

**การรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก
ทางเลือกของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน**
Whole-foods, plant-based diets, the sustainable alternative for
Thai food restaurant owner

วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา (Varaporn Limpremwattana)^{1*}

บทคัดย่อ

การรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก ช่วยให้อาการดีขึ้น ป้องกันโรคต่างๆ ลดปัญหาโรคอ้วน และช่วยลดอาการของโรค เช่น เบาหวาน โรคหลอดเลือดหัวใจ ไชมันพอกตับ คอเลสเตอรอล ความดันโลหิต และมะเร็งได้ สำหรับตลาดอาหารจากพืชคาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีผู้บริโภคอาหารจากพืชเพิ่มขึ้น ดังนั้นร้านอาหารไทยที่เน้นการใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจ เนื่องจากมีคู่แข่งในตลาดนี้ไม่มากและในอนาคตยังมีโอกาสเติบโตได้อีก โดยการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยโดยใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลักเพื่อความยั่งยืน ควรเลือกใช้วัตถุดิบจากพืชออร์แกนิก ควรมีรายการอาหารที่หลากหลาย มีการจัดงานที่สวยงาม นำเสนอชื่อรายการอาหารที่แปลกใหม่ กำหนดรายการอาหารที่เป็นซิกเนเจอร์ของทางร้าน จัดลำดับรายการอาหารยอดเยี่ยม มีช่องทางการสั่งซื้อสินค้าเดลิเวอรี่ ลูกค้าสามารถโทรสั่งซื้อสินค้าล่วงหน้าได้ มีการใช้การสื่อสารตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ และจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้านให้ดี มีสถานที่จอดรถเพียงพอกับลูกค้า

คำสำคัญ: อาหารจากพืชเป็นหลัก, ผู้ประกอบการ, ร้านอาหารไทย, ความยั่งยืน

¹ ภาควิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Department of International Business Management, Faculty of Business Administration, Siam University

* Corresponding author, email: varaporn.lim@siam.edu

Abstract

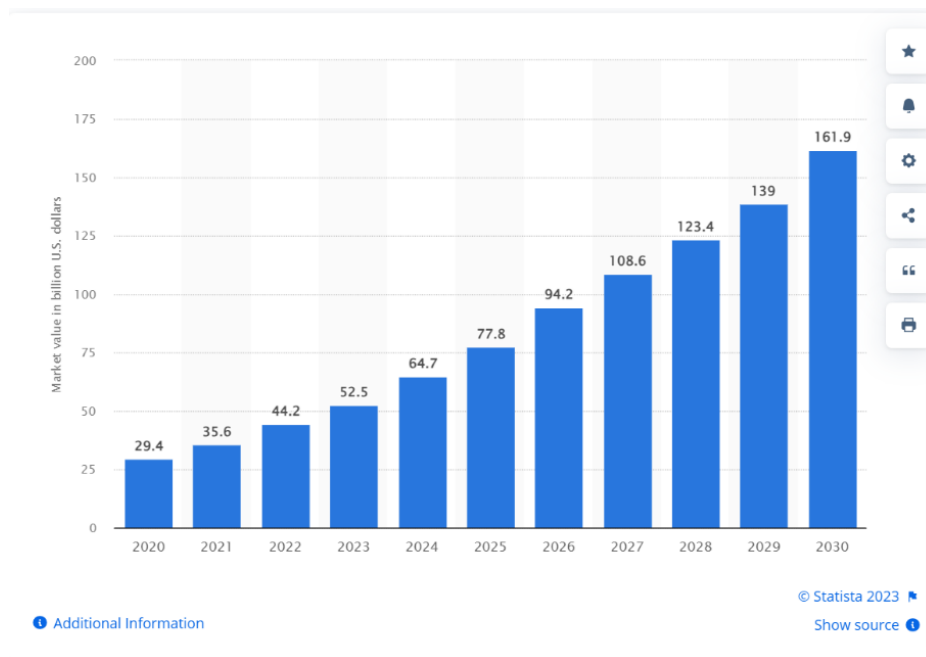
Whole-foods, plant-based diets are plant foods that minimize processed ingredients and animal products. This diet can help improve health, prevent several diseases, and reduce obesity, blood pressure, and symptoms of some diseases, such as diabetes, coronary heart disease, steatosis, and cancer. Due to the low number of competitors and the great opportunity of this market, the plant-based food market is expected to be more in demand in the future. Thus, Thai restaurants that use plant-based products as their main ingredients will become more intriguing. Incidentally, for the sustainable expansion of this market, plant-based food restaurants should consider using organic plants, providing a variety of dishes, decorating attractive dishes, naming fantastically, defining the signatures of the restaurant, ordering the menu list by popularity, providing several ordering and delivery channels, using online and offline marketing media, decorating the interior and exterior environment of the restaurant and providing customers with sufficient parking spaces.

Keywords: *Whole-foods, plant-based diets, sustainable, Thai food restaurant*

บทนำ

การรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก (whole food plant-based diet : WFPB) ได้แก่ การรับประทานธัญพืชไม่ขัดสี ผลไม้ ผัก พืชตระกูลถั่ว ถั่วเปลือกแข็ง และเมล็ดพืช โดยมีรูปแบบการรับประทานอาหารที่ไม่ซับซ้อน เน้นการรับประทานอาหารจากพืชที่ปรุงแตงน้อยที่สุด เพื่อสุขภาพที่ดีที่สุด (T. Colin Campbell Center for Nutrition Studies, n.d.) หลักการรับประทานอาหารในรูปแบบนี้จะเหมาะสำหรับกลุ่มผู้รับประทานวีแกน เจ มังสวิรัติ และมังสวิรัติยืดหยุ่น โดยจะได้รับประโยชน์ในด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมควบคู่กัน เนื่องจากการรับประทานอาหารธรรมชาติ ช่วยลดความเสี่ยงของต่อมลูกหมาก มะเร็งเต้านม และมะเร็งอื่นๆ ป้องกันโรคหัวใจ ป้องกันและรักษาโรคเบาหวาน และช่วยให้มีอายุยืนยาวขึ้น (T. Colin Campbell Center for Nutrition Studies, n.d.) อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า และช่วยให้สัตว์มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี มีความสุขกาย สบายใจ ไม่ต้องถูกทำลาย (Animal Welfare) ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ในเป้าหมายที่ 3 เรื่องการสร้างหลักประกันการมีสุขภาพะที่ดี และ เป้าหมายที่ 12 เรื่องการสร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สีเขียว (green economy) อีกด้วย

ตลาดอาหารธรรมชาติจากพืช มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดย Nils Gerrit Wunsch ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยด้านอาหารและการเกษตรในสหราชอาณาจักรและยุโรป ได้คาดการณ์มูลค่าตลาดอาหารจากพืชทั่วโลกตั้งแต่ปี 2563 ถึง 2573 โดยในปี 2566 คาดการณ์ว่าตลาดอาหารจากพืชจะมีมูลค่า 52.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2568 คาดว่าขนาดตลาดอาหารจากพืชทั่วโลกจะมีมูลค่าถึง 77.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตต่อไปอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี 2573 ตลาดจะมีเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัว (Future Market Insights, 2023) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 คาดการณ์มูลค่าตลาดอาหารจากพืชทั่วโลกตั้งแต่ปี 2563 ถึง 2573

นอกจากนี้แนวโน้มการจำหน่ายอาหารจากพืช ในปี 2561 ถึง 2565 พบว่า อัตรายอดขายอาหารจากพืชทั่วโลก มีอัตราการอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยในปี 2566 อาหารจากพืชมีมูลค่าตลาด 11.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าในปี 2576 มูลค่าตลาดจะเพิ่มขึ้น เป็น 35.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้น 3 เท่า โดยมีการเติบโตอยู่ที่ 12.2% (Future Market Insights, 2023) ผลมาจากการเพิ่มขึ้นของชาววีแกน (Vegan) ทั่วโลก ความสนใจในสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ที่เพิ่มขึ้น และการรับรู้ถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช เป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้ตลาดอาหารจากพืชเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

สำหรับประเทศไทย อาหารจากพืชเติบโตและเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีกเพิ่มมากขึ้น มีทั้งรูปแบบอาหารแช่แข็งและรูปแบบอาหารสำเร็จรูป โดยในปี 2567 ศูนย์วิจัยกรุงไทยคาดการณ์ว่า อาหารจากพืชจะมีมูลค่าสูง

ถึง 1.5 พันล้านดอลลาร์ และมีอัตราการเติบโตประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ต่อปี โดยผู้ผลิตอาหารหลายรายยังคงพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชอยู่ตลอด นอกจากนี้ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด ร้านอาหารมังสวิรัต ร้านอาหารเจ ก็เน้นผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชเป็นหลักเช่นกัน โดยต่อจากนี้ไป ผู้บริโภคชาวไทยจะได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมจากพืชเพิ่มขึ้นในร้านอาหารที่คุ้นเคยหลายแห่ง อาทิเช่น ร้านอาหาร “Mia” ในกรุงเทพฯ นำเสนออาหารชุด “Taste of Mia Vegan” และ “Taste of Mia Vegetarian” เพื่อตอบสนองใจหายให้กับกลุ่มคนที่ไม่รับประทานเนื้อสัตว์ (ตามภาพที่ 1)



VEGAN : 3850 ++
WINE PAIRING : 3150++

Snacks
Baby Corn Fritter | Popcorn Powder | Coriander

Miso Cigar | Green Pasta | Avocado
Hash Brown | Curry Emulsion | Garlic
Celeriac Tart | Black Truffle
Chickpea Puff | Ratatouille

