

การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

The Development of Human capital supply to promote Tourism to Learn more about Thai Food on the Active Beach Tourism Cluster for ASEAN Economics Community (AEC)

ผศ.ดร. อนุชา เพียรชนะ<sup>1</sup>

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่น ผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ตลอดจนศักยภาพทางการตลาด พฤติกรรมการบริโภคและความสนใจที่เกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยว รวมถึงสมรรถนะศักยภาพของทุนมนุษย์ในการบริหารจัดการด้านอุปทาน การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามและการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกต ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) กลุ่มสามภาคี ได้แก่ ผู้แทนจากองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ 3) กลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน 4) ผู้ประกอบการ พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือจังหวัดกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัด

<sup>1</sup> อาจารย์สังกัดคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

จันทบุรี และจังหวัดตราด การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้ 1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มสามภาคี นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างชาติ กลุ่มผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน 2) การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับอาหารไทยในท้องถิ่นภาคเอกชน และ 3) จัดการประชุมสัมมนา เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เกี่ยวข้องต่อการจัดทำร่างการพัฒนารูปแบบและจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจการเกี่ยวกับอาหารไทยประจำถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach มีจำนวน 80 รายการ แบ่งเป็นประเภทอาหารคาวจำนวน 73 รายการ และอาหารหวานจำนวน 7 รายการ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารไทยประจำถิ่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา คือ ยำ ได้รับความนิยมคิดเป็นร้อยละ 66.09 รองลงมาคือ ต้มยำกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 61.01 อันดับ 3 ส้มตำ คิดเป็นร้อยละ 59.32 อันดับ 4 ผัดไทย คิดเป็นร้อยละ 40.68 อันดับ 5 ปลาทอดน้ำปลา (ปลากะพง,ปลาเก๋า) คิดเป็นร้อยละ 30.50 และอันดับที่ 6 ลาบ (ไก่,หมู,ทะเล), คิดเป็นร้อยละ 22.03

การส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับอาหารไทยประจำถิ่นดำเนินการได้โดยการจัดจำหน่ายสินค้าตามงานถนนคนเดิน การจัดงานเทศกาลอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 54 ให้ความสนใจ เพราะเป็นการรวบรวมความหลากหลายของอาหารมาไว้ที่เดียว เป็นการอำนวยความสะดวกในการซื้ออาหารท้องถิ่นมาบริโภค โดยมีการรวมแพ็คเกจการทำอาหารร่วมกับบริษัทนำเที่ยวโดยร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ 4 จังหวัดจะต้องเตรียมวัตถุดิบเกี่ยวกับการทำอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหารเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้การทำอาหารไทยมากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคและความสนใจเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยวจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารคือ การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ยวย่อยละ 41.67 เลือกร้านอาหารเอง การรับประทานอาหารนักท่องเที่ยวย่อยละ 40 เลือกรับประทานอาหารไทย ได้แก่ ยำ, ต้มยำกุ้ง, ส้มตำ, ผัดไทย, ปลาทอดน้ำปลา(ปลากะพง,ปลาเก๋า) และลาบ (ไก่,หมู,

ทะเล), การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ยวร้อยละ 53.33 เลือกร้านอาหารและบรรยากาศของร้าน นักท่องเที่ยวร้อยละ 50.83 ประทับใจในรสชาติอาหาร, คุณภาพของอาหาร และความหลากหลายของอาหาร

นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยมีนโยบายคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารและระบบมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์และ 12 แผนงาน ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์และ 3 แผนงาน

**คำสำคัญ:** ทุนมนุษย์ , อุปทาน ,อาหารไทย

## ABSTRACT

The research aimed to study the potential of local Thai foods, products and guidelines to promote the products as well as the marketing potential, tourists' consumption behavior and interests in Thai foods, a human capital in terms of supply management, development of a model to promote a learning process related to Thai foods, the policy and strategies for the entrepreneurs associated with Thai foods for the tourist group called 'Active Beach'. The instrument for the quantitative research was a questionnaire, and for the qualitative research were the in-depth interview and observation. The population used in the research included 1) representatives from

the state sector, the private sector and the public; 2) domestic and international tourists; 3) community leaders and local scholars; 4) entrepreneurs. The areas of the study were four provinces: Chonburi, Rayong, Chataburi and Trat. Data were collected from: 1) the groups of Thai and foreign tourists, community leaders and local scholars; 2) entrepreneurs in the private sector; 3) a seminar held to get suggestions and opinions from those concerned.

The research findings were as follows. Concerning the potential of local Thai foods in the tourist group called 'Active Beach', there were 80 items. Seventy-three items were foods in general, 7 items were desserts. The food which was most popular among the tourists in the areas of the study was a Thai-style mixed menu locally called yum (66.09%). Secondary was Thai-style shrimp soup (61.01%), followed by Somtum or Thai papaya salad (59.32%), Phadthai or Thai fried noodle (40.68%), fried fish with fish sauce (30.50%), and minced meat/pork/chicken (22.03%).

The potential of Thai food products could be enhanced by a variety of ways: the products could be made available at the walking street market or distributed at the food festivals. It was found that 54% of tourists was interested in the products because a variety of foods was available at one place, which considerably facilitated them to buy the foods of their own choice in one go. Besides, if raw materials were prepared for the tourists to try their hands in preparing foods, they became more interested in the food products.

