



18
มกราคม
2561

การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14
“สังคมนพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแส
การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand 4.0”
ณ โรงแรมโพธิ์วิลล รีสอร์ท แอนด์สปา อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช

สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช
ถนนพหลโยธิน ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดชัยราช รหัสไปรษณีย์ 57100

☎ โทรศัพท์ : 053-702870 ต่อ 10
☎ โทรศัพท์มือถือ : 09-5126-8181, 08-8519-5290
✉ E-mail : jtongrak@gmail.com



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยราช



คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ
การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
กลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย (Peer Review) ระดับชาติ การประชุมสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐” เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิชาการ/บทความวิจัย ประกอบด้วย

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ พิจารณา กลั่นกรอง บทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ และให้
ข้อเสนอแนะ ข้อคิดเห็น ผลงานแต่ละเรื่องให้เป็นไปตามมาตรฐานระดับชาติ ทั้งเนื้อหา ภาษา และรูปแบบการ
เขียนผลงาน

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วงนคร)
รองอธิการบดี รักษาราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนานาชาติวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๒/๒๕๖๐

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

๑. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
๒. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารณ วิงวอน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
๓. รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ชัย ปิฎกฤษดิ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยมหิดล
๔. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา อุปโยคิน
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวนิช
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งนภา เทพภาพ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัมรินทร์ เทวตา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลิน อุนวิจิตร
ผู้ทรงคุณวุฒิ อดีตคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๓. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๔. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
๑๕. อาจารย์ ดร.สมเกียรติ อินทสิงห์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
๑๖. อาจารย์ ดร.กานต์รวี บุษยานนท์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง



๒. ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

๑. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๒. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๓. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๔. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา ยืนยง
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตรีเอากานุกูล
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวัน พรหมใจสา
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์องอาจ อินทนิเวศ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทรีพันธุ์ พันธุ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๒. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ คณบดีสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๓. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิเวรัตน์
ผู้ทรงคุณวุฒิ รองคณบดีคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๔. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ
ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๕. อาจารย์ ดร.สุตาพร ปัญญาพฤษ
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๖. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๗. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๘. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
๑๙. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น
ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



๒๐. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๑. อาจารย์เพชรสวัสดิ์ กันคำ

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๒. อาจารย์ศศิพัชร เมฆรา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๓. อาจารย์อิทธิพิทธ์ เรืองกิจวัฒน์

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๔. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

๒๕. อาจารย์จามรี พระสุนิล

ผู้ทรงคุณวุฒิ จากสำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย
การประชุมสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมนวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการ
วิพากษ์บทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ทั้งภาคบรรยายและ
ภาคโปสเตอร์งานสังคมนวัตกรรมวิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนวัตกรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand
๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๔๗
มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ดังต่อไปนี้

-ตามรายชื่อแนบท้ายคำสั่ง-

หน้าที่ วิพากษ์ ให้ข้อเสนอแนะ การนำเสนอบทความวิชาการ/บทความวิจัย ของผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน
ให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และมีประสิทธิภาพ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดี
ต่อทางราชการ

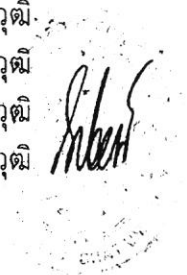
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วนนคร)
รองอธิการบดี รักษาการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ
งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมพหุวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”
แนบท้ายคำสั่งที่ ๗๐๐๓/๒๕๖๐

- | | |
|---|---------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๓. รองศาสตราจารย์พีชรา ก้อยชูสกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๔. รองศาสตราจารย์ประกายศรี ศรีรุ่งเรือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๕. รองศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรุณศิริ ใจมา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปวีณา ลีตระกูล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกุล | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิณ พรหมใจสา | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๓. อาจารย์ ดร.พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๔. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๕. อาจารย์ ดร.เปนต์ มโนมัยวิบูลย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๖. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๗. อาจารย์ ดร.ปรมินทร์ อริเดช | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๘. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๑๙. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัตน์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๐. อาจารย์ ดร.สุดาพร ปัญญาพฤกษ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๑. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๒. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๓. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๔. อาจารย์ ดร.ธัญญลักษณ์ แซ่เลี้ยว | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๕. อาจารย์ ดร.โอม พัฒนโชติ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| ๒๖. ดร.ยุทธศิลป์ ชุมณี | ผู้ทรงคุณวุฒิ |





คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ที่ ๗๐๐๔/๒๕๕๙

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding)
การประชุมสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔
“สังคมนิติวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