Homemade Classic Focaccia

Cold Starters
"Bloody Mary" Tomatoes | Celery Sorbet | Black Olive
Tokyo Turnips | Homemade Chili Oil | Wild Rocket Emulsion

Hot Starters
Printed Open Ravioli |
Roasted Provencal Vegetables | Romesco
Grilled Broccolini | Hummus | Black Garlic

Main Course
Roasted Butternut | Mint Dressing | Grapes

Desserts
Fennel and Lychee 3.0
Mia's "Snickers Bar"

VEGAN



VEGETARIAN : 3850 ++
WINE PAIRING : 3150++

Snacks
Baby Corn Fritter | Popcorn Powder | Coriander

Miso Cigar | Green Pesto | Cream Cheese
Hash Brown | Curry Mayo | Garlic
Celeriac Tart | Black Truffle | St Neetaire
Chickpea Puff | Ratatouille

Sourdough Brioche | Shallot Butter | Onion Ash

Cold Starters
"Bloody Mary" Tomatoes | Celery Sorbet | Burrata
Tokyo Turnips | Homemade Chili Oil | Smoked Curd

Hot Starters
Printed Open Ravioli |
Roasted Provencal Vegetables | Pecorino
Grilled Broccolini | Hummus | Black Garlic

Main Course
Roasted Butternut | Mint Dressing | Smoked Quark Foam

Desserts
Fennel and Lychee 3.0
Grilled Peaches | Quark Cheese | Timut Pepper | Vanilla
OR
Mia's Cereal Bowl | Malted Milk Chocolate | Corn

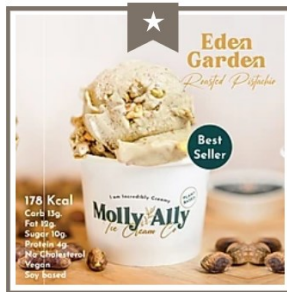
VEGETARIAN

ภาพที่ 1 ชุดอาหารวีแกนและอาหารมังสวิวัติของร้านอาหาร Mia
ที่มา: Mia (2023)

นอกจากนี้ร้านไอศกรีม "Molly Ally" ที่ได้เปิดตัวไอศกรีมรสชาติต่างๆ จากพืชโดยใช้วัตถุดิบมังสวิวัติ ปราศจากกลูเตน และมีส่วนผสมออร์แกนิก เป็นธุรกิจที่ตอบโจทย์สำหรับคนที่ชื่นชอบการรับประทานไอศกรีมแต่ไม่ต้องการวัตถุดิบที่มีส่วนผสมจากนมวัวสามารถรับประทานได้ (ตามภาพที่ 2) โดยคาดการณ์ว่าร้านอาหารจากพืชและธุรกิจอาหารจากพืชจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต (USDA, 2023)

Original

This is a section of your menu. Give your section a brief description

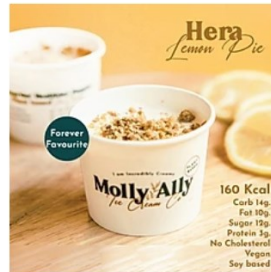


Eden Garden

Roasted Pistachio

฿95

มังสวิรัต เจ อลอร์แกนิก
ไม่มีกลูเตน



Hera

Lemon Pie

฿95

มังสวิรัต เจ อลอร์แกนิก
ไม่มีกลูเตน



Romeo

Amoreto Chocolate

฿95

มังสวิรัต เจ อลอร์แกนิก
ไม่มีกลูเตน

ภาพที่ 2 ตัวอย่างเมนูไอศกรีมของร้าน Molly Ally

ที่มา: Molly Ally (2023)

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่เน้นพืชเป็นหลัก ยังมีโอกาสในตลาดนี้ อีกมาก เนื่องจากยังมีผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทนี้ไม่มาก อีกทั้งยังเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน มีส่วนช่วยในการปรับสมดุลให้กับระบบชีวภาพ และสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลงได้ 61% (Sun et al., 2022) อีกด้วย โดยผู้ประกอบการสามารถนำผลิตภัณฑ์จากพืช ได้แก่ ธัญพืชไม่ขัดสี ถั่วชนิดต่าง ๆ ผักทุกชนิด ผลไม้ทุกชนิด และพืชมีหัว นำมาสร้างสรรค์เมนูอาหารได้หลากหลายรูปแบบ โดยเน้นอาหารจากพืชที่ปรุงแต่งน้อยที่สุด (Whole Food Plant Based Diet) เพื่อตอบโจทย์ให้กับกลุ่มผู้บริโภคที่รับประทาน วีแกน เจ มังสวิรัต และ มังสวิรัตยืดหยุ่น ให้มีร้านอาหารสุขภาพเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ห่างไกลโรค ช่วยลดการทำลายชีวิตสัตว์ และช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทฤษฎีการรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก
2. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก
3. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการประเมินธุรกิจ (SWOT Analysis)
4. เพื่อวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)
5. เพื่อหาแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลักอย่างยั่งยืน

คำนิยาม

1. การรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก (whole food plant-based diet : WFPB) หมายถึง การรับประทานอาหารประเภทผัก ผลไม้ ธัญพืช และถั่วเป็นหลัก โดยลดผลิตภัณฑ์จากสัตว์และอาหารแปรรูปให้เหลือน้อยที่สุด (Healthline, 2023)
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน หมายถึง ร้านอาหารที่เน้นความยั่งยืน รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ในที่นี้จะเน้นอาหารจากพืช (Plant-based) เป็นหลัก ที่ดีต่อสุขภาพและช่วยลดก๊าซเรือนกระจกจากปศุสัตว์ โดยอาจเน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการปรุงอาหาร เพื่อช่วยลดมลพิษจากการขนส่ง และการรักษาโลกโดยการใช้อาหารจากพืชที่เป็นออร์แกนิก (Organic) ปลูกผักสดใหม่ให้บริการถึงโต๊ะอาหาร (ยูนิลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์, ม.ป.ป.)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

เหตุผลที่ต้องรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก

1. ช่วยให้อายุยืนยาว แข็งแรง ป้องกันโรค บรรเทาอาการของโรคบางชนิด และควบคุมน้ำหนัก โดยงานวิจัยของ Greger (2020) ศึกษาเรื่อง หลักฐานการรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลักมีประสิทธิภาพในการลดน้ำหนัก ผลการศึกษาพบว่า อาหารทั้งมื้อที่เน้นพืชเป็นหลักสามารถลดน้ำหนักได้มากกว่าการควบคุมอาหารด้วยวิธีอื่นที่ไม่ได้จำกัดแคลอรีหรือการออกกำลังกายตามคำสั่ง นอกจากนี้ ยังพบว่าอาหารจากพืชเป็นหลักมีส่วนช่วยรักษา ยับยั้ง และบรรเทาอาการโรคเรื้อรังอื่นๆ ที่สำคัญ เช่น เบาหวานชนิดที่ 2 และความดันโลหิตสูง ในขณะที่อาหารที่มีคาร์โบไฮเดรตต่ำทำให้การทำงานของหลอดเลือดแดงบกพร่องและทำให้โรคหัวใจแย่ลง ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญของการเสียชีวิตของผู้ชายและผู้หญิงในสหรัฐอเมริกา ดังนั้นการรับประทานอาหารที่มีอาหารจากพืชจึงเป็นทางเลือกที่ปลอดภัย เรียบง่าย และยั่งยืนสำหรับโรคอ้วน Bansal, Connolly, & Harder (2021) ศึกษาเรื่อง ผลของการนำอาหารและโภชนาการจากพืชไปใช้กับผู้ป่วยโรคเรื้อรังในชุมชนด้วยโอกาส ผลการศึกษาพบว่า ค่าดัชนีมวลกาย ความดันโลหิต ค่าคอเลสเตอรอลรวม และ LDL ของประชากรในศูนย์สุขภาพที่ผ่านการรับรองจากรัฐบาลกลางอยู่ในเกณฑ์ที่ดีขึ้น Hardt, Mahamat-Saleh, Aune, & Schlesinger (2022) ศึกษาเรื่อง ความก้าวหน้าในการวิจัยเกี่ยวกับอาหารที่เน้นพืชเป็นหลักและการพยากรณ์โรคมะเร็ง ผลการศึกษาพบว่า การบริโภคอาหารจากพืชในปริมาณที่สูงขึ้นสัมพันธ์กับการพยากรณ์โรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ดีขึ้น การบริโภคเมล็ดธัญพืชและพืชที่มีเส้นใยในปริมาณสูงช่วยให้มะเร็งเต้านมดีขึ้น การบริโภคไขมันพืชในปริมาณที่สูงขึ้นสัมพันธ์กับการพยากรณ์โรคมะเร็งต่อมลูกหมากดีขึ้น การบริโภคผลไม้ ผัก และใยอาหารในปริมาณที่สูงขึ้นและการบริโภคถั่วเหลืองในระดับปานกลางสัมพันธ์กับผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ในการช่วยป้องกันและรักษามะเร็งที่เพิ่มขึ้น

