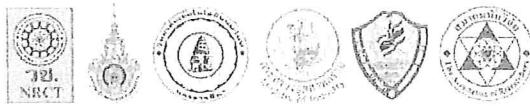
ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- | | |
|--|--|
| 1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.รัมย์ทิวัต์ นราธัตనวันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตชายา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริชา ขันติโภล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 6. ดร.ยงยุทธ สงวนชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

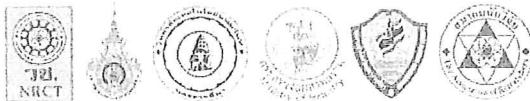
กลุ่มนิสิตศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ครี | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมการ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มรี้ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ คิริวงศ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประเสริฐ พสุนทร์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพบูลย์ วีเลนุช | มหาวิทยาลัยหอการค้า |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดิไฟ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล	ข้าราชการบำนาญ
9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
10 รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรawan	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ติเรก ทองอร่าม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท พงศ์วิริทธิ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ คุณสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทึก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิรารี ธนารักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏ
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภารัตน์ ภิญโญฉัตรจันดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมา พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสี บุญเมืองส่งฯ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุรีเวสินนนท์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ตีเลิศ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. อาจารย์ ดร.ปวิณ นราเมธุกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเพชรฉาย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสกิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31. อาจารย์ ดร.ปิยะ พากวงศ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจิมรอด	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มนีโชติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏ
36. อาจารย์ ดร. จุรีรัตน์ ดวงจันทร์	วิทยาลัยพาบาลพระจอมเกล้า
37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรบูรณะ
38. อาจารย์ ดร.ปิยวารณ ศิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง	บริษัท โมเดรน์คาสอินเตอร์เนชันแนลคอสมेटิกส์ จำกัด
40. ดร.ธงชัย ทองมา	กองทุนบำเหน็จบำรุงข้าราชการ
41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
42. ดร.กฤตาภรณ์ โลสกา	บริษัท สำเพ็ลฟูดส์ โพรเซเลชั่น จำกัด
43. ดร.ภาณุพันธ์ โอสารกิจไพบูลย์	บริษัท เอชจีเอ索ที ประเทศไทย จำกัด



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มนักวิชาการ ศัลยศาสตร์และเครื่องดื่มศาสตร์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือง
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล
3. ดร.พิชัย สารภักดี
4. ดร.พิรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอทบทวนเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน





การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์ເຫັ້ນ ແລະຄ່າຍທອດເຫັນໂນໂຍ້ທີ່ທັນສມັຍດ້ວຍສັງຄົມ
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ กรณีศึกษา Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA)

Study on the strategy of the marketing of the business, Healthy Food Delivery Service Business. A case study of clean food by Borsa

พิมพ์ชชา ชาวนานุ่ม* พิทักษ์ ศิริวงศ์**

Pimthacha Chaonalum* Phitak Siriwong **

บทคัดย่อ

การศึกษาเกณฑ์การดำเนินงานของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ กรณีศึกษา Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA) เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาฐานแบบ และกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจ 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจโดยใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของธุรกิจ และลูกค้าจำนวน 10 คน การเก็บรวบรวม ข้อมูลและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธี sama เส้า และจากการวิเคราะห์ส่วนประสม ทางการตลาด 7P's คือ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม- ทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านลักษณะทางกายภาพที่จับต้องได้ โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ คนวัยทำงานและนักศึกษาอุดมศึกษาในจังหวัดนครปฐมและจังหวัด ใกล้เคียง ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินธุรกิจเป็นแบบเจ้าของคนเดียว ทำกันภายในครอบครัว โดยให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การบริการ การจัดสินค้าเดลิเวอรี่ เพิ่มปริมาณอาหารพิเศษกับ ลูกค้าประจำ บริการดี อาหารอร่อย เพื่อชี้ให้ลูกค้าให้กลับมาซ้ำๆ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นวัยทำงาน บางคนมีโรคประจำตัว เช่น โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคไต เป็นต้น 2) ปัญหาและอุปสรรคด้านการ ประกอบการธุรกิจ คือ การที่เป็นผู้ประกอบการรายใหม่และไม่มีความรู้ด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจ และธุรกิจพึ่งจะดำเนินได้เพียง 1 ปี ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

คำสำคัญ: อาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจสร้างสรรค์ ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่

* นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสาครถนนเทศบาลฯ

** รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสาครถนนเทศบาลฯ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

