

การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติและนานาชาติด้านบริหารธุรกิจ ครั้งที่ 5

The 5<sup>th</sup> National & International Conference

Business Administration 2017 : Digital Economy Thailand 4.0

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ระหว่างวันที่ 9 – 10 มีนาคม 2560

ณ โรงแรม ดิ เอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่

## ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

รองอธิการบดี (รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริพงษ์ กิรติการกุล)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโภคากิจ)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทองเลียน บัวจุม)

รองอธิการบดี (ผู้ช่วยศาสตราจารย์พาวิน มະโนชัย)

รองอธิการบดี (อาจารย์ชนู เชื้อวิโรจน์)

รองอธิการบดี (อาจารย์อภิชาต สวนคำกอง)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายบริหารและกิจการพิเศษ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิชาการและวิเทศสัมพันธ์

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายวางแผนและพัฒนา

รองคณบดีคณะบริหารธุรกิจฝ่ายการเงินและระบบสารสนเทศ

รองศาสตราจารย์ ดร.คงกลับดินทร์ แสงอาษาวิริยะ

รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร บุญมาก

## บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

## กองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร

วรรณสถิตย์

ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.กัญญาพัสวี

กล่อมลงเริญ

รองประธานกรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรีดา

ศรีนุวรรตน์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา

เทชเกกิ

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์

อวีโรหานานท์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา

ตันจันทร์พงศ์

กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล

ฤลากล

กรรมการ

อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์

สิริประเสริฐศิลป์

กรรมการ

อาจารย์ ดร.อรุณี

ยศบุตร

กรรมการ

นายพงศ์กุลนุน

ภูริชพิสิฐกร

กรรมการและเลขานุการ

นางสาวอลิษา

อุ่นจิตต์

กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

## เจ้าของ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

เลขที่ 63 หมู่ที่ 4 ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย

จังหวัดเชียงใหม่ 50290

โทรศัพท์ 0-5387-3550-2 โทรสาร 0-5349-8151

[www.ba.mju.ac.th](http://www.ba.mju.ac.th)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจประเมินผลงาน  
รองศาสตราจารย์ ดร.จกกลบดินทร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดารัตน์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนียา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทริกา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาณวิน  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาญุส  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตตินุช  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา<sup>\*</sup>  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัดพงศ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณ  
อาจารย์ ดร.กัญญาพสี  
อาจารย์ ดร.ปิยวารรณ  
อาจารย์ ดร.อรุณี  
อาจารย์ ดร.ชัยวัฒน์  
อาจารย์ ดร.พนมพร  
อาจารย์ ดร.ศรรษา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.กุลชณา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อนุชา<sup>\*</sup>  
อาจารย์ ดร.อุกฤษณ์

แสงอาสวาริยะ  
บุณมาก  
สมฤทธิ์สกุล  
خلประเสริฐสุข  
ศิริโกคาภิจ  
บังเมฆ  
มนีพันธ์  
สงเคราะห์  
หยุ่ยเย็น  
ชุลิกาวิทย์  
วรรณสกิต  
ศรีนฤรรณ  
เทชเดกิ  
อวีโรจนานนท์  
ตันจันทร์พงศ์  
ตุลาสมบัติ  
ฟองเพชร  
กล่อมลงเจริญ  
สิริประเสริฐศิลป์  
ยศบุตร  
ใบไม้  
เฉลิมวรรณ  
วรุณกุล  
แวนแก้ว  
กันทรดุษฎี  
มารังค์

รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารเพื่อ  
สุขภาพส่วนเจ็นมีมา  
แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ  
MODEL AND MARKETING STRATEGY BUSINESS: CASE STUDY  
Suannguenmeema

พิทักษ์ ศิริวงศ์<sup>1</sup> และ พนีกรักษ์ หนูสันเทียะ<sup>2</sup>

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขา การตลาด

<sup>2</sup> นักศึกษาสาขา การจัดการธุรกิจทั่วไป  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนเจ็นมีมา แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ ศึกษาปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นในการประกอบการและแนวทางแก้ไข โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประชากรผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้จัดการของร้านส่วนเจ็นมีมา จากผลการศึกษาพบว่าการประกอบธุรกิจร้านส่วนเจ็นมีมาเป็นรูปแบบธุรกิจขนาดย่อม แนวคิดในการเริ่มกิจการเกิดจากแรงบันดาลใจของผู้บริหาร ด้านกลยุทธ์ผู้ประกอบการได้นำแนวคิดเรื่องส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) มาใช้ ด้านการจำหน่ายอาหารและสินค้า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ผู้ประกอบการเป็นผู้บริการผู้บริโภคด้วยตัวเอง มีประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่หลากหลาย ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการ คือ ปัญหาด้านที่จอดรถทางร้านมีพื้นที่ไม่เพียงพอสำหรับที่จอดรถให้ลูกค้า และปัญหาด้านรายรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย

แนวทางการแก้ไขปัญหา แก้ปัญหาโดยการสร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคจากการบริการ ทำให้ผู้บริโภคอยากรับกลับมาใช้บริการอีกรอบ และเมื่อรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย ทางร้านต้องใช้การฝึกผู้พนักงานใช้จ่ายออกไป

**คำสำคัญ :** การตลาด , ผู้ประกอบการพิช

### Abstract

The purpose of this research was to study from and strategy of Entertainment business "Suannguenmeema". The concept was to study problems happening in this business and solve the solutions. This quality active research used Phenomenology. The key informant was entrepreneurs of Suannguenmeema, employee, customer and related persons. The study found that of Suannguenmeema business is a model small business. The idea to start a business from inspiration of the management attention on food healthy. The manager has introduced the concept of the marketing (7 P's) use to the distribution of food and goods, restaurant focuses on fresh food and variety of products, the low pricing strategy. Owner provided all of

thing in himself. Suannguenmeema promote restaurant by social media. The menu of restaurant has many healthy food. Problem and opportunity of this restaurant was about parking that didn't have enough space for more customer car. For this problem will be solved by made impression to customer from service by made them want to come back again. When earing didn't enough for expense will be solve by postpone expense.

*Key word : Marketing , Organic Vegetable*

### บทนำ

ในยุคปัจจุบันวิถีและแบบแผนการบริโภคอาหารของคนไทยเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากอดีต สกัดโรคอ้วน เบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเลือดสูง และโรคหัวใจเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ทำให้เกิดกระแสการสร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคอย่างกว้างขวาง ผู้บริโภค มีความคาดหวังและต้องการอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ มีความปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ แต่ในสมัยนี้มีความเร่งรีบ การเลือกซื้ออาหารจึงเป็นสิ่งที่ถูกหละเลยในบางครั้ง จึงมีธุรกิจที่เกี่ยวกับอาหารใหม่ๆ เกิดขึ้นในปัจจุบัน มีคนหันมาให้ความสนใจกับการทำอาหารเพื่อสุขภาพกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารคลีน อาหารมังสวิรัติ อาหารจากผักปลอดสารพิษ เพื่อเอาใจคนรักสุขภาพมากขึ้น ให้ทั้งความสะอาดงบประมาณและสุขภาพมาหันไปรูปแบบของอาหารสำเร็จรูป ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ หรือแม้จะสั่งทางออนไลน์ก็ยังมีอีกด้วย (กฤษฎี โพธิ์ทัต, 2554)

ธุรกิจร้านอาหารก็ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผลมาจากการออกใบอนุญาตประกอบอาหารนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น ความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อผ่อนคลายความเครียด และเพื่อแสวงหาความสุขในครอบครัวหรือในกลุ่มเพื่อนฝูง และร้านอาหารที่เป็นตัวเลือกอย่างหนึ่งที่คือธุรกิจร้านอาหารจากผักปลอดสารพิษ เพราะร้านอาหารแต่ละร้าน มีความโดดเด่นที่ต่างกันออกไม่ใช่แค่เป็นเมนู บรรยากาศภายในร้าน ราคา ความสะดวกในการเดินทาง การรับประทานอาหารผักปลอดสารพิษ นอกจากจะเป็นอาหารที่ช่วยต้านโรคต่างๆ อาทิ มะเร็ง ภูมิแพ้ และลดความเสี่ยงของโรคหัวใจและโรคหลอดเลือดสมองแล้ว ยังทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่ดีมากกว่าสารอาหารที่ไม่ได้มาตรฐาน พระคุณค่าของอาหารยังมีความสมบูรณ์ เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับคนรักสุขภาพ เป็นธุรกิจหนึ่งที่น่าสนใจ และกำลังได้รับความนิยม(ทัทยา อุนุสสร, 2553)