Ganguli, Russell, & Tsoi (2022) ศึกษาเรื่อง การนำอาหารจากพืชไปใช้ในโครงการป้องกันการขาดแคลนอาหารในสภาพแวดล้อมที่มีทรัพยากรจำกัด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ป่วยส่วนใหญ่มีไขมันในเลือดสูง รองลงมาคือความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดหัวใจ ไขมันพอกตับ และเบาหวาน ตามลำดับ ที่ได้รับการรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก ช่วยลดน้ำหนัก ลดคอเลสเตอรอลรวม และไตรกลีเซอไรด์ลงได้ และสามารถเพิ่มไโปโปรตีนความหนาแน่นสูงได้ และ Mahankali, Kalava, Garapati, Domathoti, Maddumala, & Sundramurty (2022) ศึกษาเรื่อง สารออกฤทธิ์ทางชีวภาพที่ได้จากพืชเป็นยาต้านโรคเบาหวาน ผลการศึกษาพบว่า ความก้าวหน้าในการวิเคราะห์เปปไทด์และโปรตีนสู่การพัฒนาจากพืชโดยการสลายตัวของเอนไซม์โปรตีนที่มีต่อพืชในการผลิตเปปไทด์ที่ใช้ทางชีวภาพ ผลจากทดลองและในร่างกายมนุษย์ต่อการรักษาโรคเบาหวาน พบว่า เปปไทด์ที่ออกฤทธิ์ทางชีวภาพจากพืชสามารถใช้เป็นแนวทางใหม่ในการพัฒนาโปรแกรมการรักษาโรคเบาหวานได้อย่างคุ้มค่า

2. ช่วยรักษ โลก โดยงานวิจัยของ Joshua & Cappuccio (2022) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการรับประทานอาหารจากพืชเพื่อสุขภาพของมนุษย์และโลก ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนมารับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก ช่วยลดการใช้ประโยชน์ที่ดินที่เกี่ยวข้องกับอาหารลง 76% ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เกี่ยวข้องกับอาหารลง 49% ลดปรากฏการณ์ระบบนิเวศทางน้ำ 49% และลดการใช้ปริมาณน้ำจากดิน 21% และ ลดการใช้ปริมาณน้ำฝนที่สะสมเป็นความชื้นในดิน 14% ตามลำดับ Craig et al. (2021) ศึกษาเรื่อง การใช้อาหารที่เน้นพืชเป็นหลักอย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพพร้อมคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า การรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลักจะมีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าการรับประทานเนื้อสัตว์ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำ นอกจากนี้การบริโภคอาหารจากพืชมีความปลอดภัยและมีประสิทธิภาพในทุกช่วงของวงจรชีวิต ตั้งแต่การตั้งครุภไปจนถึงวัยชรา และ Lynch, Johnston, & Wharton (2018) ศึกษาเรื่อง อาหารจากพืช: การพิจารณาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมคุณภาพโปรตีนและประสิทธิภาพการออกกำลังกาย ผลการศึกษาพบว่า อาหารที่เน้นพืชเป็นหลักมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และ ความสามารถในการออกกำลังกาย

ความแตกต่างระหว่าง Vegan , Plant Based Diet และ Whole Food Plant Based Diet

Plant Aptitude (2020) กล่าวถึง ความแตกต่างระหว่างการรับประทานอาหาร vegan, plant-based diet) และ whole plant-based diet ไว้ดังนี้

Vegan เน้นการรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก งดเว้นเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ไข่และผลิตภัณฑ์จากนม และงดเว้นผลิตภัณฑ์ทุกชนิดที่มาจากสัตว์ เช่น เสื้อผ้าขนสัตว์ เครื่องสำอางที่ทดลองในสัตว์ เป็นต้น ดังนั้นวีแกนไม่ใช่งดเว้นการรับประทานอาหารจากสัตว์เท่านั้น แต่คือการงดทุกสิ่งเกี่ยวกับสัตว์

Plant Based Diet เน้นการรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก สามารถรับประทานอาหารแปรรูป เช่น สารให้ความหวาน แป้งขัดขาว ข้าวขาว อาหารแปรรูปจากพืช เป็นต้น และรับประทานไขมันจากพืชได้ โดยพยายามรับประทานผลิตภัณฑ์จากสัตว์ให้น้อยลง

Whole Food Plant Based Diet เน้นการรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก รับประทานไขมันจากพืช อาหารแปรรูปจากพืชและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ให้น้อยลง สรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระหว่าง Vegan , Plant Based Diet และ Whole Food Plant Based Diet

ประเภทอาหาร	VEGAN	PLANT BASED DIET	WHOLE FOOD PLANT BASED DIET
เนื้อสัตว์	✗	—	—
อาหารทะเล	✗	—	—
ไข่ และผลิตภัณฑ์จากนม	✗	—	—
อาหารแปรรูป (รวมถึงสารให้ความหวาน แป้งฟอกขาว ข้าวขาว)	✓	✓	—
ไขมัน	✓	✓	—
ธัญพืชไม่ขัดสี (รวมถึงแป้งไม่ขัดสี ขนมปังไม่ใส่ พาสต้าไม่ขัดสี)	✓	✓	✓
ผัก ผลไม้	✓	✓	✓
พืชตระกูลถั่ว	✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 สรุปการรับประทานอาหารทั้ง 3 รูปแบบ ได้ดังนี้ (Plant Aptitude, 2020)

กลุ่มของอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก

T. Colin Campbell Center for Nutrition Studies (n.d.) มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคพยายามเน้นรับประทานผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ (Organic) เพื่อสุขภาพที่ดี โดยได้แบ่งกลุ่มของอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก ไว้ดังนี้

1. อาหารจากธรรมชาติที่เน้นพืชเป็นหลัก “มีแคลอรีและไขมันไม่สูง” สามารถจำแนกตามกลุ่มได้ดังนี้

1.1 ผักใบเขียว (Greens) เช่น ผักชี ผักกาด ผักโขม ผักคะน้า ผักกวางตุ้ง ผักชีฝรั่ง เป็นต้น ที่อยู่ในรูปแบบของผักสดหรือผักแช่แข็ง มีสรรพคุณคือ ช่วยต่อต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของโรคมะเร็ง ช่วยบำรุงหัวใจและหลอดเลือด ช่วยบำรุงสมอง ช่วยให้การขับถ่าย

1.2 พืชมีหัว (Roots) เช่น มันฝรั่ง เผือก มันทุกชนิด หัวผักกาด หัวไชเท้า หัวหอม แครอท เป็นต้น มีสรรพคุณคือ ป้องกันโรคมะเร็ง บำรุงผิวพรรณ เสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย ลดน้ำตาลในเลือด ป้องกันเบาหวาน

1.3 ธัญพืชไม่ขัดสี (Whole Grains) เช่น ข้าวกล้อง ข้าวบาร์เลย์ ควินัว ข้าวฟ่าง ข้าวโอ๊ตเต็มเมล็ด โฮลวีต เป็นต้น มีสรรพคุณคือ ช่วยลดความเสี่ยงของการเกิดโรคหัวใจ โรคไขมันอุดตันเส้นเลือด โรคอ้วน และโรคเบาหวาน ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันต้านทานโรคให้กับร่างกาย ช่วยลดคอเลสเตอรอล ช่วยในระบบย่อยอาหารทำงานดีขึ้น

1.4 พืชตระกูลถั่ว (Legumes) เช่น ถั่วเหลือง ถั่วดำ ถั่วเขียว ถั่วเลนทิล ถั่วลันเตา ถั่วเขียว ถั่วปินโต ถั่วชิกพี เป็นต้น (รวมถึงถั่วที่อยู่ในรูปแบบของถั่วกระป๋องหรือถั่วแห้ง โดยอาจมีส่วนผสมของเกลือได้บ้างเล็กน้อย) มีสรรพคุณคือ ป้องกันมะเร็ง ช่วยบำรุงระบบประสาท ช่วยระบบขับถ่าย ช่วยลดคอเลสเตอรอล ช่วยบำรุงหัวใจ ป้องกันโรคความดันโลหิตสูง

1.5 ผักอื่นๆ (Other Veggies) เช่น ดอกกะหล่ำ กะหล่ำดาว ผักสควอช หน่อไม้ฝรั่ง คื่นฉ่าย มะเขือเทศ ชูกินี เห็ด ฟริก เป็นต้น มีสรรพคุณคือ ช่วยระบบขับถ่ายที่ดี ช่วยระบบย่อยอาหารทำงานดีขึ้น ช่วยบำรุงกระดูกและฟัน ดูแลผิวพรรณ โดยผักบางชนิดช่วยป้องกันและบรรเทาโรคกระเพาะอาหาร โรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคความดัน โรคหลอดเลือดหัวใจได้

1.6 ผลไม้ (Fruit) เช่น เช่น กล้วย เชอร์รี่ เบอร์รี่ องุ่น มะม่วง กีวี แอปเปิ้ล แอปริคอต แตงโม ลูกพลับ มะละกอ สับปะรด เป็นต้น อยู่ในรูปของผลไม้สดหรือผลไม้แช่แข็ง มีสรรพคุณคือ ลดความเสี่ยงในการเกิดโรคมะเร็งชนิดต่างๆ ช่วยระบบขับถ่ายให้ทำงานปกติ ควบคุมน้ำหนัก เป็นอาหารสมองที่ดี ช่วยบำรุงสายตาและผิวพรรณ โดยผลไม้บางชนิดช่วยล้างพิษ ป้องกันและช่วยบรรเทาโรคหลอดเลือดหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเบาหวานได้