ด้วย สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีความประสงค์แต่งตั้งคณะกรรมการวิชาการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) งานสังคมนิติศาสตร์วิชาการครั้งที่ ๑๔ “สังคมนิติวัฒนธรรมภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand ๔.๐”

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๓๑ (๒) แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.๒๕๕๗ มหาวิทยาลัย จึงแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ประกอบด้วย

- | | |
|------------------------------------|---------------------|
| ๑. อาจารย์ต้องรัก จิตรบรรเทา | ประธานกรรมการ |
| ๒. อาจารย์จามรี พระสุนิต | กรรมการ |
| ๓. อาจารย์ธนพัทธ์ จันทรพิพัฒน์พงศ์ | กรรมการ |
| ๔. อาจารย์ณัฐธิยา วัฒนศิริศาสตร์ | กรรมการ |
| ๕. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ | กรรมการ |
| ๖. อาจารย์ทิพวรรณ เมืองใจ | กรรมการและเลขานุการ |

หน้าที่ รวบรวมบทความวิชาการ/บทความวิจัยของผู้นำเสนอที่ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิและจัดทำรูปเล่ม (Proceeding) ให้ถูกต้องตามมาตรฐานวิชาการ

ให้ผู้ที่ได้รับการแต่งตั้งปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถและบังเกิดผลดีต่อทางราชการ

ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

สั่ง ณ วันที่ ๑ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๐

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ด้วน)

รองอธิการบดี รักษาราชการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

Model and approach of marketing to meet the need of consumers

SUSTAINA Organic Restaurant in Wattana, Bangkok

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ ชัญญานุช จันทอง^{2*} และมัญชุพัฒน์ พันธุ์เจริญ³

Phitak Siriwong¹, Chunyanuch Junthong^{2*} and Munchuphat Phanchareon³

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² นักศึกษา สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³ นักศึกษา สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*Corresponding author E-mail : chunyanuch.j@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีแบบปรากฏการณ์วิทยา และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ คุณ ยุวดี เบิกบาน ผู้จัดการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant รวมถึงพนักงานและลูกค้า ผลการศึกษาพบว่า

1.SUSTAINA Organic Restaurant เป็นร้านอาหารออร์แกนิกแบบญี่ปุ่น มีการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกภายในร้าน เช่น ผักปลอดสารพิษ และสินค้าออร์แกนิก มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด 7P ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด กลยุทธ์ด้านบุคลากร กลยุทธ์ด้านกระบวนการ กลยุทธ์ด้านกายภาพ ซึ่งทางร้านได้นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจร้านอาหาร ทำให้ประสบความสำเร็จและเปิดร้านอาหารออร์แกนิกเป็นเวลา 6 ปี

2.เนื่องจากร้าน SUSTAINA Organic Restaurant อยู่กลางเมืองทำให้มีพื้นที่ลานจอดรถได้เพียง 3 คัน ซึ่งพื้นที่ทางร้านมีอย่างจำกัด บ่อยครั้งที่ลูกค้านำรถยนต์มา เมื่อถึงที่ร้านอาหารจึงพบว่าไม่มีที่เพียงพอสำหรับการจอดรถ ทางร้านจึงใช้เฟซบุ๊กในการแจ้งข่าวสารแนะนำให้ลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส หรือหากลูกค้าท่านใดที่ไม่สะดวกเดินทางโดยรถไฟฟ้าบีทีเอส จึงแนะนำให้ไปจอดรถที่ห้างสรรพสินค้า เอ็มควอเทียร์ และเอ็มโพเรียม เนื่องจากที่ตั้งของร้านอยู่บริเวณใกล้เคียงกับห้างสรรพสินค้าทั้ง 2 แห่ง ลูกค้าหลายท่านได้รับข่าวสารจึงหันมาเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส ธุรกิจจึงดำเนินการได้อย่างก้าวหน้า

คำสำคัญ : รูปแบบธุรกิจ กลยุทธ์ด้านการตลาด ร้านอาหาร

Abstarct

The objective of this research is to study the model and marketing strategy restaurant business SUSTAINA Organic Restaurant and to study problems and difficulties occur in the business of enterprises. This research focused on quality by methodology of phenomenology and collect the data by in depth of interview. The interviewee of this research is Khun Yuvadee Berkban ,The manager of

SUSTAINA Organic Restaurant, also staffs and the customers. The results from this research are as follow,

1.SUSTAINA Organic Restaurant. The restaurant is organic and the Japanese foods. Including the sales organic products within the restaurant is selling organic vegetables and organic supply. The business form and strategy running in marketing strategy; Product, Price, Place, Promotion, People, Process and Physical Evidence. The shop used to operate a restaurant business making the positive way for 6 years

2. SUSTAINA Organic Restaurant located in the city center parking lot space has only 3 cars. The area of the restaurant is limited. But, customers bring car to eat. At the restaurant, there was not enough for parking lot. The restaurant used Facebook in the information to guide customers to travel with BTS. If any customer is not convenient by BTS. The restaurant is advisable to car parking lot at department store; Emquartier and Emporium. The location of the restaurant is close to the two department stores. Many customers get the news customer can travel by BTS. The restaurant business is progressing.

