วารสารวิชาการเทคโนโลยีการจัดการ. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2: กรกฎาคม – ธันวาคม 2564
Academic Journal of Management Technology (AJMT). 2(2): July - December 2021

แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

A Guideline for Chinese Banquet Business Competencies Improvement in Nakhon Pathom Province to Promote Cultural Tourism

ถิรนันท์ ประทุม[1]
Tiranan Pratum[1]

Received: *September 29, 2021;* **Revised:** *November 29, 2021;* **Accepted:** *December 16, 2021*

บทคัดย่อ

ในการศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ การเก็บแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ควรพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นต่อการพัฒนาคุณภาพการบริการ 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านคุณภาพและการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องความสะอาดของอาหาร (2) ด้านผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่องการแต่งกาย ความสุภาพของพนักงาน (3) ด้านราคาในเรื่องความหลากหลายในด้านราคา (4) ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในเรื่องความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร (5) ด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องความหลากหลายของรายการอาหาร

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม ธุรกิจโต๊ะจีน สมรรถนะผู้ประกอบการ

[1] คณะมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University
[*]*Corresponding author e-mail pratuma@hotmail.com*

Abstract

The primary objective of the present study was to design a guideline to improve Chinese banquet business competencies in Nakhon Pathom Province to promote cultural tourism. The samples, selected using accidental sampling method, were 400 Thai customers who visited Nakhon Pathom Province. The data were collected through a questionnaire, and analyzed using descriptive statistics including frequency, percentage, mean scores, and standard deviation. The results showed that improvement in the following five competencies, namely, quality of food and beverage service that meet food hygiene standard, (2) food and beverage service staff with uniform and courtesy (3) pricing and price variation (4) cleanliness of place, kitchen, and utensils, and (5) variety of foods were recommended.

Keywords: Cultural tourism, Nakhon Pathom Province, Chinese banquet business, Entrepreneur competencies

บทนำ

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน หน่วยงานองค์การท่องเที่ยวโลก หรือ The united nations world tourism organization (UNWTO) มีการคาดการณ์การเติบโตของจำนวนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่า ปี 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ประมาณ 1,400 ล้านคน ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตมากที่สุด มีผลมาจากการเติบโตของตลาดใหม่ ในระดับภูมิภาคอาเซียน ที่มีชนชั้นกลางมากขึ้นและมีจำนวนผู้มีรายได้สูงขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ 958,614.37 ล้านบาท (1 มกราคม - 28 กรกฎาคม 2559) หนึ่งในรายได้ที่เพิ่มขึ้นนั้นคือ รายได้จากการท่องเที่ยวอาหาร ในปี 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอาหารจำนวน 456,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยวด้านอาหาร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ตามแผนนโยบายเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 11 ถึงฉบับที่ 12 ที่เน้นการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น โดยเน้นการพัฒนาภาคบริการ เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานเดิมและฐานบริการใหม่ เสริมสร้างความเข็มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และยกระดับคุณภาพให้สนองต อบต่อความต้องการของตลาด (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

พระบรมราโชวาทของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ความว่า “งานด้านการศึกษาศิลปะและวัฒนธรรมนั้น เป็นงานสร้างสรรค์ความเจริญทางปัญญา และทางจิตใจ ซึ่งเป็นทั้งต้นเหตุ และองค์ประกอบที่ขาดไม่ได้ของความเจริญด้านอื่นทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่จะช่วยให้เรารักษา และดำรงความเป็นไทยไว้ได้สืบไป” (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2552) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อให้สัมผัสถึงการประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิงและสันทนาการ เป็นการให้ได้มาซึ่งประสบการณ์การรับประทานอาหาร เยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร หรือกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร ซึ่งเป็นการเรียนรู้วัฒนธรรมและทำความเข้าใจกับอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) อีกทั้งอาหารยังเป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว (ภัทรพร พันธุรี, 2558) ซึ่งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับนำอาหารมาเป็นส่วนหนึ่งใน

การจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การจัดงานเทศกาลอาหารในจังหวัดต่าง ๆ ที่เน้นการนำของดีในภูมิภาคหรือจังหวัดมาดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างความแข็งแข็งและความยั่งยืนของวัฒนธรรม

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนสภาพภูมิประเทศมีลักษณะเป็นที่ราบถึงค่อนข้างราบเรียบ ไม่มีภูเขาและป่าไม้ ทำให้ประชากรในพื้นที่ส่วนมากประกอบอาชีพเกษตรกรรม (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2559) จึงทำให้การเกษตรเป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม เช่น การทำไร่ ทำนา ทำสวนผลไม้และพืชผัก การเลี้ยงสัตว์และการประมง นอกจากความสมบูรณ์ในด้านการเกษตร จังหวัดนครปฐมยังเป็นจังหวัด ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ติดอันดับ 1 ใน 30 ของจังหวัดที่มีผู้มาท่องเที่ยว ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 3,115,086 คน ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารของจังหวัดนครปฐมสามารถทำรายได้เป็นอันดับหนึ่งของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และจังหวัดนครปฐมยังเป็นอู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความรุ่งเรืองด้านพุทธศาสนาและเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญ จึงได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย ประกอบกับทางจังหวัดมีแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เช่น การจัดงานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ งานวันส้มโอนครปฐม งานเทศกาลอาหารและผลไม้ เป็นการท่องเที่ยวชมประเพณีและวัฒนธรรม เป็นต้น (แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2560) ทำให้จังหวัดนครปฐมสามารถดึงดูดให้นักเดินทางท่องเที่ยวสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