Abstract

The study on the strategy of the business operation for delivering healthy food by "Clean food by Borsa" in Nakhon Pathom. This research is conducted with the objective of 1) studying the operations and strategies of business 2) studying the problems and limitations in the business of "Clean Food by Borsa". This research is conducted with the qualitative research methods, phenomenological methodology. The data were collected using in-depth interviews. The key information is the business owner and ten consumers. The data is analyzed using Marketing Mix 7P's analysis that includes product strategy, price strategy, promote strategy, place strategy, people strategy, process strategy and physical evidence strategy. The target groups of the business were working class people and college students in Nakhon Pathom and its neighboring provinces. The findings of the research were 1) the ownership of the business is as sole-proprietorship. The business emphasizes on service strategies, direct delivery, increase the amount of food to loyal customers, good service, and good taste to attract customers back ordering goods again. Most of our customers are of working class and some of them have congenital diseases such as obesity kidney disease and diabetes mellitus.2) the problems and limitations in business are being the new entrepreneur and lack of knowledge about business management. The business was operated only one year so there were only a few customers.

Key Word: Healthy Food, Creative Business, Healthy Food Delivery Service Business



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

บทนำ

ใน 1-2 ปีที่ผ่านมาทั่วโลกให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ใส่ใจในการเลือกรับประทานอาหาร และการออกกำลังกาย ซึ่งสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเผยแพร่ข้อมูลผลการวิจัยเกี่ยวกับโรคที่คนทั่วโลกเป็นกันมากที่สุด องค์การอนามัยโลกพบว่า โรคมะเร็งเป็นสาเหตุของการเสียชีวิตอันดับต้นๆ ของคนทั่วโลก และมีแนวโน้มว่าจำนวนจะเพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ ปี
(คณะกรรมการจัดทำแผนป้องกันและควบคุมโรคมะเร็งแห่งชาติ, 2556)

อีกปัญหาสุขภาพหนึ่งที่คนทั่วโลกต้องรับมือ จากการบริโภคอาหารตามใจปาก คือน้ำหนักตัวเกินมาตรฐาน ส่งผลเสียต่อระบบร่างกาย ในลักษณะที่กล่าวกันว่า “ยิ่งอ้วน ยิ่งป่วย” รวมถึงบញความของคุณหมออธิบายได้อธิบายเกี่ยวกับสถานการณ์โรคอ้วนในปัจจุบันนี้ว่า คนทุกช่วงวัยมีอัตราการเป็นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คน 2 กลุ่มที่ naïve เป็นห่วงมากที่สุด คือวัยเด็ก และวัยกลางคนหรือวัยสูงอายุ ดังนั้นจำเป็นต้องให้ความสำคัญสร้างการตระหนักรู้ในคนทุกวัย (ศุภารา, 2559)

จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เกิดธุรกิจ

อาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้บริโภคเข้าใจและตระหนักรู้ถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น เพราะการดูแลสุขภาพเป็นการลดความเสี่ยง หรือช่วยป้องกันการเกิดโรค เพราะการดูแลสุขภาพมิใช่แค่การไม่เป็นโรค แต่คือการทำให้สุขภาพดีและสุขภาพใจสมบูรณ์ พากผ่อนเพียงพอ รวมทั้งการเลือกรับประทานอาหารที่ดี มีประโยชน์ เมื่อผู้บริโภคได้ใจในเรื่องอาหารมากขึ้น จึงส่งผลให้ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพขยายตัวเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (กนิษฐา, 2551) และ (ธนภูมิ, 2543)

ในประเทศไทยเองธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพคลีนฟู้ด (Clean Food) ตอนนี้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ดังนั้นการสร้างความใส่ใจถือว่าสร้างความแตกต่าง และช่องทางการสื่อสารทางการตลาดที่หลากหลาย จะยิ่งช่วยเพิ่มโอกาสเติบโตให้ธุรกิจ ดังนั้นตัวผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาถึง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอาหารเคลื่อนไหวเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษา Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA) โดยผู้วิจัยหวังว่าข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แหนร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ที่สนใจ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA)
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการประกอบธุรกิจของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA)

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้นอยู่ตลอด ทำให้ธุรกิจต้องสร้างความแตกต่างเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่าง มีเอกลักษณ์ ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการนั้นได้ สงผลให้ผู้บริโภคได้รับคุณค่าจากการใช้สินค้านั้น สูงขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญ คือ 1) ความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย 2) ความ