As regards the tourists' consumption behavior and interests in learning Thai foods, it was found that 41.67% of the tourists in the study chose the food restaurants or food shops by themselves; 40 % of them chose Thai foods like yum, shrimp soup, Thai papaya salad, Thai fried noodles and minced meat or pork; 53.33% chose food shops in consideration of the factors of hygiene and environment; 50.83% said they were impressed by food taste, food quality and food variety.

The policy and the strategies to develop learning of the entrepreneurs were as follows. The policy was the development of human capital on supply to promote tourism and the learning of Thai foods of the group called 'Active Beach'. There were two strategies: one consist of 3 tactics and 12 plans was the development of a potential of the entrepreneurs of foods and standard system for food security; the other was 1 tactics and 3 plans was a development of a supply to promote tourism and learning of Thai foods to prepare the advent of ASEAN Economy Community and to solve the problems.

**Keywords:** Human Capital, Supply, Thai Gastronomic

## บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ เกิดการสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554:1) โดยประเทศไทยเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากร

มนุษย์ธรรมชาติและวัฒนธรรมความคุ้มค่าด้านราคา และความตั้งใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว แต่เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน (Association of South East Asian Nations : ASEAN) พบว่า ประเทศไทยยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย จุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่สำคัญอย่างหนึ่งคือจุดดึงดูดใจที่เป็นเอกลักษณ์และนวัตกรรมด้านการบริการใหม่ๆ เช่น อาหารไทย มวยไทย สปา การให้บริการด้านสุขภาพความงาม อีกทั้งยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554: 17) และน่าสนใจได้ แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยก็ยังมีจุดอ่อนหลายด้าน อาทิ เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และชุมชนยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการภูมิทัศน์และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และหน่วยงานทุกระดับ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประโยชน์แก่ทุนภายนอกมากกว่าชุมชนในท้องถิ่นเอง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554: 18) อาชีพในธุรกิจท่องเที่ยวในกรอบความร่วมมือของอาเซียน การเปิดเสรีตลาดแรงงาน ซึ่งประเทศไทยอาจไม่ใช่ประเทศที่ได้เปรียบที่สุดเนื่องจากทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรไทยค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศในอาเซียน(คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554: 20) แต่ประเทศไทยก็ได้มีการกำหนดเป็นนโยบายทางการท่องเที่ยวที่จะดำเนินการพัฒนาไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจึงได้มีการกำหนดในแผนพัฒนาต่างๆ เช่น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ได้จำแนกจังหวัดตามกลุ่มการท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ซึ่งกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด และจังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะของกิจกรรมที่ใกล้เคียง (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554: 72) โดยกลุ่มท่องเที่ยวทั้ง 8 กลุ่มท่องเที่ยวถูกกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและอยู่ในแนวทางการดำเนินการเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ที่เน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554: 30) เทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมหรือที่เรียกว่า Participatory

Action Research: PAR) เป็นกระบวนการวิจัยที่มุ่งค้นหาข้อเท็จจริงของชุมชนควบคู่กับการแสวงหาแนวทางในอนาคตของชุมชนอีกทั้งเพื่อมุ่งแก้ปัญหาหรือพัฒนางานขององค์กร หน่วยงานหรือชุมชนตามแนวทางที่บุคคลผู้มีส่วนได้เสียหลายๆ ฝ่ายเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมเพื่อระดมความคิดเห็นทุกชั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการวิจัยและได้ใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งอาหารไทยยังมีชื่อเสียงระดับโลกและเป็นที่ยอมรับของต่างชาติ นอกจากความโดดเด่นของรสชาติแล้ว อาหารไทยยังแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ ความประณีต บรรจง สวยงาม รวมทั้งองค์ประกอบของเครื่องปรุงที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นอาหารยอดนิยมของผู้บริโภคในระดับสากล แต่ทั้งนี้ต้องพัฒนาเรื่องคุณภาพของอาหาร และความปลอดภัยของอาหารตามเกณฑ์มาตรฐานของสินค้า และความปลอดภัยต่อผู้บริโภคอาหารไทยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆ ได้แก่ อาหารคาวและอาหารหวาน โดยอาหารไทย ผู้ที่ประกอบอาหารจะทำด้วยความประณีตพิถีพิถันทั้งส่วนผสม รสชาติ การสลัก การแกะหรือปั้นเป็นรูปต่างๆ การอบให้หอมด้วยวิธีธรรมชาติซึ่งเป็นกรรมวิธีในการทำอาหารไทยที่ควรจะอนุรักษ์ถ่ายทอด และแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวไทย และชาวต่างชาติได้เห็นวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เกี่ยวกับอาหารประจำท้องถิ่นพบว่า วัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ที่ใช้ประกอบอาหารคือผลิตภัณฑ์ที่ได้จากทะเลและผลไม้ตามฤดูกาล โดยสามารถนำวัตถุดิบมาประกอบเป็นอาหารคาว อาหารหวาน และอาหารว่าง รวมทั้งการรับประทานแบบทันที นอกจากนี้ยังสามารถนำวัตถุดิบดังกล่าวมาแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อการถนอมอาหาร แล้วจึงนำมาประกอบเป็นอาหารต่อไป ดังนั้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์และเผยแพร่อาหารไทยของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach สู่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการรวมกลุ่มของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษารายละเอียดด้านอุปทาน (Supply) เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารรวมทั้งสร้างรูปแบบ เพื่อส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยโดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อมุ่งพัฒนาเพิ่มเสริมสร้างศักยภาพรวมทั้งสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach
2. เพื่อหาผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในเชิงการตลาดและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย
3. เพื่อศึกษาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach
4. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความสนใจเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยว
5. เพื่อศึกษาสมรรถนะศักยภาพของทุนมนุษย์ในการบริหารจัดการด้านอุทยานการท่องเที่ยว Active Beach เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย
6. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach
7. เพื่อกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