1.7 เครื่องเทศ (Spices) เช่น กระเทียม ขมิ้น ข่า ชিং หญ้าฝรั่ง พริกไทย ยี่ห่วย กานพลู กระวาน จันทน์เทศ เป็นต้น เครื่องเทศแต่ละชนิดมีสรรพคุณแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น กระเทียม (ลดอาการแน่นท้องจุกเสียด แก้อาการท้องอืด) ขมิ้น (ลดอาการอักเสบ ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกัน) ข่าและขิง (แก้อาการไอ แก้เจ็บคอ ขับเสมหะ ช่วยย่อยอาหาร ขับลม) หญ้าฝรั่ง (ใช้เป็นยาบำบัดรักษาโรคมะเร็ง มีสารต้านอนุมูล

อิสระ ช่วยบำรุงธาตุในร่างกาย) พริกไทย ยี่หระ กานพลู และ กระวาน (ขับลม แก้ท้องผูก แก้ท้องอืดท้องเฟ้อ) จันทน์เทศ (บำรุงหัวใจ บำรุงเลือด บำรุงกำลัง ช่วยย่อยอาหาร)

1.8 เมล็ดพืชที่อุดมด้วยโอเมก้า 3 (Omega-3-Rich Seeds) เช่น เมล็ดเจีย เมล็ดแฟลกซ์ เป็นต้น เมล็ดพืชแต่ละชนิดมีสรรพคุณแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น เมล็ดเจีย (ลดการอักเสบ บำรุง ลดน้ำหนัก หัวใจ บำรุงกระดูก บำรุงสมอง ช่วยย่อยอาหาร ช่วยเรื่องการนอนหลับ) เมล็ดแฟลกซ์ (ป้องกันและบรรเทาโรคเบาหวาน ป้องกันและบรรเทาโรคมะเร็งบางชนิด ลดความเสี่ยงโรคหัวใจและหลอดเลือด บรรเทาอาการวัยทอง)

1.9 ผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลืองออร์แกนิกทั้งหมด (Organic Whole Soy Products) เช่น เต้าหู้ เทมเป้ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์จาก “ถั่วเหลือง” มีสรรพคุณคือ ป้องกันโรคโลหิตจาง ปรับสภาพฮอร์โมนในสตรีให้สมดุล บรรเทาอาการท้องผูก ช่วยป้องกันการขาดแคลเซียม ทำให้ผิวพรรณดี ส่วน “เทมเป้” เป็นถั่วเหลืองหมัก มีสรรพคุณคือ ลดอาการวัยทองในผู้หญิง ช่วยลดไขมันในหลอดเลือด บำรุงสมองและระบบประสาท บำรุงตับ ช่วยเสริมสร้างการเจริญเติบโตและสร้างเม็ดเลือดให้เป็นปกติ

1.10 เครื่องดื่ม (Beverages) เช่น กาแฟ ชาเขียว ชาสมุนไพร นมจากพืชไม่น้ำตาล น้ำเปล่า เป็นต้น

2. อาหารจากธรรมชาติที่เน้นพืชเป็นหลัก “มีแคลอรีและไขมันสูง” โดยเป็นไขมันตามธรรมชาติรับประทานได้ในปริมาณที่พอเหมาะ สามารถจำแนกตามกลุ่มได้ดังนี้

2.1 ถั่วเปลือกแข็ง (Nuts) เช่น เม็ดมะม่วงหิมพานต์ พิสตาชิโอ เนยถั่ว วอลนัท อัลมอนด์ เป็นต้น มีสรรพคุณคือ ช่วยลดคอเลสเตอรอล ลดความดันโลหิต ลดความเสี่ยงโรคหัวใจ

2.2 มะพร้าว (Coconut) เช่น น้ำมะพร้าว มะพร้าวกะทิ กะทิไขมันต่ำ เป็นต้น มีสรรพคุณคือ ช่วยทดแทนการสูญเสีย น้ำ บำรุงผิวพรรณ ป้องกันโรคหัวใจ ช่วยปรับสมดุลน้ำตาลในเลือด ป้องกันโรคหัวใจ ควบคุมน้ำหนัก ช่วยให้กระดูกแข็งแรง

2.3 อะโวคาโด (Avocado) มีสรรพคุณคือ บำรุงหัวใจ บำรุงสายตา ลดความเสี่ยงโรคซึมเศร้า ช่วยระบบทางเดินอาหารและการขับถ่าย

2.4 เมล็ดพืชที่ไม่ใช่แหล่งโอเมก้า 3 (Seeds: except omega-3 sources) เช่น เมล็ดฟักทอง เมล็ดทานตะวัน งา เป็นต้น เมล็ดพืชที่ไม่ใช่แหล่งโอเมก้า 3 มีสรรพคุณแตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น เมล็ดฟักทอง (ป้องกันและบรรเทาโรคมะเร็งบางชนิด ควบคุมความดันโลหิต ลดความเสี่ยงโรคหัวใจ เสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรง ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด) เมล็ดทานตะวัน (ช่วยลดน้ำหนัก บำรุงผิวพรรณ ช่วยคลายเครียด ช่วยขับถ่าย บำรุงสายตา)

2.5 ผลไม้อบแห้ง (Dried Fruit) ที่เป็นออร์แกนิก ไม่เติมน้ำตาลหรือน้ำมัน

2.6 สารให้ความหวานจากธรรมชาติ (Natural Added Sweeteners) เช่น น้ำตาลไม่ขัดสี น้ำเชื่อมเมเปิล เป็นต้น

ทฤษฎีทางการตลาดที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

Kotler & Keller (2016) ได้กล่าวถึงทฤษฎีทางการตลาดในหนังสือการจัดการการตลาด โดยผู้เขียนบทความได้นำเอาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบทความนี้มาใช้วิเคราะห์ดังนี้

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้ 6W1H ได้แก่ Who (ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย), What (ความต้องการของลูกค้า), Where (ช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้า), When (ช่วงเวลาของลูกค้าซื้อ), Why (เหตุผลที่ลูกค้าซื้อ), Whom (ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ), How (เงื่อนไขที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ) เพื่อใช้ในการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคอาหารจากพืช

การวิเคราะห์วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการประเมินธุรกิจ (SWOT Analysis) ได้แก่ Strength (จุดแข็ง), Weakness (จุดอ่อน), Opportunity (โอกาส) และ Threat (อุปสรรค) โดย SWOT เพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพของตนเองในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่ Product (สินค้าและบริการ), Price (ราคา), Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย), Promotion (การส่งเสริมการตลาด), People (การบริหารบุคคล), Process (กระบวนการให้บริการ) และ Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ) เพื่อใช้เป็นแนวในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริรุท เศรษฐพานิช (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง-ขนมขบเคี้ยวสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า จากสมมติฐานที่ 1) ข้อมูลด้านประชากรที่แตกต่างกัน ได้แก่ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัว และรายได้ที่มีความแตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อระดับความตั้งใจเลือกซื้อโปรตีนทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืช ในรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารแห้ง-ขนมขบเคี้ยวที่แตกต่างกัน จากสมมติฐานที่ 2) ปัจจัยทางการตลาด 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง-ขนมขบเคี้ยว ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และจากสมมติฐานที่ 3) ปัจจัยทางจิตวิทยา 3 ประการ ได้แก่ รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์ แรงจูงใจในการเลือก ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง-ขนมขบเคี้ยว ของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะถูกนำไปประยุกต์ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุต่อไป

อรรวรา จีวพัฒน์กุล (2564) ศึกษาเรื่อง ศีลธรรมและลัทธิความเชื่อในการไม่บริโภคเนื้อสัตว์บางชนิดของคนไทยบางกลุ่ม ถือเป็นตัวปิดกั้นการทำงานเนื้อสัตว์ที่ทำมาจากพืช (Plant-based Meat) หรือไม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มที่นิยมทานเนื้อสัตว์จากพืชมากที่สุดคือ กลุ่มมังสวิวัติที่ทานนมและไข่ (Lacto Ovo Vegetarian) มีความรู้สึกดีที่ผลิตภัณฑ์นี้มาเติมเต็มความหลากหลายและรสชาติอาหารมังสวิวัติให้อร่อยยิ่งขึ้น ในขณะที่กลุ่ม ผู้บริโภคชาวมุสลิมและกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนที่นับถือเจ้าแม่กวนอิมปฏิบัติที่จะทานเนื้อหมูและเนื้อวัวจากพืชตามความเชื่อและความศรัทธาที่ตั้งใจจะงดเว้นอาหารทุกชนิดที่สื่อหรือมีรสชาติเหมือนอาหารต้องห้าม ไม่ว่าจะถูกนำเสนอในรูปแบบใดก็ตาม ผู้ผลิตจึงควรที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย เพิ่มเมนูอาหารพร้อมทานอาหารทะเล และอาหารเจที่ไม่มีไข่กับผักที่มีกลิ่นฉุนเป็นส่วนผสมในอาหารจากพืช เพื่อขยายฐานลูกค้าและนำพาธุรกิจให้เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

ภษิตา ดำรงตรีผล (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ประสิทธิภาพสัมผัส การรับรู้ประโยชน์ของสินค้า ความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อม ความสะดวกในการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย และการรับรู้ประสิทธิภาพผ่านเสียง ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช ในขณะที่การรับรู้ประสิทธิภาพผ่านรูปไม่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค

Pointke, Ohlau, Risius, & Pawelzik (2022) ศึกษาเรื่อง การตรวจสอบการรับรู้ทางประสาทสัมผัส แรงจูงใจ และความรู้อของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางเลือกจากพืชที่จำหน่ายในท้องตลาด ผลการศึกษาพบว่า คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์จากพืชแต่ละชนิดมีผลต่อการรับรู้ทางประสาทสัมผัส แรงจูงใจในการซื้อเพียงเล็กน้อย โดยคนที่รับประทานมังสวิวัติจะมีความชื่นชอบผลิตภัณฑ์จากพืชมากกว่ากลุ่มผู้ที่รับประทานอาหารทั่วไปอย่างเห็นได้ชัด สวัสดิภาพของสัตว์และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นแรงจูงใจหลักในการบริโภคอาหารจากพืช ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่ยอมรับว่าเนื้อสัตว์จากพืชและชีสจากพืชเป็นอาหารแปรรูปสูงที่ไม่ดีต่อสุขภาพและไม่ได้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Medawar, Huhn, Villringer, & Witte (2019) ศึกษาเรื่อง ผลของการรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลักต่อร่างกายและสมอง ผลการศึกษาในระยะสั้นและระยะกลางของกลุ่มตัวอย่างที่สุขภาพดี กลุ่มผู้ป่วยโรคอ้วน และกลุ่มผู้ป่วยเบาหวานชนิดที่ 2 ที่รับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก (วีแกน และ มังสวิวัติ) เปรียบเทียบกับกลุ่มที่รับประทานอาหารทั่วไป กับเรื่องระบบการเผาผลาญพลังงาน การลดน้ำหนัก และการลดการอักเสบของร่างกาย ในระยะเวลาทดลองประมาณ 2 ปี ผลการศึกษาพบว่า อาหารจากพืชช่วยให้ในลำไส้มีแบคทีเรียดีเพิ่มมากขึ้น ช่วยป้องกันและรักษาโรคอ้วนและโรคที่เกี่ยวข้องได้

Moss, Barker, Falkeisen, Gorman, Knowles, & McSweeney (2022) ศึกษาเรื่อง การสำรวจการรับรู้และทัศนคติของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์นมจากพืช ผลการศึกษาพบว่า ความนิยมผลิตภัณฑ์นมจาก

พืช ทำให้เกิดเครื่องดื่มใหม่จากธัญพืชและถั่ว เพิ่มมากในตลาดแคนาดา โดยผลิตภัณฑ์นมจากพืชที่นำมาใช้ในการสำรวจมีจำนวน 6 ชนิด ได้แก่ ข้าวโอ๊ต อัลมอนต์ ถั่วเหลือง ถั่ว เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และมะพร้าว กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับประโยชน์ด้านสุขภาพ ความยั่งยืน และการรับรู้ทางประสาทสัมผัสจากนมพืชที่ทำจากอัลมอนต์ ข้าวโอ๊ต และ ถั่ว มากที่สุด รองลงมาคือ นมพืชจากมะพร้าว หรือ ถั่วเหลือง ส่วนนมพืชจากมะม่วงหิมพานต์ได้รับความนิยมน้อยที่สุด การใส่รสชาติหวาน ครีมเนมจากพืช จะช่วยเพิ่มความชอบในผลิตภัณฑ์นมจากพืชมากขึ้น ส่วนการเพิ่มวนิลา หรือ ช็อกโกแลต ในนมอัลมอนต์ หรือ นมข้าวโอ๊ต จะช่วยเพิ่มความชอบในผลิตภัณฑ์นมจากพืชมากขึ้นเช่นกัน

สรุปได้ว่า กลุ่มที่เน้นการบริโภคอาหารจากพืชเป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มวีแกน กลุ่มรับประทานอาหารเจ กลุ่มมังสวิรัต และ กลุ่มมังสวิรัตียืดหยุ่น เป็นกลุ่มที่มีทัศนคติที่ดีกับการรับประทานอาหารจากพืชและคิดว่าการบริโภคแบบนี้อย่างยั่งยืนที่สุด โดยต้องการให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชที่มีความหลากหลาย มีรสชาติและเนื้อสัมผัสที่ดี สามารถหาซื้อได้ง่าย สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำสำหรับกลุ่มวีแกน เจ และ มังสวิรัต มังสวิรัตียืดหยุ่น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคอื่น ควรสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้หันมารับประทานอาหารจากพืชมากขึ้น

วิธีดำเนินการศึกษา

บทความเรื่องการรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก ทางเลือกของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน เป็นการศึกษาทฤษฎีและวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดเพื่อใช้เป็นทางเลือกของผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน โดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดเรื่องที่สนใจในการเขียนบทความ โดยพบว่า การรับประทานอาหารจากพืชเป็นหลัก เป็นเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบันนี้ และเป็นเรื่องที่อยู่ในเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) และเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ส่งเสริมเศรษฐกิจ สีเขียว (green economy) อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความ

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด ได้แก่ การวิเคราะห์พฤติกรรมการรับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการประเมินธุรกิจ (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

ขั้นตอนที่ 5 สรุปและให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน

การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นพืชเป็นหลัก

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยใช้ 6W1H ในการค้นหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่รับประทานอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก ดังนี้

1. Who (ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย) เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่รับประทานอาหารเน้นพืชเป็นหลัก โดยเน้นบริโภควัตถุดิบจากพืชธรรมชาติมากกว่าอาหารแปรรูปจากพืช กลุ่มผู้รับประทานอาหารวีแกน อาหารเจ อาหารมังสาวิรัติ 2. What (ความต้องการของลูกค้า) ผู้บริโภคที่ต้องการบริโภคอาหารจากพืชธรรมชาติมากกว่าอาหารแปรรูปจากพืช โดยเน้นพืชที่มาจากแหล่งเพาะปลูกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (organic) จากนั้นนำมาปรุงเป็นรายการอาหารต่างๆ โดยใช้เครื่องปรุงรสให้น้อยที่สุดและใช้เครื่องปรุงรสที่เป็น organic

3. Where (ช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้า) ผู้บริโภคจะสามารถซื้อสินค้าได้จากร้านอาหารทั่วไปที่มีรายการอาหารจากพืช รวมถึงลูกค้าสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบดีลิเวอรี (delivery) เพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับลูกค้าที่ไม่สะดวกออกมาซื้ออาหารนอกบ้าน

4. When (ช่วงเวลาของลูกค้าซื้อ) ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเมื่อต้องการรับประทานอาหารจากพืช ต้องการดูแลสุขภาพ ต้องการลดน้ำหนัก หรือซื้อเป็นของฝากเพื่อสุขภาพ

5. Why (เหตุผลที่ลูกค้าซื้อ) ลูกค้าที่ต้องการดูแลสุขภาพ ควบคุมน้ำหนัก ต้องการรับประทานเพื่อบรรเทาอาการของโรคที่เป็นอยู่ ต้องการรักษาร่างกาย เนื่องจากอาหารที่เน้นพืชเป็นหลักจะมีสารอาหารจากธรรมชาติมากมาย ช่วยให้อิ่มเร็ว ช่วยป้องกันและบรรเทาอาการของโรคบางอย่างได้ เช่น เบาหวานประเภทที่สอง หัวใจ ความดัน มะเร็งบางชนิด เป็นต้น

6. Whom (ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ) กลุ่มผู้มีอิทธิพลในวงการอาหารจากพืช (plant-based) การรับประทานตามคนที่รู้จัก หรือการเห็นผู้ที่รับประทานอาหารจากพืชแล้วสุขภาพดีจึงรับประทานตามเขา

7. How (เงื่อนไขที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ) มีรายการอาหารหลากหลาย ราคาไม่แพง สามารถหาซื้ออาหารได้ง่าย มีแคมเปญทางการตลาดที่น่าสนใจ

การวิเคราะห์วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการประเมินธุรกิจ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพของตนเองในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทยอย่างยั่งยืน มีดังนี้

1. Strength (จุดแข็ง)

- ร้านอาหารเน้นพืชเป็นหลัก โดยพืชที่ใช้ในการประกอบอาหารจะมาจากแหล่งเพาะปลูกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (organic) จากในพื้นที่ที่ตั้งร้าน จากหน่วยงานในประเทศไทยและในระดับนานาชาติ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าอาหารทุกจานจะปลอดภัยจากสารพิษ

- ร้านอาหารประกอบอาหารโดยใช้เครื่องปรุงรสที่เป็น organic เพื่อสุขภาพที่ดีของผู้บริโภค โดยยังคงให้ความสำคัญกับรสชาติของอาหารที่ดี

- ร้านอาหารที่พยายามใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการประกอบอาหาร เพื่อช่วยลดมลพิษจากการขนส่ง

- ร้านอาหารตอบใจทยให้กับกลุ่มผู้รับประทานวีแกน เจ มังสวิรัต มังสวิรัตียืดหยุ่น และ ผู้ที่ต้องการดูแลสุขภาพ เพื่อให้ห่างไกลโรค ป้องกันและช่วยบรรเทาโรคบางอย่างได้

- ร้านอาหารประเภทนี้ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาโลกเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Development Goals :SDGs) และอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย (BCG Economy Model) โดยช่วยส่งเสริมเรื่องของสุขภาพ รักษ์โลก และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

2. Weakness (จุดอ่อน)

- อาหารจากพืชเป็นหลักและเน้นการแปรรูปให้น้อยที่สุด เป็นอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ผสม และส่วนผสมทุกอย่างเน้นใช้เครื่องปรุงรส organic บางครั้งยากที่จะรังสรรค์รายการอาหารที่ดึงดูดใจผู้บริโภค ดังนั้นผู้ประกอบการอาจให้เชฟ (chef) หรือ ลูกค้า ช่วยคิดรายการอาหารแปลกใหม่ เพื่อให้ทางร้านมีรายการอาหารที่เพิ่มขึ้น

