

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดชลบุรีนับว่าเป็นศูนย์รวมของความเจริญด้านเทคโนโลยีและอุตสาหกรรม มีประชากรอาศัยประกอบอาชีพมากถึงจำนวน 1,142,985 คน แยกเป็นเพศชาย 565,181 คน และเพศหญิง 577,804 คน (ข้อมูลกระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2548, www.dopa.go.th) รวมทั้งมีหน่วยงานทั้งทางภาครัฐกิจเอกชน ภาคราชการ และเป็นที่ตั้งของสถาบันการเงิน สถาบันทางการศึกษา โรงงาน อุตสาหกรรม และถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ความต้องการอาหารจึงมีมากจะเห็นได้ว่า ธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดชลบุรีไม่ว่าจะอยู่ในตัวเมือง หรือต่างอำเภอล้วนแต่มีร้านอาหารประเภทต่าง ๆ มากมายหลายชนิด เฉพาะในอำเภอเมืองมีร้านอาหารมากกว่าหลายพันแห่ง และมีอาหารหลากหลายประเภท ทั้งอาหารไทย อาหารพื้นเมืองของภาคต่าง ๆ อาหารต่างประเทศ รวมทั้งอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย ทั้งนี้เนื่องจากคนไทย เริ่มให้ความสนใจกับสุขภาพกันมาก ตามกระแสการแสวงหาระบบคุณค่าและแบบแผนการดำรงชีวิตที่มีคุณภาพ ทำให้การดูแลสุขภาพทวีความสำคัญเพื่อให้เหมาะกับการเผชิญกับสถานการณ์และสุขภาพของคนไทยในปัจจุบัน การที่คนเราจะมีสุขภาพดีหรือไม่ขึ้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ นับตั้งแต่กรรมพันธุ์ สุขภาพจิต วิธีการดำรงชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม

โภชนาการและอาหารการกินเป็นเรื่องใหญ่ เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิตของมนุษย์ การมีกินเพียงอย่างเดียวไม่พอ ต้องรู้จักกินด้วยจึงจะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารอย่างเต็มที่ เมื่อใดร่างกายขาดสารอาหาร เป็นเหตุให้ร่างกายเสื่อมโทรมอ่อนเพลีย สุขภาพไม่สมบูรณ์ เป็นบ่อเกิดแห่งโรคภัยไข้เจ็บได้ (เสาวนีย์ จักรพิทักษ์, 2539, หน้า 19)

ในวงการอาหารปัจจุบันนี้ให้ความสนใจกับอาหารสร้างสุขภาพ (Functional Food) ซึ่งเป็นอาหารที่รับประทานเพื่อป้องกันการเกิดโรค เป็นความคิดที่พยายามลดปริมาณผู้เจ็บป่วยเมื่อสูงอายุขึ้น แทนการปฏิบัติในปัจจุบันที่จะต้องเสียเงินซื้อยามารักษาโรค เมื่อสุขภาพเสื่อมโทรมลงตามวัยที่สูงขึ้น (เกศศิณี ตระกูลทิวกกร, 2543, หน้า 126) มีผู้กล่าวไว้ตั้งแต่สมัยโบราณแล้วว่าอาหารบางชนิดให้พลังงาน (Life Force) แก่คนเราได้มากกว่าอาหารชนิดอื่น ปีธากอรัส นักปราชญ์เอกเมื่อ 2,500 ปีมาแล้ว และได้กล่าวไว้ว่า อาหารสดเท่านั้นที่จะทำให้พลังชีวิต และความสดชื่นแจ่มใสแก่มนุษย์ได้อย่างเต็มที่ นั่นก็คือ สิ่งที่เรารับรู้ โภคจะมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อร่างกายและจิตใจของเรา ดังคำกล่าวของนักปราชญ์โบราณว่า “You are what you eat” ผู้ที่ต้องการมีร่างกายแข็งแรง จิตใจสดชื่น

แจ่มใส มีชีวิตชีวาก็ควรเลือกรับประทานอาหารที่ให้พลังชีวิตสูงสุด และอาหารจากพืชที่มีคุณสมบัตินี้ (เกียรติวรรณ อมาตยกุล, 2543, หน้า 45)

ดังนั้นคำว่า อาหารเพื่อสุขภาพ จึงเกิดขึ้นมาและเป็นที่รู้จักกันดีในกลุ่มของคนที่ไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพ ประเภทของอาหารเพื่อสุขภาพนั้นก็จะมีถึง อาหารมังสวิรัต อาหารเจ และอาหารชีวจิต อาหารเพื่อสุขภาพกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีค่านิยม ความเชื่อและได้รับการยอมรับจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของสุขภาพที่ดีได้มาจากการที่ร่างกายได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์เพียงพอและเหมาะสม เมื่อสุขภาพภายในดีก็ย่อมส่งผลถึงสุขภาพภายนอกดีตามไปด้วย