## วิธีการดำเนินการวิจัย

### 1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีแนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ รวมทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้กระบวนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนหลักคือ

1) ขั้นการสำรวจศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีการดำเนินการดังนี้

1.1 สืบหาข้อมูลในการกำหนดพื้นที่ที่จะทำการวิจัยในพื้นที่ทั้ง 4 จังหวัด ประชุมร่วมกับผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ เช่น กรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำจังหวัด และใช้การประสานข้อมูลทางโทรศัพท์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้พื้นที่เป้าหมายที่จะทำการวิจัยในแต่ละจังหวัด

1.2 สํารวจศัคยภาพดํานนโยบายในการบริหารจัดการทองเทียวดําน การเรียนรู็เทียวกับอาหารไทย (3 ภาคี ได้แกํ นัคทองเทียว/ผู้นําชุมชนหรือปราชญ์ ชาวบ้าน/ผู้ประกอบการ)

1.3 ดําเนินการสัมิภาษณั้เชิงลึก (In-depth) ทัง้ 3 กลุ่มน คือ กลุ่มน 3 ภาคี (ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน) กลุ่มนัคทองเทียว กลุ่มนผู้นําหรือปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ประกอบการ

## 2. ประชากรและกลุ่มนตัวอย่าง

กลุ่มนตัวอย่าง

1) ซึ้นการสํารวจศัคยภาพการบริหารจัดการทองเทียวดํานการเรียนรู็ เทียวกับอาหารไทย โดยกําหนดกลุ่มนตัวอย่างจําแนกตามกิจกรรม ดังตอไปนี้

1.1) กิจกรรมสํารวจข้อมูลในการกําหนดพื้นที่ที่จะทำการศัคยวิจยใน พื้นที่ทัง้ 4 จังหวัด โดยประชมุร่วมนกับผู้เทียวข้องในพื้นที่ เช่น กรรณการ การพัฒนาการทองเทียวประจำจังหวัด และใช้การประสานข้อมูลทางโทรศัคพท์ ทัง้ นี้ เพื่อให้ได้เป้าหมายที่จะทำการศัคยวิจยในแต่ละจังหวัด ซึ้นกําหนดกลุ่มนตัวอย่าง สอดคล้องตามจํานวนผู้ที่เทียวข้อง (Stakeholder) ในพื้นที่ทัง้ 4 จังหวัดในกลุ่มน ทองเทียว Active Beach ได้แกํ จังหวัดชลบุรี จังหวัดจันทบุรี จังหวัดระยอง และ จังหวัดตราด

1.2) กิจกรรมสํารวจศัคยภาพดํานนโยบายในการบริหารจัดการ การทองเทียวดํานการเรียนรู็เทียวกับอาหารไทย (3 ภาคี ได้แกํ นัคทองเทียว/ผู้นํา/ และปราชญ์ชาวบ้าน) ประกอบดว้ยกลุ่มนตัวอย่างดังนี้

- กลุ่มน 3 ภาคี กําหนดกลุ่มนตัวอย่างจังหวัดละ 100 ตัวอย่างรวมเป็ นจํานวน 400 ตัวอย่าง

- กลุ่มนัคทองเทียว กําหนดกลุ่มนตัวอย่างเป็ นนัคทองเทียวชาวไทย จังหวัดละ 70 ตัวอย่าง และนัคทองเทียวชาวต่างชาติ จังหวัดละ 105 ตัวอย่าง รวมเป็ นจังหวัดละ 175 ตัวอย่าง รวมทัง้สิ้น 700 ตัวอย่าง

- กลุ่มนผู้นําชุมชนและปราชญ์ชาวบ้าน กําหนดกลุ่มนตัวอย่างจังหวัด ละ 25 ตัวอย่าง รวมทัง้สิ้นจํานวน 100 ตัวอย่าง

- กลุ่มนผู้ประกอบการจังหวัดละ 25 ตัวอย่าง รวมทัง้สิ้นจํานวน 100 ตัวอย่าง

### 3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

3.1 กำหนดขอบเขตพื้นที่ศึกษาเบื้องต้นสำรวจพื้นที่และคัดเลือกนักวิจัยท้องถิ่นในพื้นที่ศึกษา 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด

3.2 สร้างเครื่องมือในการศึกษาโดยระดมความคิดเห็นจากทีมนักวิจัยหลักและนักวิจัยท้องถิ่นทั้ง 4 พื้นที่และทดสอบเครื่องมือวิจัย (แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง, แบบสังเกตการณ์) ในพื้นที่อำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี และวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 ประชุมนักวิจัยหลักและนักวิจัยท้องถิ่นเพื่อสรุปข้อมูล ปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขการดำเนินงานวิจัย ครั้งที่ 1

3.4 เก็บข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี จังหวัดตราด เพื่อเก็บข้อมูลแบบสอบถามแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง แบบสังเกตการณ์

3.5 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

3.6 นำข้อมูลที่ได้จากศึกษาวิจัยเผยแพร่สู่ประชาชน โดยวิธีการจัดเวทีประชาคม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการหารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยจะทำการจัดเวทีประชาคม 4 เวที ครอบคลุมพื้นที่ศึกษา 4 จังหวัด ซึ่งมีผู้เข้าร่วมประชุมแต่ละเวทีประมาณ 20-30 คน และแบ่งกลุ่มย่อยเป็น 3 กลุ่มๆ ละประมาณ 10 คน มีกลุ่มเป้าหมายดังนี้

1) กลุ่มผู้ประกอบการกิจการอาหารไทย ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับอาหารไทย

2) กลุ่มแกนนำชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน

3) กลุ่มผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดเวทีประชาคมมีขั้นตอนดำเนินงานดังนี้ คือ ใช้เวลาประมาณ 1 วัน มีขั้นตอนการดำเนินงานในการจัดเวทีประชาคม 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) หัวหน้าคณะวิจัย ได้รายงานความเป็นมาของโครงการแก่ผู้เข้าร่วมประชุมใช้เวลาประมาณ 40-60 นาที

2) ประชาชนที่เข้าร่วมเวทีประชาคมได้แสดงความคิดเห็นต่อที่ประชุม ประมาณ 30 นาที

3) คณะวิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และ ประเมินศักยภาพ สมรรถนะของอาหารไทยต่อที่ประชุม ตลอดจนข้อมูลที่ได้จาก แบบสอบถามทั้งบริบทชุมชน ความเข้มแข็งของชุมชน เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้ทำ การตรวจสอบข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องก่อนที่จะจัดพิมพ์รายงาน

4) ให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งนำเสนอรูปแบบ การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เกี่ยวกับอาหาร ไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beachของชุมชนต่อที่ประชุม และคณะวิจัยได้ทำ การซักถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเข้าใจตรงกัน

5) คณะวิจัยได้สรุปและนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการน้ำของชุมชน ต่อที่ประชุมเพื่อเป็นการตรวจสอบข้อเท็จจริงและความถูกต้องอีกครั้ง

## ผลการศึกษา

### 1. ศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

จากการลงพื้นที่สำรวจอาหารท้องถิ่น การสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บ แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ภาคี (ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน) นักท่องเที่ยว และผู้นำชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้านจำนวน 1,300 ชุด และการจัดเวที ประชาคมในพื้นที่ทั้ง 4 จังหวัด พบว่าอาหารไทยที่มีศักยภาพมีดังต่อไปนี้ ปิ้งบป, ปลาข้าวสาร, ทองพับ, เมนูผักกระชับ, ผักน้ำพริกบ้านจำรุง, แกงปลาเห็ดโคน, แกงส้มหน่อไม้ต้องไข่ปลาเรียวเขียว, แกงหมูชะมวง, แกงไก่หน่อกะลา, ซี่โครงหมูต้ม ข้าวอ่อน, ต้มไก่กระวาน, ผัดไทย, หอยปากเปิดผัดตะกั่ว, แกงหมูกระทือ, กะปิหลน, ข้าวกลาง, ปลาทะเลต้มหวาน, ยำทะเล, ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียง, ข้าวคลุกพริกเกลือ, เมนู กระวาน, เส้นจันทน์ผัดปู, ทองม้วนอ่อน, สลละลอยแก้ว, แกงส้มใบสันดาน, หมูต้ม ชะมวง, แกงแสนตุ้ง, แกงฉอง, ปลาต้มส้มคั่วตะลิงปิง, ปลาทุ้มส้มพริกขี้หนู, แกงไก่ สำรอง, แกงไก่กล้วยพระ, แกงส้มลูกมะเขือคัน, ต้มยำกุ้ง, แกงกระทือหอยพอก, แกงเห็ดเสม็ด, ยำมะรุ่มใส่บวบฟักทอง, ยำใบขลุ้, ยำกระชายอ่อนหอยขาว, ยำยอดจิก, ปลาอย่างน้ำพริกกระทือหวาน, แกงส้ม, ข้าวหลาม, ปลาสามรส, อาหารทะเล, ยำปลา ข้าวสาร, แกงเผ็ด, ปลาพล๋า, ฉลามผัดฉ่า, ลาบหมู, ส้มตำ, ต้มยำทะเล, น้ำพริกปลา ข้าวสาร, ต้มปลากะพง, ปลากะพงทอดน้ำปลา, ปลากะพงนึ่งมะนาว, ปลาเก๋าสามรส,

