

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การผสมผสานสูตรอาหารใหม่ ทูน่าคัมย่ำแซนวิส เกิดจากนโยบายของบริษัทฯ ที่ผ่านมา โดยคิดค้นอาหารที่มีการผสมผสานระหว่างวัตถุดิบและสไตล์อาหารตั้งแต่ 2 สัญชาติขึ้นไป เรียกว่า “อาหารฟิวชัน” (Fusion Food) ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลของ รายการอาหารที่ได้รับความนิยมของลูกค้า ที่จะสามารถนำมาผสมผสานกับอาหารไทยให้เกิดรายการอาหารใหม่ๆ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับทางร้านได้ ผู้ศึกษาได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบริโภคนิสัยและการบริโภคอาหาร
- 2.2 บทความเรื่อง ‘อาหารฟิวชัน’ (Fusion Food)
- 2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่อง การเปิดร้านอาหารฟิวชัน
- 2.4 บทความเรื่อง ร้าน โอปองแปง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับบริโภคนิสัยและการบริโภคอาหาร

มนัส ฉายาวิจิตรศิลป์ (2536) กล่าวว่าไว้ว่า ตรายใดที่มนุษย์ต้องรับประทานร่วมกับผู้อื่นหรือกลุ่มคนที่ต้องอยู่ร่วมกันและมีความสัมพันธ์ต่อกัน มนุษย์จำเป็นจะต้องดำเนินชีวิตและพฤติกรรม การบริโภคที่เป็นไปตามสภาพสังคมและวัฒนธรรมซึ่งกำหนดวงจรของอาหารนับตั้งแต่การทำให้เกิดมีอาหาร จนถึงสภาพอาหารหมดสิ้นไปด้วยการบริโภคหรือแจกจ่ายซื้อขาย

- บริโภคนิสัย (Food habits) ลักษณะและการกระทำซ้ำซากซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำด้วยความตั้งใจสืบต่อเนื่องกันมาเป็นเวลานานเพื่อให้การรับประทานอาหารของบุคคลนั้นบรรลุถึงความประสงค์ทางอารมณ์และสังคม

- พฤติกรรมบริโภคอาหาร การประพฤติปฏิบัติที่เคยชินในการรับประทานอาหาร ได้แก่ ชนิดของอาหาร การกำหนดว่าจะรับประทานอาหารหรือไม่รับประทานอาหารอะไร จำนวนมือที่รับประทานอาหาร อุปกรณ์ที่ใช้รวมทั้งสุนิสัยในการรับประทานอาหารด้วย

พฤติกรรมการกินใดๆ ส่วนถูกกำหนดโดยความเอื้ออำนวยของทรัพยากรอาหารในท้องถิ่น (Behavior setting) พฤติกรรมการกินของชุมชนหนึ่งย่อมแตกต่างไปจากอีกชุมชนหนึ่งที่มีสิ่งแวดล้อมหรือรากเหง้าที่ต่างกันเช่น คนไทยกินข้าว คนฝรั่งกินขนมปัง คนเหนือกินถั่วเน่า คนใต้กินสะตอ พฤติกรรมที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมที่คล้ายกันมิได้หมายความว่า จะมีพฤติกรรมการกินที่เหมือนกันเพราะพฤติกรรมการกินเหล่านั้นต้องผ่านระดับ “กลา” หรือผ่านการปรับแต่งจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ของชุมชนนั้นจนกลายเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นประเพณี

วัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นซึ่งอาจแตกต่างกัน หรือคล้ายกับท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีสิ่งแวดล้อมคล้ายกันเช่น ลาบเหนือ กับ ลาบอีสาน น้ำพริกหนุ่ม (ภาคเหนือ) กับน้ำพริกเผา (ภาคกลาง) ข้าวเหนียวกับข้าวเจ้า

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหาร

- ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ

- ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ

- ปัจจัยแวดล้อมทางสังคม ลักษณะของสังคมชนบทและสังคมเมือง เศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว รายได้ของครอบครัว อาชีพของพ่อแม่ ระดับการศึกษาของพ่อแม่ ขนาดของครอบครัว การประกอบอาหารในครอบครัว