จากสถานการณ์ดังกล่าว เป็นโอกาสที่ดีและเป็นที่น่าสนใจสำหรับการลงทุนธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อและบริโภคอาหารที่มีคุณค่าและประโยชน์ต่อสุขภาพได้ง่ายขึ้น เนื่องจากผู้ที่สนใจต่อการดูแลสุขภาพนั้น ในการหาซื้ออาหารเพื่อนำมาบริโภคจะต้องพบกับอุปสรรคที่สำคัญ คือหาซื้อค่อนข้างยาก ภาวะจราจรติดขัดในเขตชุมชน มีร้านจำหน่ายอาหารประเภทนี้น้อย รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ ในการบริโภค ประกอบกับชีวิตที่เร่งรีบของสังคมเมืองทำให้คนส่วนใหญ่ไม่มีเวลาเตรียมอาหารเอง มักรับประทานอาหารจากร้านอาหารนอกบ้าน แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องการอาหารที่มีคุณค่าและประโยชน์เพียงพอกับร่างกายด้วย

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีมีน้อยมาก มีไม่เกิน 20 รายเท่านั้น (พ.ศ. 2550) และมักตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ตามเส้นทางสายหลักของแหล่งชุมชนนั้น ๆ ซึ่งน่าจะมีจำนวนมากในอำเภอใหญ่ ๆ คือ เมืองชลบุรี พัทยา ศรีราชา เพราะมีจำนวนผู้บริโภคมาก ถือว่าเป็นโอกาสทางการตลาดที่เป็นจริงสำหรับธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ซึ่งเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้ศึกษาเห็นโอกาสทางการตลาดที่ดี และสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์การตลาดและความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อหากลยุทธ์วิธีที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงต่อความต้องการและต่อสู้กับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน รวมถึงการพัฒนา รูปแบบการดำเนินงาน เพื่อที่จะประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะและประเภทธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ
2. เพื่อเปรียบเทียบยอดขายต่อเดือนและจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ของผู้ประกอบการ จำแนกตามประเภทธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจ และ ระยะเวลาการดำเนินกิจการ
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหาร
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค
5. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ต่อเดือน
6. เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

สมมติฐานของการวิจัย

ด้านผู้ประกอบการ

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีประเภทของธุรกิจแตกต่างกันจะมียอดขายและจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารที่แตกต่างกัน
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีความรู้ทางธุรกิจแตกต่างกันจะมียอดขายและจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารที่แตกต่างกัน
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระยะเวลาการดำเนินกิจการแตกต่างกันมียอดขาย และจำนวนผู้บริโภคร้านอาหารที่แตกต่างกัน
4. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน
5. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน
6. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

7. ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพที่มีประสิทธิภาพการทำงานเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดในการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

ด้านผู้บริโภค

8. ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

9. ผู้บริโภคที่มีอายุ แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

10. ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

11. ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

12. ผู้บริโภคที่มีสถานภาพทางครอบครัวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

13. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 21 ราย และกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่สนใจในร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 210 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาสำหรับการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้ จะศึกษามุ่งเน้นถึงกลยุทธ์ทางการตลาดและความเป็นไปได้ในการลงทุน ของธุรกิจร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ในเขตอำเภอเมือง ศรีราชา พัทยา จังหวัดชลบุรี

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

3.1.1 ปัจจัยด้านลักษณะธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทธุรกิจ ความรู้ทางธุรกิจระยะเวลาการดำเนินงานกิจการ

3.1.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ต่อเดือน

3.1.3 กลยุทธ์การตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด (4P's)