ไก่/หมู/กุ้งผัดกระเทียม, ต้มข่าไก่, แกงป่า, แกงส้มผักระชับ, ปลากรอบ, ก๋วยเตี๋ยว ผัด, กุ้งทอดกระเทียม, หอยตลับผัดพริกเผา, ปูนึ่ง, ปลาผัดฉ่า, น้ำพริกกะปิ, ก๋วยเตี๋ยว หมูเลี้ยง, ข้าวหมกไก่, แกงส้มแป๊ะชะ, ยำผักกูด, น้ำพริกปูไข่, ไก่ทอดกระเทียม, สเต็กปลา, ไก่ผัดเปรี้ยวหวาน, แกงส้มปลา, ทะเลหม้อไฟ, ก๋วยเตี๋ยวไก่, ผัดผักรวมมิตร, ผัดผักบุ้งไฟแดง, ต้มยำปลา, ผัดพริก, ต้มยำปลา, กุ้งผัดผงกระหรี่, ขนมไทย, กุ้งอบวุ้นเส้น, ข้าวเหนียวมะม่วง, หมี่ก๋วย



ภาพที่ 1-4 การหาศึกษาภาพของอาหารไทยประจำถิ่น

2. ผลลัพธ์ และแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย ประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในเชิงการตลาดและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

การได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์อาหารไทยประจำถิ่นของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยพิจารณาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากประเด็น การพัฒนาอาหารประจำท้องถิ่น, ปัญหาในการพัฒนาอาหารท้องถิ่น, แนวทางการส่งเสริมและประเภทของอาหารที่น่าจะส่งเสริม และการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่ 4 จังหวัด การจัด

ประชาคมกลุ่มย่อย 4 จังหวัด และการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวเพิ่มเติมจำนวน 300 ชุด พบว่า อาหารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในพื้นที่ศึกษาได้อาหารไทยประจำถิ่นที่มีศักยภาพที่สามารถจะส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับทางด้านอาหารไทยประจำถิ่นในแผนการตลาดและการจัดศูนย์การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยได้ 6 ชนิด คือ อันดับ 1 ยำ เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66.09 อันดับ 2 ต้มยำกุ้ง เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.01 อันดับ 3 ส้มตำ เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59.32 อันดับ 4 ผัดไทย เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 40.68 อันดับ 5 ปลาทอดน้ำปลา (ปลากะพง, ปลาเก๋า) เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.50 และอันดับที่ 6 ลาบ (ไก่, หมู, ทะเล), เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 22.03 นอกจากนี้อาหารที่คัดเลือ่นี้ได้อาศัยหลัก 4 Ps ประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาตินิยมขอรับประทานอาหารที่มีรสชาติอร่อย กลมกล่อม ดูความสะอาด รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์น่ารับประทาน และผู้ประกอบการก็สามารถจำหน่ายได้ตลอดทุกฤดูกาล

2) ด้านราคาอาหาร ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและผลิตภัณฑ์ของอาหาร นอกจากนี้ราคาอาหารยังขึ้นอยู่กับสถานที่จัดจำหน่าย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานอาหารได้ในร้านระดับธรรมดาจนถึงระดับโรงแรม 5 ดาว ซึ่งราคาก็จะแตกต่างกันไป

3) ด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า สถานที่จัดจำหน่ายอาหารผู้ประกอบการนิยมจะเลือกทำเลตั้งร้านที่อยู่ใกล้ริมทะเล เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเลือกรับประทานในร้านอาหารที่อยู่ติดริมทะเล เพราะได้สัมผัสบรรยากาศริมทะเลและได้กินอาหารสดใหม่

4) ด้านการโฆษณาสินค้า ผู้ประกอบจะมีการรวมกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารในลักษณะของการจัดงานมหกรรมอาหาร, การจัดงานถนนคนเดิน, การจัดประกวดหรือแข่งการทำอาหาร, การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นของฝาก, การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมที่มีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เทศกาลอาหารเจ ประเพณีขันโตก, การจัดเทศกาลเกี่ยวกับอาหาร เช่น เทศกาล ผลไม้และการส่งเสริม

มาตรฐานของร้านอาหาร เช่น Clean Food Good Taste ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกให้การรับประทานได้หลากหลายและมากขึ้น



ภาพที่ 5-8 ผลผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในเชิงการตลาดและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

### 3. ศึกษาศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

การส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นที่มีแนวทางได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นชุมชนท้องถิ่น อปท. ประชาชน ผู้นำชุมชน และภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การจัดทำนายสินค้าตามงานถนนคนเดิน การจัดงานเทศกาลอาหาร จากการสอบถามนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 420 ชุดพบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 54 ให้ความสนใจเพราะเป็นการรวบรวมความหลากหลายของอาหารมาไว้ที่เดียวเป็นการอำนวยความสะดวก

สะดวกในการซื้ออาหารท้องถิ่นมาบริโภค นักท่องเที่ยวนิยมบริโภคอาหารที่มีความหลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการที่ขายอาหารสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในขั้นนี้ได้เป็นอย่างดี สังเกตได้จากเมนูอาหารของแต่ละร้านจะมีเมนูอาหารที่มีวัตถุดิบชนิดเดียวแต่สามารถทำอาหารออกมาได้หลายชนิด

การรวมแพคเกจการทำอาหารร่วมกับบริษัทนำเที่ยว โดยร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ 4 จังหวัดจะต้องเตรียมวัตถุดิบเกี่ยวกับการทำอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหารเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้การทำอาหารไทย ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้บริษัทนำเที่ยวจะรับผิดชอบ

ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารประจำถิ่นกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach จากการศึกษาโดยแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชาชนชาวบ้าน และการจัดเวทีประชาคมพบว่าร้อยละ 50 มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นให้เกิดเป็นศูนย์เรียนรู้ในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านน้ำเขียว อำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด และเทศบาลตำบลบางเสร่ อำเภอบางเสร่ จังหวัดชลบุรี มีการบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการทำอาหารประจำกลุ่ม Active Beach ลงในหลักสูตรการเรียนขั้นพื้นฐานของโรงเรียนที่อยู่ในชุมชน สถาบันการศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ และในร้านค้าบางแห่งได้ส่งเสริมการเรียนรู้โดยการสนับสนุนด้านวิชาการแก่นักศึกษาที่เข้ามาทำงานวิจัยเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น เมื่อมีการจัดงานมหกรรมอาหารหรือกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารคนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารหรือกลุ่มแม่บ้านได้มีการจัดบุคลากรทำอาหารท้องถิ่น เพื่อให้คนที่มาเดินชมงานได้ศึกษาการทำอาหารท้องถิ่น

#### 4. พฤติกรรมการบริโภคและความสนใจเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามจำนวน 420 ชุด พบว่านักท่องเที่ยวนิยมพฤติกรรมการบริโภคอาหาร คือ การเลือกร้านอาหาร นักท่องเที่ยวร้อยละ 41.67 เลือกร้านอาหารเอง การรับประทานอาหารนักท่องเที่ย্বর้อยละ 40 เลือกรับประทานอาหารไทย เช่น ยำ, ต้มยำกุ้ง, ส้มตำ, ผัดไทย, ลาบ (ไก่, หมู, ทะเล), ปลาทอดน้ำปลา (ปลากะพง, ปลาเก๋า) การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ย্বর้อยละ 53.33 เลือกร้านอาหารสะอาดและบรรยากาศของร้านที่เป็นธรรมชาติ และความเป็นกันเองของผู้ให้บริการ นักท่องเที่ยวร้อยละ 50.83 ประทับใจในรสชาติอาหารคุณภาพของอาหาร และความหลากหลายของอาหาร

จากสัมภาษณ์เชิงลึกแม่ค้าที่ค้าขายอยู่ริมหาด พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ จะชอบมานั่งร้านอาหารที่เคยมาเที่ยวเมื่อปีก่อนๆ เนื่องจากความเชื่อมั่นเรื่อง ความสะอาด คุณภาพของอาหาร ราคาของอาหาร และการบริการที่เป็นธรรมชาติ ในร้านอาหารร้านเดิม

## 5. สมรรถนะศักยภาพของทุนมนุษย์ในการบริหารจัดการด้านอุปทานการ ท่องเที่ยว Active Beachเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

ศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่พบว่ามีเพียงร้อยละ 25 เท่านั้นที่มีความพร้อมด้านทุนมนุษย์ คือ มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง ศักยภาพของ ผู้ประกอบการในภาพรวมยังต้องการในเรื่องป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือ ป้ายบอกเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ ป้ายร้านอาหารที่มีมาตรฐาน เดียวกัน การอบรมภาษาอังกฤษให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อต้อนรับลูกค้าอาเซียน การเผยแพร่ข้อมูลร้านอาหารผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลนั้นต้องอัปเดตตลอดเวลา ภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมหรือส่งเสริมในการรักษามาตรฐานความสะอาดของ ร้านค้า การตรวจมาตรฐานร้านอาหารสะอาด รสชาติอร่อยควรสังกัดสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดเหมือนเดิม

## 6. พัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่ม ท่องเที่ยว Active Beach

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามและการจัดเวทีประชาคมในพื้นที่ 4 จังหวัด มาพัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย และ นำข้อมูลที่ได้ไปทดลองพัฒนารูปแบบ ณ เทศบาลตำบลหาดเจ้าสำราญ อำเภอเมือง เพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรีซึ่ง ได้รูปแบบดังต่อไปนี้

รูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่ม ท่องเที่ยว Active Beach จากผลการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องทั้งจากส่วนกลางและส่วน ภูมิภาคได้ผลการศึกษาดังนี้

### 6.1 ผู้ประกอบการร้านอาหาร

1. การพัฒนาร้านอาหารควรจัดร้านให้เหมาะสม, มีความสะอาดและ สะอาด, บรรยากาศดี, มีระเบียบ

2. การพัฒนากิจกรรมอาหารจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหาร, ผลิตอาหารที่ถูก  
สุขลักษณะ อยากรให้รัฐเข้ามาสนับสนุน

3. การพัฒนาสินค้าอาหารของฝากที่ทันสมัย, บรรจุภัณฑ์สวยงาม, ราคา  
ถูก, แปรรูปให้มีความหลากหลายมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

4. การพัฒนากิจกรรมอาหาร การแนะนำอาหารท้องถิ่นให้  
นักท่องเที่ยวรู้จัก, ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร, ส่งเสริมการทำอาหารพื้นเมือง, อาหาร  
ควรมีความหลากหลาย

5. การพัฒนาร้านอาหารตกแต่งร้านให้สวยงาม ร่มรื่น, ให้คำปรึกษาและ  
แนะนำนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร

6. การสร้างมาตรฐานสินค้า (การทำแบรนด์) ให้สินค้าท้องถิ่นแต่ละชนิด  
เพื่อในอนาคตอาจมีการละเมิดสิทธิ์และผู้ที่เป็นเจ้าของสิทธิ์อาจเสียผลประโยชน์ได้

7. การพัฒนาอาหารให้มีความหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ความ  
รู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติม

## 6.2 หน่วยงานท้องถิ่น

1. การพัฒนารณรงค์การผลิตอาหาร, ควบคุมราคาสินค้า, ความสะอาด,  
อร่อย/รสชาติ, ตัดป้ายราคา

2. ส่งเสริมสินค้าอาหารของฝากคุณภาพดีเหมาะสมกับราคา, จัดให้มี  
ตลาดถนนคนเดิน, ราคาเหมาะสมกับสินค้า, สินค้ามีเอกลักษณ์

3. การรวบรวมข้อมูลของอาหารท้องถิ่นให้เป็นรูปเล่ม หรือเอกสารเพื่อ  
ง่ายต่อการศึกษา อ้างอิงและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

4. การอบรมการทำอาหารท้องถิ่นให้แก่เยาวชนรุ่นใหม่ เพื่อรักษาอาหาร  
ท้องถิ่น

5. การรณรงค์หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุก  
ฤดูกาลเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้ในท้องถิ่น

6. การเรียนรู้หรือการอบรมเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น เพื่อใช้  
เป็นสื่อให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

7. การพัฒนาหลักสูตรการทำอาหารท้องถิ่น เพื่อบรรจุในหลักสูตร  
การเรียนการสอนในสถานศึกษา

8. การสร้างแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารครอยู่ร้านประจำ หรือโยกย้าย  
ไปสาธิตตามความเหมาะสมของสถานที่และผลิตภัณฑ์ที่ทำทางสาธิต

### 6.3 หน่วยงานของภาครัฐ

1. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและอาหารให้มากขึ้น
2. การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่นในพื้นที่
3. การเชื่อมโยงทุกหน่วยงานของรัฐและเอกชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. การดูแลหรือประเมินคุณภาพของร้านค้าให้ได้มาตรฐานเรื่องความสะอาดและให้ความร่วมมือกันในการพัฒนาท้องถิ่นให้น่าเที่ยวหรือพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน
5. การจัดกิจกรรมถนนคนเดินขึ้น เพื่อแสดงสินค้าท้องถิ่นไปโชว์/ขายเพื่อประชาสัมพันธ์ของดีและมีคุณภาพประจำถิ่น
6. การสร้างแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน หมู่บ้าน เทศบาล เพื่อถ่ายทอดการดูแลและศึกษาดูงานจากคนภายนอก
7. การเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต, पोสเตอร์ (Poster) , แผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์อาหารในท้องถิ่นและมีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ
8. การอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคให้ทั่วถึงกันทุกแห่ง
9. การดูแลความปลอดภัยบริเวณถนนเรียบชายหาด เพื่อความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
10. การอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานสำหรับผู้ประกอบการไม่ควรมีค่าใช้จ่าย เพราะบางครั้งค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมการอบรมแพงเกินไป
11. การควบคุมดูแลร้านอาหารของชาวต่างชาติเพื่อไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำกันในการประกอบธุรกิจของชาวไทยและต่างชาติ



ภาพที่ 9-11 การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

## 7. นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาศึกษาการเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

จากการพัฒนารูปแบบส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อผลักดันให้เกิดผลการปฏิบัติจริง จึงได้กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ และยุทธศาสตร์ ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำไปปรับใช้กับท้องถิ่นของตนเอง

**นโยบาย :** การพัฒนาทุนของผู้ประกอบการไทยประจำถิ่น

**ยุทธศาสตร์ที่ 1:** พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารและระบบมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร

**กลยุทธ์ที่ 1** การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ

1. จัดตั้งกลไกการเรียนรู้อาหารไทยประจำถิ่นระดับพื้นที่และระดับภูมิภาค
2. พัฒนาศักยภาพของกลไกการเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและนำเสนอผลงานทางด้านอาหารผ่านเวทีแสดงต่างๆ
3. สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ 4 ด้าน (คน, งบประมาณ, การเรียนรู้, วิชาการ)

## กลยุทธ์ที่ 2 ผลักดันสู่การปฏิบัติจริง

1. ประสานงานกับภาคียุทธศาสตร์ (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, ทำเอง อปท. หรือร่วมทำกับภาคีอื่นๆ)
2. จัดทำ Road map การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านอุปทานเกี่ยวกับอาหารไทยประจำถิ่น (เร่งด่วน/ปานกลาง/ระยะยาว)
3. สร้างพื้นฐานต้นแบบ (รูปธรรม) ที่เป็นแหล่งเรียนรู้
4. ประสานงานกับแหล่งทุนภายนอก

