

หัวข้อวิจัย	แผนธุรกิจเพื่อสร้างนวัตกรรมและคุณค่าให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เพื่อ รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษา วัตถุประสงค์ท้องถิ่นจากจังหวัด เชียงราย นองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์ลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร ดร. วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา
หน่วยงาน	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2561

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจเพื่อสร้างนวัตกรรมและคุณค่าให้กับ
อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษา วัตถุประสงค์ท้องถิ่นจาก
จังหวัดเชียงราย นองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี

โครงการวิจัยนี้ประกอบด้วยโครงการย่อยที่ 1 2 และ 3 โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน
(Mixed method research) ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้
แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative
research) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) และ/หรือสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ
(Focus group) ร่วมกับการสังเกต โดยนำผลการวิจัยมาบูรณาการเพื่อพัฒนาเป็นแผนธุรกิจเพื่อสร้าง
นวัตกรรมและคุณค่าให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
รายละเอียดของโครงการวิจัยย่อยและแผนหลักมีดังนี้

โครงการวิจัยย่อยที่ 1 เป็นการศึกษาค้นหาวัตถุดิบท้องถิ่นที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการผลิตเป็น
อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ และแนวโน้มการสร้างคุณค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ โดยใช้เกณฑ์
พิจารณาจากคุณค่า 3 ด้าน คือ ด้านโภชนาการ คุณค่าด้านเศรษฐกิจ และคุณค่าด้านวัฒนธรรม/วิถี
ชีวิตผลการศึกษาวัตถุดิบท้องถิ่น 3 อันดับในแต่ละจังหวัดดังนี้ จังหวัดเชียงราย ได้แก่ ผักหวานป่า
สับปะรดนางแล ชาอัสสัม จังหวัดนองคาย ได้แก่ ปลายี่สก ปลาบึก ปลาเผา จังหวัดเพชรบุรี ได้แก่
ปูม้า มะนาวแป้นรำไพ ปลายอกกล้วย และจังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้แก่ หอยเจาะ ลางสาด สะตอ

โครงการวิจัยย่อยที่ 2 เป็นขบวนการในการพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมและคุณค่าให้กับ
อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ นำวัตถุดิบที่ได้รับการคัดเลือกจากโครงการย่อยที่ 1 แล้วนำข้อมูลที่ได้
จากการวิเคราะห์มาพัฒนาเป็นคู่มือการผลิตภัตอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เพื่อให้สามารถนำไป
ผลิตเพื่อจัดจำหน่ายได้ต่อไป รวม 20 เมนู

โครงการวิจัยย่อยที่ 3 เป็นการทดสอบตลาด และการวิเคราะห์ทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ด้วยการให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทดลองชิมอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพจำนวน 20 รายการ แล้วจึงตอบแบบสอบถาม

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ทักษะคิดต่อด้านรสชาติที่ดี และคุณค่าทางโภชนาการ มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย หนองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี

2. ความพึงพอใจต่อด้านรสชาติที่ดี และคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพแต่ละเมนูของจังหวัดเชียงราย หนองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี

3. ปัจจัยด้านรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับในกลุ่ม ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ความตั้งใจซื้อโดยรวม ความตั้งใจแนะนำโดยรวม ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ ของจังหวัดเชียงราย หนองคาย เพชรบุรี สุราษฎร์ธานี

4. ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม ความตั้งใจแนะนำโดยรวม ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเชียงราย เพชรบุรี

5. ปัจจัยด้านการรับรองโดยผู้มีชื่อเสียง ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดเพชรบุรี

6. ปัจจัยความคุ้มค่าที่รับรู้ ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

7. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร และประสบการณ์ความดั้งเดิม ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

8. ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร ส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

9. ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการรับรองโดยผู้มีชื่อเสียง ส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อเมนูอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

จากผลการวิจัยทั้งปริมาณและคุณภาพได้นำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ทางการตลาด เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ และเพื่อให้เกิดการยอมรับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ

2. กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย โดยมีชาวตะวันตกเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ญี่ปุ่น จีนและอื่น ๆ

3. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จะมุ่งเน้นตำแหน่งผลิตภัณฑ์ โดยเน้นที่คุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ (แคลอรีต่ำ และรสชาติที่ดี) กลยุทธ์บรรจุภัณฑ์ การตั้งชื่อ และป้ายฉลากที่สื่อสารถึงคุณค่าของอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ

4. กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ถึงคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ (แคลอรีต่ำ และรสชาติที่ดี) เสริมสร้างทัศนคติต่อต้านรสชาติที่ดี และคุณค่าความเป็นอาหารสุขภาพ รวมทั้งรสชาติอาหารเป็นที่ยอมรับนวัตกรรมต่อเมนูอาหาร ความคุ้มค่าที่รับรู้ ด้านการติดต่อสื่อสารทั้งแบบดั้งเดิมและแบบใหม่ ด้านการรับรองโดยผู้มีชื่อเสียง และการสร้างประสบการณ์จากความดั้งเดิม ที่สามารถจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ ความตั้งใจแนะนำ ความเต็มใจที่จะจ่ายด้วย

5. กลยุทธ์ด้านราคา การตั้งราคาพิจารณาจากต้นทุนและคุณค่าที่รับรู้จากลูกค้า โดยการตั้งราคาสามารถใช้วิธีบวกเพิ่มจากต้นทุน วิธีบวกเพิ่มเข้าไปในราคาขาย ร่วมกับการใช้กลยุทธ์ส่วนลดปริมาณ

6. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผ่านพ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก (ร้านอาหาร และร้านขายของฝาก) ธุรกิจทัวร์ และมัคคุเทศก์ เน้นทำเลที่ตั้งที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

แผนหลัก ผลการวิจัยจาก 4 โครงการวิจัยย่อยดังกล่าวจะถูกบูรณาการเพื่อพัฒนาแผนธุรกิจเพื่อสร้างนวัตกรรมและคุณค่าให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งรายละเอียดของแผนธุรกิจประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้ (1) บทสรุปผู้บริหาร (2) การวิเคราะห์แนวโน้มการสร้างคุณค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ (3) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน และการวิเคราะห์ SWOT (4) แผนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ของธุรกิจ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และแผนองค์การ (5) แผนนวัตกรรม การปรุงอาหาร และแผนนวัตกรรมการปรุงอาหาร (6) แผนการสร้างคุณค่าให้กับวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อสุขภาพและการสร้างสรรค์นวัตกรรมและคุณค่าให้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อสุขภาพ (7) แผนนวัตกรรม การตลาด และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (8) แผนการเงิน