

# 5 เทคนิค จับเทรนด์อาหารสู่การใช้งานจริง เพื่อผู้ประกอบการร้านอาหาร



หลังจากที่ได้นำทีมเซฟและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารมา เผย 5 เทรนด์อาหารแห่งปี ในงาน “Trend Watch Expo 2019 โดยยูนิลีเวอร์ ฟู้ดโซลูชันส์” เพื่อผู้ประกอบการร้านอาหารน้อยใหญ่ชาวไทยได้ไม่ตกขบวนจากเทรนด์โลกไปแล้ว ทว่าสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเอง คือการนำ “เทรนด์” มาต่อยอดให้เป็น “จริง” เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา มาวันนี้ยูนิลีเวอร์ ฟู้ดโซลูชันส์ จึงได้เปิดเผยเทคนิคสุดสร้างสรรค์ที่ผู้ประกอบการจะนำเอาเทรนด์ไปต่อยอดกับร้านอาหารของตนเอง ได้ง่ายๆ ดังนี้

## 1) นำ “ซาม” มาเป็นส่วนประกอบของเมนูอาหาร

จากเทรนด์ Food Bowl ที่เกิดจากกระแส #Bowl ในโซเชียลมีเดีย สู่อธิบายเชิงจิตวิทยาถึงการรับประทานอาหารใน “ซาม” โดยนักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด Charles Spence กล่าวว่า “ความมหัศจรรย์ขณะที่ผู้คนโอบอุ้มภาชนะซามที่มีน้ำหนักในมือ สมองจะจินตนาการไปถึงความอร่อยล่วงหน้าแล้ว ประสาทสัมผัสจะทำงานเต็มที่ ประกอบกับกลิ่นหอมจากเครื่องปรุงที่ส่งกลิ่นเข้มข้น เสริมให้ต่อมรับรู้ทำงาน ทำให้เกิดเป็นความอร่อยล้ำกว่าเดิม”

จะเห็นได้ว่านอกจากเมนูอาหารในซามที่เราคุ้นเคยอย่าง ก๋วยเตี๋ยว สุกี้ หรือราเมนแล้ว ยังจะได้เห็นเมนูข้าวหน้าต่างๆ หรือ สลัด แปลงร่างมาอยู่ในซามกันมากขึ้น สำหรับร้านอาหารสามารถประยุกต์เมนูซามอาหาร เริ่มจากการเปลี่ยนเมนูบางอย่างมาอยู่บนภาชนะดังกล่าว เลือกเอาเมนูที่จะอร่อยยิ่งขึ้นถ้าคลุกเคล้าให้เข้ากัน เช่น สลัดต่างๆ หรืออาหารรสชาติกลางๆ เพื่อให้ส่วนโค้งเว้าของซามโอบกั้นอะโรมาของอาหาร โดยที่ลูกค้าเองไม่จำเป็นต้องปรุงรสเพิ่ม ซึ่งนอกจากจะเสริมเรื่องรสชาติอาหารแล้ว การนำเอาซามมาเป็นภาชนะยังสร้างความรู้สึกถึงความเป็นกันเอง และผ่อนคลายให้แก่การรับประทานอาหารในมือนั้นๆ อีกด้วย

## 2) จับวัตถุดิบท้องถิ่น/ตามฤดูกาลมาสร้างสรรค์เมนูใหม่

กระแสการใช้ชีวิตวิถีถิ่นนั้นมีผลต่อการสร้างสรรค์เมนูอาหาร กลายเป็นเทรนด์อาหาร “Local Table” การนำเอาวัตถุดิบท้องถิ่นมาชูเป็นจุดแข็งด้านอาหารสุขภาพ และความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน ข้อได้เปรียบของการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นคือการได้ความสดใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเมนูอาหารได้ด้วยการบอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น

เพิ่มเติม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบในการนำไปใช้จริงได้ดังนี้