- เนื่องจากเป็นธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งจะอยู่ในทำเลที่ตั้งหนึ่งเท่านั้น ส่งผลให้ผู้บริโภคที่ต้องการรับประทานอาหารของทางร้านที่อยู่ห่างไกลไม่สามารถมารับประทานอาหารที่ร้านได้ ดังนั้นทางร้านควรมีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง โดยยังคงรักษาคุณภาพอาหารให้สดใหม่เสมอจนถึงมือลูกค้า

3. Opportunity (โอกาส)

- ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีที่อาหารจากพืชจะสามารถจำหน่ายได้เพิ่มมากขึ้น

- ผู้บริโภคกลุ่มวีแกน ให้ความสำคัญกับการรักษ์โลก ต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และลดการทารุณกรรมสัตว์ ดังนั้นกลุ่มนี้จึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยสนับสนุนธุรกิจ

- เป็นธุรกิจร้านอาหารที่เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว (green economy) จากการใช้วัตถุดิบจากพืชเกษตรอินทรีย์ (Organic) จึงมีโอกาสดำเนินการสนับสนุนด้านสินเชื่อจากธนาคารในการพัฒนาธุรกิจได้ง่าย เนื่องจากมีหลายธนาคารที่ให้สินเชื่อกับโครงการธุรกิจรักษ์โลก

4. Threat (อุปสรรค)

- อาหารจากพืชเกษตรอินทรีย์ (Organic) ราคาค่อนข้างสูง จึงเป็นอุปสรรคด้านต้นทุน ที่อาจส่งผลให้ราคาอาหารของทางร้านสูง ดังนั้นทางร้านอาจต้องสร้างความสัมพันธ์อันดีกับแหล่งผลิต เพื่อให้เขาขายสินค้าในราคาที่ถูกลง

- ผู้บริโภคที่ดูแลสุขภาพมีหลากหลายกลุ่ม บางกลุ่มอาจไม่ชอบอาหารแนวนี้ เนื่องจากอาหารจากพืช บางอย่าง เช่น มันฝรั่ง ผัก มันทุกชนิด ผลไม้ที่มีแป้งและน้ำตาลสูง ถูกมองว่าทำร้ายสุขภาพ ทำให้น้ำตาลขึ้น ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว จำเป็นต้องให้ผู้เชี่ยวชาญให้ความรู้และสร้างการรับรู้ใหม่ในเรื่องอาหารจากพืช เพิ่มมากขึ้น

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's)

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดบริการ เพื่อใช้เป็นแนวในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารไทย อย่างยั่งยืน มีดังนี้

1. Product (สินค้าและบริการ)

ร้านอาหารที่เน้นพืชเป็นหลัก จากแหล่งเพาะปลูกที่ได้มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ (organic) ที่ใช้เครื่องปรุงรส organic รังสรรค์เป็นรายการอาหารที่หลากหลาย ในที่นี้จะขกกล่าวถึงเมนูอาหารไทยที่ใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก ที่ไม่ใช้อาหารแปรรูปจากพืช ไม่ใช้น้ำมันในการประกอบอาหาร ไม่มีส่วนผสมของเนื้อสัตว์ อาหารทะเล ไข่ และผลิตภัณฑ์จากนม โดยขอยกตัวอย่างอาหารคาวและอาหารหวานดังนี้

อาหารคาว

- เมนูจากผลไม้ เช่น ส้มตำไทย แกงเหลืองมะละกอ ผัดมะละกอใส่เต้าหู้ (ใช้น้ำเปล่าผัดแทนน้ำมัน) ยำมะม่วง สลัดผลไม้ เป็นต้น

- เมนูจากผัก เช่น ผัดผัก (ใช้น้ำเปล่าผัดแทนน้ำมัน) ยำผักหวาน แกงส้มผักรวม แกงเลียง ต้มยำเห็ด เป็นต้น

- เมนูจากผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองออร์แกนิก เช่น กระเพราเต้าหู้ คั่วกลิ้งเต้าหู้ เต้าหู้ผัดผักระหรือน้ำพริกอ่อนเต้าหู้ เทมเป้ลูกเขย เทมเป้หลอดเต้าเจี้ยว เป็นต้น

- เมนูจากพืชมีหัว เช่น ผัดผัทอง (ใช้น้ำเปล่าผัดแทนน้ำมัน) แกงจืดหัวไชเท้า มันฝรั่งอบสมุนไพร เป็นต้น

- เมนูผสมผสานผลิตภัณฑ์จากพืชหลากหลายกลุ่ม เช่น แกงกระหรี่ (ส่วนผสมสำคัญ ได้แก่ หอมใหญ่ แครอท พริกทอง แอปเปิ้ล มันฝรั่ง และ ผงกระหรี่) เต้าหู้ย่างใบชะพลู (ส่วนผสมสำคัญ ได้แก่ เต้าหู้ ใบชะพลู) ยำสลัดคินัว (ส่วนผสมสำคัญ ได้แก่ ผัก ผลไม้ คินัว) ข้าวกล้องอบเผือก (ส่วนผสมสำคัญ ได้แก่ ข้าวกล้อง เผือก) ซุปมะม่วง (มะม่วงสุก มันฝรั่ง นมพืช) เป็นต้น

อาหารหวานและเครื่องดื่ม

- เมนูจากผลไม้ เช่น เค้กกล้วยหอม (ใช้ข้าวโอ๊ตแทนแป้งสาลี) ข้าวเหนียวดำเปียกลำไย (ใช้ข้าวเหนียวดำ ถั่วดำ ลำไย นมถั่วพืช น้ำเชื่อมบัวหิมะหรืออินทผาตุ้ม) สแนกกล้วยกรอบ (นำไปอบในหม้อทอดไร้มัน) โยเกิร์ตสตอเบอรี่ (ใช้โยเกิร์ตนมพืช สตอเบอรี่) น้ำผลไม้ปั่นสด (ผลไม้ตามชอบ น้ำเปล่า) ชา

ผลไม้ (ผลไม้อบแห้งหรือผลไม้สด ผสมน้ำร้อนหรือน้ำอุณหภูมิห้อง) น้ำหมักผลไม้ (ส้ม มะนาว บลูเบอรี่ ผสมกัน น้ำเปล่า หมักอย่างน้อย 1 ชม.หรือมากกว่านี้) เป็นต้น

- เมนูจากพืชมีหัว เช่น ขนมพักทอง (พักทอง ข้าวโอ๊ต น้ำมะพร้าว เนื้อมะพร้าว) บวชเผือก หอมมณพีช (เผือกหอม นมพีช อินทผาลัม) หวานเย็นบัวหิมะ (บัวหิมะ น้ำเชื่อมบัวหิมะ) เป็นต้น

- เมนูผสมผสานผลิตภัณฑ์จากพืชหลายกลุ่ม เช่น มัฟฟินโอ๊ต (ใช้กล้วยน้ำว้า พักทอง แครอท หนึ่ง และข้าวโอ๊ต พร้อมธัญพืชและถั่วเปลือกแข็งต่างๆ) เต้าทึงเย็น (ใช้ลำไยแห้ง น้ำเชื่อมบัวหิมะ ธัญพืช ตามชอบ) ทาร์ตโยเกิร์ตบลูเบอรี่ (ใช้ถั่วลิสง โยเกิร์ตนมพีช บลูเบอรี่ ตกแต่งด้วยผลไม้) ซาลาเปาเย็น (ผลไม้แช่แข็ง โยเกิร์ตนมพีชสำหรับห่อผลไม้) เป็นต้น

- เมนูจากผลิตภัณฑ์ถั่วเหลืองออร์แกนิก เช่น โยเกิร์ตถั่วเหลือง น้ำเต้าหู้ เป็นต้น โดยเมนูจาก เต้าหู้ส่วนใหญ่จะถูกนำไปเป็นส่วนผสมสำหรับทำขนมหวานอื่น เช่น นำไปใช้แทนกะทิ เป็นต้น

2. Price (ราคา)

การกำหนดราคาขายอาหาร สามารถกำหนดได้หลายวิธี ในที่นี้ขอยกตัวอย่างการตั้งราคา 3 วิธี ดังนี้

- กำหนดราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน เป็นการกำหนดจากราคาต้นทุนและบวกเพิ่มกำไรที่ต้องการ ยกตัวอย่างเช่น อาหาร 1 จาน คิดเป็นต้นทุน 100 บาท และต้องการได้กำไร 20% ดังนั้นจะต้องตั้งราคา ขายจานละ 120 บาท เป็นต้น

- กำหนดราคาตามจิตวิทยา เป็นการกำหนดราคาโดยใช้จิตวิทยาเลขคี่ เพื่อให้ดึงดูดใจมากขึ้น จากตัวอย่างเดิม เมื่อได้ราคาขายต่อจาน 120 บาท อาจตั้งราคาขายใหม่เป็น 119 บาท เป็นต้น การตั้ง ราคาวิธีนี้จะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้าราคาไม่แพง

- กำหนดราคาสูง เป็นการกำหนดราคาสำหรับอาหารพิเศษของทางร้าน โดยมีการใช้วัตถุดิบและความใส่ใจในการปรุงอาหารในระดับพรีเมียม จนเป็นสินค้าชิกเนเจอร์ (signature) ของทางร้าน

การกำหนดราคาอาหาร จะกำหนดด้วยวิธีใดก็ตาม ทางร้านควรคำนึงถึงคุณค่าในสายตาของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยให้ผู้ประกอบการมองในมุมของลูกค้าเพื่อใช้กำหนดราคาสินค้า เพื่อให้ลูกค้ายอมรับ และซื้ออาหารที่ร้าน