Keywords : business form, marketing strategy, restaurant

บทนำ

Thailand 4.0 เป็นเรื่องของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยในยุค 1.0 เป็นยุคเกษตรกรรม จากนั้นกลายเป็นยุค 2.0 ที่มีการนำเครื่องจักรเข้ามาช่วยงานหรือเป็นยุคของอุตสาหกรรมเบา ในขณะที่ยุค 3.0 เป็นยุคอุตสาหกรรมหนักและมีการลงทุนจากต่างชาติ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจในยุค 3.0 ยังมีความเปราะบางต่อสถานการณ์โลก และประเทศไทยยังไม่สามารถก้าวข้ามความเป็นประเทศรายได้ปานกลางได้ ดังนั้นจึงนำมาสู่ Thailand 4.0 ที่เน้นที่การแก้ปัญหาให้ประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง เราจึงต้องพัฒนาโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ที่เรียกว่า New Economy Model มีการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ประชาชนสามารถสร้างรายได้ด้วยตนเอง ต้องมีการปฏิรูปทั้งโครงสร้างในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น ภาคธุรกิจ การเกษตร การศึกษา และแรงงาน จากระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตโดยใช้แรงงาน เครื่องจักรและทรัพยากร เปลี่ยนมาเป็นการผลิตบนฐานความรู้และเทคโนโลยี โดยมีการดึงสถาบันวิจัยระดับโลก เข้ามาตั้งในประเทศไทย และมีความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และสถาบันการเงิน ให้มากขึ้นที่เรียกว่า ประชากรัฐ (เนืองวงศ์ ทวยเจริญ, 2560)

เกษตรกรไทยยุค THAILAND 4.0 เป็นจุดเริ่มต้นหรือที่มาส่วนหนึ่งของเกษตรกรปราชญ์เป็เรื่อง (Smart Farmer) คือ การไม่ทำร้ายธรรมชาติ ใช้ทรัพยากรเท่าที่จำเป็น ทำแล้วต้องสบายขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ใช่ยิ่งทำยิ่งเหนื่อย เช่น การมีพื้นที่เล็ก ๆ แต่สามารถออกแบบให้ปลูกแบบผสมผสานและเกื้อกูลกันได้ ต้องใช้เทคโนโลยีและ ต้องเข้าใจตั้งแต่กระบวนการผลิต การบริหารจัดการ เข้าใจธรรมชาติ และเข้าใจเทคโนโลยี (สมิท แซ่มประสิทธิ์, 2559) แต่ในมุมมองของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติซึ่งได้นำเสนอ Smart Farm Flagship ในภาคการเกษตร แนวคิดหลักของสมาร์ทฟาร์มคือการใช้เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการพัฒนาทั้งห่วงโซ่อุปทานสินค้าเกษตรเพื่อยกระดับผลิตภาพ มาตรฐานสินค้า และลดต้นทุน โดยการพัฒนาเกษตรกรรมใน 4 ด้านได้แก่ 1) ลดต้นทุน 2) เพิ่มคุณภาพการผลิตและมาตรฐานสินค้า 3) ลดความเสี่ยงจากศัตรูพืชและภัยธรรมชาติ และ 4) การจัดการและส่งผ่านความรู้ ส่วนแนวคิด “สมาร์ทฟาร์มเมอร์” ในมุมมองของกระทรวงเกษตรฯ หมายถึงเกษตรกรที่มีความรู้อย่างถ่องแท้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพเกษตรกรรม สามารถวางแผนโดยรู้ถึงอุปสงค์ตลาดและเตรียมการผลิตให้สอดคล้อง รวมทั้งมีความสามารถในเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและในการแก้ปัญหาได้รวดเร็ว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลรอบด้านเป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนหลักการและเหตุผล ตลอดจนรู้จักประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการเกษตร (ฤทัยชนก จรรย์จิตร, 2559)