โดดเด่นของสินค้าและบริการ คือ ใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างสิ่งที่แตกต่าง 3) ใช้วัสดุดีที่มีคุณภาพ 4) การดัดแปลงกระบวนการผลิตที่ทำให้เกิดคุณค่ามากขึ้น 5) บรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น จะสร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้เห็น 6) การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า เช่น การจัดส่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค 7) การสร้างแบรนด์ให้หน้าดี ทำให้เกิดการรับรู้ว่า คุณค่าของสินค้าและบริการมากขึ้น 8) การสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านความสะดวกเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (华鲁, 2555) ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกของผู้ประกอบการว่าควรดำเนินธุรกิจไปในทิศทางใด

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาด ที่ปรับใช้ต้องควบคุมเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ใช้วิเคราะห์ตลาดที่สินค้ามีมูลค่าไม่มาก ต่อมาในปี 1981 Booms และ Bitner ได้เสนอเพิ่มส่วนประสมทางการตลาดประเภทบริการอีก 3



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมียแทร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ประการ จึงเรียกรวมกันว่า 7P's ซึ่ง
ประกอบด้วยเครื่องมือดังนี้ (สุขาวดี, 2547)

ผลิตภัณฑ์(Product) หมายถึง
สินค้าและบริการที่ธุรกิจเสนอขายต่อ
ผู้บริโภค ต้องมีกรอบประโยชน์และคุณค่า
จึงจะส่งผลให้สินค้าขายได้

ราคา (Price)หมายถึง ราคาน้ำที่ธุรกิจ
เสนอขายต่อผู้บริโภค เป็นมูลค่าของสินค้า
และบริการ ที่ต้องใช้เงินตราแลกเป็นสินค้า
นั้นมา

การจัดจำหน่าย(Place) หมายถึง
วิธีการที่ทำให้สินค้าเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไป
ยังผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้สินค้าหรือ
บริการนั้น

การส่งเสริมทางการตลาด
(Promotion) หมายถึง การสื่อสารผ่านการ
ส่งเสริมการขาย การโฆษณา การ
ประชาสัมพันธ์ หรือการตลาดทางตรง
เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทราบถึงสินค้า
หรือบริการที่ต้องการจะจำหน่าย ช่วยกระตุ้น
ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อหรือบริการ
นั้น

บุคลากร(People) หมายถึง
บทบาทของบุคลากรที่ทำหน้าที่ด้านการผลิต

และด้านการขายไปพร้อมๆกัน การสร้าง
มนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ซื้อมีส่วนจำเป็นอย่าง
มาก

กระบวนการ(Process) หมายถึง
วิธีการหรือขั้นตอนที่ต้องอาศัยพนักงานและ
เครื่องมือที่ทันสมัย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ²
สินค้าอย่างสะดวก รวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก เพื่อ³
สร้างความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรก และ⁴
กลับมาซื้อสินค้าอีกครั้ง

ลักษณะทางกายภาพ (Physical
Evidence) หมายถึง รูปแบบหรือลักษณะ
ภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของ
ผู้บริโภค ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ
นั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ

การบริการที่ดีจะต้องเข้าถึงลูกค้า มี
การติดต่อสื่อสารที่ดี มีความชำนาญในงาน
บริการนั้น มนุษยสัมพันธ์ที่ดี สร้างความ
น่าเชื่อถือในการบริการ สร้างความไว้วางใจ
ในสินค้าและบริการ ตอบสนองตรงตาม
ความต้องการของลูกค้า ลูกค้ารู้สึกได้รับ⁵
ความปลดปล่อยจากการบริการ และที่สำคัญ
ต้องเข้าใจและรู้จักลูกค้า สิ่งที่ลูกค้าต้องการ
ศิริวรรณ และคณะ (2541:35)



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธี pragmatics วิทยา ที่ศึกษาถึงกระบวนการเรียนรู้ ทำความเข้าใจ เกี่ยวกับ pragmatics และประสบการณ์ของชีวิตมนุษย์ (ชาย, 2550) เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง ผู้วิจัยเก็บรวมข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจด้วยตนเอง เป็นหลัก มีวิธีการเก็บข้อมูลภาคสนาม เป็นหลัก ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยในครั้งนี้ คือ เจ้าของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Clean food by บอร์ซาร์ (BORSA) และลูกค้าจำนวน 10 คน ผ่านกระบวนการ สัมภาษณ์ และเก็บรวมข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 3.1. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างแนวคำถามที่ต้องการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์
- 3.2. เครื่องมืออื่นๆ ได้แก่ 1) เครื่องบันทึกเสียง บันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ และวันน้ำมฤตดอดเทป 2) สมุดบันทึก

บันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์ จดบันทึก

รายละเอียดที่นำเสนอ 3) กล้องถ่ายภาพ ดิจิตอล ใช้สำหรับเก็บภาพสินค้า

3.3. ผู้วิจัย คือ เครื่องมือที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เชิงลึก เป็นผู้สร้างแนวคำถามและวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการเก็บข้อมูลเจาะจงเฉพาะเรื่องในหัวข้อ และประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการทราบ

4.1 การเลือกพื้นที่ในการเก็บข้อมูล พิจารณาจากการเป็นธุรกิจใหม่ในจังหวัดนครปฐม และกำลังได้รับความสนใจจากคนวัยทำงาน และนักศึกษาในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดใกล้เคียง

4.2 ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาคร่าวๆ ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์

4.3 การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สร้างบรรยากาศให้เป็นกันเอง เพื่อเข้าถึงความคิดและทัศนคติของผู้ตอบอย่างแท้จริง ได้กำหนดคำถามเป็นประเด็นให้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ตลอดคลุนกับเรื่องที่ทำวิจัย ก่อนริมสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ขออนุญาตjadบันทึกประเด็นสำคัญ บันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ และได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อกิดการแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ กำหนดเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง

4.4 การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ รวมรวม ข้อมูลเพิ่มเติมจากหนังสือ เอกสารบทความ แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์และอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้สรุปผลการวิจัย วิเคราะห์ผลและอภิปรายผล

4.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า ในด้านแหล่งข้อมูลและด้านวิธี รวบรวมข้อมูล ใช้วิธีสังเกตควบคู่กับการซักถามที่เกี่ยวข้อมูล แหล่งเอกสารอื่นๆ ประกอบด้วย เพื่อรวบรวมข้อมูลให้สอดคล้องเป็นเรื่องเดียวกัน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1. อ่านข้อมูลที่ได้จากการตอบเทป หลายครั้ง ให้เกิดความเข้าใจในข้อมูล และพิจารณาประเด็นสำคัญอย่างรอบคอบ

5.2. ตีความจากข้อมูล พร้อมดึงข้อความหรือประโยคสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ การดำเนินธุรกิจที่สร้างความแตกต่างที่สอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's ผลการวิจัย จากการศึกษาฐานแบบและกลยุทธ์ การดำเนินงานของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Clean food by บอร์ชาร์ (BORSA) ธุรกิจนี้ตั้งอยู่ในอำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม รูปแบบธุรกิจเป็นแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว เจ้าของธุรกิจ คือ คุณภา พวรรณ พันธ์พิพิธศักดิ์ และสถานที่ทำธุรกิจ คือบ้านที่ใช้อยู่อาศัย จัดส่งอาหารทุกวัน จันทร์ พุธ ศุกร์ ในจังหวัดนครปฐมนัดรับสินค้าที่คลาแปดเหลี่ยมภายใน มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง สนามจันทร์ สำหรับลูกค้าที่ไม่ได้อยู่远จาก เมืองนครปฐมจะจัดส่งโดยกับลูกค้าว่าจะรับที่ไหน สำหรับเงื่อนไขในการสั่งอาหาร คือ จะต้องสั่งอาหารหรือสั่ง 3 กล่องขึ้นไป



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เพื่อให้คุ้มค่ากับการขันส่ง สั่งอาหารก่อนวัน
จัดส่งหนึ่งวัน ปิดรับการสั่งอาหารเวลา
17.00 นาฬิกาของวันอาทิตย์ วันอังคาร และ
วันพุธหับดีของทุกสัปดาห์ เพื่อที่จะคำนวณ
วัตถุดิบที่จะซื้อมาทำอาหาร

กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ (ส่วนประเมิน
ทางการตลาด 7P's)

