5 เทคนิค จับเทรนด์อาหารสู่การใช้งานจริง เพื่อผู้ประกอบการร้านอาหาร

หลังจากที่ได้นำทีมเชฟและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารมา เผย 5 เทรนด์อาหารแห่งปี ในงาน “Trend Watch Expo 2019 โดยยูนิลีเวอร์ ฟู้ดโซลูชั่นส์” เพื่อผู้ประกอบการร้านอาหารน้อยใหญ่ชาวไทยได้ไม่ตกขบวนจากเทรนด์โลกไปแล้ว ทว่าสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหารเอง คือการนำ “เทรนด์” มาต่อยอดให้เป็น “จริง” เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจให้อยู่รอด และสามารถแข่งขันได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา มาวันนี้ยูนิลีเวอร์ ฟู้ดโซลูชั่นส์ จึงได้เปิดเผยเทคนิคสุดสร้างสรรค์ที่ผู้ประกอบการจะนำเอาเทรนด์ไปต่อยอดกับร้านอาหารของตนเองได้ง่ายๆ ดังนี้

1) นำ “ชาม” มาเป็นส่วนประกอบของเมนูอาหาร

จากเทรนด์ Food Bowl ที่เกิดจากกระแส #Bowl ในโซเชียลมีเดีย สู่การอธิบายเชิงจิตวิทยาถึงการรับประทานอาหารใน “ชาม” โดยนักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยออกซ์ฟอร์ด Charles Spence กล่าวว่า “ความมหัศจรรย์ขณะที่ผู้คนโอบอุ้มภาชนะชามที่มีน้ำหนักในมือ สมองจะจินตนาการไปถึงความอร่อยล่วงหน้าแล้ว ประสาทสัมผัสจะทำงานเต็มที่ ประกอบกับกลิ่นหอมจากเครื่องปรุงที่ส่งกลิ่นเข้มข้น เสริมให้ต่อมรับรู้ทำงาน ทำให้เกิดเป็นความอร่อยล้ำกว่าเดิม”

จะเห็นได้ว่านอกจากเมนูอาหารในชามที่เราคุ้นเคยอย่าง ก๋วยเตี๋ยว สุกี้ หรือราเมนแล้ว ยังจะได้เห็นเมนูข้าวหน้าต่างๆ หรือ สลัด แปลงร่างมาอยู่ในชามกันมากขึ้น สำหรับร้านอาหารสามารถประยุกต์เมนูชามอาหาร เริ่มจากการเปลี่ยนเมนูบางอย่างมาอยู่บนภาชนะดังกล่าว เลือกเอาเมนูที่จะอร่อยยิ่งขึ้นถ้าคลุกเคล้าให้เข้ากัน เช่น สลัดต่างๆ หรืออาหารรสชาติกลางๆ เพื่อให้ส่วนโค้งเว้าของชามโอบกลิ่นอะโรมาของอาหาร โดยที่ลูกค้าเองไม่จำเป็นต้องปรุงรสเพิ่ม ซึ่งนอกจากจะเสริมเรื่องรสชาติอาหารแล้ว การนำเอาชามมาเป็นภาชนะยังสร้างความรู้สึกถึงความเป็นกันเองและผ่อนคลายให้แก่การรับประทานอาหารในมื้อนั้นๆ อีกด้วย

2) จับวัตถุดิบท้องถิ่น/ตามฤดูกาลมาสร้างสรรค์เมนูใหม่

กระแสการใช้ชีวิตวิถีถิ่นนั้นมีผลต่อการสร้างสรรค์เมนูอาหาร กลายเป็นเทรนด์อาหาร “Local Table” การนำเอาวัตถุดิบท้องถิ่นมาชูเป็นจุดแข็งด้านอาหารสุขภาพ และความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน ข้อได้เปรียบของการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นคือการได้ความสดใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเมนูอาหารได้ด้วยการบอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น

เพิ่มเติม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบในการนำไปใช้จริงได้ดังนี้

• LOCALLY GROWN PRODUCED เลือกใช้วัตถุดิบที่เลี้ยงปลูกหรือ ผลิตในท้องถิ่น อาจเลือกซื้อจากฟาร์มที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทำให้ได้วัตถุดิบ สดใหม่ และยังเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจ ท้องถิ่นอันจะนำไปสู่ความยั่งยืนและกินดีอยู่ดีของเกษตรกรอีกด้วย

• HYPER-LOCAL FOODS “ผักสวนครัวรั้วกินได้” แนวคิดของร้านอาหารที่ออกแบบพื้นที่สำหรับผลิตวัตถุดิบเองในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น บนดาดฟ้าของตึก หรือสวนผักที่อยู่ข้างๆ ร้าน แนวคิดนี้ร้านอาหารสามารถเพิ่มความน่าสนใจด้วยการตกแต่งร้านโดยวัตถุดิบดังกล่าวที่พร้อมจะหยิบจับไปปรุงเป็นเมนูประจำร้าน

• ARTISAN FOODS การปรุงอาหารด้วยสองมือ หรือ hand-crafted food ซึ่งเน้นการผลิตในจำนวนจำกัด ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง หรือเลือกจากที่มีตามฤดูกาลโดยเฉพาะ เมนูยอดฮิตที่นิยมผลิตมักจะเป็นอาหารตะวันตก เช่น ไอศกรีม ชีส และเบคอน แต่สำหรับประเทศไทยสามารถทำเมนูขนมหวาน หรือใช้การถนอมอาหารมาช่วยได้