วิถีของคนในปัจจุบันเปลี่ยนไป การบริโภคจึงเปลี่ยนแปลง การรับประทานอาหารนอกบ้านจึงเป็นปกตินิสัยของชีวิตคนเมือง ธุรกิจร้านอาหารจึงเติบโตอย่างยิ่ง แม้จะเป็นโอกาสทางธุรกิจแต่ก็แฝงด้วยอุปสรรค เพราะด้วยการแข่งขันที่เข้มข้น จึงไม่ใช่ทุกร้านที่จะเข้าสู่เส้นชัย กลยุทธ์ด้านการตลาดจึงจำเป็นต่อความอยู่รอดของธุรกิจร้านอาหาร ความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารขึ้นกับความสามารถในการสร้างสรรค์คุณค่าธุรกิจ จะอยู่รอดได้ด้วย ความแตกต่าง เพราะความแตกต่างคือเหตุผลที่ทำให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก คุณค่าที่ทำให้ลูกค้าประทับใจและกลยุทธ์ที่แหลมคม จึงเป็นเทคนิคการตลาดที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจร้านอาหารให้กับลูกค้า (วิญญู วีระนนทาเวทย์, 2559)

SUSTAINA Organic Restaurant ร้านอาหารรูปแบบญี่ปุ่นที่นำผักออร์แกนิกมาจาก Harmony Life Farm เป็นฟาร์มจากเขาใหญ่ จังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งผู้ประกอบการฟาร์มและร้านอาหารเป็นเจ้าของเดียวกัน ผักที่มาจากฟาร์มจะมีความสะอาด สดใหม่ และมีคุณภาพ ที่นำมาปรุงอาหารให้กับลูกค้า นอกจากนั้นยังมี Organic Shop ขายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผักออร์แกนิก ให้ลูกค้าที่รักสุขภาพได้ซื้อกลับบ้าน เป็นผลทำให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จ

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant ที่ทำให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการศึกษาสำหรับผู้สนใจจะเป็นผู้ประกอบการในการทำร้านอาหารออร์แกนิก

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านประชากร คือ ผู้จัดการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร พนักงานจำนวน 10 คน ลูกค้าจำนวน 10 คน
2. ด้านเนื้อหา คือ ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลจากเว็บไซต์ต่างๆ
3. ด้านพื้นที่ คือ ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant 1/40 ซอย สุขุมวิท 39 (พร้อมพงษ์) ถนน สุขุมวิท เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร 10110
4. ด้านเวลา คือ เดือนกันยายน พ.ศ. 2560

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง”รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเลือกใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เป็นการค้นหาคำหมายของปรากฏการณ์ ผู้วิจัยจึงถือเป็นเครื่องมือหลักที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล (Streubert & Carpenter, 2007) และผู้วิจัยจะเป็นผู้ค้นหาข้อมูลโดยมีขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย
กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักที่สำคัญ (Key Informant) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจคือ คุณยุวดี เบิกบาน ผู้ช่วยผู้จัดการ ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant พนักงานของร้าน และลูกค้า
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยรวบรวมจากแหล่งของข้อมูลโดยตรง เป็นข้อมูลที่ได้มาจากการ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

2.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้มาจากข้อมูลที่มีผู้อื่นรวบรวมไว้แล้ว ซึ่งได้มาจากการเก็บ รวบรวมจาก เว็บไซต์ รวมทั้งเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

3. วิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธี สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ตามแนวคำถามที่วางไว้ และเป็นการสนทนาอย่างเป็นธรรมชาติเพื่อไม่ให้ผู้ให้ข้อมูลหลักเครียดและได้ ข้อมูลที่แท้จริง

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.1 แนวคำถามสัมภาษณ์ เป็นแนวทางในการตั้งคำถามปลายเปิดเพื่อครอบคลุมประเด็นต่างๆให้ตรงตาม วัตถุประสงค์

4.2 ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะต้องมีทักษะในการสนทนาอย่างเป็น ธรรมชาติ

4.3 สมุดจดบันทึก ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลหลักและเนื้อหารายละเอียดในการสัมภาษณ์วิจัย

4.4 เครื่องบันทึกเสียง ใช้สำหรับบันทึกเสียงสัมภาษณ์ ป้องกันข้อมูลตกหล่น

4.5 กล้องถ่ายภาพ ใช้สำหรับบันทึกภาพในขณะที่สัมภาษณ์

5. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบข้อมูล หลังจากที่ได้เก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสำคัญในการทำวิจัยคือ การตรวจสอบข้อมูล ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้กันมากในการวิจัยเชิงคุณภาพ (สุงางค์ จันทวานิช, 2540) โดยผู้วิจัย เลือกใช้การตรวจสอบแบบเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) ดังนี้

1. วิธีตรวจสอบโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลที่ต่างกันออกไป (Methodological Triangulation)
2. วิธีตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่ต่างกัน (Data Triangulation)
3. วิธีตรวจสอบโดยใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน (Investigator Triangulation)

6.การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิเคราะห์ข้อมูลจึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุป ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์ จะเป็น ข้อความบรรยาย (Descriptive) ซึ่งได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และจดบันทึก

2. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) คือ การกระทำกับข้อมูลที่ได้จากเอกสาร

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ กรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก มีผู้ให้ ข้อมูลหลักคือ คุณยุวดี เบิกบาน ผู้จัดการ ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant รวมถึงพนักงานและลูกค้า และ นำผลสัมภาษณ์มาศึกษาตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.1 ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์

คุณยุวดี เบิกบาน ผู้จัดการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร อายุ 39 ปี ได้ร่วมทำงานกับคุณโซ โอเกะ ผู้ประกอบการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant และฟาร์มผักออร์แกนิก Harmony Life Farm โดยคุณยุวดี เบิกบานได้เริ่มร่วมงานกับคุณโซ โอเกะในช่วงที่ผู้ประกอบการหันมาสนใจทำร้านอาหาร จึงเริ่มทำงานร่วมกัน โดยเริ่มจากการทำฟาร์มผักออร์แกนิกปีพ.ศ.2542 และเริ่มเปิดร้านอาหารรูปแบบญี่ปุ่นเมื่อปีพ.ศ. 2554 จนถึงปัจจุบัน

1.2 รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

1.2.1 รูปแบบธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ร้านอาหารออร์แกนิกแบบญี่ปุ่น รวมถึงมีการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกภายในร้านอาหารมีการจำหน่าย ผักปลอดสารพิษ และสินค้าออร์แกนิก

1.2.2 กลยุทธ์ทางการตลาดธุรกิจร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจุบันผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้นสังเกตได้จากกลุ่มลูกค้าของร้านที่มีหลากหลายกลุ่ม อาหารออร์แกนิกสามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัย ทางร้านใช้ผักออร์แกนิกเป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหาร เพราะมีผักปลอดสาร เป็นแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพส่งให้กับทางร้าน โดยสั่งจากฟาร์มอาทิตย์ละ 3 ครั้ง ในส่วนของเนื้อสัตว์จะมีเนื้อปลาและสัตว์ทะเลบางประเภท ซึ่งเป็นสัตว์ที่มาจากธรรมชาติเท่านั้น ไม่ผ่านการเลี้ยงในกระชังหรือฟาร์มสัตว์ทะเลใดๆ ด้วยเหตุผลที่ทางร้านต้องการให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่มาจากธรรมชาติและได้รับการปรุงแต่งน้อยที่สุด

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product Strategy)

วัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารมาจากฟาร์มผักออร์แกนิก Harmony Life Farm ที่จะนำมาส่งให้กับทางร้านทุกวันอังคาร พุธ สด และเสาร์ เป็นผักปลอดสารพิษ ไม่มีสารกันบูด ไม่ใส่ผงชูรส และใช้น้ำมันมะกอกซึ่งดีต่อสุขภาพสำหรับปรุงอาหาร และเน้นเครื่องปรุงรสที่ทางร้านได้ผลิตขึ้นมาเองทำให้รสชาติอาหารมีความเป็นเอกลักษณ์ของทางร้านซึ่งสามารถดึงดูดลูกค้าให้มารับประทานอาหาร และทางร้านมีการจัดส่งอาหารตามสถานที่ต่างๆหากลูกค้าไม่สะดวกที่จะเดินทางมารับประทานอาหารที่ร้าน จึงจัดทำกล่องเป็นโตะ ซึ่งกล่องเป็นโตะนั้นทำมาจากมันสำปะหลังเนื่องจากมันสำปะหลังสามารถย่อยสลายได้ง่าย ไม่เกิดมลพิษและไม่ทำลายธรรมชาติ และสินค้าออร์แกนิกที่นำมาจำหน่ายในร้านอาหารมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และเมื่อใช้แล้วสามารถนำกลับมาใช้ใหม่สินค้าบรรจุด้วยขวดแก้ว เช่น ขวดแยม ขวดน้ำหมัก ขวดน้ำสลัด ทางร้านมีกลยุทธ์ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ โดยเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หมดแล้ว ขวดแก้วสามารถนำมาแลกเปลี่ยนเงินคืนจากทางร้านได้ เพื่อที่จะไม่เกิดปัญหามลภาวะของโลกด้วย

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy)