ด้วยความเป็นแหล่งเกษตรกรรมจังหวัดนครปฐม จึงมีความโดดเด่นในด้านการผลิตอาหาร และส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร โดยเฉพาะเทศกาลอาหารและผลไม้ที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือนมกราคมถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมให้มีการรักษาคุณภาพสินค้าและผลผลิตผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและอุตสาหกรรมในจังหวัดให้แพร่หลาย เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ให้สมกับที่ได้รับการขนานนามว่า นครปฐมเป็นครัวระดับโลกและให้เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2559) ดังคำกล่าวว่าการทานอาหารในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจจะไม่เคยทานอาหารนั้นมาก่อนเป็นการทานที่ไม่ได้ทานที่บ้าน แต่เป็นการทานที่เสริมสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (Quanand & Wang ,2004) ดังนั้นการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อทานโต๊ะจีนนครปฐม ทานอาหารจังหวัดนครปฐม ทานส้มโอนครปฐม จึงอยู่ในความคิดของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นดินแดนแห่งประวัติศาสตร์และมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาซื้อสินค้า และรับบริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม นักท่องเที่ยวสามารถยืนยันได้ว่าเดินทางมาถึงจังหวัดนครปฐมจริง เข้ามาทานอาหารท้องถิ่น อาหารต้นตำหรับโต๊ะจีนยังแหล่งผลิตจริง เป็นการเพิ่มประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ดังคำกล่าวว่า คุณค่าของประสบการณ์ในการท่องเที่ยวจะถูกสร้างขึ้นในขณะที่นักท่องเที่ยวรู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งกับแหล่งท่องเที่ยวโดยการให้ร่างกายสัมผัสและซึมซับสิ่งนั้น (Smith & Richards ,2012) การเข้าถึงความคิดของนักท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายผู้ประกอบการโต๊ะจีน ที่จะต้องพัฒนาการบริการ หรือหาความโดดเด่นใน เรื่องการสร้างประสบการณ์ ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเล่าถึงวัฒนธรรมของคนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐมผ่านประสบการณ์การทานอาหารโต๊ะจีน ดังนั้นเพื่อเสริมสร้างศักยภาพที่มีอยู่แล้วนั่นคือวัตถุดิบท้องถิ่น วิธีการปรุงอาหาร เป็นต้น ให้มีมากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของสังคม ในปัจจุบัน การใช้วิธีการสร้างความแตกต่างของคุณภาพอาหารและการบริการ สามารถดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวในสถานการณ์แข่งขันที่รุนแรง และ

ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มช่องทางการในการสร้างรูปแบบประสบการณ์ใหม่ ๆ ได้เพิ่มมากขึ้น(จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์และคณะ,2558)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษากระบวนการทำงานของผู้ประกอบการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม รูปแบบการให้บริการ การสร้างคุณค่าและการส่งมอบประสบการณ์ให้กับผู้มาใช้บริการโต๊ะจีน โดยมุ่งหวังสร้างความแตกต่างในการให้บริการไม่ให้สามารถเลียนแบบได้ โดยการใช้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นตัวขับเคลื่อนแนวทางในการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการ ให้สามารถแข่งขันและเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับคนในท้องถิ่นที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจโต๊ะจีน และยังเป็นการคงไว้ซึ่งความเป็นอยู่ของวัฒนธรรม ประเพณี ของคนในท้องถิ่น วิถีชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำมาเสริมสร้างเข้ากับธุรกิจอาหาร เกิดเป็นเรื่องราวที่บ่งบอกถึงความเป็นชนชาติไทย เสริมสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น และพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้สามารถช่วยเหลือตัวเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทบทวนวรรณกรรม

ในงานศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการการสร้างแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยสามารถสรุปความหมายและความสำคัญของรายละเอียดที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสความงามของวิถีชีวิตของชุมชน โดยนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้โดยเฉพาะ ราณี อสิชัยกุล (2546) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรมประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี เช่นเดียวกับ พนมพร สารสิทธิยศ (2552) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัดโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนงและสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัยของบุคคลในอดีตที่สืบทอดกันมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน สอดคล้องกับ พะยอม ธรรมบุตร (2549) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการของชุมชนท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ มหกรรมและงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ตลอดจนแหล่งมรดกต่าง ๆ

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ มรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงความรุ่งเรือง และวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัยของบุคคลในอดีตที่สืบทอดกันมา

2. หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการดำเนินการเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งบุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา (2548) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4 ประการ ดังนี้