1. ด้านผลิตภัณฑ์

(Product) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ
กับคุณภาพสินค้าและปริมาณอาหาร
จะต้องเหมาะสมกับราคา ผักบางชนิดที่
นำมาประกอบอาหารเป็นผักที่ปลูกเอง
ที่บ้านปลดสารเคมี การทำอาหารจะ
ทำในตอนเช้ามีเดียวของวันที่นัดส่งสินค้า
เพื่อให้อาหารยังคงร้อน และสดใหม่ ถ้า
สั่งซื้ออาหารอย่างสม่ำเสมอจะเพิ่ม
ปริมาณอาหารให้เป็นพิเศษเป็น โดย
ผู้ประกอบการจะหาข้อมูลจากหนังสือ
อาหารต่างๆแล้วนำมาปรับในรูปแบบ
เฉพาะของตนเอง สร้างสรรค์เมนูเองจน
ได้เป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และ
ในแต่ละมื้อจะคำนวณปริมาณแคลอรี่
อาหารเพื่อให้ในหนึ่งวันไม่เกิน 1,200-
1,500 กิโลแคลอรี่

2. ด้านราคา (Price) จะคำนวณราคา

วัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ประกอบอาหาร
แล้วนำมาตั้งราคาที่เหมาะสม ผู้บริโภค¹
ยอมรับได้ และปริมาณอาหาร
เหมาะสมกับราคา และคุ้มค่ากับเงินที่
จ่าย ณ ปัจจุบันนี้อาหารทุกชุดกล่องละ
89 บาท เท่านั้น ผู้ประกอบการใช้
แนวคิดที่ว่าลูกค้าต้องได้สินค้าที่มี
คุณค่าและก่อให้เกิดอรรถรสโดยชิ้น
คุ้มค่ากับเงินที่จ่าย

3. การส่งเสริมทางการตลาด

(Promotion) ผู้ประกอบการส่งเสริม
การตลาดด้วยการโฆษณา การ
ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย
คือนำเสนอเมนูต่างๆผ่านทางเฟสบุ๊ค²
โดยใช้ชื่อว่า Facebook: Clean Food
by BORSA อาหารคลีน นครปฐม-บ้าน
โปง ช่วยให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น และ
การติดต่อผ่านทางไลน์(Line) และ³
Facebook Messenger ทำให้การ
สั่งซื้ออาหารสะดวก รวดเร็ว

4. ด้านกระบวนการให้บริการ

(Process) ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การ
บริการแบบ One Stop Service สำ
นับอาหารถึงมือลูกค้าโดยตรง โดยไม่



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แฟร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ต้องออกไปเลือกซื้อที่ร้าน เพียงแค่ดู
และเลือกเมนูอาหารที่ต้องการผ่านเฟส
บุ๊ค(Facebook: Clean Food by
BORSA อาหารคลีน นครปฐม) และ
สั่งซื้อผ่านทางไลน์ ชำระเงินผ่าน
ทางการโอนเข้าบัญชีธนาคารซึ่ง
สามารถทำผ่านแอพพลิเคชันบน
โทรศัพท์มือถือได้ ลูกค้าออกมารับ¹
สินค้าตามเวลาและสถานที่ตามที่ได้นัด²
หมายไว้ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็น³
วัยทำงาน บางคนมีโรคประจำตัว เช่น⁴
โรคอ้วน โรคเบาหวาน โรคไต เป็นต้น⁵
รวมถึงลูกค้าที่เป็นนักศึกษาภายใน⁶
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต
พระรามวังสนามจันทร์ รุ่นน้อง รุ่นพี่ที่⁷
รู้จักได้บ่อยต่อ ทำให้ตอนนี้มีลูกค้าใหม่⁸
เพิ่มมากขึ้น⁹

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนิน¹⁰
ธุรกิจ

1. ปัญหาการบริหารจัดการ¹¹
ผู้ประกอบการไม่ได้จบด้านการบริหาร¹²
การจัดการธุรกิจ และเป็นผู้ประกอบการ¹³
รายใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์ด้านขาด¹⁴
ความรู้ความสามารถในการบริหาร¹⁵
จัดการอย่างถูกต้อง คุณภาพรرون

กล่าวว่า “การดำเนินธุรกิจในระยะแรก¹⁶
เจอกับอุปสรรค เนื่องจากระบบการ¹⁷
ดำเนินงานยังไม่ลงตัว ไม่ว่าร้านจะถึง¹⁸
ขั้นหยุดขาย 1-2 เดือน แล้วกลับมาทำ¹⁹
ใหม่ ทุกอย่างก็คงตัวมากขึ้น เวลา²⁰
ทำอาหารถ้าสารเคมีอาหารไม่ถูกใจ ก็ทิ้ง²¹
แล้วทำใหม่ ร้าใจเราก้าว คือต้องหยุด”²²