- **LOCALLY GROWN PRODUCED** เลือกใช้วัตถุดิบที่เลี้ยงปลูกหรือ ผลิตในท้องถิ่น อาจเลือกซื้อจากฟาร์มที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทำให้ได้วัตถุดิบ สดใหม่ และยังเป็น การสนับสนุนเศรษฐกิจ ท้องถิ่นอันจะนำไปสู่ความยั่งยืน และกินดีอยู่ดีของเกษตรกรอีกด้วย
- **HYPER-LOCAL FOODS** “ผักสวนครัวรั้วกินได้” แนวคิดของร้านอาหารที่ออกแบบพื้นที่สำหรับผลิตวัตถุดิบเองในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น บนดาดฟ้าของตึก หรือสวนผักที่อยู่ข้างๆ ร้าน แนวคิดนี้ร้านอาหารสามารถเพิ่มความน่าสนใจ ด้วยการตกแต่งร้านโดยวัตถุดิบดังกล่าวที่พร้อมจะหยิบจับไปปรุงเป็นเมนูประจำร้าน
- **ARTISAN FOODS** การปรุงอาหารด้วยสองมือ หรือ hand-crafted food ซึ่งเน้นการผลิตในจำนวนจำกัด ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง หรือเลือกจากที่มีตามฤดูกาลโดยเฉพาะ เมนูยอดฮิตที่นิยมผลิตมักจะเป็นอาหารตะวันตก เช่น ไอศกรีม ชีส และเบคอน แต่สำหรับประเทศไทยสามารถทำเมนูขนมหวาน หรือใช้การถนอมอาหารมาช่วยได้
- **HOMEMADE DESSERT** สำหรับร้านอาหารที่มีเมนูเบเกอรี่ หรือขนมหวาน หากมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ สามารถปรับลดต้นทุนในการผลิต ด้วยการเลือกซื้อขนมโฮมเมดจากผู้ผลิตภายในท้องถิ่นได้เช่นกัน

### 3) สร้างสรรค์ประสบการณ์สัมผัส

ด้วยแนวคิดหลักที่จะผสมผสานผัสสะรอบตัว ตั้งแต่รูป รส กลิ่น เสียง ไปจนถึงน้ำหนักของอุปกรณ์ที่อยู่บนโต๊ะอาหาร เพื่อลวงสมองให้คิดถึงรสชาติอร่อยล้ำ ความสำคัญของการปรับเทรนด์ Multisensory Experience ขึ้นอยู่กับ การออกแบบการนำเสนออาหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดเรื่องราวในมืออาหาร และเปิดประสาทสัมผัสของลูกคำให้ได้ รับอย่างง่ายดาย

สำหรับร้านอาหารที่ยังไม่มีต้นทุนมากนัก อาจเลือกนำเสนอผัสสะพื้นฐานอย่าง รูป รส กลิ่น เสียง ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม เช่น การใช้ภาชนะชามเสิร์ฟอาหารโดย ออกแบบให้ลูกค้าต้องโอบอุ้มชาม อาหารพร้อมเปิดเพลงคลอเบา เพราะน้ำหนักของชาม ความอุ่นในมือจากอาหารกลิ่นอะโรมาบอวลกรุ่นในภาชนะ และเพลงที่เปิดจะเร้าประสาทสัมผัสให้ สมองจินตนาการว่าอาหารมีรสอร่อย หรือเพิ่มสัมผัสของรสชาติอาหารได้ง่ายๆ ด้วยการเติมส่วนประกอบที่พิเศษ เช่น การเติมผงไข่เค็มให้กับเมนูอาหารทอด ที่ทำให้ได้รับรสชาติความเค็มเฉพาะตัวของไข่เค็มและสัมผัสกรุบๆ ในปากไปพร้อมกัน

### 4) เพิ่มเมนูจากพืชดีต่อกายและใจ

แนวโน้มการเติบโตของการบริโภคโปรตีนจากพืช (Plant-Based Protein) ทำให้ Plant-Based Food หรืออาหารจากพืชได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับกระแสการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ และเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ

ร้านอาหารสามารถสร้างสรรค์เมนูได้มากมายจากวัตถุดิบดังกล่าว เพียงแค่เพิ่มตัวเลือกในเมนูที่มีอยู่ด้วยการปรับใช้โปรตีนจากพืช อาทิ ถั่วเปลือกนิ่ม ถั่วเปลือกแข็ง เห็ด คิวโนว ข้าวกล้อง เพิ่มเติมจากการใช้ถั่วเหลืองที่หลายคนคุ้นชิน มาประยุกต์เป็นเมนูอาหารหลัก ขณะเดียวกันยังสามารถจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการทางเมนูโปรตีนจากพืช หรือเพิ่มเมนูพิเศษในไลน์อัพเฟด นอกจากนี้จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้เมนูแล้วยังจะได้ลูกค้ากลุ่มมั่งสรีรติอีกด้วย