• HOMEMADE DESSERT สำหรับร้านอาหารที่มีเมนูเบเกอรี หรือขนมหวาน หากมีข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ สามารถปรับลดต้นทุนในการผลิต ด้วยการเลือกซื้อขนมโฮมเมดจากผู้ผลิตภายในท้องถิ่นได้เช่นกัน

3) สร้างสรรค์ประสบการณ์สหผัสสะ

ด้วยแนวคิดหลักที่จะผสมผสานผัสสะรอบตัว ตั้งแต่รูป รส กลิ่น เสียง ไปจนถึงน้ำหนักของอุปกรณ์ที่อยู่บนโต๊ะอาหาร เพื่อลวงสมองให้คิดถึงรสชาติอร่อยล้ำ ความสำคัญของการปรับเทรนด์ Multisensory Experience ขึ้นอยู่กับการออกแบบการนำเสนออาหารที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดเรื่องราวในมื้ออาหาร และเปิดประสาทสัมผัสของลูกค้าให้ได้รับอย่างง่ายดาย

สำหรับร้านอาหารที่ยังไม่มีต้นทุนมากนัก อาจเลือกนำเสนอผัสสะพื้นฐานอย่าง รูป รส กลิ่น เสียง ให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม เช่น การใช้ภาชนะชามเสิร์ฟอาหารโดย ออกแบบให้ลูกค้าต้องโอบอุ้มชาม อาหารพร้อมเปิดเพลงคลอเบา เพราะน้ำหนักของชาม ความอุ่นในมือจากอาหารกลิ่นอะโรมาอบอวลกรุ่นในภาชนะ และเพลงที่เปิดจะเร้าประสาทสัมผัสให้สมองจินตนาการว่าอาหารมีรสอร่อย 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 ควินัว ข้าวกล้อง เพิ่มเติมจากการใช้ถั่วเหลืองที่หลายคนคุ้นชิน มาประยุกต์เป็นเมนูอาหารหลัก ขณะเดียวกันยังสามารถจัดโปรโมชั่นเพื่อส่งเสริมการทางเมนูโปรตีนจากพืช หรือเพิ่มเมนูพิเศษในไลน์บุฟเฟต์ นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้เมนูแล้วยังจะได้ลูกค้ากลุ่มมังสวิรัติเพิ่มด้วย

5) ใช้ “ชา” เมนูเครื่องดื่มเพิ่มมูลค่าในมื้ออาหาร

ความนิยมในการดื่มชายังคงแรงต่อเนื่อง จากเทรนด์ของการดื่มชาพบว่า การดื่มชาของผู้บริโภคนั้น มีวิถีที่ต่างกันไป ได้แก่

• ชารสชาติโดดเด่นชัดเจน (BOLD FLAVOURS) ตอบโจทย์ลูกค้าทีต้องการเลี่ยงเครื่องดื่มผสมน้ำตาล แต่ต้องการรสชาติ และความหอมกลมกล่อมของชา

• ชาเพิ่มกำลัง (POWER TEA) ชาที่เบลนด์จากส่วนผสมชั้นยอดจากธรรมชาติ เติมต่อยอดด้วยสารอาหาร วิตามินลงไปในตัวชา ซึ่งเป็นการยกระดับ และเพิ่มลูกเล่นให้เป็นอีกทางเลือกของการดื่มชา

• ชาเพื่อสุขภาพ (HEALTHY GUT) ร่างกายจะได้รับประโยชน์จากการดื่มชามากกว่า หากชงชาด้วยน้ำร้อน เนื่องจากจุลินทรีย์ทีมีประโยชน์ต่อร่างกายผ่านการหมักใบชานั้นจะทำงานได้ดี ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์รักสุขภาพของผู้บริโภคอีกด้วย

• ชาสำหรับผ่อนคลาย (TIME TO RELAX) การนำส่วนผสมอื่นมาปรุงให้เกิดรสชาติแปลกใหม่ และสามารถใช้เทคนิค Storytelling บรรยายความรู้แก่ลูกค้าเรื่องกลิ่นและส่วนผสมที่สำคัญ เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงชาและประโยชน์ของเครื่องดื่มนั้นๆ

• ชาแห่งความพิถีพิถัน (CRAFTED TEA) สร้างความแปลกใหม่ให้รสชาติชา อาทิ การใช้ชาเป็นเบสในการชงค็อกเทล หรือม็อกเทล หรือเพิ่มลูกเล่นด้วยการใส่ไข่มุกสุดฮิต หรือท้อปปิ้งอื่นๆ ที่เสริมประสบการณ์สัมผัสใหม่ๆ ก็จะทำให้ชานั้นเป็นเครื่องดื่มที่มากกว่าความสดชืน

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

ไม่ว่าคุณจะเป็นเจ้าของธุรกิจอาหารขนาดเล็ก กลาง หรือใหญ่ เมื่อผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องขยับ

ตัวให้เท่าทันความเปลี่ยนแปลง สามารถติดตามและค้นหาเทคนิคที่จะปรับเปลี่ยนไปตามเทรนด์ได้ทาง Facebook: มือโปรความอร่อย หรือ LINE @ufsthailand