จากการสำรวจการเจริญเติบโตของร้านอาหารผักออร์แกนิกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วประกอบกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ในด้านรสชาติที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอาจมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคที่หันมาสนใจในเรื่องธุรกิจผักออร์แกนิก ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน อีกทั้งจากการค้นคว้าเอกสารและงานวิจัย ยังไม่มีการศึกษาวิจัย รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่มา แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นร้านอาหารที่เป็นแหล่งรวมอาหารสมอง อาหารภายในร้านยังมีบริการอาหารว่างผักปลอดสารพิษ เช่น สลัดผักปลอดสารพิษ แซนวิช บูรเก็ตต์ ชากาแฟ และเครื่องดื่มสมูนไพร เป็นต้น มีทั้งงานผลิตภัณฑ์ทำมือฝ่ายท้องมือย้อมสีธรรมชาติ และสินค้าอิฐเผตให้เลือกซื้อหา ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะมุ่งศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของ

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพสวนเงินมีมา แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ ตามทัศนคติของผู้ประกอบการ การดำเนินธุรกิจที่นำไปสู่ความสำเร็จ วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และการแก้ไขปัญหา กรณีศึกษาของ ร้านอาหารสวนเงินมีมา เพื่อเป็นแนวทางให้กับบุคคลทั่วไปที่มุ่งจะประกอบอาชีพ (suan-spirit,2559)

#### วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของร้านสวนเงินมีมาตามทัศนคติของผู้ประกอบการ
2. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดจากการดำเนินธุรกิจของร้านสวนเงินมีมา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขจากการดำเนินธุรกิจร้านสวนเงินมีมา

#### บททวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านสวนเงินมีมา” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ
2. แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

#### แนวคิดเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ

อาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง อาหารที่ได้มาจากธรรมชาติ และยังมีผลต่อระบบในร่างกาย เช่น เสริมภูมิคุ้มกันโรค ป้องกันโรคบางโรค ที่มีอาการของร่างกายจากโรคบางโรค และช่วยลดกระบวนการแก้ ได้แก่ อาหารเจ อาหารมังสวิรัติ และอาหารชีวจิต เป็นอาหารที่ปรุงให้อร่อยได้ง่าย และไม่ใช่น้ำอัดเมื่อสัตว์ โดยอาจใช้ต้มอาหารเดียวกันกับอาหารที่ใช้น้ำอัดเมื่อสัตว์เพียงแต่ต้องรักษาด้วยไฟฟ้า อาหารอื่นแทนน้ำอัดเมื่อสัตว์ อาหารเพื่อสุขภาพเป็นอาหารที่ยอมรับกันทั่วไป ในวงการโภชนาการทั่วโลก ว่ามีประโยชน์ให้สารอาหารต่างๆ ครบถ้วนเท่าเทียมอาหารที่เป็นน้ำอัดเมื่อสัตว์ล้วน ๆ คนที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ นอกจากจะมีสุขภาพร่างกายที่ดีแล้ว ยังมีสุขภาพจิตดีไม่เครียด มีความสุข (นภาพร, 2551)

กรรมการ นิตอภัยธรรม (2547) ได้กล่าวถึง การแบ่งกลุ่มของอาหารเพื่อสุขภาพไว้ว่า หลักการกินเพื่อให้มีสุขภาพดีควรพิจารณาอาหารที่มาจากธรรมชาติ โดยแบ่งกลุ่มอาหารที่มาจากธรรมชาติที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยพิจารณาถึงกระบวนการผลิตหรือแปรรูปได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ อาหารที่มาจากธรรมชาติโดยตรง ปลодสารเคมีในการผลิตและอาหารที่ผ่านการแปรรูปน้อย

#### แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ

สวัสดิการกรมพัฒนาธุรกิจการค้า(2548)ได้รวบรวมหัวใจสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จดังนี้

1. สร้างความแข็งแกร่ง จัดตั้งรากฐานที่มั่นคง ให้กับองค์กร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไร ก่อน ต้องหาจุดแข็งกว่าคู่แข่ง ถ้ารู้สึกว่าเสียเปรียบก็ไม่ควรแข่ง
2. พัฒนาขององค์กร พิจารณาทรัพยากรที่มีอยู่ภายในองค์กรในด้าน เงินทุน บุคลากร ความรู้ เครื่องจักรเครื่องกล และเครื่องข่ายสนับสนุนธุรกิจ
3. ความรู้ การทำธุรกิจใหม่ จะต้องมีความรู้ความสามารถอันเป็นแก่น

4. ภาพพจน์ จะต้องทราบภาพพจน์ของตัวธุรกิจในสายตาผู้บริโภค ถือเป็นส่วนสำคัญในการยอมรับสินค้าหรือบริการ