3. Place (ช่องทางการจัดจำหน่าย)

ทำเลที่ตั้งร้านควรตั้งในบริเวณที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ควรมีช่องทางการจำหน่ายหลายช่องทาง เช่น แพลตฟอร์มดีลิเวอรี่ (delivery) การโทรสั่งสินค้า การสั่งออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ (website) หรือโซเชียลมีเดีย (social media) เป็นต้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากที่สุด

4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

ผู้ประกอบการสามารถใช้เครื่องมือส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ กระตุ้นให้เกิดการซื้อได้ ดังนี้

- การประชาสัมพันธ์ เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างการรับรู้ สร้างความสัมพันธ์อันดี และสร้างภาพลักษณ์ โดยทางร้านอาจใช้โซเชียลมีเดีย (social media) ลงรูปภาพร้าน บรรยากาศของร้าน รูปภาพอาหาร พร้อมคอนเทนต์ (Content) ที่โดนใจลูกค้า เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทางร้าน นอกจากนี้การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้าจะมีส่วนช่วยให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับร้านได้อีกด้วย

- โฆษณา เป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อโดยใช้สื่อ โดยทางร้านอาจใช้ผู้มีอิทธิพล (Influencer) ที่มีผู้ติดตามมากหรือกำลังได้รับความนิยมมาช่วยโปรโมทร้าน การสร้างเรื่องราวให้กับตราสินค้า (story branding) ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย (social media) จะมีส่วนช่วยให้ยอดขายเพิ่มมากขึ้น

- การส่งเสริมการขาย เป็นการใช้เครื่องมือ ลด แลก แจก แถม กระตุ้นให้เกิดการซื้อ โดยทางร้านควรจัดช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลพิเศษ การซื้อ 1 แถม 1 การแจกอาหารเมนูใหม่ให้ชิมฟรี การสะสมแต้มเพื่อแลกอาหารเมนูพิเศษ 1 จาน เป็นต้น

- การขายโดยใช้พนักงาน เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดการซื้อโดยใช้พนักงาน โดยทางร้านควรอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารแต่ละจาน เพื่อให้สามารถแนะนำรายการอาหารให้กับลูกค้าได้ นอกจากนี้ควรอบรมทักษะการขายและการบริการให้กับพนักงานทุกคน เพื่อให้เขาสามารถนำเสนอรายการอาหารได้โดนใจลูกค้าและให้บริการได้อย่างประทับใจ

- การตลาดทางตรง เป็นเครื่องมือการสื่อสารตัวต่อตัวกับลูกค้า ใช้ได้ทั้งการสร้างการรับรู้ การสร้างภาพลักษณ์ การสร้างความสัมพันธ์ และการกระตุ้นยอดขาย โดยใช้การตลาดทางไปรษณีย์ อีเมล โทรศัพท์ ออนไลน์ งานแสดงสินค้า และการตลาดแบบครอบคลุม ยกตัวอย่างเช่น ทางร้านส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ของทางร้านผ่านทางไปรษณีย์ไปยังกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุและกลุ่มคนที่ไม่ถนัดด้านเทคโนโลยี การส่งข้อมูลของทางร้านผ่านทางอีเมลล์และช่องทางโซเชียลมีเดีย (social media) ไปยังกลุ่มที่ถนัดเทคโนโลยี การออกบูธจำหน่ายอาหารตามงานแสดงสินค้า การจัดงานสัมมนาหรืออบรมให้ความรู้ด้านอาหารจากพืชเพื่อการดูแลสุขภาพ เป็นต้น

5. People (การบริหารบุคคล)

การบริหารบุคคล ควรเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกพนักงานที่มีใจรักบริการเข้ามาช่วยงานในร้าน รวมถึงการปลูกฝังพนักงานให้รักองค์กร การดูแลและใส่ใจพนักงานทุกคน ทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยให้การบริการลูกค้าดีเลิศ เกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการที่ร้านอาหารซ้ำในอนาคต รวมถึงการบอกต่อไปยังบุคคลอื่นให้มาใช้บริการที่ร้านอาหารของเรา นอกจากนี้การฝึกอบรมด้านต่างๆ เช่น การรับมือกับ

ลูกค้าและการจัดซื้อได้แย่ง จะช่วยให้พนักงานแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ รวมถึงควรให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับความรู้ด้านอาหารจากพืชเป็นหลัก (Whole Food Plant Based Diet) การอธิบายถึงส่วนประกอบและประโยชน์ของอาหารแต่ละจานที่เป็นรายการอาหารของทางร้าน จะช่วยให้พนักงานสามารถนำเสนออาหารให้ลูกค้าได้อย่างมีหลักการ สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในการบริโภคอาหารแต่ละจานได้มากขึ้นและช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารแต่ละจานได้อีกด้วย รวมถึงการประชุมทุกวันก่อนร้านเปิด จะเป็นส่วนช่วยให้ทุกคนได้รับข้อมูลที่อัปเดต เพื่อนำไปปฏิบัติหน้าที่ของตนเองได้ถูกต้องและอย่างเหมาะสมอีกด้วย

6. Process (กระบวนการให้บริการ)

กระบวนการให้บริการลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเข้าร้านจนกระทั่งออกจากร้าน จะต้องสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ เช่น ก่อนเข้ารับบริการ มีการแจ้งรายการอาหารเด่นประจำวัน การแจ้งโปรโมชั่น เพื่อให้ลูกค้าได้รู้ข้อมูลก่อนการเข้ารับประทานอาหารที่ร้าน นอกจากนี้การจองคิวผ่าน application หรือสั่งอาหารล่วงหน้า จะช่วยให้ลูกค้าไม่ต้องรออาหารนานเมื่อนั่งที่โต๊ะอาหาร ระหว่างเข้ารับบริการ มีพนักงานให้บริการในสัดส่วนที่เหมาะสมกับปริมาณลูกค้า พนักงานทุกคนมีความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารทุกจาน และเต็มใจให้บริการลูกค้าทุกคนด้วยความเสมอภาค หลังการรับบริการ มีการประเมินความพึงพอใจ เพื่อนำมาปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น

7. Physical Evidence (สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ)

การสร้างสภาพแวดล้อมภายในร้านที่ดี ถูกสุขลักษณะ การตกแต่งร้านที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ มีพื้นที่ให้ลูกค้าถ่ายรูป พนักงานมียูนิฟอร์ม จะเป็นส่วนช่วยให้ลูกค้าจดจำร้านได้ เช่น ตกแต่งร้านเป็นโทนสีเขียวน้ำตาล เน้นความร่มรื่นและความเป็นธรรมชาติภายในร้าน มีโซนนิทรรศการให้ความรู้เรื่องอาหารจากพืช โซนสอนปลูกผักและขายผักออร์แกนิก (Organic) มียูนิฟอร์มให้พนักงานมีใส่ เป็นต้น

สรุปผลการศึกษา

ไทยที่เน้นการใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก จึงเป็นตลาดที่และในอนาคตยังมีโอกาสเติบโตได้อีก โดยผู้ประกอบการควรเลือกวัตถุดิบจากพืชที่มาจากแหล่งเพาะปลูกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ มีรายการอาหารที่หลากหลาย เน้นความสวยงามของอาหารและการจัดจานที่สวยงาม การนำเสนอชื่อรายการอาหารที่แปลกใหม่และน่าสนใจ การกำหนดรายการอาหารที่เป็นซิกเนเจอร์ (signature) การจัดลำดับรายการอาหารยอดฮิตของทางร้าน การมีช่องทางกำลังซื้อสินค้าเดลิเวอรี่ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ และการให้ลูกค้าสามารถโทรสั่งสินค้าล่วงหน้าได้ การใช้การสื่อสารตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

การควรวัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้านให้ดี เพื่อให้เป็นร้านอาหารไทยเพื่อความยั่งยืน ช่วยส่งเสริมเรื่องของสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

โอกาสในการทำธุรกิจร้านอาหารไทยโดยใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลักอย่างยั่งยืน

การประกอบธุรกิจร้านอาหารไทยโดยใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก เป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินธุรกิจภายใต้แผนการพัฒนาโลกเพื่อความยั่งยืน (Sustainable Development Goals :SDGs) โดยช่วยส่งเสริมเรื่องของสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ดังนี้

1. ช่วยส่งเสริมเรื่องการรักษาสีเขียวและลดภาวะโลกร้อน เนื่องจากร้านอาหารประเภทนี้จะใช้ส่วนผสมในการทำอาหารที่มาจากพืชออร์แกนิกที่มีแหล่งผลิตได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล สามารถช่วยในเรื่องของการรักษาสีเขียวและลดภาวะโลกร้อนได้
2. ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ทุกคนมีสุขภาพที่ดี ห่างไกลจากโรค เนื่องจากอาหารจากพืชจะอุดมไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ สารอาหารต่างๆ มากมาย ที่ช่วยบำรุงสุขภาพให้แข็งแรง ช่วยป้องกันและบรรเทาโรคต่างๆ ได้
3. ช่วยให้เกิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ไม่มีการเบียดเบียนสัตว์ ลดการทารุณกรรมสัตว์ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่มีจากโรงงานปศุสัตว์