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

3.2.1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค

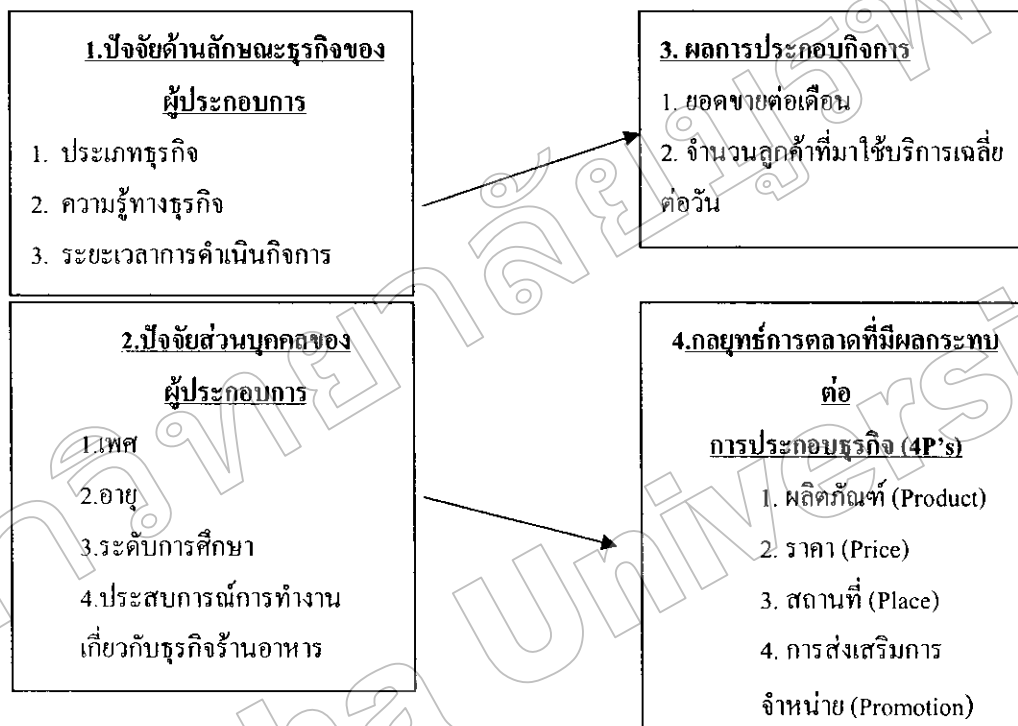
3.2.2 ยอดขายและจำนวนผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

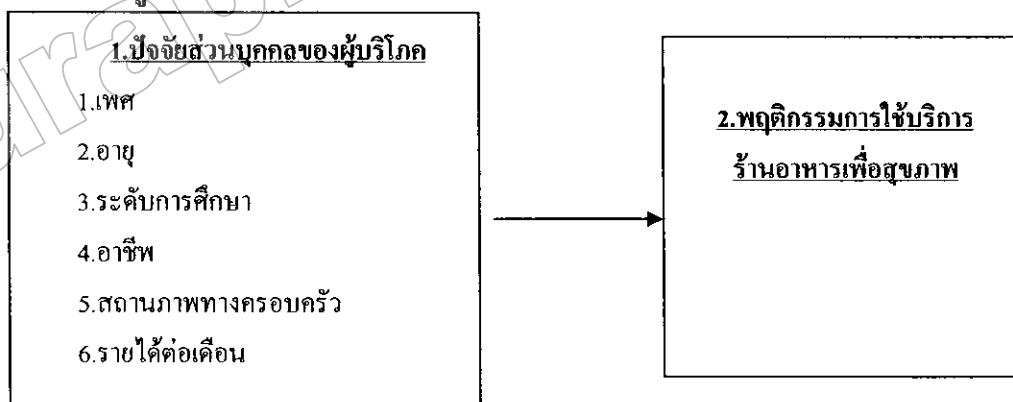
ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

ด้านผู้ประกอบการ



ด้านผู้บริโภค



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของร้านอาหาร
2. ทำให้ทราบทราบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์และบริการในร้านอาหาร
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการของธุรกิจร้านอาหาร
4. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์ทางการตลาด
5. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความเร็วในการให้บริการ
6. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาดและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันให้กับตัวผลิตภัณฑ์และธุรกิจร้านอาหาร
7. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดทำแผนธุรกิจและประกอบกิจการได้จริง

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุน หมายถึง การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการเพื่อนำมาประกอบการตัดสินใจและเพื่อให้แน่ใจว่าโครงการสามารถประสบความสำเร็จ ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ต้องลงทุนไป

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ หมายถึง ธุรกิจร้านอาหารที่จำหน่ายอาหารโดยเน้นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ประสิทธิภาพ โดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่เป็น พืช ผัก ผลไม้ ไม่มีเนื้อสัตว์ ไม่มีเครื่องปรุงประเภทแอลกอฮอล์ และน้ำอัดลม เป็นต้น อันได้แก่ อาหารมังสวิรัต อาหารเจ และอาหารชีวจิต