5. จุดเด่นและความแตกต่าง ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ ตามแนวคิดการตลาดที่ว่า “Differentiate or Die” คือหากสร้างความแตกต่างไม่ได้ก็ต้องล้มหายตายจากไป

6. กลุ่มเป้าหมายต้องชัดเจน เป็นลูกค้าที่มีความต้องการสินค้าหรือบริการอย่างแท้จริง

7. การสร้างคุณค่าในสายตาของกลุ่มเป้าหมาย สินค้าและบริการต้องมีคุณค่าในความรู้สึกของลูกค้า

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

องค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งในกลยุทธ์การตลาดคือส่วนประสมการตลาด กระบวนการในการกำหนดส่วนประสมให้เหมาะสม จะเป็นเอกลักษณ์ของธุรกิจและผลิตภัณฑ์ ลักษณะสิ่งที่ปรากฏขึ้น แตกต่างจากบริการอื่น แสดงว่าเกิดจากการใช้ส่วนประสมการตลาดที่แตกต่าง ประกอบด้วยเครื่องมือดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541) ผลิตภัณฑ์หมายถึงสิ่งที่เสนอโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า โดยลูกค้าจะพิจารณาสิ่งที่นำเสนอ 3 ประการคือ

1.1 รูปลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

1.2 ส่วนประสมการบริการและคุณภาพบริการ

1.3 ความเหมาะสมของราคายอดพิจารณาจากเกณฑ์คุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น

2. ราคา หมายถึง สิ่งที่บุคคลใช้จ่ายสิ่งที่ได้มา ซึ่งเป็นมูลค่าในรูปของเงินตรา

2.1 ราคาเป็นมูลค่าของสินค้าและบริการ

2.2 ราคาเป็นจำนวนเงิน

3. การจัดจำหน่าย โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรไปยังตลาด ประกอบด้วย 2 ส่วนดังนี้

3.1. ช่องทางการจัดจำหน่าย เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด

3.2. การสนับสนุนการกระจายตัวสินค้าสู่ตลาดคือ

3.2.1. การขนส่ง

3.2.2. การเก็บรักษาสินค้าและการคลังสินค้า

3.2.3. การบริหารสินค้าคงเหลือ

4. การส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมทางการตลาดของธุรกิจบริการ การส่งเสริมการตลาดที่นิยมกันมากคือ

4.1. โครงการสะสมคะแนน

4.2. การลดราคาโดยใช้ช่วงเวลา

4.3. การสมัครเป็นสมาชิก

4.4. การขายบัตรใช้บริการล่วงหน้า

5. บุคลากร ประกอบด้วย เจ้าของ ผู้บริหาร และพนักงานฝ่ายต่างๆ

6. กระบวนการ ต้องอาศัยพนักงานและความทันสมัย เพื่อความสะดวกรวดเร็ว ผู้บริหารต้องฝึกอบรมพนักงานให้ส่งมอบบริการอย่างมีคุณภาพ

7. ลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยในการเลือกใช้บริการ “ได้แก่ตัวอาคาร เครื่องมือ อุปกรณ์ ต่างๆที่ใช้ในการให้บริการ เช่นการตกแต่งสถานที่ บรรยากาศในสำนักงาน

#### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของร้านสวนเงินมีมา เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Method) โดยมีขอบเขตการศึกษาดังนี้

##### 1. ขอบเขตด้านนื้อหา

เป็นการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดโดยมีแนวคิดทฤษฎี “ได้แก่”

1. แนวคิดเกี่ยวกับอาหารสุขภาพ
2. แนวคิดความสำเร็จของผู้ประกอบการ
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

##### 2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรของงานวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารสวนเงินมีมา

##### 3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้จัดเลือกพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาข้อมูลของ ร้านสวนเงินมีมา ที่ตั้ง 77,79 ถนนเพื่องนคร แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงการให้ความหมายของการดำเนินธุรกิจของร้านสวนเงินมีมาตามทัศนคติของผู้ประกอบการ

2. เพื่อทราบรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดจากการดำเนินธุรกิจของร้านสวนเงินมีมา

3. เพื่อทราบปัญหาและแนวทางการแก้ไขจากการดำเนินธุรกิจร้านสวนเงินมีมา

4. ผู้ที่จะได้รับประโยชน์จากการศึกษาครั้งนี้

4.1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

4.2 ผู้สนใจทราบถึงปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ การบริหารจัดการ ในด้านบริการ ด้านราคา ด้านการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ ให้มีมาตรฐาน มีคุณภาพพร้อมแข่งขันในอนาคต

#### วิธีวิจัยและการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ “รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหาร เพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านสวนเงินมีมา” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีการรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาแบ่งข้อมูลได้ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

##### 1. ข้อมูลเอกสาร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร เพื่อเป็นการทบทวนและค้นคว้าว่ามีผู้ศึกษา และวิจัยคนใดได้เคยศึกษาเกี่ยวกับประเด็นนี้ไว้บ้างเพื่อหากรอบแนวคิด ทฤษฎีใน

การนำมำกำหนดกรอบแนวคิด และเค้าโครงในการศึกษาวิจัยเพื่อเป็นบรรทัดฐานในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางวิชาการต่างๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือ โดยการศึกษาค้นคว้าจากห้องสมุดของสถาบันต่างๆ รวมไปถึงข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

## 2. ข้อมูลภาคสนาม

ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลภาคสนาม โดยเลือกใช้วิธีสัมภาษณ์ประกอบกับแบบสำรวจที่สอดคล้องกับประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อศึกษาข้อมูลจากผู้บริโภค โดยข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม

## ประชากร

ด้านประชากรที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์ คือ กลุ่มผู้ประกอบการ

ในส่วนกลุ่มผู้ประกอบการ ได้มีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จะคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลโดยเจาะจงที่เจ้าของกิจการ เพื่อให้การเก็บข้อมูลสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและก่อให้เกิดความหลากหลายทางข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประภภการณ์วิทยา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ สมุดโน๊ต ปากกา ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เครื่องบันทึกเสียง และกล้องถ่ายภาพ

## วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเหลี่ยม (Triangulation) มีวิธีการตรวจสอบ 3 วิธี (สุภวงศ์ จันทวนิช, 2553)

1. การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ แหล่งบุคคล

2. การตรวจสอบสามเหลี่ยมทฤษฎี (Theory triangulation) การตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด อาจทำได้ง่ายกว่าในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working hypothesis) และแนวคิดขณะที่ลงมือตีความสร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละเหตุการณ์ ปกตินักวิจัยจะตรวจสอบสามเหลี่ยมทฤษฎีได้ยากกว่าตรวจสอบด้านอื่น

3. การตรวจสอบสามเหลี่ยมวิธีรวมข้อมูล (Methodological triangulation) การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กันเพื่อรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่นใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากแหล่งเอกสารประกอบด้วย

## การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลระยะทำไปพร้อมๆ กับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา มีขั้นตอนดังนี้

1) จด deported การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบคำต่อคำ (Verbatim)

2) อ่านข้อมูลที่ได้จากการจด deported ทบทวนข้อมูลทั้งหมดและทำความเข้าใจในข้อมูล

3) จัดกลุ่มความหมายแยกออกเป็นประเด็น (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะร่วมหรือที่มีความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน จากนั้นให้ความหมายหรือจำแนกข้อมูลที่ได้กลุ่มนั้นๆ (Theme)

4) นำข้อความหรือประโยคที่ได้มาตีความหรือให้ความหมาย หากข้อมูลยังไม่มีความชัดเจนจะบันทึกแยกเป็นข้อสังเกตไว้ต่างหาก เพื่อสะสมข้อมูลนั้นไว้แล้วนำกลับมาร่วมวิเคราะห์เมื่อได้ข้อมูลมากพอ

5) วิเคราะห์หาคุณลักษณะของข้อมูลที่จำแนกเป็นหัวข้ออย่างพิจารณาความสอดคล้องกับคำถามการวิจัย

6) เขียนคำบรรยายความหมายตามลักษณะข้อความที่ปรากฏและนำเสนอพร้อมทั้งยกตัวอย่าง ประกอบเพื่อสะท้อนให้เห็นสาระสำคัญของกลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่ม  
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

รูปแบบและกลยุทธ์การให้ความหมายทางการตลาดของร้านอาหารเพื่อสุขภาพส่วนเงินมีมา แขวงวัดราชบพิธ เขตพระนคร กรุงเทพฯ การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธี ปรากฏการณ์ทางวิทยา และการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้จัดการร้าน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ของงานวิจัยโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการเก็บข้อมูลและจดบันทึก ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการให้ สัมภาษณ์เป็น 4 ตอนดังนี้

1. ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจร้านส่วนเงินมีมา
2. รูปแบบการประกอบการธุรกิจร้านส่วนเงินมีมา
3. กลยุทธ์การบริหารการประกอบการร้านส่วนเงินมีมา
4. ปัญหาอุปสรรค และ แนวทางการแก้ปัญหาจากการประกอบการร้านส่วนเงินมีมา