2.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าของประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของ ทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความรัก หวงแหน รักษาและดึงดูด ชุมชนท้องถิ่นมามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การขายของที่ระลึก เป็นต้น

2.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2.4 เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรมศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

3. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

3.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือให้กระทบน้อยที่สุด

3.3 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคม และวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่นโดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่าย

ที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการ จัดการการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่าจะต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้น ในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่าต้องไม่เกินขีด ความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คานำถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

การประกอบธุรกิจโต๊ะจีน นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายธุรกิจโต๊ะจีนไว้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น

จุไรพร สุธรรมโกศล (2558) ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการ ที่มีกระบวนการทำอาหารที่มาจากการทำอาหารของคนจีนที่ได้อพยพเข้ามาแสวงหาแหล่งทำมาหากินแหล่งใหม่ในสมัยโพ้นทะเล นิยมทำอาหารจีนขึ้นเฉพาะในช่วงที่มีคนว่าจ้าง เช่น งานเทศกาลต่าง ๆ งานบวช งานรื่นเริง เท่านั้น

กำธร แจ่มจำรัส (2556) ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการ ที่มีกรรมวิธีการทำอาหาร ที่คนไทยเชื้อสายจีน ได้เรียนรู้วิธีการประกอบอาหารจีนหลากหลายเมนูจากประเทศจีน มาเริ่มอาชีพรับทำอาหารตามงานพิธีต่าง ๆ เช่น งานบวช งานทำบุญบ้านใหม่ งานวัด ไปจนกระทั่งงานศพ เป็นต้น

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ ธุรกิจโต๊ะจีน คือ ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีกรรมวิธีการทำอาหารแบบคนจีน วิธีการปรุงอาหาร และมีการประกอบอาหารหลากหลายเมนู มีลำดับขั้นตอนในการเสิร์ฟอาหารตามหลักความเชื่อของคนจีน

สมรรถนะของผู้ประกอบการ ความหมายของสมรรถนะ สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นในองค์กร (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. 2553)

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์ (2553) กล่าวว่า Competency หมายถึง ขีดความสามารถ ศักยภาพ สมรรถนะ หรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เป็นการกระทำหรือการแสดงออกของบุคลากรในองค์การ ซึ่งจะส่งผลต่อผลลัพธ์หรือคุณภาพของงาน ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1. ส่วนที่อยู่เหนือน้ำ เป็นส่วนที่มองเห็นได้ชัด สามารถวัดและประเมินผลได้ง่าย ประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้จากห้องเรียนหรือห้องอบรม และทักษะ (Skills) เกิดจากการฝึกฝน ปฏิบัติจนมี

ความชำนาญในเรื่องนั้น ทั้งนี้ทักษะจะประกอบไปด้วยทักษะการบริหาร (Management skills) และทักษะในงานเฉพาะด้านหรือในเชิงเทคนิค (Technical Skills)

2. ส่วนที่อยู่ใต้น้ำ เป็นคุณสมบัติพิเศษส่วนบุคคล (Personal attributes) เป็นส่วนที่มองเห็นได้ยากกว่าต้องอาศัยการสังเกตจากผู้บังคับบัญชาและบุคคลรอบข้าง เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า คู่ค้า เป็นต้น ทั้งนี้ส่วนที่อยู่ใต้น้ำประกอบด้วยแนวความคิด ลักษณะนิสัย และแรงขับหรือแรงบันดาลใจ เป็นคุณสมบัติของพนักงานที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิดหรือมีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยเด็ก เช่น ความละเอียดรอบคอบ มนุษยสัมพันธ์ การควบคุมอารมณ์และบุคลิกภาพ เป็นต้น

สมรรถนะ หรือ Competency หมายถึง ทักษะ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ แรงจูงใจ หรือ คุณลักษณะที่เหมาะสมของบุคคลที่จะสามารถปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จ การค้นหาสมรรถนะในองค์กร สามารถกำหนดวิธีขึ้นมาได้ตามการแบ่งประเภทสมรรถนะที่ต้องการใช้ สำหรับองค์กรที่กำลังจะเริ่มค้นหา ควรกำหนดวิธีตาม

1. Core competency หรือ สรรถนะหลัก คือ คุณลักษณะ สมรรถนะ ความสามารถ คุณสมบัติ ที่คนทุกคนในองค์กรต้องมี เพราะถือว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญยิ่งขององค์กรที่จะช่วยให้พนักงานนั้นเป็นพนักงานที่สามารถปฏิบัติงานในองค์กรได้ตลอดรอดฝั่ง ในขณะเดียวกันพนักงานที่ขาด สมรรถนะหลัก ก็ต้องได้รับการพัฒนา

2. Functional competency หรือ สมรรถนะความสามารถ คือ คุณลักษณะ สมรรถนะ ความสามารถ คุณสมบัติที่คนทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ จะต้องมีเพื่อให้สามารถทำงานในตำแหน่งนั้น ๆ ได้อย่างประสบความสำเร็จ ซึ่งตำแหน่งงานที่แตกต่างกันไป จะมีสมรรถนะความสามารถที่แตกต่างกัน เพราะมีลักษณะงานที่ทำนั้นแตกต่างกัน

