

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ชื่อแผนงานวิจัย แผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ชื่อผู้วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

กรุงเทพมหานครเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และนับวันจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็จะมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพราะกรุงเทพฯ เป็นเมืองศูนย์กลางของทุกอย่าง รวมทั้งการมีภัตตาคาร/ร้านอาหาร ศูนย์อาหารที่หลากหลายจำนวนมากสำหรับตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมาเที่ยวประเทศไทย นักท่องเที่ยวต่างชาติมักจะต้องการทดลองบริโภคอาหารไทย ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ควรจะต้องเตรียมพร้อมในการนำเสนออาหารที่มีการปรับรสชาติให้ถูกปากชาวต่างชาติ มีเมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการ สะอาด ปลอดภัย มีเมนูที่หลากหลาย มีบริการที่ดี พนักงานสุภาพมีอัธยาศัยดี ธุรกิจการประกอบการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ ชุมชน และประเทศเป็นจำนวนมาก จากการศึกษาหนึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการบริโภคอาหารประมาณ 8.8% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ปณิศา มีจินดา และคณะ, 2553 หน้า 80) ดังนั้นจึงเป็นโอกาสดีที่ผู้ประกอบการร้านอาหาร / ภัตตาคาร ในกรุงเทพมหานครในแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมไปท่องเที่ยวควรให้ความสนใจในการสร้างคุณค่าตราร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพของตนให้แข็งแกร่ง โดยศึกษาการสร้างแผนเชิงกลยุทธ์ที่เอื้อต่อการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่ง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างแผนการพัฒนากิจการประกอบการในด้านการจัดเมนูอาหาร การปรุงอาหาร การจัดการครัวและร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติใน กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (โครงการวิจัยย่อยที่ 1)
2. เพื่อสร้างแผนการตลาดในการสร้างคุณค่าตราร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพให้แข็งแกร่งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (โครงการวิจัยย่อยที่ 2)
3. เพื่อสร้างแผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย (แผนงานวิจัย)

ขอบเขตการวิจัย

แผนงานวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 โครงการวิจัยย่อย ซึ่งทั้ง 2 โครงการวิจัยย่อยเป็นการวิจัยแบบผสม คือ เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยโครงการวิจัยย่อยที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่บริโภคอาหารในร้านอาหาร/ภัตตาคารในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์พ่อครัว/แม่ครัวของร้านอาหาร/ภัตตาคาร จำนวน 40 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและโภชนาการและนักวิชาการ จำนวน 5 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 45 คน ส่วนโครงการวิจัยย่อยที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่บริโภคอาหารในร้านอาหาร/ภัตตาคารใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 451 คน และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ/ผู้จัดการของร้านอาหาร/ภัตตาคารขนาดเล็กและขนาดใหญ่ พ่อครัว/แม่ครัว รวม 3 กลุ่ม จำนวน 20 คน สำหรับแผนงานวิจัยนี้เป็นการนำข้อมูลจากทั้ง 2 โครงการวิจัยย่อยมาบูรณาการเพื่อสร้างแผนกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 และโครงการวิจัยย่อยที่ 2 มาบูรณาการเพื่อกำหนดเป็นแผนกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการ

ร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย การวิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์คู่แข่ง การวิเคราะห์สถานการณ์ทั่วไป การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

วิสัยทัศน์ : การสร้างคุณค่าตราของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพที่แข็งแกร่งสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

พันธกิจ : พัฒนาแผนการประกอบการและแผนการตลาดที่ส่งเสริมให้เกิดคุณค่าตราของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เป้าหมาย : เพื่อให้เกิดความแข็งแกร่งของคุณค่าตราของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานครได้

กลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตรา : ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ได้แก่