ความเป็นมาของการประกอบธุรกิจร้านส่วนเงินมีมา

ก่อตั้งขึ้นในวันที่ 27 มีนาคม 2544 เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจไปพร้อมกับ กิจกรรมทางสังคม อันประกอบไปด้วยผู้ถือหุ้นทั้งจากองค์กรด้านสังคมและนักธุรกิจ ที่ได้รับใบอนุญาต ดำเนินกิจกรรมทางสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และศักยภาพด้านในของมนุษย์บริษัทส่วนเงินมีมาเปิดมา 15 ปีแล้ว เริ่มแรกก็ทำเกี่ยวกับสำนักพิมพ์เกี่ยวกับปรัชญา กีเดียหกิจกรรมมาเสริมเป็นกิจการเพื่อสังคม จึงรับเงินสนับสนุนจากห้างต่างประเทศและในประเทศไทยจากการเกษตรกร โครงการอํรแกนิก

มาทำร้านอาหารเพื่อเป็นแบบแผนให้กับร้านอื่นๆ แต่ร้านเป็นร้านที่ส่งเสริมเกษตรกรโดยตรงไม่ทำเพื่อผลกำไรก็จะทำเพื่อเกษตรกรเป็นหลัก มีทุนจากสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ และทุนต่างประเทศ

รูปแบบการประกอบการธุรกิจร้านส่วนเงินมีมา

ร้านส่วนเงินมีมาเป็นการทำธุรกิจแบบห้างหุ้นส่วน เป็นการบริหารงานแบบข่ายกันทำ บุคลากรในร้านได้แก่ ผู้จัดการร้าน พ่อครัว แม่บ้าน เนื่องจากปัญหาสภาพแวดล้อม ทำให้ ผู้บริโภคประหයดค่าใช้จ่าย โดยสั่งรายการอาหารน้อยลง แม้ว่าผู้บริโภคในร้านมีจำนวนไม่ เป็นลี่ยนแปลงจากเดิม ส่งผลให้รายรับผู้ประกอบการลดลง ผู้ประกอบการจึงควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่ จำเป็นของทางร้าน โดยการลดการจ้างพนักงาน

เนื่องจากร้านส่วนเงินมีมา เป็นร้านจำหน่ายหนังสือที่ส่งเสริมความรู้ จึงได้รับเงินทุนสนับสนุน จากสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ การดำเนินกิจการเมื่อมีกำไร จะหักกำไรจำนวน 10 % มอบให้แก่กลุ่มนิธิเศรษฐีโภเศษ-นาคนะประทีป ในฐานะที่ได้สนับสนุนและร่วมก่อตั้งองค์กร และหักกำไร จำนวน 30 % เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำรองกิจการ ส่วนที่เหลือ 60 % จะนำมาปันผลกำไรตามสัดส่วน และจำนวนของผู้ถือหุ้นทั้งสองประเภท คือผู้ถือหุ้นที่ไม่หวังเงินปันผล และผู้ถือหุ้นที่รับเงินปันผล

วัตถุดิบของทางร้านส่วนใหญ่ซื้อมาจากเกษตรกร เพื่อเป็นการช่วยเกษตรกรโดยตรงและ มั่นใจได้ว่าแหล่งที่รับมาเป็นผู้ปลดสารพิษโดยตรงไม่มีสารตกค้าง เพียงวัตถุดิบบางชนิดไม่ใช่ วัตถุดิบปลดสารพิษ 100% เพราะหมายในประเทศไทย เช่น ซอสปรุงรส แต่ทางร้านจะใช้วัตถุดิบที่ มีสารเคมีเป็นป้อนน้อยที่สุด ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค

## กลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้าน สวนเงินมีมา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัย นำแนวคิดการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ของ Philip Kotler, 1984 มาใช้ในการอธิบายกลยุทธ์ทางการตลาดที่ใช้ในการประกอบการของร้านสวนเงินมีมา โดยมีผลการศึกษาดังนี้

### 1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า ผู้ประกอบการแบ่งผลิตภัณฑ์ดังนี้

#### 1.1 อาหาร

1.1.1 ผู้ประกอบการให้ความสำคัญ เรื่องความสะอาดของอาหาร และผลิตภัณฑ์ เป็นอย่างมาก

1.1.2 อาหารกลางวัน จัดจำหน่ายเป็นชุด เช่น ผัดหมูป่า ผัดผัก มีเฉพาะวันจันทร์-วันศุกร์

จำหน่ายไม่เกิน 14.00 น.

