

<b>หัวข้อวิจัย</b>	แผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
<b>ผู้ดำเนินการวิจัย</b>	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรณูมาศ กุลละศิริมา และคณะ
<b>ที่ปรึกษา</b>	รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา
<b>หน่วยงาน</b>	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
<b>ปี พ.ศ.</b>	2556

แผนงานวิจัยเรื่อง แผนกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ประกอบด้วย 2 โครงการย่อย โดยทั้ง 2 โครงการย่อยเป็นการวิจัยแบบผสม คือ เก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ โดยโครงการวิจัยย่อยที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแผนการพัฒนากิจการประกอบการในด้านการจัดเมนูอาหาร การปรุงอาหาร การจัดการครัวและร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ส่วนโครงการวิจัยย่อยที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแผนการตลาดในการสร้างคุณค่าตราร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพให้แข็งแกร่ง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ส่วนแผนการวิจัยหลักจะเป็นการนำข้อมูลจากทั้ง 2 โครงการย่อยมาบูรณาการเพื่อสร้างแผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร โดยแผนเชิงกลยุทธ์ประกอบด้วย 2 แผน คือ (1) แผนเชิงกลยุทธ์และแผนการตลาดในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ (2) แผนการประกอบการของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

แผนเชิงกลยุทธ์และแผนการตลาดในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย กลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การพัฒนาลักษณะของตรา มี 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) สื่อสารถึงความเป็นผู้มีสุขภาพดีผ่านพนักงานให้บริการ (2) ส่งเสริม

คุณค่าตราผ่านลักษณะทางกายภาพของร้านอาหาร/ภัตตาคาร (3) สร้างสรรค์เมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้ครอบคลุมกับทุกกลุ่มเป้าหมาย (4) สร้างความดึงดูดใจในรสชาติและการจัดแต่งอาหาร

กลยุทธ์ที่ 2 สื่อสารความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องประกอบด้วย (1) สร้างการรู้จักอาหารเพื่อสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (2) นำเสนอเมนูอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างเครือข่ายระหว่างร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) จัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ หรือชมรมคนรักสุขภาพ (2) สร้างเครือข่ายกับโรงพยาบาลเพื่อร่วมจัดกิจกรรมตรวจสุขภาพและปรึกษาข้อมูลด้านโภชนาการ

2. กลยุทธ์การกำหนดตำแหน่งของตรา มี 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างตำแหน่งตราของความเป็นร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) สร้างความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพอาหารแก่ผู้บริโภค (2) ส่งเสริมเอกลักษณ์ของอาหารไทยเพื่อสุขภาพ

กลยุทธ์ที่ 2 สื่อสารถึงลักษณะของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพผ่านชื่อร้าน

กลยุทธ์ที่ 3 กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกของความใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภค

3. กลยุทธ์การกำหนดบุคลิกภาพของตรา มี 1 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมบุคลิกภาพตราของความเป็นร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) ยึดถือความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ (2) สร้างความเชื่อถือได้ให้กับตรา

4. กลยุทธ์ทางการตลาด มี 12 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ดังต่อไปนี้ (1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (2) กลยุทธ์การสร้างคุณค่าด้านความคุ้มค่า (3) กลยุทธ์ด้านราคา (4) กลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้ง/สถานที่ (5) กลยุทธ์ด้านการสื่อสารการตลาด (6) กลยุทธ์การบริหารจัดการ (7) กลยุทธ์ด้านบุคคล (8) กลยุทธ์ด้านกายภาพ (9) กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (10) กลยุทธ์ด้านการเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (11) กลยุทธ์ด้านการจัดแพ็คเกจและโปรแกรม (12) กลยุทธ์ด้านการเป็นหุ้นส่วนธุรกิจ

แผนการประกอบการของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย (1) อาหารสุขภาพ (2) ลักษณะของการจัดเมนูอาหารสุขภาพ (3) การจัดการครัวเพื่อสุขภาพ (4) จุดเด่น/จุดขายเพื่อสร้างความแตกต่างบ่งชี้ถึงเอกลักษณ์