จากแผนการพัฒนาโลกเพื่อความยั่งยืน ส่งผลให้คนบางกลุ่มสนใจที่จะรับประทานอาหารจากพืชเพิ่มขึ้น โดยในปัจจุบันกลุ่มที่เน้นการบริโภคอาหารจากพืชเป็นหลัก ได้แก่ กลุ่มวีแกน กลุ่มรับประทานอาหารเจ กลุ่มมังสาวิริติ และ กลุ่มมังสาวิริติยืดหยุ่น เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และคาดการณ์ว่าในอนาคตจะมีผู้บริโภคอาหารจากพืชเพิ่มขึ้นจากการรับรู้ถึงประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ดังนั้นร้านอาหารไทยที่เน้นการใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก จึงเป็นตลาดที่น่าสนใจ มีคู่แข่งในตลาดนี้ไม่มาก และในอนาคตยังมีโอกาสเติบโตได้อีก ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจร้านอาหารไทย หรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจร้านอาหารไทยอยู่แล้วแต่ต้องการพัฒนาธุรกิจตนเองให้ตอบโจทย์กับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต

ข้อเสนอแนะ

แนวทางในการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยโดยใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลักอย่างยั่งยืน

ในที่นี้ขอแนะนำเสนอแนวทางการเป็นผู้ประกอบการร้านอาหารไทยโดยใช้วัตถุดิบจากพืชเป็นหลัก ไม่ใช้อาหารแปรรูปจากพืช เพื่อให้เกิดเป็นร้านอาหารสุขภาพ ห่างไกลโรค ช่วยลดการทำลายชีวิตสัตว์ ส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียวได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

1. เลือกวัตถุดิบจากพืชที่มาจากแหล่งเพาะปลูกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากในพื้นที่ที่ตั้งร้าน จากหน่วยงานในประเทศไทยและในระดับนานาชาติ เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจว่าอาหารทุกจานที่รับประทานจะปลอดภัยจากสารพิษ
2. มีรายการอาหารที่หลากหลาย เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้นการนำเสนอรายการอาหารที่หลากหลายจะช่วยให้ผู้บริโภคที่ชื่นชอบอาหารแตกต่างกันสามารถเลือกรับประทานอาหารที่ตนเองชื่นชอบได้
3. ความสวยงามของอาหารและการจัดจานที่สวยงาม แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจที่มีต่อผู้บริโภค มีส่วนช่วยสร้างความประทับใจ และอาจเกิดการสร้างภาพลักษณ์ให้กับร้านจากการบอกต่อของผู้บริโภคผ่านการโพสต์ภาพลงสื่อโซเชียล
4. การนำเสนอชื่อรายการอาหารที่แปลกใหม่และน่าสนใจ จะมีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการค้นหาและอยากลิ้มลองเมนูอาหารนั้น
5. ควรกำหนดรายการอาหารที่เป็นซิกเนเจอร์ ที่เป็นรายการอาหารพิเศษของทางร้าน เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอยากสั่งมาลิ้มลอง
6. ควรจัดลำดับรายการอาหารยอดฮิตของทางร้าน ที่มีคนสั่งจำนวนมาก เพื่อให้ผู้บริโภคใช้ตัดสินใจสั่งอาหารได้ง่ายขึ้นในกรณีที่เขาไม่รู้ว่าจะสั่งรายการอาหารอะไรในร้าน
7. ควรมีช่องทางการสั่งซื้อสินค้าเดลิเวอรี่ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ไม่สะดวกมาที่ร้านสามารถรับประทานอาหารได้
8. ควรให้ลูกค้าสามารถโทรสั่งสินค้าล่วงหน้าได้ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้ากลับบ้านโดยไม่ต้องมานั่งคอยที่ร้าน
9. ควรใช้การสื่อการตลาดทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น
10. ควรจัดการสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้านให้ดี มีสถานที่จอดรถเพียงพอให้กับลูกค้าที่ใช้บริการ ห้องน้ำสะอาด และพนักงานให้บริการในร้านมีความพร้อมบริการด้วยความเต็มใจ ยิ้มแย้ม และเป็นมิตรกับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค

บรรณานุกรม

- พุดดอกเดอริคิเชน. (2566). *ครัวพุดดอกเดอริคิ ทำอาหารจากพืช*. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/fooddoctorkitchen>
- ภิชิตา ดำรงศรีผล. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช*. (สารนิพนธ์ปริญญาการ
จัดการมหาบัณฑิต). นครปฐม: วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ยูนีลีเวอร์ ฟู้ด โซลูชันส์. (ม.ป.ป.). *10 วิธีที่ช่วยร้านอาหารปรับตัวสู่ความยั่งยืน*. เข้าถึงได้จาก <https://shorturl.asia/WrFcd>
- ศิรินุช เศรษฐพานิช. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารทางเลือกประเภทโปรตีนจากพืชในรูปแบบอาหารแห้ง-ขนม
ขบเคี้ยวสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์*. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(2),
412-428.
- อรวรา จีพัฒน์กุล. (2564). *ศีลธรรมและลัทธิความเชื่อในการไม่บริโภคเนื้อสัตว์บางชนิดของคนไทยบางกลุ่ม ถือเป็นตัวปิดกั้น
การทานเนื้อสัตว์ที่ทำมาจากพืช (Plant-based Meat) หรือไม่*. (สารนิพนธ์ปริญญาการการจัดการมหาบัณฑิต). นครปฐม:
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- Bansal, S., Connolly, M., & Harder, T. (2021). Impact of a whole-foods, Plant-Based nutrition intervention on patients
living with chronic disease in an underserved community. *American Journal of Lifestyle Medicine*, 16(3),
382-389. <https://doi.org/10.1177/15598276211018159>.
- Craig, W. J., Mangels, A. R., Fresán, U., Marsh, K., Miles, F. L., Saunders, A. V., ... Orlich, M. (2021). The safe
and effective use of plant-based diets with guidelines for health professionals. *Nutrients*, 13(11),
4144. <https://doi.org/10.3390/nu13114144>
- Future Market Insights. (2023). *Plant-based food market insights – sustainability & market expansion 2023 to
2033*. Retrieved from <https://www.futuremarketinsights.com/reports/plant-based-food-market>
- Ganguli, S. C., Russell, L. A., & Tsoi, K. S. (2022). Implementation of a whole food plant based diet in a food as
prevention program in a resource constrained environment. *Journal of Lifestyle Medicine*, 12, 148-52
<https://doi.org/10.15280/jlm.2022.12.3.148>
- Gibbs, J., & Cappuccio, F. P. (2022). Plant-based dietary patterns for human and planetary health. *Nutrients*,
14(8), 1614. <https://doi.org/10.3390/nu14081614>
- Greger, M. (2020). A whole food plant-based diet is effective for weight loss: The evidence. *American Journal of
Lifestyle Medicine*, 14(5), 500-510. <https://doi.org/10.1177/1559827620912400>
- Hardt, L., Mahamat-Saleh, Y., Aune, D., & Schlesinger, S. (2022). Plant-Based Diets and Cancer Prognosis: a
Review of Recent Research. *Current Nutrition Reports*, 11(4), 695–716.
<https://doi.org/10.1007/s13668-022-00440-1>
- Healthline. (2023). *What is a whole-foods, plant-based diet?*. Retrieved from
<https://www.healthline.com/nutrition/plant-based-diet-guide>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

- Lynch, H., Johnston, C., & Wharton, C. (2018). Plant-based diets: Considerations for environmental impact, Protein quality, and exercise performance. *Nutrients*, 10(12), 1841.
<https://doi.org/10.3390/nu10121841>
- Mahankali, S., Kalava, J., Garapati, Y., Domathoti, B., Maddumala, V., & Sundramurthy, V. P. (2022). A treatment to cure diabetes using plant-based drug discovery. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*. <https://doi.org/10.1155/2022/8621665>
- Medawar, E., Huhn, S., Villringer, A., & Witte, A. V. (2019). The effects of plant-based diets on the body and the brain: a systematic review. *Translational Psychiatry*, 9(226), <https://doi.org/10.1038/s41398-019-0552-0>
- Mia. (2023). *Vegen and vegetarian menu*. [Image]. Retrieved from <https://www.miarestaurantbkk.com/#menu>
- Molly Ally. (2023). *Our ice-cream flavors*. [Image]. Retrieved from <https://www.mollyally.com/menu>
- Moss, R., Barker, S., Falkeisen, A., Gorman, M., Knowles, S., & McSweeney, M. B. (2022). An investigation into consumer perception and attitudes towards plant-based alternatives to milk. *Food Research International*, 159, 111648. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.111648>
- Plant Aptitude. (2020). *WFPB vs veganism, What's the difference?*. Retrieved from <https://plantaptitude.com/articles/f/wfpb-vs-veganism-whats-the-difference>
- Pointke, M., Ohlau, M., Risius, A., & Pawelzik, E. (2022). Plant-based only: Investigating consumers' sensory perception, Motivation, and knowledge of different plant-based alternative products on the market. *Foods*, 11(15), 2339. <https://doi.org/10.3390/foods11152339>
- Sun, Z., Scherer, L., Tukker, A., Spawn-Lee, S. A., Bruckner, M., Gibbs, H. K., & Behrens, P. (2022). Dietary change in high-income nations alone can lead to substantial double climate dividend. *Nature Food*, 3, 29–37. <https://doi.org/10.1038/s43016-021-00431-5>
- T. Colin Campbell Center for Nutrition Studies. (n.d.). *Living a whole food, plant-based life*. Retrieved from <https://nutritionstudies.org/whole-food-plant-based-diet-guide/>
- USDA. (2023). *Thailand's food and restaurant trends in 2023*. Retrieved from <https://shorturl.asia/a5FYK>