2. ปัญหาด้านการตลาด²³ เนื่องจากพึ่งจะ²⁴
เริ่มทำธุรกิจนี้ได้ประมาณ 1 ปี ธุรกิจยัง²⁵
ไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ทำให้ไม่มีการ²⁶
สั่งซื้อทุกวัน บางครั้งมีการสั่งซื้อน้อย²⁷
ทำให้มีคุ้มกับค่าขนส่งสินค้า²⁸

อภิปรายผลงานวิจัย

จากการศึกษาการดำเนินธุรกิจ²⁹
อาหารเพื่อสุขภาพเดลิเวอรี่ Clean food by³⁰
บอร์沙 (BORSA) พบว่าเป็นผู้ประกอบการ³¹
รายใหม่ ที่เห็นโอกาสและช่องทางในการ³²
ดำเนินธุรกิจในจังหวัดนครปฐม โดยสร้าง³³
ความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจอาหาร คือ³⁴
ขายอาหารเพื่อสุขภาพแบบจัดส่งถึงมือ³⁵
ผู้บริโภค เนื่องจากธุรกิจเกี่ยวกับอาหารใน³⁶
จังหวัดนครปฐมส่วนใหญ่เป็นแบบ³⁷
ร้านอาหาร ที่ผู้บริโภคต้องเข้าไปใช้บริการใน³⁸
ร้านอาหาร ดังนั้นการขยายสินค้าแบบจัดส่ง³⁹



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการดำเนินธุรกิจในจังหวัดนครปฐม สดุดคล้องกับแนวคิดของวารุณี สุนทรเจริญนนท์ (2555) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างในการทำธุรกิจสินค้า หรือบริการอย่างสร้างสรรค์ทำให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจประเภทเดียวกันได้ การสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ดึงดูดใจผู้บริโภค จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการนั้นได้

ผลจากการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) 1. ด้านผลิตภัณฑ์ ใช้กลยุทธ์การเพิ่มปริมาณอาหารให้กับลูกค้าที่สั่งเป็นประจำ อาหารทุกกล่องผู้ประกอบการทำด้วยตัวเองทุกรัง ลูกค้าจะได้อาหารที่สดใหม่และยังคงมีความร้อนอยู่ 2. ด้านราคา ตั้งราคาที่เหมาะสมกับปริมาณอาหารและผู้บริโภคยินดีที่จะจ่าย 3. การส่งเสริมทางการตลาด ด้วยการใช้โซเชียลมีเดียเป็นสื่อกลางในการนำเสนอเมนูต่างๆ 4. ด้านกระบวนการ จัดส่งอาหารถึงลูกค้าตรงต่อเวลา และการชำระเงินผ่านทางการโอนเข้าบัญชีธนาคารซึ่งสามารถทำผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือได้ สดุดคล้องกับแนวคิดของ สุชาราดี ยิ่มมี (2547) ที่ได้ศึกษา

เกี่ยวกับการตลาดเบื้องต้นในบริการสุขภาพที่สดุดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาด 7P's พบร่วมกับผู้บริโภคหันมาใส่ใจในการดูสุขภาพทั้งด้านร่างกายและจิตใจมากขึ้น ใช้สื่อต่างๆ คาดความรู้สึกเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น ทำให้ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง

ในด้านปัญหาและอุปสรรค จากการพัฒนาธุรกิจไป 1-2 เดือนทำให้คุณภาพรวมได้ทบทวนปัญหาที่ผ่านมา นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาพัฒนาสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด ทั้งนี้การมีความรับผิดชอบ รักและใส่ใจในสิ่งที่ทำ ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงทุกวันนี้ ปัญหาและอุปสรรคที่เจอบนทุกวัน ทำให้ผู้ประกอบการได้เรียนรู้วิธีการจัดการปัญหาด้วยตัวเอง และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ รู้แนวทางในการดำเนินธุรกิจสามารถรับมือและจัดการกับปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น สดุดคล้องกับแนวคิดเรื่องการบริการที่ดี ของ ศิริวรรณ และคณะ (2541:35) ว่า ธุรกิจจะก้าวหน้าและเจริญเติบโต จะต้องให้ความสำคัญในเรื่องการบริการลูกค้า เพื่อ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแฟร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

สร้างความประทับใจ ซึ่งการติดต่อสื่อสาร
และการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ทราบถึง
ความต้องการของลูกค้าและตอบสนองสิ่งที่
ลูกค้าต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย จากการวิเคราะห์