การพัฒนาสมรรถนะ (Competency) ของบุคลากร เป็นหนึ่งในภาระกิจสำคัญที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลต้องการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ทรัพยากรมนุษย์คือปัจจัยสำคัญรวมถึงเป็นกลยุทธ์ที่ดีที่สุดอย่างหนึ่งที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ Rylatt & Lohan (1995) ได้สรุปประโยชน์ของสมรรถนะที่มีต่อการเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management)
2. ด้านการสรรหาและคัดเลือก (Recruitment and selection)
3. ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance sssessments)
4. ด้านการวางแผนความก้าวหน้าในอาชีพ (Carrier planning)
5. ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HumanResource development)
6. ด้านการรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์การ (Employee retention)
7. ด้านประโยชน์ที่มีต่อองค์การ (Organizational benefit)

สรุปได้ว่า การใช้สมรรถนะของคนในองค์กร ในการดำเนินธุรกิจ เป็นส่งที่นำมาซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด การพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะคนในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่ดี

ผู้ประกอบการธุรกิจ

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2560) กล่าวว่า ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่ประกอบกิจกรรมทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การซื้อ การขาย สินค้า และการบริการ โดยมุ่งหวังผลตอบแทน ทางกำไร และมีความพึงพอใจส่วนตัวที่จะทำกิจกรรม ดังนั้นการประกอบธุรกิจใด ๆ ก็ตาม ผู้ประกอบธุรกิจจึงต้องมีคุณสมบัติที่สำคัญหลายประการ เพื่อความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าในการประกอบธุรกิจ โดยคุณสมบัติสำหรับผู้ประกอบการที่สำคัญ

1. มีความรับผิดชอบต่อผลการดำเนินของกิจการด้วยความระมัดระวังซึ่งตนเป็นผู้ควบคุมดูแล
2. มีความกล้าเสี่ยง แต่ก็ดำเนินงานด้วยความระมัดระวังรอบคอบ

3. มีความมั่นใจในตนเอง

4. มีความกระตือรือร้นในการทำงานสามารถทำงานที่หนักได้เป็นเวลานาน ๆ และมีความรับผิดชอบสูง

5. มีความสามารถในการมองเห็นอนาคตหรือมองการณ์ไกล มองเห็นโอกาสทางธุรกิจได้ มากกว่าบุคคลอื่น ๆ

6. มีความสามารถในการคัดเลือกพนักงานที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่ง

7. คำนึงถึงความสำเร็จของงานมากกว่าเงิน

8. มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

9. มีมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพที่ดีมีความสามารถในการเข้าสมาคม ใจกว้างและเคารพการ ตัดสินใจของผู้อื่น

10. มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร มีศิลปะในการพูดและการฟังที่ดี

11. มีความรู้ทางด้านเทคนิค และความชำนาญในงานที่ทำ

12. มีความสามารถในการจัดการและวางแผน

13. มีจริยธรรมและจรรยาบรรณต่อวิชาชีพของตนเอง

14. การมีความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือบริการที่แปลกใหม่

15. รู้จักพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความชำนาญเพิ่มมากขึ้น

จากความหมายดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของ สมรรถนะของผู้ประกอบการ คือ พฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ความสามารถ ทักษะและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลสร้างผลงานได้โดดเด่นเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

การวัดคุณภาพการบริการ พรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน (2557) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริการ ไว้ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Reliability) เป็นความสม่ำเสมอของผลงานบริการที่ส่งมอบให้ลูกค้าการรักษาคำมั่นสัญญาและเป็นที่พึ่งพาของลูกค้าเมื่อเกิดปัญหา

2. ความน่าเชื่อถือ (Creditability) เป็นความเชื่อใจที่ลูกค้ามีต่อธุรกิจ พิจารณาจากชื่อเสียง ความซื่อสัตย์ และความโปร่งใสในการดำเนินธุรกิจ

3. ความสามารถ (Competence) เป็นความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของพนักงานที่พร้อมให้บริการแก่ลูกค้าโดยพนักงานจะต้องมีความสามารถที่เหมาะสม

4. รู้สึกจับต้องได้ (Tangibles) เป็นความรู้สึกได้ถึงความพร้อมและความใส่ใจในการให้บริการท่องเที่ยว เช่น เครื่องมือ อุปกรณ์การให้บริการ เครื่องแบบพนักงาน ความสะอาด เป็นต้น

5. ความสุภาพ (Courtesy) ครอบคลุมถึงการแสดงออกที่เหมาะสมกับกาลเทศะ การบริการด้วยความเต็มใจและจริงใจ ตลอดจนการแสดงความสุภาพออกมาจากใจ จนลูกค้าสัมผัสได้จากความรู้สึกที่ดี

6. การเข้าถึงได้ (Access) ลูกค้าสามารถเข้าถึงการบริการได้เมื่อต้องการ โดยไม่ต้องเสียเวลารอคอย และมีขั้นตอนที่สะดวกรวดเร็ว