- **ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Factor)** สภาพทางภูมิศาสตร์ของชุมชนได้แก่ ดิน น้ำภูมิอากาศ จะเป็นตัวกำหนดชนิดของอาหารทั้งพืชและสัตว์ที่สามารถผลิต หรือหาได้ในชุมชนนั้นๆ เช่น ชุมชนที่อยู่ใกล้แม่น้ำ หรือทะเล จะหาอาหารได้จากการประมง เป็นต้น โดยชนิดของพืชและสัตว์ในแต่ละท้องถิ่นจะเป็นเครื่องกำหนดแบบแผนของลักษณะอาหารที่บริโภค ปัจจัยทางกายภาพมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกินอาหารของคนในชุมชน ดังนั้น ความแตกต่างของลักษณะทางกายภาพย่อมจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการบริโภคของคนในท้องถิ่นนั้นๆ

- **ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพ (Biological Factor)** หมายถึง ชนิดและปริมาณของสารอาหารที่ร่างกายต้องการตามสภาวะของร่างกาย เช่น สภาวะการตั้งครรภ์ อายุ เพศ วัย ความเจ็บป่วย ชนิดของยาที่กิน การทำงานของอวัยวะในร่างกาย เช่น การย่อย การดูดซึมอาหาร เป็นต้น อายุและเพศที่แตกต่างกันทำให้ความต้องการของสารอาหารแตกต่างกัน ผู้ชายจะมีความต้องการพลังงานจากอาหารและสารอาหารต่างๆ สูงกว่าผู้หญิงในอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน ความต้องการอาหารของคนขึ้นอยู่กับความเปลี่ยนแปลงของร่างกายตั้งแต่เกิดเป็นทารกจนถึงวัยชรา ระยะที่ร่างกายเปลี่ยนแปลงเป็นสาเหตุที่คนเรามีความต้องการอาหารที่ต่างกัน ดังนั้น ปัจจัยแวดล้อมทางชีวภาพจึงมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคของแต่ละบุคคลในแต่ละวัย

- **ปัจจัยทางสังคม (Social Factor)** ลักษณะของสังคมชนบทและสังคมเมือง เศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว รายได้ของครอบครัว อาชีพของพ่อแม่ ระดับการศึกษาของพ่อแม่ ขนาดของครอบครัว การประกอบอาหารในครอบครัว

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเฟลค (Fleck, 1981) ได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลการบริโภคไว้ดังนี้ 1. กลุ่มเพื่อน บุคคลสำคัญ บุคคลสาธารณะ เช่น เมื่อมีนักกีฬาหรือดารานิยมชมชอบอาหารประเภทนั้นๆ ก็จะเกิดพยายามเลียนแบบอย่างร่วมกับกลุ่มเพื่อน 2. สื่อมวลชน มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้ออาหารมาบริโภค โดยเฉพาะเด็กและวัยรุ่นจะนิยมซื้ออาหารที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ 3. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นสิ่งสำคัญและมีอิทธิพลต่อการบริโภค โดยเฉพาะอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นที่มีราคาถูกลงกว่าอาหารที่นำมาจากทางไกลแต่อาหารบาง

ชนิดผู้ผลิตอาจนำไปขายที่อื่น เพราะได้ราคาแพงกว่าอาจทำให้คนในท้องถิ่นไม่ได้รับประทานในราคาที่ถูกความเชื่อเกี่ยวกับอาหาร

2.2 “อาหารฟิวชั่น” (Fusion Food)

ปัทมาภรณ์ ทองศักดิ์สิทธิ์ (2557) กล่าวไว้ว่า “ฟิวชั่น” (Fusion) มาจากรากศัพท์ของคำกริยาว่า “ฟิวส์” (Fuse) หมายถึงการรวมเข้าไว้ด้วยกัน ในทางดนตรี ฟิวชั่น จึงหมายถึงการรวมของแนวดนตรี 2 แนวขึ้นไป และยิ่งไปกว่าการฟิวชั่นทางดนตรีมา พ.ศ.นี้ยังเกิดการฟิวชั่นในทางอาหารขึ้นซึ่งแน่นอนว่าน่าจะสร้างความสับสนไม่รู้จบ ‘อาหารฟิวชั่น’ (Fusion Food) เป็นการปะทะกันทางอารยธรรมของอาหารนานาชาติ โดยใช้ความสร้างสรรค์ของมนุษย์เพื่อเรียกร้อยวัฒนธรรมความอร่อยจากต่างที่ต่างถิ่นให้เชื่อมเข้าหากัน ในความหมายคือ การนำวัตถุดิบที่แตกต่างไม่ว่าจะด้านรสชาติ ถิ่นกำเนิด หรือประเภทอาหารคาว-หวาน มาผสมผสานคลุกเคล้าให้เข้ากันอย่างดี มีทั้งอาหารตะวันตกที่นำมาปรุงกับเครื่องเทศหรือวัตถุดิบจากโลกตะวันออก เช่น จิง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด และการนำอาหารตะวันออกมาจัดจานมาผสมผสานกันอาหารนานาชาติ โดยมี ชีส อเมริกาโน่ โรสแมรี่ หรซอสครีมขาว เป็นสื่อกลาง ซึ่งถือเป็นการสะท้อนถึงรสชาติของอาหารตามแบบคนเอเชีย รวมทั้งความงามของสีสันอาหาร ในขณะเดียวกันก็ได้แสดงทักษะการประดิษฐ์ตกแต่งอาหารอย่างสวยงามแบบเลิศๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้าที่แตกต่างกัน และหลากหลายในด้านวัฒนธรรมการทานอาหาร พร้อมทั้งการปรุงอาหาร ร้านอาหารแนวฟิวชั่นฟู๊ดเป็นเทรนด์ซึ่งเกิดขึ้นในอเมริกา ยุโรป และแพร่หลายเข้ามาในเอเชียด้วยระยะเวลาอันรวดเร็ว ถือเป็นร้านอาหารที่ไม่ใช่แค่การมานั่งรับประทานอาหาร แต่เป็นที่พบปะสังสรรค์ ริแลกซ์ โดยจะใช้รูปแบบของการดีไซน์และบรรยากาศในร้านมาเป็นตัวดึงดูด ถือเป็นแนวคิดใหม่ในการทำร้านอาหารที่ต้องการสร้างแรงดึงดูดจากอาหารที่เกิดจากความแตกต่างด้านวัฒนธรรม การมารับประทานอาหารที่ร้านอาหารแนวนี้ไม่ได้เพียงมาชิมรสชาติของอาหารเท่านั้น แต่อาจเรียกได้ว่าเป็นมาชิดกับบรรยากาศที่อบอุ่นตามประสาวงศ์ที่เรียกตัวเองว่า คนมีรสนิยม การเกิดขึ้นของร้านในรูปแบบนี้ มาจากพฤติกรรมของคนทำงานทั่วโลก โดยเฉพาะผู้หญิงที่เวลาทำงานจะทำอย่างหนักเพื่อหาเงินและเมื่อถึงเวลาผ่อนคลายหรือพักผ่อนก็จะพักผ่อนแบบเต็มที่ เป็นการเน้นเรื่องไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่จะดีไซน์ร้านให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของคนในพื้นที่เป็นหลัก

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่อง การเปิดร้านอาหารฟิวชั่น

นางสาวปัทมาภรณ์ ทองศักดิ์สิทธิ์ (2557) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดร้านอาหารฟิวชั่นมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟิวชั่นประชากรในการศึกษาคือผู้บริโภคอาหารฟิวชั่นเลือกตัวอย่างจำนวน 50 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและนำข้อมูลที่รวบรวมได้ประมวลผลใช้ค่าสถิติร้อยละและค่าเฉลี่ยจาก

การพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 74 สถานะภาพโสดคิดเป็นร้อยละ 66 อายุ 26 - 32 ปีและกลุ่มอายุ 33-39 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 40 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 54 รายได้ประจำต่อเดือนระหว่าง 30,001-45,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 38 ทำงานอยู่บริเวณอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 58 พักอาศัยอยู่ในบริเวณอื่นๆคิดเป็นร้อยละ 94 และมีอายุงานระหว่าง 1-3 ปีคิดเป็นร้อยละ 32 พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟิวชั่นส่วนใหญ่เป็นผู้ชอบเข้าสังคมชอบการนัดหมายตามร้านอาหารต่างๆในลักษณะเดียวกับร้านอาหารฟิวชั่น โดยเลือกรับประทานเป็นประเภทอาหารจานเดียวและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพไปรับประทานกับเพื่อนในโอกาสวาระพิเศษวันหยุดสุดสัปดาห์เลือกใช้บริการร้านที่ใดก็ได้เดินทางโดยรถส่วนตัวปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารฟิวชั่นด้านผลิตภัณฑ์เลือกร้านอาหารที่มีรายการอาหารหลากหลาย เครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อร่างกายรสชาติดีราคาเหมาะสมกับคุณภาพเปิดดำเนินการในทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางตกแต่งร้านมีความเป็นส่วนตัวข้อเสนอแนะจากการศึกษาสำหรับผู้สนใจเปิดร้านอาหารฟิวชั่นควรให้ความสำคัญกับการจัดเมนูที่มีรายการอาหารหลากหลาย โดยเฉพาะประเภทอาหารจานเดียวคัดเลือกว่าวัตถุดิบที่มีคุณภาพสดใหม่เพื่อการประกอบอาหารที่มีรสชาติดี ตกแต่งอาหารและนำเสนออาหารที่มีสีสันใช้ภาชนะที่ดูทันสมัยเรียกความสนใจจากผู้บริโภค การตั้งราคาอาหารควรเปรียบเทียบกับคู่แข่งและให้เหมาะสมกับคุณภาพเลือกทำเลที่ตั้งร้านอาหารที่สะดวกต่อการให้บริการมีการให้ข้อมูลสถานที่ตั้งในรูปแบบของแผนที่บนเว็บไซต์ของร้านอาหาร ฟิวชั่นตลอดจนภาพบรรยากาศต่างๆเพื่อเรียกความสนใจจากผู้บริโภค ข้อมูลทางเว็บไซต์ให้ทดลองมาใช้บริการตกแต่งสถานที่ให้มีความเป็นส่วนตัวบรรณพนักงานที่ให้บริการให้มีความรู้ในการแนะนำอาหารเรียกความสนใจจากลูกค้าที่มาใช้บริการ

2.4 บทความเรื่อง ร้าน โอปองแปง

Au Bon Pain ถือกำเนิดขึ้นที่เมืองบอสตัน ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมร. หลุยส์ เคน ในปี ค.ศ. 1978 ซึ่งได้แนวคิดในการอบขนมใหม่สดแบบฝรั่งเศสและลักษณะของคาเฟ่เทอเรส ที่นำเสนอความหลากหลายของสินค้าต่างๆ โดยให้ความสำคัญในเรื่องของความใหม่ สด ทุกวัน พิถีพิถันในด้านคุณภาพที่ลูกค้าผู้บริโภคจะพึงได้รับ ด้วยเสน่ห์ของกลิ่นหอมของขนมปังที่อบใหม่ๆ กับความประทับใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มร. หลุยส์ เคน จึงได้พัฒนาร้านที่มีแนวคิดเดียวกันในบอสตันเป็นครั้งแรกภายใต้ชื่อ "Au Bon Pain the bakery café" คำจำกัดความของ Bakery Café คือสถานที่ที่นำเสนอความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม โดยให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ ความสดใหม่ของอาหารและบริการ (Au Bon Pain Thailand, 2560)