1.1.3 อาหารว่าง เช่น สลัดผักปลอดสารพิษ แซนวิช บ рукเก็ตต้า ชา กาแฟ และเครื่องดื่มสมูนไพร

1.2 การจัดจำหน่ายหนังสือ หนังสือของสำนักพิมพ์สวนเงินมีมา และหนังสือจากหลากหลายสำนักพิมพ์ เช่น หนังสือเกี่ยวกับสังคม ปรัชญา การเมือง เศรษฐกิจ ชีวประวัติ สุขภาพ

1.3 สินค้าหัตกรรม ผลิตภัณฑ์ทำมือฝ้าฝายทอมือเยื่อ้อมสีธรรมชาติด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน และสินค้าอิเบต

### 2. กลยุทธ์ด้านราคา

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า การกำหนดราคาของเมนูและผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับร้านอาหารสุขภาพทั่วไป เพราะวัตถุดิบทั้งหมด ส่งตรงมาจากเกษตรกรโดยตรง โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยกำไรอยู่ที่ 30-70%

### 3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า การจัดจำหน่าย มีดังนี้

3.1 หน้าร้าน ไว้สำหรับจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของทางร้าน

3.2 เว็บไซต์ การให้ข้อมูล เกี่ยวกับทางร้าน และจัดจำหน่ายหนังสือ

3.3 เฟสบุ๊ค (facebook) เพื่อบอกข้อมูลข่าวสารของทางร้าน

### 4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า การส่งเสริมการตลาดมีดังนี้

4.1 ใช้การบอกปากต่อปากของผู้บริโภค

4.2 โฆษณาทางสื่อต่างๆ หรือมีหน่วยงานมาติดต่อให้ร้านไปแสดงสินค้า เช่น ตลาดที่มี จิตสำนึกรัก (Markets Forum), กรีนแฟร์ (Green Fair) ครั้งที่ 7, เวทีระดมพลก่อหัวอดจิต วิญญาณใหม่เพื่อการเปลี่ยนแปลง (New Spirit)

### 5. กลยุทธ์ในการให้บริการจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน (People)

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า การดำเนินธุรกิจแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน เสนื่องครอบครัว มีความเกื้อกูล ช่วยงานกันในทุกด้าน

### 6. กลยุทธ์ลักษณะทางกายภาพ(Physical Evidence)

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า ลักษณะทางกายภาพมีดังนี้

6.1 สภาพแวดล้อมในร้านมีความ เรียบง่าย สะอาด หน้าร้านเป็นกระจกใส่เปิดรับแสงเต็มที่ ทำให้ร้านดูสว่าง สวยงาม โดยอาหารเป็นโต๊ะไม้ มีที่วางกลม ทรงเหลี่ยม ทรงกระจากหน้าร้านทำเป็นบาร์เล็กๆ

6.2 บรรยากาศภายในร้าน น่าทำงาน มีเอกสารลักษณ์ของร้าน

6.3 สถานที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชนซึ่งเป็นพื้นที่บุคคลผ่านไปผ่านมาจำนวนมาก และเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย

7. กลยุทธ์สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค ให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

ผลจากการสัมภาษณ์และการสังเกต พบร้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและผู้บริโภค มีดังนี้

7.1 เน้นคุณภาพของวัสดุดีเป็นหลัก กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นคนรักสุขภาพ เช่นเป็นโรคมะเร็งระยะต้น เพราะมั่นใจว่าอาหารทางร้านไม่มีสารเคมี

7.2 พุดคุยกับลูกค้าโดยให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

### **ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางแก้ไขจากการประกอบกิจการร้านสวนเงินมีมา**

ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางแก้ไขจากการประกอบกิจการร้านสวนเงินมีมา ที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจ สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านที่จอดรถ ทางร้านมีพื้นที่ไม่เพียงพอสำหรับที่จอดรถให้ลูกค้า เนื่องจากลักษณะที่ตั้งเป็นตึก ทำให้ลูกค้าจำกัดพื้นที่ในการประกอบการ แนวทางการแก้ไขปัญหา เน้นการบริการให้ผู้บริโภคประทับใจ อย่างกลับมาใช้บริการอีกรอบซ้ำ

2. ปัญหารายรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย แนวทางการแก้ไขปัญหา เมื่อรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย ทางร้านต้องใช้การผ่อนผันค่าใช้จ่ายออกໄປ