7. ความเข้าใจลูกค้า (Understanding the customer) เพื่อให้การบริการสามารถสร้างความพึงพอใจและความชื่นชมต่อลูกค้า และลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

8. การติดต่อสื่อสาร (Communication) จะต้องพยายามสร้างความเข้าใจให้กับลูกค้าและพยายามทำความเข้าใจในตัวลูกค้า เพื่อที่จะสามารถให้บริการและแก้ปัญหาอย่างเหมาะสม

9. ความปลอดภัย (Security) จะต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าเขาจะได้รับการบริการที่เหมาะสม ไม่เสี่ยงอันตราย ความผิดพลาด หรือเกิดความสูญเสีย

10. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) ต้องตอบสนองความต้องการได้ทันที ถูกต้อง รวดเร็ว และเต็มใจ

ในขณะที่ กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2557) ได้อธิบายถึงการวัดคุณภาพการบริการ ไว้ดังนี้

1. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เป็นการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

2. การใช้เครื่องมืออุปกรณ์และวัสดุต่าง ๆ เป็นการกำหนดข้าวของเครื่องใช้ที่กลมกลืนไปกับสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

3. การให้ข้อมูลข่าวสารและการติดต่อกับลูกค้า รวดเร็วและเข้าถึงง่าย

4. การบริการหลัก เป็นการบริการที่เป็นหน้าที่หลักของให้ผู้บริการนั้น

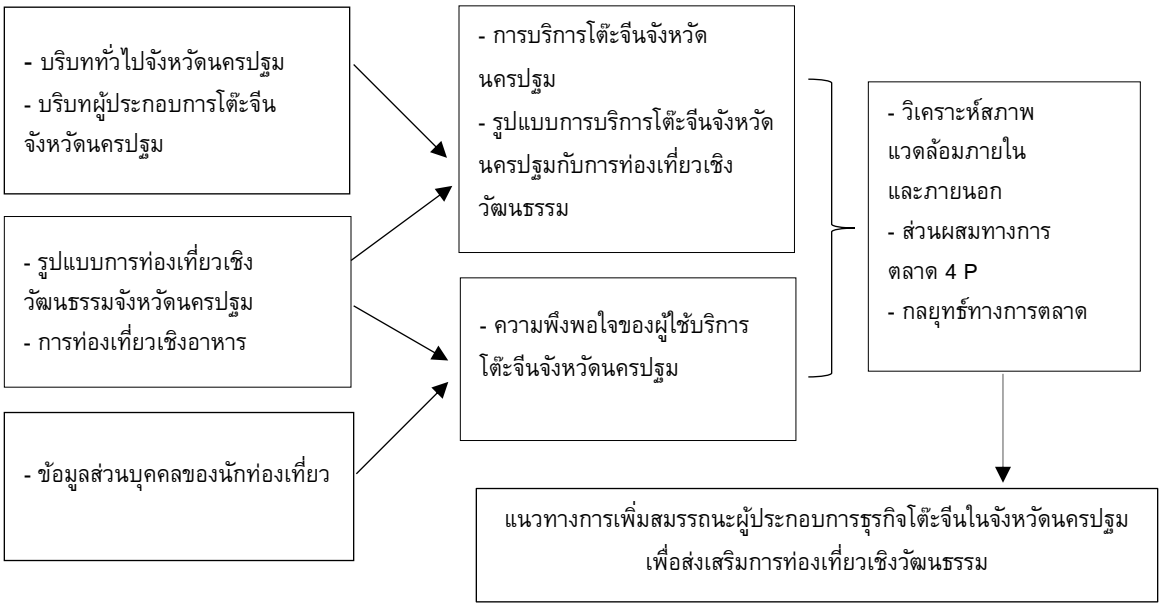
5. การบริการสนับสนุน เป็นการบริการที่สนับสนุนให้การบริการหลักสมบูรณ์แบบยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การวัดคุณภาพการบริการ คือ การคุณภาพด้านด้านคุณภาพและการบริการในงานที่ทำ ด้านผู้ให้บริการ ด้านการบริการหลัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ และด้านการส่งเสริมการขายการให้ข้อมูลข่าวสาร

จากในแนวคิดและทฤษฎีตลอดจนวรรณกรรมข้างต้น การวิจัยนี้จึงกำหนดกรอบแนวความคิด สำหรับการวิจัยไว้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรที่ศึกษา



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย สามารถแบ่งเป็น 3 ประเด็น คือ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในงานเทศกาลอาหาร ผลไม้ ของดีจังหวัดนครปฐม และใช้บริการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม จากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2560 มีจำนวน 121,647 คน (สำนักงานจังหวัดนครปฐม. 2561) ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยกำหนดสัดส่วนประชากร เท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามปลายปิด โดยแบ่งประเด็นเนื้อหาออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 คุณภาพการบริการในการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดปฐม

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ข้อมูลที่ได้จาการสอบถาม มาตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา สรุป และสังเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และทำการนำเสนอผลการศึกษาแบบสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาคุณภาพการบริการในการบริการอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านคุณภาพและการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านมาตรฐานอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X}$ = 3.79) รองลงมาคือรสชาติอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X}$ = 3.78) และความสด ความใหม่ ความร้อน ($\bar{X}$ = 3.78) ตามลำดับส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความสะอาด ($\bar{X}$ = 3.72) ดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านคุณภาพและการบริการ

ลำดับ	ด้านคุณภาพและการบริการ	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	รสชาติอาหารและเครื่องดื่ม	3.78	1.05	มาก
2.	มาตรฐานของอาหารและเครื่องดื่ม	3.79	0.96	มาก
3.	ความหลากหลายของอาหาร	3.76	0.89	มาก
4.	ความสะอาด	3.72	0.87	มาก
5.	ความรวดเร็ว	3.77	0.96	มาก
6.	ความสด ความใหม่ ความร้อน	3.78	0.97	มาก
	รวม	**3.76**	**0.94**	**มาก**

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความกระตือรือร้นในการบริการ ($\bar{X}$ = 3.82) รองลงมาคือให้บริการด้วยความเต็มใจมีรอยยิ้ม ($\bar{X}$ = 3.81) และใช้วาจาสุภาพ ($\bar{X}$ = 3.80) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ แต่งกาย สะอาด สุภาพ ($\bar{X}$ = 3.76) ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม

ลำดับ	ด้านผู้ให้บริการอาหาร และเครื่องดื่ม	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	แต่งกาย สะอาด สุภาพ	3.76	0.91	มาก
2.	มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	3.79	0.88	มาก
3.	มีความกระตือรือร้นในการบริการ	3.82	0.90	มาก
4.	ใช้วาจาสุภาพ	3.80	0.91	มาก
5.	ให้บริการด้วยความเต็มใจมีรอยยิ้ม	3.81	0.92	มาก
6.	มีความเอาใจใส่ต่อลูกค้า	3.79	0.95	มาก
	รวม	**3.79**	**0.86**	**มาก**

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับรายการอาหาร ($\bar{X}$ = 3.89) รองลงมาคือ ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ ($\bar{X}$ = 3.84) ตามลำดับส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีความหลากหลายในด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.58) ดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านราคา

ลำดับ	ด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณภาพการบริการ	3.84	0.93	มาก
2.	ราคาอาหารเหมาะสมกับรายการอาหาร	3.89	0.94	มาก
3.	มีความหลากหลายในด้านราคา	3.58	1.14	มาก
	รวม	**3.77**	**8.86**	**มาก**

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความแข็งแรงของโต๊ะ เก้าอี้ ($\bar{X}$ = 3.86) รองลงมาคือจำนวนอุปกรณ์ที่ใช้เพียงพอ ($\bar{X}$ = 3.83) และการจัดสถานที่ง่ายต่อการรับประทาน ($\bar{X}$ = 3.78) ตามลำดับ ส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ($\bar{X}$ = 3.72) ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้

ลำดับ	ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร	3.72	0.93	มาก
2.	ความสะอาดของโต๊ะ เก้าอี้ สำหรับนั่งรับประทาน	3.76	0.88	มาก
3.	ความแข็งแรงของโต๊ะ เก้าอี้	3.86	1.19	มาก
4.	อุปกรณ์ที่ใช้สะอาด ถูกหลักอนามัย	3.74	0.93	มาก
5.	จำนวนอุปกรณ์ที่ใช้เพียงพอ	3.83	0.94	มาก
6.	การจัดสถานที่ง่ายต่อการรับประทาน	3.78	0.94	มาก
	รวม	**3.78**	**0.89**	**มาก**

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การนำเสนอรายการอาหาร ($\bar{X}$ = 3.87) รองลงมาคือการเรียงลำดับรายการอาหาร ($\bar{X}$ = 3.86) และการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 3.75) ตามลำดับส่วนรายข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือความหลากหลายของรายการอาหาร ($\bar{X}$ = 3.79) ดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจในการบริการอาหารและเครื่องดื่มด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความพึงพอใจ		แปลผล
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ความหลากหลายของรายการอาหาร	3.79	0.94	มาก
2.	การจัดวางอาหาร	3.83	0.88	มาก
3.	การนำเสนอรายการอาหาร	3.87	0.92	มาก
4.	การเรียงลำดับรายการอาหาร	3.86	0.91	มาก
5.	ความมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.80	0.88	มาก
6.	ความแปลกใหม่	3.80	0.93	มาก
7.	ความรวดเร็ว	3.81	0.91	มาก
8.	ความน่าสนใจ	3.80	0.88	มาก
9.	การประชาสัมพันธ์	3.85	0.91	มาก
	รวม	**3.82**	**0.79**	**มาก**