ทางร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant ได้ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามความพอใจ (Leading price) เป็นการตั้งราคาตามความพอใจ โดยไม่คำนึงถึงคู่แข่ง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างในตราสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมีภาพพจน์ที่ดี จะตั้งราคาเท่าไรก็ไม่ใคร่เปรียบเทียบกับ เพราะผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างจากแบรนด์อื่น แต่ทางร้านเลือกที่จะตั้งราคาอาหารที่ไม่สูงมากนักเพื่อให้กลุ่มลูกค้ารักสุขภาพสามารถรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพได้ ลูกค้าที่มารับประทานอาหารที่ร้านโดยเฉลี่ยจะชำระเงินไม่เกิน 200 บาทต่อคน ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความคุ้มค่าในการรับประทานอาหารเช้าของร้านอาหารนี้

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place Strategy)

ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant มีการจำหน่ายอาหารออร์แกนิกแบบญี่ปุ่นที่สามารถนั่งรับประทานที่ทางร้านปรุงจานต่อจาน นอกจากนั้นทางร้านยังมีการจัดส่งอาหารตามสถานที่ต่างๆหากลูกค้าไม่สะดวกที่จะเดินทางมารับประทานอาหารที่ร้านเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับลูกค้ามากขึ้น มีการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกจากฟาร์ม Harmony Life Farm เช่น ผลไม้ ผักปลอดสารพิษ และยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกในทางสรรพสินค้าชั้นนำ เช่น เอ็มควอเทียร์ เอ็มโพเรียม กรูเม่ มาร์เก็ต เพื่อให้ลูกค้าที่ไม่สามารถเข้ามารับประทานอาหารเช้าที่ร้าน

สามารถซื้อวัตถุดิบจากทางร้านไปปรุงอาหารที่บ้านด้วยตนเอง ทางร้านเชื่อว่าหากลูกค้าชื่นชอบวัตถุดิบผักออร์แกนิก ลูกค้าจะเดินทางมารับประทานอาหารที่ทางร้านปรุงเองอย่างแน่นอนด้วย

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion Strategy)

ทางร้านได้ร่วมมือกับบัตรเครดิตของธนาคารต่างๆ เพื่อทำการตลาดโดยให้ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่มาใช้บริการที่ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant และยังจัดโปรโมชั่นตามเทศกาลต่างๆ อาทิเช่น จ่ายด้วยบัตรเครดิตของทางธนาคารที่ร่วมรายการ รับส่วนลด 10% และเนื่องจากรสชาติอาหารของทางร้านเป็นเอกลักษณ์ทำให้ลูกค้าสนใจเข้ามารับประทานอาหารเพิ่มมากขึ้น ทางร้านจึงอาศัยลูกค้าบอกต่อเพื่อเพิ่มชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ทางร้านมีการส่งเสริมข่าวสารทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ใช้เฟซบุ๊กเพื่อลงข่าวสารต่างๆของทางร้านให้คนภายนอกได้รับรู้ แต่สำหรับลูกค้าที่เป็นสมาชิกก็จะได้รับข่าวสารทางอีเมล และได้มีการประชาสัมพันธ์การออกบูธต่างๆในงานเทศกาลเกี่ยวกับผักปลอดสารพิษ หรือตามงานผักเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People Strategy)

พนักงานให้บริการของร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant ส่วนใหญ่ พนักงานที่ให้บริการเป็นญาติของพนักงานด้วยกันเอง ซึ่งมีความคุ้นชิน รู้จักกัน หน้าที่ของแต่ละคนจะขึ้นอยู่กับความสามารถของบุคคล มีการแบ่งงานที่ชัดเจน ทำให้พนักงานทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process Strategy)

กระบวนการในด้านการบริหารจัดการของร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant ชั้นที่1 จะเป็นร้านขายสินค้าของทาง Harmony Life Farm และวางจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกต่างๆ เปิดให้บริการทุกวัน ให้บริการสำหรับลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ในชั้นที่2 เป็นส่วนของร้านอาหาร ที่ใช้ผลผลิตที่ได้จากทางฟาร์มฮาร์โมนีไลฟ์ นำมาปรุงแต่งเป็นอาหารออร์แกนิกสไตล์ญี่ปุ่น ลูกค้าที่เข้ามาจะได้รับรู้ถึงความสดใหม่ของอาหาร และรู้สึกถึงความอร่อยของอาหารออร์แกนิกที่แท้จริง

7. กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical Evidence Strategy)

ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant ตกแต่งร้านในรูปแบบเรียบง่าย ใช้โทนสีเอิร์ธโทน (Earth tone) เป็นสีที่เน้นโทนสีธรรมชาติ พวงโทนสีเบจ ครีม น้ำตาล ขาว ดำ เนื่องจากเมื่อลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารในร้านจะทำให้รู้สึกผ่อนคลาย การตกแต่งร้านจึงไม่จำเป็นต้องใช้สิ่งของมากมายในการตกแต่งร้านอาหาร มีการเลือกใช้เฟอร์นิเจอร์ และวัสดุตกแต่งร้านได้กลมกลืนเข้ากัน ดังนั้นลูกค้าจึงรู้สึกชื่นชอบบรรยากาศภายในร้านอาหาร ในส่วนของด้านพนักงานบริการมีการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว ทำให้ลูกค้าที่เข้ามารับประทานอาหารเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขต วัฒนา กรุงเทพมหานคร

2.1 ปัญหาและอุปสรรคด้านลานจอดรถ

เนื่องจากร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant อยู่ใจกลางเมืองทำให้มีพื้นที่ลานจอดรถได้เพียง 3 คัน ซึ่งพื้นที่ของทางร้านมีอย่างจำกัด และลูกค้าหลายท่านสะดวกที่จะเดินทางมาโดยรถยนต์ หากเป็นลูกค้าประจำก็จะโทรเข้ามาตรวจสอบกับทางร้านก่อนว่ามีพื้นที่ที่สามารถนำรถเข้ามาจอดได้หรือไม่ แต่หากเป็นลูกค้าทั่วไปที่จะเข้ามารับประทานอาหารโดยไม่รู้ว่ามีที่จอดรถเพียงพอหรือไม่ จะพบว่าลานจอดรถเต็มบ้างหรือบางครั้งลานจอดรถสามารถนำรถยนต์เข้ามาจอดได้ ซึ่งบ่อยครั้งที่ลูกค้านำรถยนต์มารับประทานอาหารเมื่อถึงที่ร้านอาหารจึงพบว่าไม่มีที่เพียงพอสำหรับการจอดรถ จึงเป็นปัญหาที่ทางร้านพบอยู่ในปัจจุบัน

วิธีแก้ไขปัญหาและอุปสรรคด้านลานจอดรถ มีการใช้เฟซบุ๊กในการแจ้งข่าวสารลานจอดรถโดยแนะนำให้ลูกค้าเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอส หรือหากลูกค้าท่านใดที่ไม่สะดวกเดินทางโดยรถไฟฟ้าบีทีเอส จะแนะนำให้ไปจอดรถที่ห้างสรรพสินค้า เอ็มควอเทียร์ และเอ็มโพเรียม เนื่องจากที่ตั้งของร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant อยู่บริเวณใกล้เคียงกับห้างสรรพสินค้าทั้ง 2 แห่ง ลูกค้าหลายท่านได้รับข่าวสารจึงหันมาเดินทางด้วยรถไฟฟ้าบีทีเอสจึงทำให้

ร้านสามารถแก้ไขปัญหาด้านลานจอดรถได้ ทางร้านเห็นถึงความสำคัญของที่จอดรถ จึงพร้อมที่จะให้คำแนะนำในการเดินทางอย่างเต็มที่เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจกับการที่ทางร้านให้บริการอย่างเต็มที่

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์ด้านการตลาดสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพกรณีศึกษาร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาด และ เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant เขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร

จากผลการวิจัยที่ได้ศึกษาพบว่าร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant คิดค้นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพโดยตระหนักถึงผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เพราะต้องการให้ผู้บริโภคได้รับอาหารที่สดใหม่อยู่ตลอดเวลา และยังคงใส่ใจใส่ทุกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2547) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ด้านการทำตลาดสมัยก่อนที่ผู้ผลิตพยายามเพียงแต่จะส่งสินค้าออกมาเท่านั้น ก็ต้องหันมาทำการตลาดแบบกระตุ้นความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น ซึ่งหมายถึงการเปลี่ยนแปลงการตลาดแบบเดิมที่เรียกว่า Push Marketing เป็นการทำการตลาดแบบ Pull Marketing โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความพอใจและความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักมากกว่าการจัดจำหน่ายตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และปัจจัยที่มีความสำคัญ

ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่หันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้มีความต้องการในอุปสงค์ด้านของอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น จึงทำให้มีร้านอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ในแต่ละร้านก็จำเป็นต้องสร้างจุดเด่นเพื่อให้ร้านอาหารของตนมีความแตกต่างกับร้านอาหารอื่นๆ ร้านอาหาร SUSTAINA Organic Restaurant สร้างข้อแตกต่างคือมีผักสดมาส่งทุก 2 วัน และยังใช้ของสดปรุงรสที่จัดทำขึ้นมาเอง โดยเป็นสูตรเฉพาะของทางร้านเพื่อให้คงความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพในสไตล์ญี่ปุ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ SMEsplannet (2555) ได้ให้ข้อมูลไว้ว่า ร้านอาหารเพื่อสุขภาพเพิ่มรูปแบบ เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตลาดปัจจุบัน ดังนั้นนโยบายด้านกลยุทธ์จึงจะเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง (Product Differentiation) โดยสร้างความเหนือกว่าในการสร้างผลประโยชน์ให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะเป็นแนวทางเดียวกับกลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการที่เน้นให้เห็นถึงความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Superior Quality) และ ความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

จากผลการศึกษาทำให้ผู้วิจัยเห็นว่าผู้ประกอบการ มีความมุ่งมั่นในการทำร้านอาหารอย่างตั้งใจ มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเมนูอาหาร และมีการเรียนรู้คิดค้นเมนูอาหารญี่ปุ่นเพื่อสุขภาพรูปแบบใหม่อยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคคินซี (2550) ได้กล่าวไว้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นหลักการหรือแนวทางที่ทำให้องค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (CSF Analysis) เป็นเครื่องมือในการจัดการธุรกิจซึ่งมีทั้งหมด 7 ประการ คือ 1. ความมุ่งมั่น 2. ภูมิปัญญา 3. การเรียนรู้ตลอดชีวิต 4. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ 5. มนุษย์สัมพันธ์และทักษะการสื่อสาร 6. ทักษะการแก้ปัญหาและตัดสินใจ 7. การบริหารเวลา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการวิจัยพบว่า ทางร้านมีพื้นที่ด้านหน้าร้านน้อย เพราะร้านอยู่ในซอยเล็กๆ ทำให้ลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารร้าน SUSTAINA Organic Restaurant ไม่มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับลูกค้าที่จะมารับประทานอาหาร ควรแก้ปัญหาโดยการขยายร้านหรือจัดเตรียมที่จอดรถโดยเฉพาะสำหรับลูกค้าที่มารับประทานอาหารที่ร้าน
2. จากการวิจัยพบว่า ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อ เพราะทางร้าน SUSTAINA Organic Restaurant มีช่องทางการติดต่อ 3 ช่องทางคือ ทางโทรศัพท์ ทางอีเมล และทางเฟซบุ๊ก จึงทำให้ลูกค้าเข้าถึงร้านได้ยาก และทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จัก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพให้จัดเก็บอยู่ได้นาน
2. ศึกษากฎการผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพในชีวิตประจำวัน

เอกสารอ้างอิง

- กิตติกร ไสยรินทร์.(2549). *กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต*. มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ.2549.
- กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ ไกรชิต สุตะเมื่อง เฉลิมพร เย็นเยือก และเรวดี อ้นนันทน์.(2552). *ระเบียบวิธีวิจัยทางธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 1*. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า
- ขจรวุฒิ นาศิริกุล.(2553). *กลยุทธ์กับธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จิระเดช อักษรารณ.(2551). *การวิเคราะห์การบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จขององค์กร กรณีศึกษา บริษัทอีโนเว็บบอร์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน)*. สารนิพนธ์ปริญญา
- ชาย โพธิ์สิตา.(2549). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร : บริษัทอเมริกันพรีนติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์.(2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์ (ฉบับปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ : วิ.พรีนซ์.
- ณิชา พุ่มจำรัส.(2555). *รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจของโก๊ะข้าวมันไก่*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประดิษฐ์ ภิญญาสาสกุล.(2553). *แผนกลยุทธ์ : กุญแจสู่ความสำเร็จในการบริหารงานและธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : เคล็ดไทย.
- พัทธ์พงษ์ วฒันสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์.(2542). *การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พิบูล ทีปะปลา.(2545). *การโฆษณาและการส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มิตรสัมพันธ์กราฟฟิก.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2539). *การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์พัฒนศึกษา
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญญา ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช.(2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2541). *การวิจัยธุรกิจ = Business research*. พิมพ์ครั้งที่1. กรุงเทพมหานคร : ไดมอนด์ อินบิสซิเนส เวิร์ล
- สุภางค์ จันทวานิช.(2553). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หุริยา สิริภัทรไพศาล.(2550). *พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจซื้อผักปลอดสารพิษในซูเปอร์มาร์เก็ต เขตบางกอกน้อย*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล.(2543). *การบริหารการตลาด กลยุทธ์ กลยุทธ์วิธี*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์
- อังคณา ธรรมสังการ.(2550). *การวิจัยทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. สงขลา. โรงพิมพ์นำผล