## กลยุทธ์ที่ 3 การเผยแพร่กระบวนการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้วยอุปทานเกี่ยวกับอาหารประจำถิ่น

1. การพัฒนาระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับอาหารไทยประจำถิ่น
2. เผยแพร่ผลงานสู่เวทีสาธารณะ

**ยุทธศาสตร์ที่ 2:** ใช้ประเด็นการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนา กลุ่มเป้าหมาย

1. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านอาหารไทยประจำถิ่น
2. ส่งเสริมการพัฒนาความรู้ ทักษะของผู้ประกอบการด้านอาหารไทยประจำถิ่น
3. สร้างองค์ความรู้ และส่งเสริมการพัฒนาองค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านอาหารไทยประจำถิ่น
4. พัฒนาระบบการควบคุมสินค้านำเข้าให้มีความชัดเจนและเข้มแข็ง
5. ติดตาม ปัญหาอุปสรรค เพื่อประเมิน และจัดทำแนวทางการแก้ไข และการเผยแพร่สู่ชุมชนต่อไป
6. สร้างกลไกการพัฒนาผู้ประกอบการด้านอาหารไทยให้เกิดความปลอดภัยและให้มีความมั่นคงทางอาหาร

## สรุปผลและอภิปราย

ศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach มีจำนวน 80 รายการ แบ่งเป็นประเภทอาหารควาจำนวน 73 รายการ และอาหารหวานจำนวน 7 รายการ ด้านผลิตภัณฑ์อาหารไทยประจำถิ่นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา คือ ยำ ได้รับความนิยม คิดเป็นร้อยละ 66.09

รองลงมาคือ ต้มยำกุ้ง คิดเป็นร้อยละ 61.01 อันดับ 3 ส้มตำ คิดเป็นร้อยละ 59.32 อันดับ 4 ผัดไทย คิดเป็นร้อยละ 40.68 อันดับ 5 ปลาทอดน้ำปลา (ปลากะพง, ปลาเก๋า) คิดเป็นร้อยละ 30.50 และอันดับที่ 6 ลาบ (ไก่, หมู, ทะเล), คิดเป็นร้อยละ 22.03 การส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย ประจำถิ่นดำเนินการได้โดยการจัดจำหน่ายสินค้าตามงานถนนคนเดิน การจัดงานเทศกาลอาหาร พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 54 ให้ความสนใจ เพราะเป็นการรวบรวมความหลากหลายของอาหารมาไว้ที่เดียว เป็นการอำนวยความสะดวกในการซื้ออาหารท้องถิ่นมาบริโภค โดยมีการรวมแพ็คเกจการทำอาหารร่วมกับบริษัทนำเที่ยวโดยร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ 4 จังหวัดจะต้องเตรียมวัตถุดิบเกี่ยวกับการทำอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหารเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้การทำอาหารไทยมากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมผู้บริโภคและความสนใจเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยวจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคือ การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ย্বর้อยละ 41.67 เลือกร้านอาหารเอง การรับประทานอาหารนักท่องเที่ย্বর้อยละ 40 เลือกรับประทานอาหารไทย ได้แก่ ยำ, ต้มยำกุ้ง, ส้มตำ, ผัดไทย, ปลาทอดน้ำปลา (ปลากะพง, ปลาเก๋า) และลาบ (ไก่, หมู, ทะเล), การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ย্বর้อยละ 53.33 เลือกจากความสะอาดและบรรยากาศของร้าน นักท่องเที่ย্বর้อยละ 50.83 ประทับใจในรสชาติอาหาร, คุณภาพของอาหาร และความหลากหลายของอาหาร

นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนรู้สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยมีนโยบายคือ การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย 2 คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารและระบบมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์และ 12 แผนงาน ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อแก้ไขปัญหาและพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1 กลยุทธ์และ 3 แผนงาน

## รายการอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). **คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ฉอาน วุฒิกรรมศึกษา. (2526). **ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชน ในโครงสร้างในชนบท: ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการที่ได้รับรางวัลดีเด่นของตำบลดีเด่นของ ตำบลกุ่มพยอม อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- दनัย เทียนพุดม. (2551). **การพัฒนามูลค่าทุนมนุษย์**. [ออนไลน์]. สืบค้นได้จาก <http://www.dntnet.com>. วันที่ 20 มีนาคม 2551.
- ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ. (2548). **การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ. (2547). **รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- \_\_\_\_\_ . (2548). **การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว = The development of Thai food potential for promoting tourism industry**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นภาพรณ นพรัตน์ภรณ์. (2543). **แนวทางการสร้างอาหารไทยเป็นอาหารโลกในสิบปีข้างหน้า**. กรุงเทพฯ: อักษรสยามการพิมพ์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. ปทุมธานี: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- ภราเดช พยัควิเชียร. (2539). “ความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) เพดานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องให้ความสำคัญในปัจจุบัน”. **จุลสารการท่องเที่ยว**. เมษายน-มิถุนายน.
- มรุสส ปราบโพธิ์. (2543). **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว**:

กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี.

วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรรณพร วณิชานุกร. (2540). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: ทรรปณศิลป์.

(อัดสำเนา)

ศรัณย์ เลิศรักษ์มงคล. (2540). “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน”.

จูลสารการท่องเที่ยว. (ม.ค. – มี.ค.) : หน้า 12 – 15.