อภิปรายผล

แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยพิจารณาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร การเป็นผู้ประกอบการ ควบคู่กับคุณภาพการบริการในการให้บริการโต๊ะจีนของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม โดยพิจารณาจากผลคะแนนค่าเฉลี่ยคุณภาพการบริการในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในแต่ละด้านมาพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้ (1) ด้านคุณภาพและการบริการ ในเรื่อง ความสะอาดของอาหาร ($\bar{X}$ = 3.72) (2) ด้านผู้ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ในเรื่อง การแต่งกาย ความสุภาพของพนักงาน ($\bar{X}$ = 3.76) (3) ด้านราคาในเรื่องความหลากหลายในด้านราคา ($\bar{X}$ = 3.58) (4) ด้านสถานที่ และอุปกรณ์เครื่องใช้ ในเรื่องความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ($\bar{X}$ = 3.72) (5) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในเรื่องความหลากหลายของรายการอาหาร ($\bar{X}$ = 3.79) ดังนั้น แนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม จึงควรมีการเพิ่มสมรรถนะ 3 ด้าน ตามคะแนนค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ (1) ด้านการบริหาร เพื่อช่วยในการวางแผนการทำงาน การตั้งราคา การส่งเสริมการตลาด และออกแบบรายการอาหาร โดยความสามารถในการบริหารงานของผู้ประกอบการจะต้องดำเนินตามภารกิจที่กำหนดไว้ สามารถปฏิบัติได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยใช้ทรัพยากรด้านบุคลากรและอื่น ๆ ที่มีอยู่ โดยผ่านกระบวนการทางการบริหารอย่างมีระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุตามวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของกิจการ (2) ด้านทักษะการบริการ ความสะอาดของสถานที่ทำอาหาร ความสะอาดของอาหาร เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนต้องให้ความสำคัญ เพื่อเพิ่มความรู้ด้านการบริการและนำความรู้มาพัฒนาต่อยอดการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้เป็นไปตามมาตรฐาน ถูกหลักอนามัย และจะช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจธรรมชาติการบริการที่มากขึ้น (3) ด้านความเป็นผู้นำ ผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจะต้องมีความเป็นผู้นำ นำเสนอในสิ่งที่ถูกต้อง สามารถชักจูงผู้ใต้บังคับ ปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง เช่น เรื่องการแต่งกาย และมารยาทใน

การทำงาน อีกทั้งผู้นำจะพัฒนาตนเองอยู่เสมอ เนื่องจากผู้นำเป็นองค์ประกอบหลักที่จะนำพาทีมไปสู่เป้าหมายที่สำคัญของกิจการได้เป็นอย่างดี แต่การเป็นผู้นำที่ดีนั้นจะต้องมีความรับผิดชอบ สามารถกำกับดูแลบุคลากรในทีมให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน รวมไปถึงกล้าตัดสินใจ กล้าคิดกล้านำเสนอและมีวิสัยทัศน์กระบวนการคิดที่ดี ซึ่งผลการวิจัยผลการวิจัยที่ได้พบว่า คุณภาพการบริการ (สรอรรถ ปานอุดมลักษณ์, 2557) มีผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่า ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการของร้านอาหารแฟรนไชส์ไทยและแฟรนไชส์ต่างประเทศมีความพึงพอใจมากในด้าน ความสุภาพอ่อนโยนและการสื่อสารของพนักงานบริการ รองลงมาคือด้านความปลอดภัย ความสามารถของการเข้าถึงการบริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ และ ผู้มาใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มยังให้ความสำคัญคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก (ทวีเดช ธวัฒนกุล, 2555) โดยเฉพาะในส่วนของ (1) ด้านสถานที่ อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ การจัดเตรียมอุปกรณ์รับประทานอาหาร เครื่องแก้วเป็นระเบียบสวยงามครบถ้วน (2) ด้านความน่าเชื่อในการปฏิบัติงานของพนักงานให้บริการ (3) ด้านการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ การสร้างความเชื่อมั่น (4) ด้านการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม การแนะนำรายการอาหาร การเสนอแนะและให้คำปรึกษาในด้านการบริการอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่าแนวทางการเพิ่มสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการบริหาร ด้านการบริการ และด้านความเป็นผู้นำแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีหลักการบริหารจัดการที่ดี จะมีความสามารถในการปรับตัว เพิ่มอำนาจในการแข่งขัน การคิดค้นรูปแบบการบริการใหม่ ๆ การคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการสร้างคุณภาพการบริการจะทำให้กิจการมีความมั่นคงยั่งยืน (สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์, 2555) ดังนั้นการจะพัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนได้นั้นจะต้องพัฒนาองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านควรพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน เพราะทุก ๆ องค์ประกอบทำงานพร้อมกัน ในการให้บริการของผู้ประกอบการโต๊ะจีน จะต้องมีการวางแผนการทำงาน พัฒนาธุรกิจ ต่อยอดการทำงานตลอดเวลาเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการโต๊ะจีนในจังหวัดนครปฐม และในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยม และเป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างดี ที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมได้โดยเฉพาะจังหวัดนครปฐม ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนไม่พัฒนาสมรรถนะตนเอง สมรรถนะองค์กร ก็อาจทำให้ธุรกิจอื่น ๆ หรือธุรกิจทางเลือก สามารถเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจรับจัดเลี้ยง ร้านอาหาร และเดลิเวอรี่ ดังนั้นหากผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนไม่พัฒนาสมรรถนะตนเองก็อาจทำให้ธุรกิจที่ไม่พัฒนา เป็นธุรกิจที่ล้าหลังและไม่สร้างผลกำไรในอนาคตอย่างแน่นอน

ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการมีการนำเสนอแนวคิดที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับแนวคิดของผู้ใช้บริการ เพราะผู้ใช้บริการเป็นผู้ต้องการการตอบสนอง และเป็นผู้เรียกร้องการบริการ หากผู้ประกอบการสนใจแต่การพัฒนารสชาติอาหาร รายการอาหาร แต่ไม่สนใจในการพัฒนาการประกอบธุรกิจที่ให้ความสนใจต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ก็อาจเสียลูกค้ากลุ่มสำคัญไปได้

2. การที่จะทำให้ธุรกิจโต๊ะจีนคงอยู่ และเจริญเติบโตต่อเนื่องตลอดไปนั้นต้องสร้างความรักในอาชีพก่อน รักในอาชีพการบริการ การประกอบอาหาร การเอาใจใส่ลูกค้า คุณภาพ และบริการต้องพิจารณาในทุก ๆ ด้านเพื่อทำให้ดีกว่าเดิม เสริมสร้างบุคลิกภาพในการบริการ คิดอะไรใหม่ ๆ ที่จะทำให้ลูกค้าได้ผลประโยชน์มากอยู่เสมอ ไม่หยุดอยู่กับที่

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

1. ทำการศึกษาเอกลักษณ์อาหารโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2. แนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐมกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กิตติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากหลายภาคส่วน ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมในการให้ทุนสนับสนุนในงานงานวิจัยชิ้นนี้ และขอขอบคุณหอการค้าจังหวัดนครปฐม สมาคมผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม ในการช่วยเหลือให้ข้อมูล ข้อแนะนำ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2557). *การจัดการการบริการ = Service management*. กรุงเทพฯ : พิมพ์ลักษณ์.

กรมการท่องเที่ยว. (2557). *แผนยุทธ์ศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/669/2224

กำธร แจ่มจำรัส. (2556). *พลวัตของธุรกิจรับจัดเลี้ยงแบบโต๊ะจีน ในอำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จันทร์เพ็ญ ชาประดิษฐ์และคณะ. (2558). การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม. *Veridian E-Journal*. 8(2). 1207 – 1222.

จุไรพร สุธรรมโกศล. (2558). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการโต๊ะจีนต่อผู้ประกอบการธุรกิจโต๊ะจีนจังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทวีเดช ธวัฒนกุล. (2555). *คุณภาพการบริการอาหารและเครื่องดื่มของแผนกห้องอาหาร โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยดุสิตธานี.

บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). *Food on the move*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2017/menu-12017/762-12017-food-on-the-move

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์

พนมพร สารสิทธิยศ. (2552). ผู้ไทย: *แนวทางการจัดการหมู่บ้านวัฒนนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว(โฮมสเตย์)จังหวัดมุกดาหาร*.วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พยอม ธรรมบุตร. (2549). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พรภัทรวดี วงศ์ปันทะนัน และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *จิตวิทยาและคุณภาพบริการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ : เฟิร์นข้าหลวง พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ภัทรพร พันธุรี. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย : *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*. 8(2). 27 – 37.

ราณี อิสิชัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สรอรรถ ปานอุดมลักษณ์. (2557). *ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการระหว่างร้านอาหารแฟรนไชส์ต่างประเทศกับร้านอาหารแฟรนไชส์ประเทศไทย ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. (2552). *พระบรมราโชวาท พระราชดำรัส เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก http://www.thaihealth.or.th/Content/21624.html

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2553). คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน: *คู่มือสมรรถนะหลัก*. กรุงเทพฯ: ประชุมช่าง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พศ.๒๕๖๐ – ๒๕๖๔*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2561). แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวน. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563 จาก http://www.nakhonpathom.go.th/files/com_news_develop_plan/2019-05_fe54f0d4c7dbacd.pdf

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวรายไตรมาส*. กรุงเทพฯ : เอ็กเซลเลนท์ บิสเนส แมเนจเมนท์

สิทธิชัย ธรรมเสน่ห์. (2555). สมรรถนะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการสถานบริการสปา ในจังหวัดชลบุรี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สถาบันวิจัยและพัฒนา.

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์. (2560). *การเป็นผู้ประกอบการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม. (2559). *งานเทศกาลอาหารและผลไม้*. ค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2563, จาก http://www.nkppao.go.th/content-17-248.html

อาภรณ์ ภู่วิทยพันธุ์. (2553). *Competency – based training Road Map (TRM)*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.

Quan, S., & Wang, N. (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. Tourism Management, 25(3), 297-305.

Rylatt,A; & Lohan,K. (1995). Creating Training Miracles. Sydnry: Lrwin.

Smith, M., & Richards, G. (2012). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*: Routledge.