พืชสมุนไพร หมายถึง ต้นไม้ที่ให้ประโยชน์เป็นทั้งอาหารและยารักษาโรค สามารถนำมาปรุงอาหารเป็นอาหารที่มีประโยชน์แก่ร่างกายในการดำรงชีวิต (วันดี กุญชรพันธ์, 2548, หน้า 24)

อาหารชีวจิต หมายถึง อาหารชั้นเดียว เป็นอาหารที่คงสภาพตามธรรมชาติเดิมไว้มากที่สุด ไม่ต้องผ่านการปรุงแต่งมากมายและคงรสชาติเดิม ๆ ของอาหารไว้ เช่น ผลไม้สุกตามฤดูกาลดื่มน้ำตาลฟอกขาว กะทิ นม ไข่ งคเนื้อสัตว์ยกเว้นปลาและอาหารทะเลบริโภคได้ครั้งคราว

อาหารมังสวิรัต หมายถึง อาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ โดยคล้ายกับอาหารเจ แต่ไม่ได้เคร่งครัดถึงขั้นตอนการปรุงอาหารแบบเจ เป็นเพียงอาหารที่ปลอดเนื้อสัตว์เท่านั้น ทานเพื่อสุขภาพและการถือศีล

อาหารเจ หมายถึง อาหารที่ปรุงโดยปราศจากเนื้อสัตว์รวมทั้งไม่มีส่วนประกอบอื่นใดที่นำมาจากเนื้อสัตว์ทุกประเภท ที่สำคัญอาหารเจงดเว้นการปรุงการเสพผักฉุน 5 ประเภทอันได้แก่ กระเทียม (หมายรวมไปถึงหัวกระเทียมต้นกระเทียม) หัวหอม (หมายรวมไปถึงต้นหอม ใบหอม หอมแดง หอมขาว หอมหัวใหญ่ หลักเกียว (คือกระเทียมโทนจีน ลักษณะคล้ายหัวกระเทียม ในประเทศไทยไม่พบว่าปลูกแพร่หลาย) กุยช่าย (ใบคล้ายใบหอม แต่แบนและเล็กกว่า) ใบยาสูบ (บุหรี่ยาเส้น ของเสพติดดินเมาเป็น) ผักดังกล่าวนี้ เป็นผักที่มีรสหนัก กลิ่นเหม็นคาวรุนแรง นอกจากนี้ยังมีพิษคอยทำลายพลังธาตุทั้ง 5 ในร่างกาย เป็นมูลเหตุให้อวัยวะหลักสำคัญภายในทั้ง 5 ทำงานไม่ปกติ

พฤติกรรมการใช้บริการ หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้บริการ ซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองจากผลิตภัณฑ์และบริการได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

ผลการประกอบการ หมายถึง ผลการดำเนินงานที่สามารถวัดผลจากรายได้และยอดขายที่แสดงให้เห็นว่ากิจการสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อีกหรือไม่ในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง

ศักยภาพทางการแข่งขัน หมายถึง คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ หมายถึง ระยะเวลาในการก่อตั้งกิจการอาหารเพื่อสุขภาพจนถึงปัจจุบัน

พฤติกรรม หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใช้บริการในร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้บริโภคที่รับประทานอาหารสุขภาพ

วัยทำงาน หมายถึง ผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่ประกอบการอาชีพแล้วมีรายได้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ ของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการจูงใจผู้บริโภคซื้อสินค้า หรือใช้บริการ ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้าน ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เราจะเสนอให้กับผู้บริโภค แนวทางการกำหนดตัว Product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้นต้องการอะไร และผู้ประกอบการมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการนั้นให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นสิ่งที่สำคัญในการประกอบธุรกิจมาก แต่ไม่ใช่ว่า คิดอะไรไม่ออกก็จะลดราคาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว เพราะการลดราคาไม่ได้ช่วยให้การขายดีขึ้นและอาจทำให้กิจการแย่ลงกว่าเดิมถ้าไม่คำนวณถึงค่าใช้จ่ายที่แท้จริง ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับกิจการ ผลิตภัณฑ์และบริการ

3. สถานที่ (Place) หมายถึง ท่าเรือ ที่ตั้ง สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการที่เหมาะสม และหมายรวมถึง การนำผลิตภัณฑ์ไปสู่มือผู้บริโภค โดยการกระจายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงต้นทุนและการกระจายผลิตภัณฑ์เป็นหลัก

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) หมายถึง การทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสื่อสารให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และบริการของเรา เช่น การลดราคาประจำปี โฆษณา การจัดบูทแสดงผลิตภัณฑ์ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ แจกของสมนาคุณ แจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เป็นต้น