1. กลยุทธ์การพัฒนาอัตลักษณ์ของตรา มี 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ ประกอบด้วย (1) สื่อสารถึงความเป็นผู้มีสุขภาพดีผ่านพนักงานให้บริการ (2) ส่งเสริมคุณค่าตราผ่านลักษณะทางกายภาพของร้านอาหาร/ภัตตาคาร (3) สร้างสรรค์เมนูอาหารเพื่อสุขภาพให้ครอบคลุมกับทุกกลุ่มเป้าหมาย (4) สร้างความดึงดูดใจในรสชาติและการจัดแต่งอาหาร

กลยุทธ์ที่ 2 สื่อสารความรู้ด้านอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง ประกอบด้วย (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 กระตุ้นให้ผู้บริโภคใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น

3. กลยุทธ์การกำหนดบุคลิกภาพของตรา มี 1 กลยุทธ์ คือ

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

4. กลยุทธ์ทางการตลาด มี 4 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย (1) เน้นเรื่องคุณภาพของวัตถุดิบ (2) สร้างสรรค์เมนูอาหารเพื่อสุขภาพที่แปลกใหม่ (3) กระตุ้นความสนใจโดยการจัดชุดอาหารเพื่อสุขภาพชุดพิเศษ (4) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการและประโยชน์ต่อสุขภาพ (5) การต้อนรับที่ดีและให้บริการด้วยความรวดเร็ว (6) ประกอบอาหารที่ปราศจากไขมันและคอเลสเตอรอล (7) จัดแต่งจานอาหารให้สวยงามน่ารับประทาน

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การสร้างคุณค่าด้านความคุ้มค่า ประกอบด้วย (1) ความคุ้มค่าด้านราคา (2) เลือกทำเลที่ตั้งใกล้ลูกค้า (3) ซื่อสัตย์ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ (4) สร้างการรับรู้ในภาพลักษณ์ของควมมีคุณภาพได้มาตรฐาน (5) ประกอบอาหารตามหลักสุขอนามัยและสุขาภิบาลอาหาร

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย (1) การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (2) การให้ส่วนลดและการจัดรายการพิเศษ (3) การจดจำชื่อและข้อมูลการรับประทานอาหารของลูกค้าประจำ

กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์การบริหารจัดการ ประกอบด้วย (1) พัฒนาความน่าเชื่อถือผ่านพนักงานให้บริการ (2) สร้างความเหนือกว่าทางการแข่งขัน (3) ความซื่อสัตย์ที่มีต่อลูกค้า (4) การอบรมให้ความรู้ด้านการประกอบอาหารเพื่อสุขภาพ (5) ความคิดสร้างสรรค์ในการบริหารงานของผู้ประกอบการ (6) การบริหารจัดการครัวและสถานที่ประกอบอาหาร

การนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารอาหารเพื่อสุขภาพในกรุงเทพมหานครสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการดำเนินงาน เพื่อสร้างคุณค่าตราของร้านอาหาร/ภัตตาคารให้เกิดความโดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งแผนเชิงกลยุทธ์และแผนการตลาดในการสร้างคุณค่าตราร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพให้แข็งแกร่ง รวมทั้งแผนการพัฒนาการประกอบการในด้านการจัดเมนูอาหาร การปรุงอาหาร การจัดการครัวและร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ

2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารอาหารเพื่อสุขภาพในจังหวัดอื่นสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานธุรกิจของตน โดยการประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

3. สมาคมผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารสามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานของร้านอาหาร/ภัตตาคารที่เป็นสมาชิกและเครือข่ายของสมาคมฯ เพื่อให้เกิดคุณค่าตราของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น

ผลที่ได้จากการทำวิจัยมีผลกระทบต่อสังคมและประเทศชาติ

เกิดความแข็งแกร่งในการประกอบการของร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพ โดยสามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจและใช้บริการซ้ำ รวมถึงการบอกต่อไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคนอื่นๆ ผ่านช่องทางสื่อสารต่างๆ โดยเฉพาะเว็บไซต์และสังคมออนไลน์ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันอย่างมาก ซึ่งจะทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพไปใช้บริการมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีผลประกอบการเพิ่มสูงขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้โดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารในกรุงเทพมหานคร