

การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินไทย ชั้นประหยัด: กรณีศึกษาเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน

The Development of an On-board Culinary in the Economy Class on Thai Airways International Flight: A Case Study on People's Republic of China Routes

ชาคริต สิงหเสนี¹

ปาไลดา ศรีศรกำพล²

นักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์¹
คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์²

E-mail: c_sinhaseni@mac.com¹

E-mail: palidasri@pim.ac.th²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบิน ของสายการบินไทยชั้นประหยัด บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน และ 2) เพื่อนำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อใช้บริการในเส้นทางดังกล่าว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ซึ่งขั้นตอนที่ 1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และขั้นตอนที่ 2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในขั้นตอนแรกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแรก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทย จำนวน 13 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติ จำนวน 16 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในขั้นตอนที่ 2 ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทย จำนวน 4 คน และผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติ จำนวน 4 คน โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทยได้ให้ข้อมูลสำคัญด้านความต้องการการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้ ด้านอาหารไทย ต้องการใช้น้ำมันสัตว์ประเภทเนื้อขาว เช่น หมู ไก่ หรือปลา มาประกอบอาหาร โดยเน้นใช้แหล่งพลังงานหลักจากข้าว ด้านอาหารตะวันตก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการให้ใช้น้ำมันหมู เป็นวัตถุดิบส่วนผสมหลัก และใช้แหล่งพลังงานหลักจากเส้นพาสต้า หรือมันฝรั่ง ด้านขนมไทย ต้องการเป็นขนมประเภทแข็ง ผ่านกรรมวิธีการปรุงโดยการนึ่ง โดยมีส่วนผสมหลักจากแป้งเป็นวัตถุดิบหลัก และในประเด็นวัตถุประสงค์ที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เลือกรายการอาหารไทย ได้แก่ ไข่ผัดขมิ้นกับข้าวหอมมะลิ รายการขนมไทย ได้แก่ ขนมบุหลันดั้นเมฆ และขนมกล้วยนึ่งโรยมะพร้าว และรายการอาหารตะวันตก ได้แก่ เนื้อหมูหันบาง ปรุงแบบอิตาเลียน ซอส เนยมาซาล่า และเนื้อสันในย่าง ซอสเพสต์ไชลซ่า หน่อไม้ฝรั่ง กับมันฝรั่งอบ และรายการขนมตะวันตก ได้แก่ เค้กเนย ซอสราสเบอร์รี่

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารบนเครื่องบิน สายการบินไทย เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน ชั้นประหยัด

ABSTRACT

The objectives of this paper were to study of an on-board culinary in the Economy class on Thai Airways International Flight on People's Republic of China routes and to propose the final menu concept of an In-flight meal on the mentioned routes. The method of this research was qualitative study, using in-depth interviews and focus group methodology. The key informant was laid out into 2 groups which were 13 of Thai nationalities and 16 of Non-Thai nationalities, using conventional content analysis to explore and investigate. The result of the in-depth interviews had been consequently interpreted into menu design and been explored in further focus group discussion which incorporated in 4 of Thai nationalities and 4 of Non-Thai nationalities.

The study revealed that the case of the first objective, Thai informants had chosen white meat i.e. pork, poultry or fish in term of Thai dish. They also preferred rice. In term of western dish, they had chosen pork as the main protein and pasta or potatoes as main carbohydrate. In favor to Thai dessert, they preferred that the dessert should be dried and steamed. The main ingredient should consist of flavor. The study of the second objective highlighted the selections of key informant as follows. The Thai main dish selection was Stir-fried Cumin Chicken with Rice. Thai Dessert was Steamed Eggs with Jello Thai traditional style dessert and Steamed Banana on top with Dried Coconut in Thai style. The Western dish selection was Pork Escalope Saltimbocca in Masala Butter Sauce as well as Grilled Beef Tenderloin with Pesto Brown sauce, Tomato Salsa, Asparagus, Roasted Potatoes. Western dessert was Butter Cake served with Raspberry Sauce.

KEYWORDS: Product Development, In-flight Meal, Thai Airways International Flight, Republic of China routes, Economy Class

บทนำ

รัฐบาลไทยในปี พ.ศ. 2503 ได้จัดตั้งบริษัท การบินไทย จำกัด เพื่อให้ประเทศไทยมีสายการบิน แห่งชาติที่ให้บริการในระดับสากล โดยการร่วมทุน ระหว่างบริษัท เดินอากาศไทย จำกัด กับสายการบิน สแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ชิส์เต็ม มีวัตถุประสงค์แรกเริ่ม เพื่อดำเนินการธุรกิจการบินระหว่างประเทศ โดย บริษัทฯ ได้รับการสนับสนุนทางด้านการบริหาร และ ด้านเทคนิค ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 บริษัทฯ

มีทุนจดทะเบียน 26,989,009,500 บาท มีทุนชำระ แล้ว 21,827,719,170 บาท มีกระทรวงการคลัง และธนาคารออมสินถือหุ้นคิดเป็นร้อยละ 53.16 ที่เหลือร้อยละ 46.84 ถือหุ้นโดยประชาชนทั่วไป ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งรวมถึงพนักงานบริษัทฯ (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), 2558) การบินไทยมุ่งมั่นจะเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกใช้ เป็นอันดับแรกด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้เหนือความคาดหมาย โดยสร้างประสบการณ์

การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจด้วยบริการที่ดีเลิศ และสม่ำเสมอ ดังวิสัยทัศน์ที่ว่า “The First Choice Carrier With Touches of Thai” เป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ให้การบริการที่ดีเลิศ ด้วยเสน่ห์ความเป็นไทย ทั้งนี้เป็นเวลามากกว่า 10 ปี ที่อุตสาหกรรมการบินของไทยต้องบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และสภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจ ในหลายปีที่ผ่านมาสายการบินไทยได้เผชิญกับหลายปัญหา ไม่ว่าจะเป็นภาวะวิกฤตด้านการเมือง เศรษฐกิจโลก ที่มีแนวโน้มยังไม่ฟื้นตัว รวมถึงการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เนื่องด้วยการเปิดเสรีทางการบิน การเกิดขึ้นของสายการบินต้นทุนต่ำหลายสาย และการขยายตัวของหลายสายการบินจากตะวันออกกลาง ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไรของสายการบินในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รวมถึงสายการบินไทย

จากผลการสำรวจ Best Economy Class Airlines Catering Award ระหว่างปี ค.ศ. 2009-2017 ซึ่งได้รับการจัดอันดับโดย บริษัท สกายแทร็กซ์ (Skytrax, 2017) พบว่า สายการบินไทยได้รับการจัดอันดับที่ไม่แน่นอน เมื่อมองภาพรวมในระยะเวลาช่วง 8 ปีย้อนหลัง แสดงให้เห็นถึงความไม่คงเส้นคงวาของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการ แม้ว่าในปีปัจจุบัน (ค.ศ. 2017) สายการบินไทยจะได้รับการจัดลำดับเป็นที่ 1 ก็ตาม ทั้งนี้ อาจตีความหมายรวมถึงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า เมื่อเปรียบเทียบกับสายการบินคู่แข่งอื่นๆ เช่น Turkish Airlines ซึ่งใช้กลยุทธ์ในการจับคู่ธุรกิจเข้าร่วมกิจการกับ บริษัท DO & CO แคนเทอร์ริง ทำให้สามารถบริหารจัดการสายการผลิตด้านบริการอาหารบนเครื่องบินให้มีคุณภาพที่ดีสม่ำเสมอ และมีความน่าสนใจสูง ทั้งนี้ หากลูกค้าของสายการบินไทยได้รับคุณภาพของการให้บริการที่ไม่เท่ากันและสม่ำเสมอ

ในแต่ละเที่ยวบิน ย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ความภักดีต่อตราสินค้า และเปลี่ยนไปใช้บริการบริการของสายการบินคู่แข่ง ส่งผลให้สายการบินไทยสูญเสียโอกาสในการดำเนินการทางธุรกิจ และลดการครองส่วนแบ่งทางการตลาด

ทั้งนี้ การบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม นับว่าเป็นอันดับแรกที่ถูกค่าให้ความสำคัญ สายการบินใดที่ให้บริการที่ประทับใจ เสริฟอาหารมากกว่า และรสชาติของอาหารถูกปากผู้โดยสารทุกชั้นที่นั่ง จะถูกเลือกใช้บริการในอันดับต้นๆ ส่งผลให้สายการบินหลายแห่งถึงกับมีกลยุทธ์ด้านบริการอาหารเป็นจุดขายสร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวเองเพื่อการแข่งขันเพิ่มส่วนแบ่งของตลาดเพื่อให้ลูกค้ามาใช้บริการสายการบินของตน และเกิดความพึงพอใจสูงสุดในปัจจุบันสายการบินไทยในเส้นทางสายเอเชีย ภูมิภาคเผชิญกับการแข่งขันที่สูงมาก และความท้าทายในการปรับปรุงการบริการอาหารบนเครื่องบินเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า สายการบินไชน่าอีสเทิร์น (China Eastern Airlines) สายการบินไชน่าเซาเทิร์น (China Southern Airlines) และแอร์เอเชีย มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในเส้นทางนี้ และมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ระหว่างร้อยละ 11-13 (Center for Aviation, 2013) สายการบินไทยครองส่วนแบ่งการตลาดของเส้นทางนี้ถึงร้อยละ 21 มีการเติบโตเพียงแค่ร้อยละ 3 ในช่วงเวลาที่ผ่านมา ในขณะที่สภาพตลาดโดยรวมมีอัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 60 ซึ่งงานวิจัยฯ นี้จะทำการศึกษาในเส้นทางสายเหนือ โดยเจาะจงที่เส้นทางบินไปยังสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 6 จุดบิน ได้แก่ ปักกิ่ง เชียงไฮ้ กวางเจา คุณหมิง ฉินตู และเซี่ยเหมิน ซึ่งในปัจจุบันสายการบินไทยทำการบินรวมมากกว่า 60 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ และนับว่าเป็นเส้นทางที่สร้างรายได้ให้กับบริษัทฯ อีกทั้งมีอัตราการเจริญเติบโตของฐานลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

เนื่อง (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), 2558) ยิ่งไปกว่านั้นการบินไทยได้รับรางวัลสายการบินที่นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบที่สุดประจำปี 2560 ซึ่งได้รับรางวัลติดต่อกันเป็นปีที่ 2

จากรายงานของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เดือนมกราคม พ.ศ. 2559 พบว่า จำนวนผู้โดยสารจากประเทศจีนที่เดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนเติบโตเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 74 และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจำนวนผู้โดยสารที่เดินทางเข้า-ออกจากประเทศจีนผ่านสนามบินสุวรรณภูมินั้น เติบโตสูงขึ้นกว่าร้อยละ 81 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและโอกาสทางการตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว หากสายการบินไทยสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ อีกทั้งแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจกับลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ด้วยการใช้กลยุทธ์ด้านต่างๆ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ก็เป็นที่น่าเชื่อได้ว่าจะสามารถนำพาให้บริษัทฯ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Sustainable Growth) ท่ามกลางสถานะตลาดที่ผันผวนอย่างรุนแรงและมีการแข่งขันสูงจากกลุ่มธุรกิจสายการบินทั้งภายในและภายนอกประเทศ

การบริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย นั้น แบ่งได้ 4 ชั้นบริการ ได้แก่ชั้นหนึ่ง (Royal First Class) ชั้นธุรกิจ (Royal Silk Class) ชั้นประหยัดพรีเมียม (Premium Economy) และชั้นประหยัด (Economy Class) ทั้งนี้ ในแต่ละชั้นบริการจะมีผลิตภัณฑ์ รวมถึงลักษณะการบริการที่แตกต่างกันออกไป ผลิตภัณฑ์และบริการในชั้นประหยัดลูกค้าจะได้รับ อาทิเช่น น้ำหนักกระเป๋า 20 กิโลกรัม ไม่มีค่าใช้จ่ายในการเลือกที่นั่ง การบริการอาหารและเครื่องดื่มตลอดการเดินทาง และการบริการอาหารพิเศษ เช่น อาหารมังสวิรัต อาหารประจำศาสนา หรืออาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งงานวิจัยนี้ทำการศึกษาในส่วนการบริการในชั้นประหยัดเท่านั้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินสายการบินไทย ชั้นประหยัด บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน
2. เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินไทย ชั้นประหยัด บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. นำผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินสายการบินไทยให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากลูกค้า
2. เกิดนวัตกรรมของสินค้าและการบริการด้านอาหารรูปแบบใหม่ๆ ที่สอดคล้องและตรงกับความต้องการที่หลากหลายของลูกค้าในปัจจุบัน
3. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรเพื่อให้มียอดขายและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น
4. เพื่อเป็นแบบอย่างในการวิจัย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนสายการบิน สำหรับนักวิจัยและผู้สนใจทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1: การสัมภาษณ์เชิงลึก

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินไทย ชั้นประหยัด

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในขั้นตอนที่ 1 แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ลูกค้าของสายการบินไทย สัญชาติไทย และกลุ่มที่ 2 ลูกค้าของสายการบินไทย สัญชาติเอเชีย (Asian) เพศชาย หรือหญิง มีอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป เคยใช้บริการสายการบินไทย ชั้นประหยัด เส้นทาง

สาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มนี้ เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญข้างต้น เป็นตัวแทนช่วงอายุผู้ใช้บริการของสายการบินไทย บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีนนี้

เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ ปากกากล้องถ่ายภาพ สมุดบันทึก อุปกรณ์บันทึกเสียง โทรศัพท์ รายการอาหาร และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งประเด็นเนื้อหาคำถามแบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนที่ 2 ข้อมูลของอาหารไทย ชนิด อาหารจานหลัก ส่วนที่ 3 ข้อมูลของหวานชนิด ขนมไทย ส่วนที่ 4 ข้อมูลของอาหารตะวันตกชนิด อาหารจานหลัก และส่วนที่ 5 ข้อมูลของหวานชนิด ของหวานจากต่างประเทศ โดยมีประเด็นคำถามถึงความต้องการของแหล่งพลังงานหลัก วัตถุประสงค์ ชนิดของผัก วิธีการปรุงสุก และลักษณะภายนอกเมื่อใช้วิธีการประเมินจากประสาทสัมผัส เช่น ด้านรสชาติ ด้านการมองเห็น ด้านการได้กลิ่น และด้านการสัมผัส

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้คำถามสัมภาษณ์แบบโครงสร้าง ซึ่งเป็นลักษณะเป็นทางการ โดยกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้สอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย มีการเตรียมตัวก่อนการสัมภาษณ์ และใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความเชื่อมั่น ไร้กังวล ในการให้ข้อมูลที่ต้องการและจะหยุดสัมภาษณ์เมื่อข้อมูลอิ่มตัว (Fusch & Ness, 2015) และตรวจสอบข้อมูลสามเส้าโดยการทบทวนข้อมูลโดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญหลังจากที่ทำการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างรายการอาหาร และประเด็นคำถามเพื่อใช้ประกอบการสนทนากลุ่มต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Conventional Content Analysis) ซึ่งเป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่มีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มความหมายของข้อมูลซึ่งถูกจัดเรียงเป็นประเด็นต่างๆ จัดหมวดหมู่ แสดงข้อมูล จากนั้นจึงตีความ วิเคราะห์ และเชื่อมโยงข้อมูลเพื่อนำมาซึ่งข้อสรุปแนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555)

ขั้นตอนที่ 2: การสนทนากลุ่ม

เพื่อนำเสนอแนวความคิดผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบิน

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มลูกค้าของสายการบินไทย สัญชาติไทย เพศชายหรือหญิง มีอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป เคยใช้บริการสายการบินไทยชั้นประหยัด บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา เป็นจำนวน 4 คน และ 2) กลุ่มลูกค้าของสายการบินไทย สัญชาติเอเชีย (Asian) เพศชายหรือหญิง มีอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไป เคยใช้บริการสายการบินไทย ชั้นประหยัด บนเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน อย่างน้อย 1 ครั้ง ภายในระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 4 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551) จากการสนทนากลุ่ม ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มนี้ เนื่องจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญข้างต้น เป็นตัวแทนช่วงอายุผู้ใช้บริการของสายการบินไทยที่เดินทางในเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีนนี้

เครื่องมือ

แบบสัมภาษณ์ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งได้นำข้อสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มาสร้างบทสัมภาษณ์ โดย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 8 คน ทำการสนทนาโต้ตอบในกลุ่มภายใต้ประเด็นที่ผู้วิจัย กำหนดขึ้นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้ได้ รับข้อมูลที่เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร บนเครื่องบินสายการบินไทย ชั้นประหยัด เส้นทาง สาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดประเด็น ในการสนทนาดังกล่าว เช่น ในประเด็นของอาหารไทย จานหลัก ได้แก่ ความชอบ และความต้องการในการ เลือกรับประทาน และความต้องการในการ ปรับปรุงเพิ่มเติม อีกทั้งหารายการอาหารชนิดนี้ ถูกนำมาบริการบนชั้นประหยัดของสายการบินไทย ในเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จะเลือกรับประทานหรือไม่ โดยมีเครื่องมือที่นำมาใช้ ได้แก่ โทรศัพท์ ปากกา กล้องถ่ายภาพ อุปกรณ์บันทึก เสียง สมุดบันทึก และรายการอาหาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการ วิเคราะห์เนื้อหา (Conventional Content Analysis) ซึ่งเป็นรูปแบบการวิเคราะห์ที่มีความยืดหยุ่นสูง ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มความหมายของข้อมูลซึ่งถูก จัดเรียงเป็นประเด็นต่างๆ จัดหมวดหมู่ แสดงข้อมูล จากนั้นจึงตีความ วิเคราะห์ และเชื่อมโยงข้อมูล เพื่อนำมาซึ่งข้อสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการ วิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารบนเครื่องบินสายการบินไทย ชั้นประหยัด บน เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1 ผู้ให้ข้อมูล สำคัญชาวไทย จำนวน 13 คน ต้องการให้มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินไทย ชั้นประหยัด เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนี้ ด้านอาหารไทย ต้องการใช้น้ำมันสัตว์ประเภท เนื้อขาว เช่น หมู ไก่ หรือปลา มาประกอบอาหาร โดยเน้นใช้แหล่งพลังงานหลักจากข้าว ซึ่งเป็นแหล่ง พลังงานที่คนไทยส่วนมากนึกถึง และใช้ผักใบเขียว มาประกอบอาหาร วิธีการปรุงใช้วิธีการผัด ผู้ให้ข้อมูล สำคัญต้องการให้พัฒนาในเรื่องของรสชาติอาหาร ซึ่งต้องเป็นรสชาติกลางๆ ที่ไม่โดด หรือจัดจ้านจน เกินไป อีกทั้งเนื้อสัตว์ที่นำมาประกอบอาหารต้องมี ลักษณะนุ่ม ไม่เหนียว หรือแข็ง เมื่อประเมินประสาท สัมผัสด้านการมองเห็น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการให้ พัฒนาในเรื่องของการจัดวางอาหาร ที่มีลักษณะแบ่ง เป็นสัดส่วนอย่างเป็นระเบียบ ซึ่งจะไม่ทำให้น้ำจาก เครื่องแกงมาปะปนกับข้าวสวย ซึ่งจะทำให้ข้างแฉะ ไม่น่ารับประทาน และเมื่อประเมินประสาทสัมผัส ด้านการได้กลิ่น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการได้กลิ่น ความหอมจากเครื่องปรุงรส เป็นอันดับแรก

ด้านอาหารตะวันตก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ต้องการให้ใช้ เนื้อหมู เป็นวัตถุดิบส่วนผสมหลัก และ ใช้แหล่งพลังงานหลักจากเส้นพาสต้า หรือมันฝรั่ง ใช้ผักบรอกโคลี มาประกอบอาหาร โดยใช้วิธีการย่าง เมื่อถามถึงการประเมินประสาทสัมผัสด้านการสัมผัส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการให้เนื้อสัตว์ที่นำมาปรุงมี ความนุ่ม ไม่แข็งกระด้าง และมีรสชาติเป็นกลางๆ ไม่จัดเกินไป และต้องการกลิ่นที่มาจากเครื่องปรุงรส เมื่อถามถึงความต้องการด้านการมองเห็น ผู้ให้ข้อมูล สำคัญต้องการให้จัดวางอาหารเป็นระเบียบ แยกแยะ เนื้อสัตว์ ผัก และเส้นพาสต้า

ตารางที่ 1 สรุปความต้องการของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทย ด้านอาหารไทย และอาหารตะวันตก จานหลัก

ชนิดของอาหาร	วัตถุดิบส่วนผสมหลัก	ประเภทของแหล่งพลังงาน	ประเภทของผัก	วิธีการปรุงสุก	การประเมินโดยใช้ประสาทสัมผัส	การประเมินโดยใช้รสชาติ	การประเมินโดยใช้การมองเห็น	การประเมินโดยใช้การได้กลิ่น
อาหารไทย	เนื้อขาว เช่น เนื้อไก่ หมู หรือปลา	ข้าว	ผักใบเขียว	วิธีการผัด	มีลักษณะนุ่ม ไม่เหนียว	รสชาติ กลางๆ	มีการจัดวางเป็นระเบียบ มีสัดส่วน ไม่ปนกัน	มีกลิ่นหอม จากเครื่องปรุงรส
อาหารตะวันตก จานหลัก	เนื้อหมู	เส้นพาสต้า หรือมันฝรั่ง	ผักบรอกโคลี	วิธีการย่าง	มีลักษณะนุ่ม ไม่แข็ง กระด้าง	รสชาติ กลางๆ ไม่จัดเกินไป	มีการจัดวางเป็นระเบียบ มีสัดส่วน ไม่ปนกัน	มีกลิ่นหอม จากเครื่องปรุงรส

ด้านขนมไทย ต้องการเป็นขนมประเภทแห้ง ผ่านกรรมวิธีการปรุงโดยการนึ่ง โดยใช้ส่วนผสมหลักจากแป้งเป็นวัตถุดิบหลัก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ต้องการขนมไทยที่มีความนุ่มเป็นอันดับแรก และเมื่อประเมินด้านการสัมผัสรสหวาน เป็นรสชาติที่ต้องการ ด้านการประเมินการมองเห็น พบว่า ต้องการขนมไทยที่มีคุณภาพดี มีการจัดวางที่เหมาะสม และมีกลิ่นหอมจากการอบควันเทียน

ด้านขนมหวานจากต่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการเป็นขนมอบ โดยใช้แป้งเป็นวัตถุดิบส่วนผสมหลัก เมื่อถามถึงประสาทสัมผัสด้านรสชาติ ต้องการให้มีรสหวาน มีลักษณะนุ่ม และมีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบหลัก โดยต้องการการจัดวางในภาชนะที่เหมาะสม และจัดวางเป็นระเบียบ ดูสะอาด น่ารับประทาน

ตารางที่ 2 สรุปความต้องการของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทย ด้านขนมไทย และขนมหวานจากต่างประเทศ

ชนิดของ ขนมหวาน	ประเภท	วัตถุดิบ ส่วนผสม หลัก	วิธีการ ปรุงรส	การประเมิน โดยใช้ ประสาท สัมผัส	การประเมิน โดยใช้รสชาติ	การประเมิน โดยใช้ การมองเห็น	การประเมิน โดยใช้ การได้กลิ่น
ขนมไทย	แห้ง	แป้ง	วิธีการนึ่ง	ความนุ่ม	รสชาติหวาน	มีคุณภาพดี	มีกลิ่นหอมจาก วัตถุดิบหลัก
ขนมหวานจาก ต่างประเทศ	แห้ง	แป้ง	วิธีการอบ	ความนุ่ม	รสชาติหวาน	มีการจัดวาง เป็นระเบียบ ในภาชนะ ที่เหมาะสม ดูสะอาด น่ารับประทาน	มีกลิ่นหอมจาก วัตถุดิบหลัก

2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินไทย ชั้นประหยัด เส้นทางสาทรารัฐประชาชนจีน ดังนี้

ด้านอาหารไทย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการเนื้อไก่ เป็นวัตถุดิบส่วนผสมหลัก แหล่งพลังงานหลักจากข้าว หรือประเภทเส้น โดยใช้ผักใบเขียวมาประกอบอาหาร เมื่อถามถึงวิธีการปรุงรส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการให้ใช้วิธีการผัด ซึ่งอาหารควรมีรสชาติเข้มข้น หรือรสจัด เมื่อประเมินด้านการสัมผัส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการในเรื่องความนุ่มของเนื้อสัตว์ที่นำมาประกอบอาหาร อีกทั้งต้องการได้กลิ่นจากเครื่องเทศในอาหารจานนี้ และเมื่อถามถึง

ประสาทสัมผัสด้านการมองเห็น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการการจัดวางอาหารที่เป็นสัดส่วน แยกข้าว ผัก และเนื้อสัตว์

ด้านอาหารตะวันตก ต้องการใช้น้ำมัน เป็นวัตถุดิบหลัก และใช้แหล่งพลังงานจากข้าว เมื่อถูกถามถึงผักที่ใช้ประกอบอาหาร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการใช้ผักใบเขียวชนิดใดก็ได้ และใช้กรรมวิธีการปรุงรสด้วยการผัด รสชาติที่ต้องการ คือ รสชาติกลางๆ ไม่จัดจนเกินไป และต้องการได้กลิ่นจากวัตถุดิบส่วนผสมหลัก เมื่อถามประเมินด้านการสัมผัส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการให้เนื้อสัตว์มีความนุ่มไม่แข็งกระด้าง อีกทั้งต้องการอาหารที่มองเห็นแล้วเป็นระเบียบ สวยงาม มีการจัดวางที่เป็นสัดส่วน แยกระหว่างข้าว เนื้อสัตว์ และผัก เป็นต้น

ตารางที่ 3 สรุปความต้องการของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างประเทศ ด้านอาหารไทย และอาหารตะวันตก จานหลัก

ชนิดของอาหาร	วัตถุดิบส่วนผสมหลัก	ประเภทของแหล่งพลังงาน	ประเภทของผัก	วิธีการปรุงสุก	การประเมินโดยใช้ประสาทสัมผัส	การประเมินโดยใช้รสชาติ	การประเมินโดยใช้การมองเห็น	การประเมินโดยใช้การได้กลิ่น
อาหารไทย	เนื้อไก่	ข้าวหรือเส้น	ผักใบเขียว	วิธีการผัด	มีลักษณะนุ่ม	รสชาติเข้มข้นรสจัด	มีการจัดวางเป็นสัดส่วนแยกข้าว เนื้อสัตว์ และผัก	มีกลิ่นหอมจากเครื่องเทศ
อาหารตะวันตกจานหลัก	เนื้อวัว	ข้าว	ผักใบเขียว	วิธีการผัด	มีลักษณะนุ่มไม่แข็งกระด้าง	รสชาติกลางๆ ไม่จัดเกินไป	มีการจัดวางเป็นระเบียบ มีสัดส่วนไม่ปนกัน	มีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบหลัก

ด้านขนมไทย ต้องการขนมประเภทแห้ง โดยใช้ส่วนผสมจากผลไม้ และผ่านกรรมวิธีการนึ่ง ด้านรสชาติ ต้องการรสหวาน เมื่อถามถึงด้านการสัมผัส ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการความนุ่ม และกลิ่นหอมที่มาจากวัตถุดิบหลัก

ด้านขนมหวานจากต่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการประเภทขนมอบ ใช้วัตถุดิบหลักจากแป้งและไข่ โดยต้องการความนุ่ม และมีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบหลัก เมื่อถามถึงการประเมินประสาทสัมผัสด้านรสชาติ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องการ รสชาติหวาน อีกทั้งขนมต้องมีการจัดวางที่เป็นสัดส่วน มีระเบียบ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และมูลค่าเพิ่ม

ตารางที่ 4 สรุปความต้องการของผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างประเทศ ด้านขนมไทย และขนมหวานจากต่างประเทศ

ชนิดของขนมหวาน	ประเภท	วัตถุดิบส่วนผสมหลัก	วิธีการปรุงสุก	การประเมินโดยใช้ประสาทสัมผัส	การประเมินโดยใช้รสชาติ	การประเมินโดยใช้การมองเห็น	การประเมินโดยใช้การได้กลิ่น
ขนมไทย	แห้ง	ผลไม้	วิธีการนึ่ง	ความนุ่ม	รสชาติหวาน	จัดวางเป็นสัดส่วน	มีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบหลัก
ขนมหวานจากต่างประเทศ	แห้ง	แป้งและไข่	วิธีการอบ	ความนุ่ม	รสชาติหวาน	มีการจัดวางเป็นระเบียบเพื่อเพิ่มความน่าสนใจและมูลค่าเพิ่ม	มีกลิ่นหอมจากวัตถุดิบหลัก

จากนั้นทำการนำข้อมูลสรุปที่ได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ไปสร้างเป็นรายการอาหารประเภทต่างๆ ดังนี้ รายการอาหารไทย ชนิดจานหลัก 3 รายการ ได้แก่ 1) ไก่ผัดขมิ้นใบมะกรูดพริกชี้ฟ้า กับข้าวหอมมะลิ 2) ไก่ผัดเส้นบุกต้มยำแห้ง ผักกาดขาวและมะเขือเทศ 3) ผัดปลากะพงหันเต้ากับเม็ดมะม่วงหิมพานต์ แครอท ข้าวโพด และถั่วงอกกับข้าวญี่ปุ่น รายการขนมไทย 3 รายการ ได้แก่ 1) ขนมมะพร้าวแก้ว 2) ขนมบุหลันดั้นเมฆ และ 3) ขนมกล้วยนึ่งโรยมะพร้าว รายการอาหารตะวันตก ชนิดจานหลัก 3 รายการ ได้แก่ 1) ลูกชิ้นเนื้อมัดข้าวอาบอริโอ ผักชีฝรั่ง ซอสครีมมะนาว 2) เนื้อหมูหันบางปรุงแบบอิตาเลียน ซอส เนย มาซาล่า และ 3) เนื้อสันในย่าง ซอสเพสต์ซัลซ่า หน่อไม้ฝรั่ง กับมันฝรั่งอบ รายการขนมหวานตะวันตก 3 รายการ ได้แก่ 1) ทาร์ตไข่ 2) เค้กช็อกโกแลตหน้านิ่ม ซอสวานิลลา และ 3) เค้กเนย ซอสราสเบอร์รี่

ส่วนที่ 2 นำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารจากกรรสนทนากลุ่ม

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน ประกอบไปด้วยชาวไทย จำนวน 4 คน และชาวต่างชาติ จำนวน 4 คน พบว่า ด้านอาหารไทย จานหลัก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เลือกไก่ผัดขมิ้นกับข้าวหอมมะลิ เพื่อบริการในเส้นทางดังกล่าว และเสนอแนะทางเลือก โดยการใช้ข้าวกล้อง แทนข้าวหอมมะลิ เพื่อเน้นเรื่องของการใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น หรืออาจเปลี่ยนเป็นเส้นบะหมี่ ด้านขนมไทย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เลือกขนมบุหลันดั้นเมฆ และขนมกล้วยนึ่งโรยมะพร้าว ขึ้นบริการ และเสนอแนะ ขนม น้ำดอกไม้มี่ ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกัน เพื่อเป็นตัวเลือก อีกทั้งยังสามารถดัดแปลงจากขนมกล้วยนึ่ง เป็นข้าวเหนียวมะม่วง ข้าวเหนียวตัดมะม่วง หรือขนมเค้กมะม่วง ซึ่งนับว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ด้านอาหารตะวันตก จานหลักจากต่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เลือกเนื้อหมูหันบาง ปรุงแบบอิตาเลียนซอสเนย มาซาล่า และเนื้อสันในย่าง ซอสเพสต์ซัลซ่าหน่อไม้ฝรั่งกับมันฝรั่งอบ นำขึ้นบริการ และเสนอแนะทางเลือกโดยเสิร์ฟขนมปังกับรายการ

เนื้อหมูปรุงแบบอิตาเลียน และเปลี่ยนจากเนื้อสันใน เป็นเนื้อหมูโครบูตะ เพื่อเพิ่มความหลากหลายแก่ รายการอาหาร ด้านขนมหวานจากต่างประเทศ ผู้ให้ ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เลือกเค้กเนย ซอสราสเบอร์รี่ ขึ้นบริการ และเสนอแนะให้แยกซอสราสเบอร์รี่ ใส่ถุง แยกออกมาต่างหาก จัดวางไว้ข้างภาชนะของขนมเค้ก

อภิปรายผล

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวไทย ต้องการอาหาร ไทยจานหลัก ประเภทข้าวที่มีวัตถุดิบส่วนผสมจาก เนื้อสัตว์สีขาว เช่น เนื้อหมู เนื้อไก่ หรือเนื้อปลา เป็นต้น โดยต้องการอาหารไทยที่มีรสชาติเป็นกลางๆ อีกทั้งต้องการให้มีการจัดวางอาหารอย่างเป็นระเบียบ สวยงาม น่ารับประทาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ให้ ข้อมูลสำคัญชาวไทยคุ้นเคยกับการรับประทานข้าว อีกทั้งการรับประทานสัตว์เนื้อขาว เช่น เนื้อไก่ หรือ เนื้อปลา สามารถย่อยง่าย ประกอบกับชาวไทย ส่วนใหญ่ไม่ค่อยนิยมรับประทานเนื้อวัว และการจัดวางอาหารอย่างเป็นระเบียบ เป็นสัดส่วน นอกจากจะทำให้อาหารดูสวยงามน่ารับประทานแล้ว (Presentation) ยังช่วยรักษาคุณภาพของข้าวไม่ให้ และจนเกินไป ทั้งยังไม่ทำให้เมล็ดข้าวลงไปปะปน ในน้ำแกง ซึ่งก่อให้เกิดความไม่สม่ำเสมอในการให้ การบริการ อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวต่างชาติ มีความต้องการให้อาหารไทยมีรสชาติเข้มข้น จัดจ้าน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญชาวจีนเห็นว่า ผลไม้ สามารถใช้แทนขนมหวานได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้อง กับ Namukasa (2013) ที่ว่า สายการบินควรพิจารณา พัฒนากลยุทธ์เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการ เช่น คุณภาพของอาหาร ความสะอาดสวยงาม เพื่อให้ สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายของเพศ อายุ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา ของผู้โดยสาร

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาต่อในขั้นตอนที่ 2 โดยมีเป้าหมายเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารบน เครื่องบินของสายการบินไทยขึ้นประหยัดบน เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน ในประเด็นการ

เปลี่ยนไอเดียให้เป็นผลิตภัณฑ์ และการร่วมประเมิน โดยลูกค้า (Concept Development & Concept Testing) โดยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจความต้องการ ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ชาวไทย และชาวต่างประเทศ รวม จำนวน 8 คน ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม ผลการ ศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้เสนอแนะ ประเด็น ของอาหารไทยจานหลักให้เปลี่ยนจากข้าวหอมมะลิ เป็นข้าวกล้อง และจากเส้นบะหมี่ เป็นเส้นบะหมี่ เพื่อสุขภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในปัจจุบันกระแส การดูแลสุขภาพของผู้บริโภคได้รับความนิยมน เป็นอย่างมาก และผู้บริโภคใส่ใจดูแลตนเอง อีกทั้งเลือก รับประทานอาหารที่ตรงกับความต้องการ และวิธีการ ใช้ชีวิต (Lifestyle) เพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ เวทย์ นุชเจริญ (2559) ที่กล่าวว่า อาหารสุขภาพในปัจจุบัน เป็น Mega-Trend ที่กำลังได้รับความสนใจมาก และ ส่งผลทำให้พฤติกรรมทางเลือกของผู้บริโภคเปลี่ยนไป

ในประเด็นของขนมหวานจากต่างประเทศ ที่ต้องการให้จัดซอสราสเบอร์รี่ แยกใส่ถุงต่างหาก แทนการราดลงไปบนขนมเค้กเลย ทั้งนี้อาจเป็น เพราะว่าผู้ให้ข้อมูลสำคัญให้น้ำหนักเรื่องของรูปแบบการนำเสนอ (Presentation) ความสวยงาม น่ารับประทานของขนมหวาน การราดซอสไว้ก่อน อาจส่งผลต่อรูปลักษณ์ และคุณภาพของขนมเค้ก ได้ ดังนั้น ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจึงแนะนำให้นำเสนอ สรรจุห่อวางแยกไว้ข้างๆ ภาชนะที่บรรจุขนมเค้ก ซึ่งสายการบินไทยยังไม่เคยนำเสนอการบริการ ผลิตภัณฑ์รูปแบบนี้มาก่อน สอดคล้องกับ ศิวพงษ์ พงศกรรังศิลป์ (2557) ที่ว่า การสร้าง คุณค่าร่วมกัน (Value Co-Creation) ของลูกค้า กับองค์กร เป็นกระบวนการที่ตลาดที่ตระหนัก ถึงพลังของลูกค้า และมีความสำคัญต่อปัจจัย ความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้น ผู้บริโภคจึงมิใช่เป็น เพียงแค่ความจำเป็นที่ต้องเป็นส่วนหนึ่งของการ พัฒนา แต่ถือเป็นโอกาสขององค์กรในการสร้าง กลยุทธ์เพื่อการแข่งขันในธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยนี้พบว่า ลูกค้ำที่เดินทางในชั้นประหยัด เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีนมีความต้องการที่หลากหลาย ดังนั้น ควรนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค นับเป็นโอกาสดีของสายการบินที่จะปรับกลยุทธ์ในเชิงรุก และกลยุทธ์การหารายได้เสริม (Ancillary Revenue) ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร อีกทั้งเปลี่ยนแปลงมุมมองเพื่อตระหนักถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค (Kollau, 2016; Sorensen, 2013) ทั้งนี้ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาอาหารบนสายการบินไทยชั้นธุรกิจ เส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีน และควรทำการศึกษาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์อาหารบนเส้นทางเดียวกันกับสายการบินคู่แข่งเพื่อเป็นประโยชน์กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดในเส้นทางสาธารณรัฐประชาชนจีนนี้ และควรมีการศึกษากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์อาหารบนเครื่องบินของสายการบินชั้นนำอื่นๆ โดยศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์ที่ใช้ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดกับองค์กร

เอกสารอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. 2559. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2559 (จำแนกตามสัญชาติและถิ่นที่อยู่). สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.tourism.go.th/view/1/สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย%20ปี%202559/TH-TH>

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). 2559. รายงานประจำปี 2558 บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

เวทย์ นุชเจริญ. 2559. อาหารเพื่อสุขภาพ Megatrend ของคนรักสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2560, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637768>

ศิวพงษ์ พงศกรรังศิลป์. 2557. กระบวนการสร้างคุณค่าร่วมกัน: กระบวนทัศน์การตลาดใหม่ในยุคสังคมออนไลน์. *สงขลานครินทร์ วิทยาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 20(3): 161-185.

อรุณี อ่อนสวัสดิ์. 2551. *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิษณุโลก: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เอี่ยมพร หลินเจริญ. 2555. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 17(1): 17-29.

Centre for Aviation. 2013. Thai Airways uses Thai smile to expand in China and Laos but domestic focus remains. Retrieved June 10, 2016, from <https://centreforaviation.com/analysis/reports/thai-airways-uses-thai-smile-to-expand-in-china-and-laos-but-domestic-focus-remains-130188>

Fusch, P. I., & Ness, L. R. 2015. Are we there yet? Data saturation in qualitative research. *The Qualitative Report*, 20(9): 1408-1416.

Kollau, R. 2016. Airlines and airport let passengers pre-order food via mobile Apps. Retrieved June 15, 2016, from <http://www.airlinetrends.com/2016/01/15/choice-convenience-food-beverages-pre-ordering-airlines-airports/>

- Namukasa, J. 2013. The Influence of airlines service quality on passenger satisfaction and loyalty: The case of Uganda airline industry. **The TQM Journal**, 25(25): 520-532.
- Skytrax. 2017. **The top 100 airlines of 2017**. Retrieved June 18, 2016, from <http://www.airlinequality.com/info/top-100-airlines-2017/>
- Sorensen, J. 2013. **Economy class meal get an a la Carte upgrade**. Retrieved June 18, 2016, from <http://www.ideaworkscompany.com/wp-content/uploads/2013/10/Press-Release-82-A-la-Carte-Meals-Upgrade1.pdf>