### **อภิปรายผลการศึกษา**

ผลจากการวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านสวนเงินมีมา โดยธุรกิจได้มีการเริ่มกิจกรรมมา 15 ปี ดำเนินกิจการลักษณะธุรกิจห้างหุ้นส่วน โครงสร้างองค์กรแบบง่าย ใช้แหล่งเงินทุนสนับสนุนจากสถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ ทุกกระบวนการจัดการและการบริหารเกิดขึ้นมาจากการคิดครีเอทีฟ ผิดลองผูกจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ

ผลจากการวิจัยพบว่า รูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านสวนเงินมีมา ให้ความสำคัญรูปแบบทางการตลาดของแนวคิดการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ของ Philip Kotler ทั้ง 7 ด้าน และเป็นไปตามรูปแบบทางการตลาดของธุรกิจบริการให้บริการ ร้านสวนเงินมีมาจะให้ความสำคัญในเรื่องความสะอาดของอาหารและผลิตภัณฑ์ มีความหลากหลายของสินค้า ด้านการตั้งราคา ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำที่สุด มีช่องทางการจัดจำหน่าย ทางหน้าร้าน หรือทางเว็บไซค์ ด้านการให้บริการจัดการบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน ดำเนินธุรกิจแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีความเกื้อกูล มีการฝึกอบรม มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี เรียบง่าย สะอาด ใกล้แหล่งชุมชน เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย มีการส่งเสริมการตลาด ใช้การประชาสัมพันธ์ มีอัตราศัยที่ดี มีความเป็นกันเอง เพื่อให้เกิดความประทับใจ และเกิดพฤติกรรมในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ปัญหาด้านที่จอดรถ ทางร้านมีพื้นที่ไม่เพียงพอสำหรับที่จอดรถให้ลูกค้า เนื่องจากลักษณะที่ตั้งผู้ประกอบส่วนใหญ่เป็นตึก ทำให้ถูกจำกัดพื้นที่ในการประกอบการแก้ไขปัญหาโดย เน้นการบริการให้ผู้บริโภคประทับใจ อย่างกลับมาใช้บริการอีกครั้งซ้ำ ผู้ประกอบการควรเข้าพื้นที่เพิ่ม เพื่อให้ลูกค้ามีที่จอดรถในการเข้ามาบริการและอาหารที่ร้าน

2. จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ในบางช่วงรายรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย แก้ไขปัญหาโดย เมื่อรายรับไม่เพียงพอ กับค่าใช้จ่าย ทางร้านต้องใช้การผ่อนผันค่าใช้จ่ายออกไป ผู้ประกอบการควรเพิ่มรายรับโดยการเพิ่มเวลาเปิด-ปิดร้าน

### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาความเป็นไปได้ของการประกอบการ นอกเหนือจาก การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด เช่น ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยให้การตัดสินใจของนักลงทุนได้ชัดเจนมากขึ้น

2. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาร้านสวนเงินเมืองท่านนั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาองค์กร และรูปแบบธุรกิจร้านอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาทำการเปรียบเทียบ และสร้างผลลัพธ์ที่ก่อให้เกิดศักยภาพในการพัฒนา

### บรรณานุกรม

กฤษฎี โพธทัต.(2554).กินดีได้สุขภาพ.พิมพ์ครั้งแรก.กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บริษัทพิมพ์จำกัด.  
ทัพยา อนุสสร.(2553).ครัวสีเขียวGreen Kitchen.พิมพ์ครั้งแรก.กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์มติชน.  
นภาพร ทัพสุนทร.(2551). การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ในศูนย์การค้าพิวเจอร์ฟาร์ค สาขาธนสิต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา  
การตลาดมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, กรุงเทพมหานคร.

กรณีการ นิตตayahorm.(2547). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพของ  
นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรม  
และนันทนาการศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

สุภาร์ จันทวนิช .(2553). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สวัสดิการกรรมพัฒนาธุรกิจการค้า.(2548). คู่มือผู้ประกอบการมืออาชีพ/โดย  
สวัสดิการกรรมพัฒนาธุรกิจการค้ากรรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พิมพ์ครั้งที่ 1.  
กรุงเทพมหานคร:ชี.พี.บุ๊สแตนดาร์ด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.(2541).การวิจัยธุรกิจ = Business research พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : ไดมอน อิน บิสสิเน็ต เวิร์ล

สวนเงินเมือง.ค้นเมื่อวันที่ 9 พฤษภาคม 2559 จาก [www.suan-spirit.com](http://www.suan-spirit.com)