#### 5) ใช้ “ชา” เมนูเครื่องดื่มเพิ่มมูลค่าในมืออาหาร

ความนิยมในการดื่มชายังคงแรงต่อเนื่อง จากเทรนด์ของการดื่มชาพบว่า การดื่มชาของผู้บริโภคนั้น มีวิถีที่ต่างกันไปได้แก่

- ชารสชาติโดดเด่นชัดเจน (BOLD FLAVOURS) ตอบโจทย์ลูกค้าที่ต้องการเลี้ยงเครื่องดื่มผสมน้ำตาล แต่ต้องการรสชาติ และความหอมกลมกล่อมของชา
- ชาเพิ่มกำลัง (POWER TEA) ชาที่เบลนด์จากส่วนผสมชั้นยอดจากธรรมชาติ เดิมต่อยอดด้วยสารอาหาร วิตามิน ลงไปในตัวชา ซึ่งเป็นการยกระดับ และเพิ่มลูกเล่นให้เป็นอีกทางเลือกของการดื่มชา
- ชาเพื่อสุขภาพ (HEALTHY GUT) ร่างกายจะได้รับประโยชน์จากการดื่มชามากกว่า หากชงชาด้วยน้ำร้อน เนื่องจากจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายผ่านการหมักใบชา นั้นจะทำงานได้ดี ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์รักสุขภาพของผู้บริโภคอีกด้วย
- ชาสำหรับผ่อนคลาย (TIME TO RELAX) การนำส่วนผสมอื่นมาปรุงให้เกิดรสชาติแปลกใหม่ และสามารถใช้เทคนิค Storytelling บรรยายความรู้แก่ลูกค้าเรื่องกลิ่นและส่วนผสมที่สำคัญ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงชาและประโยชน์ของเครื่องดื่มนั้นๆ
- ชาแห่งความพิถีพิถัน (CRAFTED TEA) สร้างความแปลกใหม่ให้รสชาติชา อาทิ การใช้ชาเป็นเบสในการชงค็อกเทล หรือมีอกเทล หรือเพิ่มลูกเล่นด้วยการใส่ไข่มุกสตูดิวด หรือท้อปปิ้งอื่นๆ ที่เสริมประสบการณ์สัมผัสใหม่ๆ ก็จะทำให้ชาเป็นเครื่องดื่มที่มากกว่าความสดชื่น

สำหรับร้านอาหารสามารถหยิบเอาเทรนด์ชามาบรรจุเป็นเครื่องดื่มประจำร้าน เพิ่มความน่าสนใจด้วยการบอกเล่าเรื่องราวการเดินทางของชามายังร้าน หรือใส่เรื่องราวการคัดสรรใบชาจากแหล่งต่างๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มที่น่าสนใจ หรือนำใบชามาสร้างสรรค์เป็นเมนูเบเกอรี่ได้ เช่น นำชาคาโมมายล์มาผสมในเค้ก เพิ่มกลิ่นและรสชาติของดอกคาโมมายล์ให้น่าลิ้มลองมากขึ้น สำหรับร้านอาหารขนาดใหญ่หรือโรงแรมเองก็สามารถจับเทรนด์ผสมความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นเมนู Afternoon Tea โดยผสม Crafted Tea กับความประณีตในการชง หรือชนิดของใบชามาเป็นจุดขาย หรือจัดโปรโมชั่นดื่มชาสุขภาพเพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคที่รักสุขภาพด้วยก็ดีไม่น้อย

ไม่ว่าคุณจะเป็นเจ้าของธุรกิจอาหารขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ เมื่อผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องขยับ

ตัวให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลง สามารถติดตามและค้นหาเทคนิคที่จะปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์ได้ทาง Facebook:  
มือโปรความอร่อย หรือ LINE @ufsthailand