กลยุทธ์ส่วนປະສນาบททางการตลาด พบว่า

ธุรกิจ

- สามารถเพิ่มยอดการสั่งซื้อด้วยมากขึ้น 1.
เพิ่มความหลากหลายในกลยุทธ์ด้านการ
ส่งเสริมทางการตลาด เช่น การไลค์ การ
แชร์เพจเพื่อสบุกของทางร้าน เพื่อฉุนรับ
อาหารทานพีร์ การจัดปิโรมิชั่นในวัน
พิเศษต่างๆ สั่งมากกว่า 5 กล่องแต่ละ
ผลด 1 กล่อง หรือสั่งอาหารตั้งแต่ 3
กล่องขึ้นไป แต่เม้น้ำผลไม้สดเย็น 2 ขวด
เป็นต้น ถ้าเป็นลูกค้าที่สั่งซื้อครั้งแรก ช่วง
เพื่อนมาซื้อเพิ่ม จะได้ส่วนลด 20 บาท
เป็นต้น

- ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัย
 - เห็นว่า ในปัจจุบันนี้มีธุรกิจอาหารเพื่อ
 - สุขภาพเดลิเวอรี่เพิ่มมากขึ้น จึงควรสร้าง
เอกลักษณ์ จุดเด่นให้กับสินค้าเพื่อสร้าง
ความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ และให้

ความสำคัญในกลยุทธ์การส่งเสริมทาง
การตลาดในหลายเชิงทาง เนื่องจากใน
ยุคนี้เป็นยุคดิจิตอล การเข้าถึง
แหล่งข้อมูลข่าวสารทำได้ง่าย มี
ความสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้ธุรกิจมีลูกค้า
และยอดการสั่งซื้อมากขึ้น

บรรณานุกรม

กนิษฐา หมู่่งเหลื่อม.(2551). ทัศนคติและพฤติกรรม

ของผู้บริโภคต่ออาหารสร้างสุขภาพ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัย.

สาขาวิชาการการโฆษณา คณะนิเทศ

ศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณะกรรมการจัดทำแผนป้องกันและควบคุม

โคงมะเร็งแห่งชาติ กรมการแพทย์

กระทรวงสาธารณสุข.(2556). แผนการ

ป้องกันและควบคุมโคงมะเร็งแห่งชาติ

(พ.ศ.2556-2560). พิมพ์ครั้งที่ 1. มิถุนายน

2556. 9-10.

ชาญ โพธิสิตา.(2550). ศาสตร์ และศิลป์แห่งการวิจัย

เชิงคุณภาพ.(พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ:

อมรินทร์วิชั่นดิจ แอนด์ พับลิชิ่ง จำกัด

(มหาชน)

นิษชา พุ่มจำรัส.(2555). รูปแบบและกลยุทธ์การ

ดำเนินธุรกิจของกิ๊ฟชาร์มมันเกะ. วิทยานิพนธ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัย.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แทร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

สาขาวิชาการประกบการ บัณฑิต

วิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธนภูมิ อติเวทิน.(2543). วัฒนธรรมปฏิบัติในการนิยมกับ

อาหารเพื่อสุขภาพในบริบทสังคมเมือง.

วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

สาขาวิชาภาษาไทย คณะรัฐศาสตร์.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

瓦鲁ณี ศุนทรเจริญนนท์.(2555). สร้างผลิตภัณฑ์หรือ

บริการสร้างสรรค์ไม่ยากอย่างที่คิด.

[\[detail.php?ref=do:read/id:56\]\(#\). สีบคํน](http://www.amexteam.com/knowledge-</p></div><div data-bbox=)

เมื่อ

วันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2559

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541). กลยุทธ์

การตลาดและการบริหารการตลาด.

กรุงเทพมหานคร: บริษัทด昀กมลสมัย

จำกัด.

ศุภรา กันตะพัฒนะ.(2559). BMI Fortune Teller

ทำนายสุขภาพตามไฮส์. นิตยสารชีวจิต.

นิตยสารรายปักษ์ ปีที่ 18: ฉบับที่ 419 16

มีนาคม พ.ศ. 2559.20-24.

สุชาวดี ยิ่มมี.(2547). การตลาดเบื้องต้นในการ

บริการสุขภาพ. ชลบุรี: ภาควิชาชีวจัย

ประเมินผลและการบริหารทางการ

พยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา