

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ นำเสนอผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

จากการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานร้านอาหาร/ภัตตาคาร จำนวน 100 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานร้านอาหาร/ภัตตาคาร

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 60 คน (ร้อยละ 60.00) มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี จำนวน 47 คน (ร้อยละ 47.00) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 72 คน (ร้อยละ 72.00) สถานภาพในการประกอบการเป็นพนักงาน จำนวน 36 คน (ร้อยละ 36.00) มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร อยู่ในช่วง 1-5 ปี จำนวน 41 คน (ร้อยละ 41.00) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 47 คน (ร้อยละ 47.00) รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	40	40.00
หญิง	60	60.00
2. อายุ		
21-30 ปี	11	11.00
31-40 ปี	47	47.00
41-50 ปี	30	30.00

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n=100)	ร้อยละ
51-60 ปี	11	11.00
61-70 ปี	1	1.00
มากกว่า 70 ปี	0	0.00
3. การศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72	72.00
ปริญญาตรี	24	24.00
สูงกว่าปริญญาตรี	4	4.00
4. สถานภาพในการประกอบกิจการ		
เจ้าของร้านอาหาร	28	28.00
ผู้จัดการ	14	14.00
พ่อครัว/แม่ครัว	22	22.00
พนักงาน	36	36.00
5. ประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร		
1-5 ปี	41	41.00
6-10 ปี	28	28.00
11-15 ปี	18	18.00
16-20 ปี	12	12.00
21-25 ปี	1	1.00
26-30 ปี	0	0.00
มากกว่า 30 ปี โปรดระบุระยะเวลาปี	0	0.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 20,000 บาท	47	47.00
20,001 – 30,000 บาท	40	40.00
30,001 – 40,000 บาท	7	7.00
40,001 – 50,000 บาท	2	2.00
50,001 – 60,000 บาท	1	1.00
มากกว่า 60,000 บาท	3	3.00

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ผลการสำรวจกลุ่มผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานร้านอาหาร/ภัตตาคาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.81$, $SD.=0.77$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกประเด็น อันดับแรกเป็นเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา ($\bar{X}=4.02$, $SD.=0.85$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องแนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X}=3.87$, $SD.=0.84$) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.79$) แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.78$, $SD.=0.90$) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.68$, $SD.=0.81$) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ($\bar{X}=3.63$, $SD.=0.92$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.61$, $SD.=0.93$) มีรายละเอียดของแต่ละประเด็นดังปรากฏในตารางที่ 4.2 ดังนี้

2.1 คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยาในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องวัตถุดิบและเครื่องปรุงมีคุณภาพดี ($\bar{X}=4.17$, $SD.=0.93$) รองลงมาคือ อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=4.16$, $SD.=0.99$) บริการดีและรวดเร็ว ($\bar{X}=4.05$, $SD.=0.96$) ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ($\bar{X}=4.05$, $SD.=1.02$) มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X}=4.01$, $SD.=1.05$) ส่วนสามอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องร้านอาหารมีบรรยากาศดี ($\bar{X}=3.98$, $SD.=0.89$) การตกแต่งอาหารสวยงาม ($\bar{X}=3.91$, $SD.=0.90$)

2.2 แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์ในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น ($\bar{X}=3.93$, $SD.=0.83$) รองลงมาเป็นเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ ($\bar{X}=3.89$, $SD.=1.05$) การออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น ($\bar{X}=3.85$, $SD.=0.89$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.93$)

2.3 แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.73$, $SD.=1.07$) รองลงมาเป็นการส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ ($\bar{X}=3.68$, $SD.=0.95$) การพัฒนาบุคลากรให้มี

ความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.58$, $SD.=0.94$) และการจัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ เป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.53$, $SD.=1.07$)

2.4 แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=3.75$, $SD.=0.90$) รองลงมาเป็นการคัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.73$, $SD.=0.97$) การสร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.72$, $SD.=0.99$) และการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.52$, $SD.=1.08$)

2.5 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกคือเรื่องการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีส่วนร่วมในการนำเสนออาหารท้องถิ่นในเทศกาล/งานประเพณีต่างๆของเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.88$, $SD.=0.86$) รองลงมาเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารสู่คนรุ่นใหม่ ($\bar{X}=3.88$, $SD.=0.96$) การรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.84$, $SD.=0.95$) การประกาศเกียรติคุณหรือให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.84$, $SD.=0.92$) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.86$) การจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอาหารท้องถิ่นระหว่างผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.95$) การสร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจอาหารท้องถิ่นพัทยาประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอาหารให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.77$, $SD.=0.96$) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ($\bar{X}=3.76$, $SD.=0.90$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.76$, $SD.=0.97$)

2.6 แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นการสร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็นระบบ ($\bar{X}=3.65$, $SD.=0.99$)

รองลงมาเป็นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงความรู้ได้อย่างทั่วถึง สะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X}=3.64$, $SD.=1.01$) การติดตามประเมินผลการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ($\bar{X}=3.64$, $SD.=1.04$) การสร้างทีมงานตามกลุ่มสนใจในระดับชุมชนเพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.56$, $SD.=1.01$) และการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยาเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.56$, $SD.=1.09$)

2.7 แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรก การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.85$, $SD.=0.91$) รองลงมาเป็นการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า ($\bar{X}=3.81$, $SD.=1.00$) การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.79$, $SD.=0.92$) และการพัฒนาการผลิตอาหารเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.68$, $SD.=1.10$)

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

รายการประเมิน	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
ความคิดเห็นในภาพรวม	3.81	0.77	มาก	
คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา	4.02	0.85	มาก	1
1. รสชาติดี และมีกลิ่นหอม	3.87	1.13	มาก	10
2. มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.01	1.05	มาก	5
3. อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย	4.16	0.99	มาก	2
4. วัตถุดิบและเครื่องปรุงมีคุณภาพดี	4.17	0.93	มาก	1
5. การตกแต่งอาหาร สวยงาม	3.91	0.90	มาก	9
6. บริการดีและรวดเร็ว	4.05	0.96	มาก	3
7. ราคาเหมาะสม	4.00	1.01	มาก	6
8. ร้านอาหารมีบรรยากาศดี	3.98	0.89	มาก	8
9. เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.00	0.95	มาก	7
10. ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร	4.05	1.02	มาก	4
แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	3.87	0.84	มาก	2

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหาร
ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
1. คัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ	3.89	1.05	มาก	2
2. ยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/ การยอมรับของนักท่องเที่ยว	3.80	0.93	มาก	4
3. เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น	3.93	0.83	มาก	1
4. ออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น	3.85	0.89	มาก	3
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจ ร้านอาหาร	3.63	0.92	มาก	5
1. จัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหาร ท้องถิ่นโดยเฉพาะ	3.53	1.07	มาก	4
2. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.58	0.94	มาก	3
3. ส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่น เป็นรายการพิเศษ	3.68	0.95	มาก	2
4. ควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้ มาตรฐาน	3.73	1.07	มาก	1
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตรา และเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น	3.68	0.82	มาก	4
1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภค	3.52	1.08	มาก	4
2. คัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.73	0.97	มาก	2
3. เพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จาก ผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.75	0.90	มาก	1
4. สร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่น พัทยา	3.72	0.99	มาก	3
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	3.82	0.78	มาก	3
1. รมรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	3.84	0.95	มาก	3
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.82	0.86	มาก	5

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
3. จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอาหารท้องถิ่นระหว่างผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือครูภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.80	0.95	มาก	6
4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น	3.76	0.97	มาก	9
5. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ	3.76	0.90	มาก	8
6. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารสู่คนรุ่นใหม่	3.88	0.96	มาก	2
7. สร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจอาหารท้องถิ่นพัทยาประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอาหารให้ได้มาตรฐาน	3.77	0.96	มาก	7
8. เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีส่วนร่วมในการนำเสนออาหารท้องถิ่นในเทศกาล/งานประเพณีต่าง ๆ ของเมืองพัทยา	3.88	0.86	มาก	1
9. ประกาศเกียรติคุณหรือให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.84	0.92	มาก	4
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	3.61	0.93	มาก	6
1. กำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.56	1.09	มาก	5
2. สร้างทีมงานตามกลุ่มสนใจในระดับชุมชนเพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.56	1.01	มาก	4
3. สร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็นระบบ	3.65	0.99	มาก	1
4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงความรู้ได้อย่างทั่วถึง สะดวกและรวดเร็ว	3.64	1.01	มาก	2
5. ติดตามประเมินผลการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง	3.64	1.04	มาก	3

ตารางที่ 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	3.78	0.90	มาก	4
1. พัฒนาการผลิตอาหาร	3.68	1.10	มาก	4
2. พัฒนาระบบการบริหารจัดการร้านอาหาร/ภัตตาคาร	3.79	0.92	มาก	3
3. พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า	3.81	1.00	มาก	2
4. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร	3.85	0.91	มาก	1

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน จำแนกเป็นชาวไทยและชาวต่างชาติกลุ่มละ 200 คน นำเสนอข้อมูลของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการสำรวจข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวดังตารางที่ 4.3 มีรายละเอียดดังนี้
 นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 108 คน (ร้อยละ 54.00) อายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี จำนวน 108 คน (ร้อยละ 54.00) การศึกษาสูงสุด ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 95 คน (ร้อยละ 47.50) อาชีพพนักงาน/ราชการ จำนวน 58 คน (ร้อยละ 29.00) และนับถือศาสนาพุทธ จำนวน 186 คน (ร้อยละ 93.00) และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ยวันละ 501-1000 บาท จำนวน 71 คน (ร้อยละ 35.50)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีเพศหญิงและเพศชายเท่ากัน จำนวน 100 คน (ร้อยละ 50.00) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี จำนวนรวม 83 คน (ร้อยละ 41.50) การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี จำนวน 97 คน (ร้อยละ 48.50) เกษียณ/ว่างงาน จำนวน 53 คน (ร้อยละ 26.50) นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 144 คน (ร้อยละ 72.00) และมีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ยวันละ 501-1000 บาท จำนวน 88 คน (ร้อยละ 44.00)

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
1. เพศ				
ชาย	92	46.00	100	50.00
หญิง	108	54.00	100	50.00
2. อายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	36	18.00	22	11.00
25-34 ปี	54	27.00	42	21.00
35-44 ปี	63	31.50	41	20.50
45-54 ปี	29	14.50	25	12.50
55-64 ปี	11	5.50	35	17.50
มากกว่า 64 ปี	7	3.50	35	17.50
3. การศึกษาสูงสุด				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	95	47.50	67	33.50
ปริญญาตรี	77	38.50	97	48.50
สูงกว่าปริญญาตรี	28	14.00	36	18.00
4. อาชีพ				
ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ/หมอ	7	3.50	20	10.00
ผู้บริหาร/ผู้จัดการ	16	8.00	11	5.50
ผู้ประกอบการ	14	7.00	13	6.50
พนักงาน/ข้าราชการ	58	29.00	26	13.00
พนักงานทางการค้า	17	8.50	11	5.50
ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	38	19.00	16	8.00
เกษตรกร	9	4.50	9	4.50
นักศึกษา/นักเรียน	19	9.50	14	7.00
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	11	5.50	13	6.50
เกษียณ/ว่างงาน	9	4.50	53	26.50
อื่น ๆ โปรดระบุ	2	1.00	14	7.00

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ	
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ
5. ศาสนา				
พุทธ	186	93.00	25	12.50
คริสต์	7	3.50	144	72.00
อิสลาม	4	2.00	11	5.50
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	3	1.50	20	10.00
6. ในการท่องเที่ยวครั้งนี้มีค่าใช้จ่ายในการบริโภคอาหารโดยเฉลี่ยต่อวัน				
น้อยกว่า 500 บาท	51	25.50	41	20.50
501-1,000 บาท	71	35.50	88	44.00
1,001-1,500 บาท	39	19.50	45	22.50
มากกว่า 1,500 บาท	39	19.50	26	13.00

2. พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่รู้จักและเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นพัทยา จำนวน 157 คน (ร้อยละ 78.50) โดยมีรายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเคยรับประทานมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ ต้มยำกุ้ง จำนวน 115 คน (ร้อยละ 57.50) รองลงมา 10 รายการเป็น ทอดมันปลา/ปู/กุ้ง จำนวน 68 คน (ร้อยละ 34.00) ปลาหมึกน้ำดำ/น้ำแดง จำนวน 67 คน (ร้อยละ 33.50) แกงป่าปลาเห็ดโคน จำนวน 64 คน (ร้อยละ 32.00) แกงส้มปลาเรียวเขียว จำนวน 63 คน (ร้อยละ 31.50) ปลาหมึกทอดกระเทียม จำนวน 59 คน (ร้อยละ 29.50) ท่อหมกปลาอินทรี จำนวน 57 คน (ร้อยละ 28.50) ผัดฉ่าปลาฉลาม และปลาเห็ดโคนทอดกระเทียม จำนวน 54 คน (ร้อยละ 27.00) เท่ากัน และน้ำพริกไข่ปู จำนวน 53 คน (ร้อยละ 26.50) ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารท้องถิ่นพัทยาจากเพื่อน/มีผู้แนะนำ จำนวน 134 คน (ร้อยละ 67.00) และจุดประสงค์หลักในการบริโภคอาหารท้องถิ่นพัทยาเพื่อต้องการลิ้มรสอาหาร จำนวน 115 คน (ร้อยละ 57.50)

นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่รู้จักและเคยรับประทานอาหารท้องถิ่นพัทยา จำนวน 155 คน (ร้อยละ 77.50) โดยมีรายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเคยรับประทานมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ต้มยำกุ้ง จำนวน 99 คน (ร้อยละ 49.50) รองลงมา 10 รายการเป็น ผัดฉ่าปลาฉลาม จำนวน 45 คน (ร้อยละ 22.50) ผัดเผ็ดปลาฉลาม จำนวน 44 คน (ร้อยละ 22.00) ต้มยำปลากระเบน จำนวน 42 คน (ร้อยละ 21.00) ต้มส้มปลากระบอก จำนวน 41 คน (ร้อยละ 20.50) แกงส้มผักหนามปลาทะเล จำนวน 40 คน (ร้อยละ 20.00) ปลาหมึกทอดกระเทียม จำนวน 39 คน (ร้อยละ

19.50) ทอดมันปลา/กุ้ง และแกงส้มปลาเรียวเขียว/ปลาอื่นๆ จำนวน 38 คน (ร้อยละ 19.00) เท่ากัน ปลาอินทรีต้มน้ช้ยมวง และผัดเผ็ดปลากระเบน จำนวน 36 คน (ร้อยละ 18.00) เท่ากัน ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารท้องถิ่นพ้ทยาจากเพื่อน/มีผู้แนะนำ จำนวน 117 คน (ร้อยละ 58.50) และจุดประสงค์หลักในการบริโภคอาหารท้องถิ่นพ้ทยาเพื่อต้องการลิ้มรสอาหาร จำนวน 114 คน (ร้อยละ 57.00) รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมกรบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ
1. ท่านรู้จักอาหารท้องถิ่นพ้ทยาบ้างหรือไม่						
ไม่รู้จัก	13	6.50		24	12.00	
รู้จักแต่ไม่เคยรับประทาน	30	15.00		21	10.50	
รู้จักและเคยรับประทาน โปรดเลือกรายการอาหารที่เคยรับประทาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	157	78.50		155	77.50	
ต้มยำกุ้ง	115	57.50	1	99	49.50	1
แกงส้มปลาเรียวเขียว	63	31.50	5	31	15.50	17
ผัดฉ่าปลาฉลาม	54	27.00	8.5	45	22.50	2
ต้มยำปลากระเบน	43	21.50	15.5	42	21.00	4
แกงส้มผักหนามปลาทะเล	33	16.50	24	40	20.00	6
ผัดฉ่าปลากระเบน	45	22.50	13	30	15.00	18
ปลาอินทรีต้มน้ช้ยมวง	36	18.00	23	36	18.00	10.5
ผัดเผ็ดปลาฉลาม	50	25.00	11	44	22.00	3
ต้มส้มปลากระบอก	44	22.00	14	41	20.50	5
แกงป่าปลาเห็ดโคน	64	32.00	4	28	14.00	20.5
ผัดเผ็ดปลากระเบน	37	18.50	21.5	36	18.00	10.5
ต้มส้มปลาทุ	40	20.00	18.5	34	17.00	13
แกงส้มปลาเรียวเขียว/ปลาอื่น ๆ	48	24.00	12	38	19.00	8.5
ฉลามผัดขึ้นฉ่าย	37	18.50	21.5	28	14.00	20.5
ปลาหมึกน้ำดำ/น้ำแดง	67	33.50	3	25	12.50	24
ปลาหัวทอดกระเทียม	26	13.00	25	28	14.00	20.5

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ
ปลาหมึกทอดกระเทียม	59	29.50	6	39	19.50	7
ห่อหมกปลาอินทรี	57	28.50	7	32	16.00	15.5
ปลาเห็ดโคนทอดกระเทียม	54	27.00	8.5	34	17.00	13
ทอดมันปลา/ปู/กุ้ง	68	34.00	2	38	19.00	8.5
แจנגลอน	40	20.00	18.5	32	16.00	15.5
ยำปลากุแล	39	19.50	20	24	12.00	25
ยำไข่แมงดา	43	21.50	15.5	34	17.00	13
น้ำพริกไข่ปู	53	26.50	10	28	14.00	20.5
น้ำพริกปลาร้า	41	20.50	17	27	13.50	23
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	7	3.50	26	15	7.50	26
2. ท่านได้รับข่าวสารเกี่ยวกับร้านอาหารท้องถิ่นพื้ชญาจากใคร/สื่อใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
เพื่อน/มีผู้แนะนำ	134	67.00	1	117	58.50	1
อินเทอร์เน็ต	114	57.00	2	66	33.00	2
ครอบครัว/ญาติ	84	42.00	3	56	28.00	3
แฟน	19	9.50	7	34	17.00	4
นิตยสาร	30	15.00	6	19	9.50	5
โทรทัศน์	35	17.50	5	0	0.00	-
หนังสือพิมพ์	18	9.00	8	0	0.00	-
ป้ายโฆษณา	37	18.50	4	0	0.00	-
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	8	4.00	9	0	0.00	-
3. จุดประสงค์หลักในการบริโภคอาหารท้องถิ่นพื้ชญา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)						
เพื่อต้องการลิ้มรสอาหาร	115	57.50	1	114	57.00	1
งานสังสรรค์	63	31.50	3	65	32.50	2
อนุรักษ์อาหารท้องถิ่น	47	23.50	4	24	12.00	4

ตารางที่ 4.4 พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น	นักท่องเที่ยวชาวไทย			นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ		
	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ	จำนวน (n=200)	ร้อยละ	อันดับ
รักสุขภาพ	38	19.00	5	21	10.50	5
มีเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	89	44.50	2	58	29.00	3
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	9	4.50	6	5	2.50	6

3. ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.74$, $SD.=0.69$; $\bar{X}=3.55$, $SD.=0.69$) และมีทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการในภาพรวมอยู่ในระดับดีเหมือนกัน ($\bar{X}=3.70$, $SD.=0.72$; $\bar{X}=3.53$, $SD.=0.72$) ส่วนรายละเอียดปรากฏในตารางที่ 4.5 มีดังนี้

3.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกเรื่อง อันดับแรกเป็นเรื่องรสชาติดี ($\bar{X}=4.16$, $SD.=1.10$) รองลงมาได้แก่ เรื่องอาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) อาหารได้รับการรับรองคุณภาพด้านความสะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) อาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) บริการดีและรวดเร็ว ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) สำหรับสามอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องชื่อเสียงของร้านอาหารอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) มีกิจกรรมพิเศษ เช่น นักร้อง ดนตรี การแสดง ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) และมีบรรยากาศที่สวยงาม ($\bar{X}=4.15$, $SD.=0.99$) อยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกเรื่อง อันดับแรกเป็นเรื่องรสชาติดี ($\bar{X}=3.89$, $SD.=1.25$) รองลงมาได้แก่ เรื่องอาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=3.88$, $SD.=1.07$) อาหารได้รับการรับรองคุณภาพด้านความสะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=3.74$, $SD.=1.05$) อาหารเพื่อสุขภาพ ($\bar{X}=3.66$, $SD.=1.13$) บริการดีและรวดเร็ว ($\bar{X}=3.65$, $SD.=1.05$) สำหรับสามอันดับสุดท้ายอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ เรื่องบรรยากาศและการตกแต่งร้านสวยงามโดดเด่น ($\bar{X}=3.33$, $SD.=1.02$) มีกิจกรรมพิเศษ เช่น นักร้อง ดนตรี การแสดง ($\bar{X}=3.31$, $SD.=1.15$) และมีบรรยากาศที่สวยงาม ($\bar{X}=3.29$, $SD.=1.08$)

3.2 ทักษะคิดต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการ

นักท่องเที่ยวยชาวไทย มีทักษะคิดต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการอยู่ในระดับดี 17 เรื่อง อันดับแรกเป็นเรื่องที่มีความสะอาด ปลอดภัย ไร้สารเคมี ($\bar{X} = 4.09$, $SD.=0.99$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องมีรสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมีกลิ่นหอม ($\bar{X} = 4.05$, $SD.=1.10$) เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 4.03$, $SD.=0.97$) เป็นอาหารสุขภาพ ($\bar{X} = 3.95$, $SD.=0.97$) มีสรรพคุณทางยา ($\bar{X} = 3.84$, $SD.=1.03$) สำหรับสามอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องอาหารเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิปัญญาไทย ($\bar{X} = 3.52$, $SD.=1.02$) เป็นภาพลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.48$, $SD.=1.02$) อยู่ในระดับดี และมีวัฒนธรรมการกินและการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.40$, $SD.=1.04$) อยู่ในระดับปานกลาง

นักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติ มีทักษะคิดต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการอยู่ในระดับดี 15 เรื่อง อันดับแรกเป็นเรื่องที่มีความสะอาด ปลอดภัย ไร้สารเคมี ($\bar{X} = 3.78$, $SD.=1.05$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องมีรสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมีกลิ่นหอม ($\bar{X} = 3.74$, $SD.=1.04$) เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X} = 3.69$, $SD.=1.01$) มีความหลากหลายของรายการ ($\bar{X} = 3.68$, $SD.=0.98$) เป็นอาหารสุขภาพ ($\bar{X} = 3.68$, $SD.=1.06$) สำหรับสามอันดับสุดท้ายอยู่ในระดับปานกลางเป็นเรื่องมีการประดับ ตกแต่งอาหารให้ดูน่ารับประทาน ($\bar{X} = 3.40$, $SD.=1.01$) เป็นภาพลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.48$, $SD.=1.02$) และมีวัฒนธรรมการกินและการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.40$, $SD.=1.04$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และทักษะคิดต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการ

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวยชาวไทย				นักท่องเที่ยวยชาวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหาร	3.74	0.69	มาก		3.55	0.69	มาก	
1. รสชาติดี	4.16	1.10	มาก	1	3.89	1.25	มาก	1
2. อาหารเพื่อสุขภาพ	3.92	1.02	มาก	6	3.66	1.13	มาก	4
3. อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย	4.15	0.99	มาก	2	3.88	1.07	มาก	2
4. อาหารที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพดี	4.00	0.99	มาก	4	3.60	0.98	มาก	8
5. อาหารที่มีการจัดตกแต่งจาน สี สีสันสวยงาม	3.50	0.96	มาก	14	3.51	0.91	มาก	11
6. อาหารที่มีการตัดแต่งวัตถุดิบให้รับประทานได้ง่าย สะดวก	3.66	0.99	มาก	10	3.46	0.99	มาก	12
7. รายการอาหารท้องถิ่น	3.59	0.95	มาก	12	3.33	1.01	ปานกลาง	14
8. ราคาสมเหตุสมผล	3.90	1.02	มาก	7	3.64	1.08	มาก	6

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารและโภชนาการ (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
9. บริการดีและรวดเร็ว	3.98	1.00	มาก	5	3.65	1.05	มาก	5
10. บรรยากาศและการตกแต่งร้าน สวยงามโดดเด่น	3.56	0.94	มาก	13	3.33	1.02	ปาน กลาง	15
11. ร้านอาหารมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/ สะดวก	3.66	0.96	มาก	9	3.58	0.97	มาก	9
12. มีทิวทัศน์ที่สวยงาม	3.64	0.94	มาก	11	3.42	0.97	มาก	13
13. มีกิจกรรมพิเศษ เช่น นักร้อง ดนตรี การแสดง	3.36	1.03	ปาน กลาง	16	3.31	1.15	ปาน กลาง	16
14. มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	3.34	0.93	ปาน กลาง	17	3.29	1.08	ปาน กลาง	17
15. ชื่อเสียงของร้านอาหาร	3.41	0.96	มาก	15	3.53	1.01	มาก	10
16. อาหารได้รับการรับรองคุณภาพด้าน ความสะอาด ปลอดภัย	4.00	1.02	มาก	3	3.74	1.05	มาก	3
17. อาหารได้รับการรับรองด้านความ อร่อยจากผู้เชี่ยวชาญ/นักชิม	3.77	1.04	มาก	8	3.61	1.06	มาก	7
ทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญา ท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการ	3.70	0.72	มาก		3.53	0.72	มาก	
1. มีรสชาติดี กลมกล่อม เข้มข้น และมี กลิ่นหอม	4.05	1.10	มาก	2	3.74	1.04	มาก	2
2. เป็นอาหารสุขภาพ	3.95	0.97	มาก	4	3.68	1.06	มาก	5
3. เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.03	0.97	มาก	3	3.69	1.01	มาก	3
4. มีสรรพคุณทางยา	3.84	1.03	มาก	5	3.53	0.97	มาก	7
5. มีความสะอาด ปลอดภัย ไร้สารเคมี	4.09	0.99	มาก	1	3.78	1.05	มาก	1
6. มีความหลากหลายของรายการ	3.83	0.98	มาก	6	3.68	0.98	มาก	4
7. มีการประดับ ตกแต่งอาหารให้ดูน่า รับประทาน	3.55	0.96	มาก	15	3.40	1.01	ปาน กลาง	16
8. มีวิธีสรรหา การคัดเลือกวัตถุดิบ พื้นบ้านมาปรุงอาหาร	3.67	0.94	มาก	7	3.51	0.95	มาก	9
9. มีเครื่องปรุงที่ให้สรรพคุณทางยา ช่วยสร้างสมดุลทางโภชนาการ	3.61	0.91	มาก	11	3.53	1.05	มาก	8
10. มีสูตรและกรรมวิธีการปรุงเฉพาะ ท้องถิ่น	3.61	0.97	มาก	12	3.49	0.96	มาก	10

ตารางที่ 4.5 ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารและโภชนาการ (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
11. มีการจัดสำหรับอาหารและเครื่องดื่มเคียง	3.60	0.97	มาก	13	3.42	0.98	มาก	13.5
12. มีอาหารบริโภคตามฤดูกาล	3.64	0.95	มาก	9	3.45	0.99	มาก	12
13. มีอาหารในเทศกาลประเพณีต่าง ๆ	3.66	0.94	มาก	8	3.64	1.05	มาก	6
14. มีวัฒนธรรมการกินและการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์	3.40	1.04	ปานกลาง	18	3.30	1.12	ปานกลาง	18
15. เป็นภาพลักษณ์ของท้องถิ่น	3.48	1.02	มาก	17	3.34	1.03	ปานกลาง	17
16. อาหารเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และภูมิปัญญาไทย	3.52	1.02	มาก	16	3.49	1.00	มาก	11
17. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มในการบริโภค	3.57	1.04	มาก	14	3.41	0.98	มาก	15
18. ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีคุณค่าควรสืบทอดต่อไป	3.63	1.06	มาก	10	3.42	0.98	มาก	13.5

4. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.84$, $SD.=0.71$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกประเด็น อันดับแรกเป็นเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา ($\bar{X}=4.00$, $SD.=0.81$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.87$, $SD.=0.84$) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.79$) แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X}=3.78$, $SD.=0.90$) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.68$, $SD.=0.81$) แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.63$, $SD.=0.92$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.61$, $SD.=0.93$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}=3.70$, $SD.=0.72$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกประเด็น อันดับแรกเป็นเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.86$, $SD.=0.77$) รองลงมา ได้แก่ เรื่องแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร ($\bar{X}=3.72$, $SD.=0.84$) แนวทาง

ในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.81$) แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.86$) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.63$, $SD.=0.85$) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.59$, $SD.=0.78$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.56$, $SD.=0.86$) ดังปรากฏในตารางที่ 4.6 มีรายละเอียดของแต่ละประเด็น ดังนี้

4.1 คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยาในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องวัตถุดิบและเครื่องปรุงมีคุณภาพดี ($\bar{X}=4.12$, $SD.=0.88$) รองลงมาคือมีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X}=4.10$, $SD.=0.96$) อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=4.08$, $SD.=1.04$) รสชาติดี และมีกลิ่นหอม ($\bar{X}=4.06$, $SD.=1.03$) ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร ($\bar{X}=4.03$, $SD.=0.93$) ส่วนสามอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X}=3.88$, $SD.=0.92$) ร้านอาหารมีบรรยากาศดี ($\bar{X}=3.88$, $SD.=0.95$) และการตกแต่งอาหาร สวยงาม ($\bar{X}=3.85$, $SD.=0.89$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยาในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องวัตถุดิบและเครื่องปรุงมีคุณภาพดี ($\bar{X}=4.00$, $SD.=1.01$) รองลงมาคือ อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย ($\bar{X}=3.98$, $SD.=1.02$) ราคาเหมาะสม ($\bar{X}=3.94$, $SD.=0.91$) รสชาติดี และมีกลิ่นหอม ($\bar{X}=3.91$, $SD.=1.05$) บริการดีและรวดเร็ว ($\bar{X}=3.90$, $SD.=1.00$) ส่วนสามอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการมีคุณค่าทางโภชนาการ ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.98$) เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X}=3.75$, $SD.=1.01$) และการตกแต่งอาหาร สวยงาม ($\bar{X}=3.63$, $SD.=0.96$)

4.2 แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์ในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ ($\bar{X}=3.93$, $SD.=0.83$) รองลงมาเป็นเรื่องการยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.89$, $SD.=1.05$) เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น ($\bar{X}=3.85$, $SD.=0.89$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.93$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์ในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ ($\bar{X}=3.76$, $SD.=0.99$) รองลงมาเป็นเรื่องเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น ($\bar{X}=3.66$, $SD.=0.95$) การยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของ

นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=3.66$, $SD.=1.00$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น ($\bar{X}=3.66$, $SD.=1.01$)

4.3 แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.84$, $SD.=0.87$) รองลงมาได้แก่เรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา ($\bar{X}=3.83$, $SD.=0.93$) การจัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.87$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.89$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารในทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.92$, $SD.=1.01$) รองลงมาได้แก่เรื่องส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ ($\bar{X}=3.71$, $SD.=0.93$) การจัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ ($\bar{X}=3.66$, $SD.=0.98$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา ($\bar{X}=3.61$, $SD.=0.95$)

4.4 แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.85$, $SD.=0.93$) รองลงมาเป็นการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=3.75$, $SD.=0.86$) การสร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพืชยา ($\bar{X}=3.72$, $SD.=0.98$) และการคัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพืชยาเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.71$, $SD.=0.99$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{X}=3.68$, $SD.=0.92$) รองลงมาเป็นการสร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพืชยา ($\bar{X}=3.60$, $SD.=0.87$) การเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X}=3.57$, $SD.=0.92$) และการคัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพืชยาเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.48$, $SD.=0.97$)

4.5 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้าน

อาหารทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกคือเรื่องการประกาศเกียรติคุณหรือให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.88$) รองลงมาเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารสู่คนรุ่นใหม่ ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.96$) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.97$) การรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.82$, $SD.=0.99$) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.78$, $SD.=0.90$) การสร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจอาหารท้องถิ่นพัทยาประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอาหารให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.74$, $SD.=0.92$) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ($\bar{X}=3.74$, $SD.=0.93$) การจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอาหารท้องถิ่นระหว่างผู้ประกอบการผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X}=3.73$, $SD.=0.98$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีส่วนร่วมในการนำเสนออาหารท้องถิ่นในเทศกาล/งานประเพณีต่าง ๆ ของเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.71$, $SD.=0.93$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกคือเรื่องการประกาศเกียรติคุณหรือให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.93$) รองลงมาเป็นการสร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจอาหารท้องถิ่นพัทยาประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอาหารให้ได้มาตรฐาน ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.99$) การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยา ($\bar{X}=3.65$, $SD.=1.00$) การส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารสู่คนรุ่นใหม่ ($\bar{X}=3.65$, $SD.=1.01$) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ต่างๆอย่างเป็นระบบ และเรื่อง การเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีส่วนร่วมในการนำเสนออาหารท้องถิ่นในเทศกาล/งานประเพณีต่าง ๆ ของเมืองพัทยา มีความคิดเห็นในระดับเท่ากัน ($\bar{X}=3.63$ $SD.=1.00$) การจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอาหารท้องถิ่นระหว่างผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ($\bar{X}=3.61$, $SD.=1.00$) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น ($\bar{X}=3.56$, $SD.=1.01$) และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการรณรงค์ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($\bar{X}=3.53$, $SD.=1.05$)

4.6 แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็นการสร้างทีมงานตามกลุ่มสนใจในระดับชุมชนเพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.78$, $SD.=0.96$) รองลงมาเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.77$, $SD.=0.96$) การติดตามประเมินผลการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ ในการปฏิบัติงานจริง ($\bar{X}=3.77$, $SD.=1.02$) การสร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านอาหารอย่างเป็นระบบ ($\bar{X}=3.56$, $SD.=1.01$) และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึง ความรู้ได้อย่างทั่วถึง สะดวกและรวดเร็วเป็นอันดับสุดท้ายเท่ากัน ($\bar{X}=3.56$, $SD.=1.09$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรกเป็น การติดตามประเมินผลการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.94$) รองลงมาเป็นการสร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็น ระบบ ($\bar{X}=3.57$, $SD.=1.01$) การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงความรู้ได้อย่างทั่วถึง สะดวก และรวดเร็ว ($\bar{X}=3.54$, $SD.=1.00$) การสร้างทีมงานตามกลุ่มสนใจในระดับชุมชนเพื่อจัดการความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา ($\bar{X}=3.51$, $SD.=0.91$) และการกำหนดวิสัยทัศน์ และ เป้าหมายในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยาเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.49$, $SD.=0.97$)

4.7 แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อ ส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อ ยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมือง พัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรก การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.97$, $SD.=0.90$) รองลงมาเป็นการ พัฒนาการผลิตอาหาร ($\bar{X}=3.88$, $SD.=1.01$) การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.83$, $SD.=0.86$) และการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้าเป็นอันดับ สุดท้าย ($\bar{X}=3.83$, $SD.=0.93$)

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นต่อแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวม เพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมือง พัทยาทุกเรื่องอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก อันดับแรก การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้มีส่วน เกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.80$, $SD.=0.94$) รองลงมาเป็นการ พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า ($\bar{X}=3.72$, $SD.=0.88$) การพัฒนากระบวนการบริหาร จัดการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ($\bar{X}=3.69$, $SD.=0.92$) และการพัฒนาการผลิตอาหารเป็นอันดับสุดท้าย ($\bar{X}=3.57$, $SD.=1.03$)

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
ความคิดเห็นในภาพรวม	3.84	0.71	มาก		3.70	0.72	มาก	
คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา	4.00	0.81	มาก	1	3.86	0.77	มาก	1
1. รสชาติดี และมีกลิ่นหอม	4.06	1.03	มาก	4	3.91	1.05	มาก	4
2. มีคุณค่าทางโภชนาการ	4.10	0.96	มาก	2	3.80	0.98	มาก	8
3. อาหารสดใหม่ สะอาด ปลอดภัย	4.08	1.04	มาก	3	3.98	1.02	มาก	2
4. วัตถุดิบและเครื่องปรุงมีคุณภาพดี	4.12	0.88	มาก	1	4.00	1.01	มาก	1
5. การตกแต่งอาหาร สวยงาม	3.85	0.89	มาก	10	3.63	0.96	มาก	10
6. บริการดีและรวดเร็ว	4.02	0.96	มาก	6	3.90	1.00	มาก	5
7. ราคาเหมาะสม	3.96	0.97	มาก	7	3.94	0.91	มาก	3
8. ร้านอาหารมีบรรยากาศดี	3.88	0.95	มาก	9	3.86	0.89	มาก	7
9. เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.88	0.92	มาก	8	3.75	1.01	มาก	9
10. ถูกหลักสุขาภิบาลอาหาร	4.03	0.93	มาก	5	3.88	1.03	มาก	6
แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	3.79	0.87	มาก	4	3.69	0.86	มาก	3
1. คัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ	3.85	1.01	มาก	1	3.76	0.99	มาก	1
2. ยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว	3.83	0.97	มาก	2	3.66	1.00	มาก	3
3. เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น	3.76	0.93	มาก	3	3.66	0.95	มาก	2
4. ออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น	3.72	0.93	มาก	4	3.66	1.01	มาก	4
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร	3.82	0.79	มาก	3	3.72	0.84	มาก	2
1. จัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ	3.80	0.87	มาก	3	3.66	0.98	มาก	3
2. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.83	0.93	มาก	2	3.61	0.95	มาก	4

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกี่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
3. ส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ	3.80	0.89	มาก	4	3.71	0.93	มาก	2
4. ควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน	3.84	0.87	มาก	1	3.92	1.01	มาก	1
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น	3.75	0.79	มาก	7	3.59	0.78	มาก	6
1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	3.85	0.93	มาก	1	3.68	0.92	มาก	1
2. คัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.71	0.99	มาก	4	3.48	0.97	มาก	4
3. เพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.75	0.86	มาก	2	3.57	0.92	มาก	3
4. สร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.72	0.98	มาก	3	3.60	0.87	มาก	2
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	3.77	0.83	มาก	5	3.63	0.85	มาก	5
1. อบรมชี้ให้ผู้ประกอบการตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	3.82	0.99	มาก	4	3.53	1.05	มาก	9
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยา	3.82	0.97	มาก	3	3.65	1.00	มาก	3
3. จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอาหารท้องถิ่นระหว่างผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือ ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น	3.73	0.98	มาก	8	3.61	1.00	มาก	7

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
4. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น	3.78	0.90	มาก	5	3.56	1.01	มาก	8
5. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล องค์ความรู้ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ	3.74	0.93	มาก	7	3.63	1.00	มาก	5.5
6. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารสู่คนรุ่นใหม่	3.82	0.96	มาก	2	3.65	1.01	มาก	4
7. สร้างกลุ่มผู้ประกอบการที่สนใจอาหารท้องถิ่นพัทยาประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพรายการอาหารให้ได้มาตรฐาน	3.74	0.92	มาก	6	3.69	0.99	มาก	2
8. เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมีส่วนร่วมในการนำเสนออาหารท้องถิ่นในเทศกาล/งานประเพณีต่าง ๆ ของเมืองพัทยา	3.71	0.93	มาก	9	3.63	1.00	มาก	5.5
9. ประกาศเกียรติคุณหรือให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.82	0.88	มาก	1	3.69	0.93	มาก	1
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	3.76	0.89	มาก	6	3.56	0.86	มาก	7
1. กำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมายในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.77	0.96	มาก	2	3.49	0.97	มาก	5
2. สร้างทีมงานตามกลุ่มสนใจในระดับชุมชนเพื่อจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา	3.78	0.96	มาก	1	3.51	0.91	มาก	4

ตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

รายการประเมิน	นักท่องเที่ยวชาวไทย				นักท่องเที่ยวต่างชาติ			
	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ	\bar{X}	SD.	ระดับ	อันดับ
3. สร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็นระบบ	3.74	0.98	มาก	4.5	3.57	1.01	มาก	2
4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการเข้าถึงความรู้ได้อย่างทั่วถึง สะดวกและรวดเร็ว	3.74	0.98	มาก	4.5	3.54	1.00	มาก	3
5. ติดตามประเมินผลการนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานจริง	3.77	1.02	มาก	3	3.69	0.94	มาก	1
แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	3.87	0.82	มาก	2	3.69	0.81	มาก	4
1. พัฒนาการผลิตอาหาร	3.88	1.01	มาก	2	3.57	1.03	มาก	4
2. พัฒนาการกระบวนการบริหารจัดการร้านอาหาร/ภัตตาคาร	3.83	0.86	มาก	3	3.69	0.92	มาก	3
3. พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า	3.83	0.93	มาก	4	3.72	0.88	มาก	2
4. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประกอบธุรกิจ	3.97	0.90	มาก	1	3.80	0.94	มาก	1

4. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ เกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา ($F=2.648$, $p\text{-value}=0.072$) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($F=2.398$, $p\text{-value}=0.092$) และแนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ($F=2.440$, $p\text{-value}=0.088$) ส่วนที่เหลือได้แก่ เรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และแนวทางในการพัฒนาการ

บรรจุกัญท์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น ความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	Mean	SD.	F	p-value
คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	4.02	0.85	1.866	0.156
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	4.00	0.81		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.86	0.77		
	Total	3.95	0.80		
แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ	3.87	0.84	1.637	0.196
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.79	0.87		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.69	0.86		
	Total	3.77	0.86		
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	3.63	0.92	1.763	0.173
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.82	0.79		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.72	0.84		
	Total	3.74	0.84		
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุกัญท์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น	ผู้ประกอบการ	3.68	0.82	2.115	0.122
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.75	0.79		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.59	0.78		
	Total	3.67	0.79		
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	3.61	0.93	2.648*	0.072
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.76	0.89		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.56	0.86		
	Total	3.65	0.89		
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	3.82	0.78	2.398*	0.092
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.77	0.83		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.63	0.85		
	Total	3.72	0.83		

ตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	Mean	SD.	F	p-value
แนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	3.78	0.90	2.440*	0.088
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.87	0.82		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.69	0.81		
	Total	3.78	0.84		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

จากผลการทดสอบค่าเฉลี่ยที่พบว่าแตกต่างกันดังกล่าวข้างต้น เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe method) พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา และแนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ส่วนเรื่องอื่น ๆ ความคิดเห็นของทั้งสามกลุ่มไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (i)	กลุ่มตัวอย่าง (j)	$\bar{x}_i - \bar{x}_j$	P-value
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	-0.15	0.402
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.05	0.888
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.20*	0.080
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการฯ โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	0.05	0.897
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.19	0.164
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.15	0.212
แนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	-0.09	0.665
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.09	0.668
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.18*	0.088

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

5. ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

จากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อกันเชิงบวก ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง (0.597-0.820) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (p -value=0.000 ทุกค่า) โดยที่ระดับความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นกับแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา มีค่าสูงสุด ($r=0.820$) รองลงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารกับแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา ($r=0.779$) คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยากับแนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ($r=0.772$) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารกับแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหาร ($r=0.765$) อันดับสุดท้ายเป็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยากับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ($r=0.597$) ดังรายละเอียดในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรที่ศึกษา	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา	1	0.772	0.704	0.724	0.652	0.597	0.685
(2) แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	0.772	1	0.738	0.734	0.672	0.650	0.670
(3) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร	0.704	0.738	1	0.765	0.779	0.672	0.638
(4) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น	0.724	0.734	0.765	1	0.820	0.684	0.674
(5) แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	0.652	0.672	0.779	0.820	1	0.736	0.643
(6) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	0.597	0.650	0.672	0.684	0.736	1	0.669
(7) แนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	0.685	0.670	0.638	0.674	0.643	0.669	1

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ทุกค่า มี p -value=0.000

6. ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา และคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

พิจารณาจากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่าทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบกับกรอบแนวคิดการวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวม ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์การถดถอยเพื่อหาตัวแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ โดยแยกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

6.1 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา เป็นผลจากการพัฒนาในทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพอาหารท้องถิ่น การประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวม (HD) ใน 4 มิติ ได้แก่ แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D₁) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D₂) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D₃) และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D₄) ในการนี้ พบว่า ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ตัวแบบการถดถอยเชิงเส้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (F=164.22, p-value=0.000) ตัวแปรที่กำหนด (D₁-D₄) สามารถอธิบายตัวแปรตามที่ศึกษา (HD) ได้ร้อยละ 57.00 (R=0.755, R²=0.570) ดังผลปรากฏในตารางที่ 4.10 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (B/Beta) พบว่าตัวแปรที่กำหนดทุกตัวมีผลต่อ HD ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้นแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D₂) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (t=1.59, p-value=0.113) ดังผลปรากฏในตารางที่ 4.11 ตัวแบบสมการถดถอยจากตัวอย่างที่ได้ คือ

$$HD = 0.580 + 0.245D_1 + 0.081D_2 + 0.235D_3 + 0.299D_4$$

หรือ

$$HD = 0.253D_1 + 0.081D_2 + 0.223D_3 + 0.297D_4$$

ตารางที่ 4.10 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

R	R Square	Adjusted R Square	SE. of the Estimate	Durbin-Watson	ANOVA	
					F	p-value
0.755	0.570	0.567	0.550	1.684	164.22**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Predictor	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value	Collinearity Statistics	
	B	SE.	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.580	0.128		4.54**	0.000		
แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D ₁)	0.245	0.047	0.253	5.23**	0.000	0.372	2.692
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D ₂)	0.081	0.051	0.081	1.59	0.113	0.330	3.030
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D ₃)	0.235	0.054	0.223	4.32**	0.000	0.326	3.065
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D ₄)	0.299	0.044	0.297	6.85**	0.000	0.461	2.171

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

6.2 ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา (QF) ได้พิจารณาตัวแบบสมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (Simple Linear Regression Model) โดยกำหนดตัวแปรต้นที่สนใจเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD) และตัวแบบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Model) โดยกำหนดตัวแปรต้นเป็นแนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D₁) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D₂) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D₃) และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D₄)

ผลการวิจัยพบว่าตัวแบบสมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F=441.31$, $p\text{-value}=0.000$) แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD) สามารถอธิบายตัวแปรตามที่ศึกษาคือคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา (QF) ได้เป็นร้อยละ 47.00 ($R=0.685$,

$R^2=0.470$) ดังผลปรากฏในตารางที่ 4.12 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (B/Beta) พบว่าแนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD) มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตารางที่ 4.13 ตัวแบบสมการถดถอยจากตัวอย่างที่ได้ คือ

$$QF = 1.455 + 0.659HD$$

หรือ $QF = 0.685HD$

ตารางที่ 4.12 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

R	R Square	Adjusted R Square	SE. of the Estimate	Durbin-Watson	ANOVA	
					F	p-value
0.685	0.470	0.469	0.585	1.798	441.31**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

Predictor	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE.	Beta		
(Constant)	1.455	0.121		11.98**	0.000
แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD)	0.659	0.031	0.685	21.01**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับตัวแบบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F=239.86$, $p\text{-value}=0.000$) ตัวแปรต้นที่กำหนดทุกตัว (D_1-D_4) สามารถอธิบายคุณภาพอาหารท้องถิ่น (QF) ได้ร้อยละ 66.00 ($R=0.812$, $R^2=0.660$) ดังผลปรากฏในตารางที่ 4.14 เมื่อพิจารณาผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (B/Beta) พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวมีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่น (QF) ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ยกเว้นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D_4)

ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($t=0.52$, $p\text{-value}=0.606$) ดังผลปรากฏในตารางที่ 4.15 ตัวแบบสมการถดถอยจากตัวอย่างที่ได้ คือ

$$QF = 0.760 + 0.423D_1 + 0.154D_2 + 0.257D_3 + 0.019D_4$$

หรือ

$$QF = 0.454D_1 + 0.161D_2 + 0.254D_3 + 0.020D_4$$

ตารางที่ 4.14 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

R	R Square	Adjusted R Square	SE. of the Estimate	Durbin-Watson	ANOVA	
					F	p-value
0.812	0.660	0.657	0.470	1.646	239.86**	0.000

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

Predictors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	SE.	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	0.760	0.109		6.96**	0.000		
แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D ₁)	0.423	0.040	0.454	10.55**	0.000	0.372	2.692
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D ₂)	0.154	0.044	0.161	3.53**	0.000	0.330	3.030
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D ₃)	0.257	0.046	0.254	5.54**	0.000	0.326	3.065
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D ₄)	0.019	0.037	0.020	0.52	0.606	0.461	2.171

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเคราะห์ผลวิจัยจากโครงการย่อย 4 โครงการ การวิเคราะห์ SWOT รวมถึงการสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้จากแผนงานวิจัย เพื่อหาแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา นำเสนอผลตามประเด็นหลักในกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

1. บริบทเมืองพัทยา: พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น และแนวโน้มการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 25 คน ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารเมืองพัทยา จำนวน 15 คน ได้แก่ ปลัดเมืองพัทยา (รักษาการผู้อำนวยการสำนักการศึกษา) รองผู้อำนวยการสำนักการศึกษา หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาสังคมและชุมชน ผู้อำนวยการส่วนพัฒนาชุมชน ผู้อำนวยการสำนักการสาธารณสุข นักวิชาการพัฒนาชุมชน นักสุขภาพโภชนาการ ประธานชุมชนบ้านโรงไม้ขีด ประธานชุมชนบ้านหนองใหญ่บน ประธานชุมชนลานโพธิ์ ประธานชุมชนตลาดเก่านาเกลือ ประธานชุมชนพัทยาใต้พัฒนา ประธานชุมชนวัดชัยมงคล ประธานชุมชนทัพพระยา และกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ได้แก่ เจ้าของ/ผู้จัดการร้าน พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานบริการ จำนวน 10 ร้าน (ดังรายชื่อในภาคผนวก ข) ผลการสังเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจุบันการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันของคนพัทยาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก โดยเฉพาะในช่วงหลังปี 2521 มีการเปลี่ยนการปกครองท้องถิ่นจากสุขาภิบาลนาเกลือเป็นเทศบาลเมืองพัทยา ได้รับการสนับสนุนการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีชาวต่างชาติเข้ามาเป็นจำนวนมาก รวมถึงประชากรแฝงที่เข้ามาค้าขาย ประกอบธุรกิจต่าง ๆ ทำให้สภาพสังคมและวิถีชีวิตคนพัทยาเปลี่ยนแปลงไปมาก ในสมัยก่อนประชาชนในท้องถิ่นดั้งเดิมส่วนใหญ่มีอาชีพประมง มีตลาดนาเกลือเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารทะเลหลากหลายประเภท ประชาชนในท้องถิ่นเปลี่ยนมาทำการค้าขาย คนพัทยาในปัจจุบันมุ่งทำงานหาเงินเพราะค่าครองชีพสูงขึ้น ไม่มีเวลาปรุงอาหาร การทำอาหารท้องถิ่นเริ่มลดลง พฤติกรรมการบริโภคอาหารในชีวิตประจำวันเปลี่ยนไป มีการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น มีการซื้ออาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว อาหารพร้อมปรุง หรืออาหารพร้อมรับประทานที่สามารถบริโภคได้สะดวกรวดเร็ว ประกอบกับการรับเอาวัฒนธรรมต่างชาติที่เข้ามาพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยว มีการบริโภคอาหารประเภทขนมปังแทนข้าว มีเครื่องดื่มชา กาแฟ และอื่น ๆ ในมือเช้า คนรุ่นใหม่นิยมรับประทานอาหารต่างชาติ อาหารประเภทพิซซ่า และอาหารฟาสต์ฟู้ดมากกว่าอาหารท้องถิ่น และเนื่องด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ อาหารทะเลลดลง บางอย่างขาดแคลนหรือสูญหายไป พื้นที่เพาะปลูกลดลงกลายเป็นที่อยู่อาศัยและแหล่งบันเทิงต่าง ๆ พืชผักท้องถิ่นและวัตถุดิบลดลง ต้องหาซื้อจากแหล่งอื่น ๆ ในราคาแพง เครื่องปรุง พริกแกงต่าง ๆ หาซื้อได้จากตลาดสดและซูเปอร์มาเก็ต ไม่ต้องโหลกพริกแกงแบบสมัยก่อน ๆ อาหารท้องถิ่นเริ่มเปลี่ยนแปลงไป รสชาติแตกต่างไปจากเดิม ทำให้แนวโน้มการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการนำเสนอรายการอาหารที่

หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ร้านอาหารท้องถิ่นจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

ร้านอาหารท้องถิ่นพัทยาส่วนใหญ่ขยายกิจการจากร้านอาหารตามสั่ง ผู้ประกอบการเป็นแม่ครัว/พ่อครัว และบริหารจัดการในลักษณะครอบครัวโดยสืบทอดวิธีการปรุงอาหารมาจากพ่อแม่ปู่/ย่า ตา/ยาย ส่งสมประสบการณ์มาเป็นเวลานานมากกว่าสิบปี มีการตำน้ำพริกแกงเป็นสูตรของทางร้านเองโดยใช้เครื่องปรุงและพืชผักพื้นบ้านที่หาได้ในท้องถิ่นตามฤดูกาล รายการอาหารที่ลูกค้าชื่นชอบของแต่ละร้านจะแตกต่างกันไปแต่ส่วนใหญ่ปรุงจากอาหารทะเลสด อาทิ ร้านเจ๊น้อง สะพานยาว นาคเกื้อ มีรายการอาหารเด่น ๆ ได้แก่ ต้มยำปลาหู (น้ำใส ใส่ใบกะเพรา) ปลาอินทรีผัดฉ่า แกงป่าปลา วัว ปลาหัวทอดน้ำปลา หมึกต้มน้ำดำ และปูม้าหนึ่ง ร้านม.ม้า ซีฟู้ด มีรายการอาหารเด่น ๆ ได้แก่ เนื้อปลาแกงป๊อด (รสชาติคล้ายแกงป่า แต่รสจัดและเผ็ดมาก) ไข่ตุ๋นรวมมิตรทะเล (แบบหม้อไฟ) ปูม้าหนึ่ง (รับประทานกับน้ำจิ้มซีฟู้ด) ยำไข่ปลาเรียวเขียว ซาซิมิฉลาม (ทานกับวาซาบิ) ทอดมันปู และกุ้งทอดกระเทียม ร้านครัวหนองสมอ หนองปรือ มีรายการอาหารเด่น ๆ ได้แก่ ปลาอินทรีทอดน้ำปลา (ทานกับยำมะม่วง) น้ำพริกไข่ปู ปลากระบอกต้มส้ม แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ปลาหมึกนึ่งมะนาว และผัดปลาหมึกเขียวหวานแห้ง เป็นต้น ลูกค้าของร้านอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและคนในท้องถิ่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่มากับครอบครัวหรือเพื่อนชาวไทย สิ่งที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุดคือ รสชาติอาหาร ความสดใหม่ ความสะอาด และการบริการที่รวดเร็ว ทางร้านไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ แต่ใช้วิธีทำให้ลูกค้าประทับใจแล้วบอกต่อ ส่วนกลยุทธ์ที่ทำให้กิจการธุรกิจคงอยู่ได้ที่สำคัญคือการรักษาความคงที่ของรสชาติ คุณภาพอาหาร และการให้บริการ

ตามแผนการพัฒนาเมืองพัทยา ในช่วงที่ผ่านมาตั้งแต่ปีงบประมาณ 2554-2558 (ช่วงที่ 1-2) พัทยาได้พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ รองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มเป้าหมาย เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจการค้า การประชุมและการกีฬา ส่งผลโดยตรงต่อการประกอบธุรกิจในเมืองพัทยา ทำให้แนวโน้มในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ร้านอาหาร/ภัตตาคารขนาดใหญ่ มุ่งเน้นเพื่อให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ มีอาหารนานาชาติที่หลากหลาย รวมถึงรายการอาหารไทยประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อาทิ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย และข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น ปัจจุบันนักท่องเที่ยวรู้จักอาหารไทยมากขึ้นโดยผ่านสื่อออนไลน์และการแนะนำจากผู้ให้บริการ แต่การบริโภคอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังคงเป็นอาหารทะเล ประเภทต้ม/ปิ้ง/ย่าง ส่วนรายการอาหารท้องถิ่นอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีในร้านอาหารไทยขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ซึ่งมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ลักษณะการตกแต่งร้านไม่หรูหรามากนัก ราคาไม่แพง สำหรับร้านอาหารขนาดใหญ่/ภัตตาคารมีการแข่งขันสูง มีการตกแต่งร้านในสไตล์หรูหรา มุ่งเน้นบรรยากาศของร้านให้เป็นที่ประทับใจลูกค้า มีอาหารหลากหลาย ทั้งซีฟู้ด อาหารไทยและอาหารต่างชาติ รายการอาหารที่ลูกค้าชอบสั่ง ได้แก่ ปลากระพง ราดน้ำปลา ต้มยำกุ้ง ห่อหมกทะเล เป็นต้น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโฆษณา เว็บไซต์ บางร้านมีการรับนักท่องเที่ยวผ่านกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งไกด์จะเป็นผู้กำหนดรายการอาหารให้นักท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันมีแนวโน้มเปลี่ยนไป โดยบริษัททัวร์จะมีร้านอาหารให้บริการนักท่องเที่ยวเอง ทำให้ร้านอาหารต่าง ๆ ต้องพยายามปรับกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้

เนื่องจากอาหารทะเลและวัตถุดิบในท้องถิ่นมีปริมาณลดลงอย่างขาดแคลนหรือสูญหายไป ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารราคาแพงขึ้นมาก ๆ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรายการอาหาร หรือวิธีการปรุงไปตามฤดูกาลและความต้องการของลูกค้า ดังนั้นในการที่จะผลักดันให้อาหารท้องถิ่น เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาครัฐและผู้บริหารท้องถิ่นควรมี มาตรการในการควบคุมราคา หรือจัดหาแหล่งวัตถุดิบ อาหารทะเลที่มีคุณภาพให้เพียงพอ ในการนี้ อาจจะเลือกรายการอาหารท้องถิ่นบางรายการที่จะพัฒนาให้เหมาะสมตรงกับค่านิยมของนักท่องเที่ยว แต่ละชาติจัดทำเป็นสูตรมาตรฐานที่มีหน่วยงานรับรองว่าเป็นอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาส่งให้ ร้านอาหาร/ภัตตาคารไปทำเป็นอาหารท้องถิ่นในรายการแนะนำต่อไป ให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลอง รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของพัทยาไม่ว่าจะรับประทานจากร้านใด ๆ

สำหรับร้านอาหารท้องถิ่นมีความได้เปรียบในเรื่องราคาอาหาร ความสดใหม่ของวัตถุดิบ และรสชาติอาหารที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคชาวไทย แต่ทางร้านจะปรับลดความจืดจาง และความเผ็ดร้อนสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ บางร้านได้รับการสนับสนุนจากเมืองพัทยาในเรื่องการประชาสัมพันธ์โดยการลงตีพิมพ์แนะนำร้านอาหารในวารสาร (@Pattaya) และเว็บไซต์ของเมืองพัทยา (www.pattaya.go.th) นอกจากนี้ เมืองพัทยาได้จัดทำโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา ดังจะเห็นได้จาก โครงการสุขภาพอาหาร ส่งเสริมการท่องเที่ยว ปลอดภัยในเมืองพัทยา โดยคัดเลือกร้านอาหารต่าง ๆ ที่ได้มาตรฐานกรมอนามัย ปฏิบัติตามหลักสุขภาพอาหารครบ 15 ข้อ โดยผ่านการตรวจสอบของเจ้าหน้าที่ของเมืองพัทยา เป็นการรับรองคุณภาพร้านอาหาร ภายใต้ชื่อ “ร้านอาหาร Clean Food Good Taste” หรือ อาหารสะอาด รสชาติอร่อย โครงการ “อีสานเฟสติวัล พัทยา ประจำปี 2558 (E-Sarn Festival Pattaya 2015)” (ปีที่ 2) โดยจัดการประกวด “ส้มตำพัทยา” ซึ่งด้วยพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และงานเดินกินถิ่นนาเกลือ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคมากขึ้น เป็นการสร้างภาพลักษณ์ด้านอาหารของเมืองพัทยาให้โดดเด่นในระดับนานาชาติ และกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวให้เติบโตตามเป้าหมาย

2. การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา จังหวัดชลบุรี

แนวทางในการพัฒนาอาหารท้องถิ่นพัทยาให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชนได้เสนอแนะว่าควรสนับสนุนให้มีสถานที่ในการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นซึ่งอาจจะเป็นลักษณะร้านค้าชุมชนหรือศูนย์แสดงผลผลิตภัณฑ์ชุมชน เปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นได้ดำเนินการหมุนเวียนกันทุกชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยให้แต่ละชุมชนมีส่วนร่วมในการหาผู้เชี่ยวชาญหรือครุภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิควิธีการทำอาหารพื้นบ้าน เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีจัดแข่งขันอาหารท้องถิ่นในงานประเพณี เทศกาลต่าง ๆ เช่น งานวันไหล วันกองข้าว งานเดินกินถิ่นนาเกลือ เป็นต้น ชุมชนท้องถิ่นต้องสร้างค่านิยมท้องถิ่นให้คนในท้องถิ่นเห็นคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างค่านิยมให้คนท้องถิ่นรู้จักและยอมรับอาหารท้องถิ่นก่อน ถ้าจะส่งเสริมอาหารท้องถิ่นพัทยา เช่น หมึกน้ำดำ ควรขอความร่วมมือให้ร้านอาหารนำรายการนี้ใส่ในรายการประจำของร้าน และให้พนักงานบริการแนะนำเรื่องราวและคุณค่าของอาหาร

เป็นการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวผู้บริโภคได้รับรู้และบอกต่อ ทำให้อาหารท้องถิ่นพืชยา เป็นสิ่งที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น สำหรับการยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพืชยาควรให้ ภาครัฐ ชุมชนและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสนับสนุนและผลักดันโดยผ่านกิจกรรมใน เทศกาลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้รับรู้เรื่องราวของอาหารท้องถิ่นพืชยา โดยใช้การสื่อสารทุกรูปแบบผ่านโรงแรม ร้านอาหาร/ ภัตตาคาร บริษัทท่องเที่ยวและไกด์ นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดนโยบายให้มีการตรวจสอบและ ควบคุมคุณภาพอาหารท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไป

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการย่อยเรื่อง การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพืชยา จังหวัด ชลบุรี มีดังนี้

2.1 แนวทางในการพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่ม มูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพืชยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มเห็นด้วยกับทุกแนวทางในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ประกอบการพ่อ ครัว/แม่ครัว และพนักงานร้านอาหาร/ภัตตาคาร ให้อันดับแรกเป็นเรื่องเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะ ท้องถิ่น รองลงมาเป็นเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ การออกแบบจัด ตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบ และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อ สร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้อันดับแรกเป็นเรื่องการ คัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ รองลงมาเป็นเรื่องการยกระดับตำรับมาตรฐาน ท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น และ อันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติให้อันดับแรกเป็นเรื่องการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ รองลงมา เป็นเรื่องเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น การยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความ นิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยว และอันดับสุดท้ายเป็นเรื่องการออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟ ตามรูปแบบท้องถิ่น

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีดำเนินการพัฒนารายการอาหารเชิง สร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว ในแต่ละแนวทางดังนี้

1) **คัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ** นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็น ด้วยมากกับวิธีการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพทุกเรื่อง อันดับแรกคือ การใช้ วัตถุดิบใหม่ สด สะอาด และปลอดภัย รองลงมาเป็นการเตรียมวัตถุดิบให้ง่าย สะดวก และไม่เป็ นอันตรายต่อการรับประทาน การใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงในการสร้างสีสันให้น่ารับประทานได้อย่าง เหมาะสม และการใช้วัตถุดิบเฉพาะภายในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบหลักในแต่ละรายการอาหาร ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และและเรื่องอื่น ๆ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็น ด้วยกับวิธีการคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องอื่น ๆ อันดับแรกคือ การเตรียมวัตถุดิบให้ง่าย สะดวก และไม่เป็ นอันตรายต่อการ

รับประทาน รองลงมาเป็นการใช้วัตถุดิบใหม่ สด สะอาด และ ปลอดภัย การใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุง ในการสร้างสีสันทันให้น่ารับประทานได้อย่างเหมาะสม การใช้วัตถุดิบเฉพาะภายในท้องถิ่นมาเป็น ส่วนประกอบหลักในแต่ละรายการอาหารตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเรื่องอื่น ๆ อยู่ใน ระดับปานกลาง

2) ยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่นเพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของ นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเห็นด้วยกับวิธีการยกระดับตำรับมาตรฐานท้องถิ่น เพื่อสร้างความนิยม/การยอมรับของนักท่องเที่ยวทุกเรื่องอยู่ในระดับมาก และให้อันดับแรกเหมือนกัน คือ การรักษารสชาติดั้งเดิม และปรับความเผ็ด/ร้อนให้เหมาะสมกับผู้บริโภค รองลงมานักท่องเที่ยว ชาวไทยเห็นด้วยในเรื่องลักษณะอาหารแต่ละรายการ ต้องมีลักษณะปรากฏที่คงที่ ได้แก่ สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัสรูปแบบการจัดเสิร์ฟที่คงที่สม่ำเสมอ เนื้อสัมผัสเป็นไปตามลักษณะอาหารนั้น ๆ อาหารแต่ละรายการจะต้องมีกลิ่นเครื่องเทศและสมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และเรื่องสี เป็นสีที่ เกิดจากวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารนั้น ๆ ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้อันดับ รองลงมาเป็นเรื่อง เนื้อสัมผัสเป็นไปตามลักษณะอาหารนั้น ๆ อาหารแต่ละรายการจะต้องมีกลิ่น เครื่องเทศและสมุนไพรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ลักษณะอาหารแต่ละรายการ ต้องมีลักษณะปรากฏที่ คงที่ ได้แก่ สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัสรูปแบบการจัดเสิร์ฟที่คงที่สม่ำเสมอ และเรื่องสี เป็นสีที่เกิดจาก วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารนั้นๆ เป็นอันดับสุดท้าย

3) เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเห็น ด้วยมากกับเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่นทุกเรื่อง ยกเว้นเรื่องอื่นๆ เหมือนกัน ในการนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้อันดับแรกเป็น การใช้เทคนิคดั้งเดิมในการปิ้ง/ย่าง รองลงมาเป็นการใช้วิธีการ ประกอบอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เช่น แจงรอน ห่อหมก ฯ การใช้เทคนิคในการ รักษาเนื้อสัมผัสให้มี คุณภาพตามลักษณะของอาหารท้องถิ่นแต่ละประเภท เช่น การผัดผัดยังคง คุณค่าทางอาหารและความกรอบ การใช้เครื่องเทศหรือสมุนไพรในการกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ โดยมี เทคนิคเฉพาะ เพื่อกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์นั้น การใช้เทคนิคในการเตรียมวัตถุดิบ โดยใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น เช่น การเตรียมเนื้อปลาฉลาม แมงกะพรุน ฯ และเรื่องอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง เป็น อันดับสุดท้าย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้อันดับแรกเป็นการใช้เครื่องเทศหรือสมุนไพรในการ กำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ โดยมีเทคนิคเฉพาะเพื่อกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์นั้น รองลงมาเป็นการใช้ เทคนิคในการเตรียมวัตถุดิบ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาทิ การเตรียมเนื้อปลาฉลาม และแมงกะพรุน การใช้วิธีการประกอบอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น เช่น แจงรอน ห่อหมก เป็นต้น การ ใช้เทคนิคดั้งเดิมในการปิ้ง/ย่าง การใช้เทคนิคในการรักษาเนื้อสัมผัสให้มีคุณภาพตามลักษณะของ อาหารท้องถิ่นแต่ละประเภท เช่น การผัดผัดยังคงคุณค่าทางอาหารและความกรอบ ตามลำดับ ส่วน เรื่องอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลาง

4) ออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวไทยและ ชาวต่างชาติเห็นด้วยมากกับวิธีการออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่นทุกเรื่อง และ ให้อันดับสุดท้ายเป็นเรื่องอื่น ๆ เหมือนกัน ในการนี้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้อันดับแรกเป็นการใช้ ภาชนะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น รองลงมาเป็นการตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีรูปแบบการจัดเสิร์ฟและปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว มีสีสันทันดูและดู

นำรับประทาน และการตัดหั่นแต่งมีลักษณะและขนาดที่สม่ำเสมอ สวยงามนำรับประทาน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้อันดับแรกคือ มีรูปแบบการจัดเสิร์ฟและปริมาณที่เหมาะสมกับความ ต้องการของนักท่องเที่ยว รองลงมาเป็นการตัดหั่นแต่งมีลักษณะและขนาดที่สม่ำเสมอ สวยงาม นำ รับประทาน มีสีสันดึงดูดและดูน่ารับประทาน การตกแต่งที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของท้องถิ่น และ การใช้ภาชนะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิธีดำเนินการพัฒนาราย อาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่าการคัดเลือกวัตถุดิบ ท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพและเรื่องเทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่นแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญที่ระดับ 0.01

2.2 แนวคิดในการยกระดับคุณภาพรายการอาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์เพื่อเพิ่ม มูลค่าให้เป็นรายการอาหารท้องถิ่นที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่พญา จังหวัดชลบุรี

การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณภาพอาหาร ท้องถิ่นพญาสำหรับนักท่องเที่ยว มีแนวทางและวิธีการยกระดับอาหารท้องถิ่น ดังนี้

1) การยกระดับตำรับมาตรฐานของอาหารท้องถิ่นในการสร้างความนิยมและการ ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ มีปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ ตำรับ/สูตรอาหาร ที่นำมาใช้ต้องรักษารสชาติดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น และลักษณะปรากฏของอาหารคงที่และ สม่ำเสมอ หรือการปรับปรุงสูตรต้องมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เช่น กลิ่นและรสชาติดีขึ้น วิธีการรับประทานสะดวกขึ้น มีคุณค่าทางโภชนาการสูงขึ้น นอกจากนี้รายการอาหารที่พัฒนาอย่าง สร้างสรรค์มีเรื่องราวและเอกลักษณ์ของอาหารที่เป็นจุดขาย สะท้อนถึงวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น พญา ในสูตรต้องมีส่วนผสมหลักที่มาจากวัตถุดิบท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบหลักในแต่ละรายการ อาหารเช่น สัตว์น้ำ ผักพื้นบ้าน โดยคำนึงถึงข้อมูลอาหารท้องถิ่น การตั้งชื่อรายการอาหารต้อง น่าสนใจ การใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษต้องไปในทิศทางเดียวกัน สื่อถึงที่มาของอาหาร หรือบ่ง บอกถึงลักษณะของอาหาร หรือเทคนิคที่ใช้ประกอบอาหาร

2) การคัดเลือกวัตถุดิบท้องถิ่นและเครื่องปรุงที่มีคุณภาพเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ นักท่องเที่ยว วิธียกระดับมีปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ แหล่งวัตถุดิบต้องรับรองคุณภาพเรื่องความสด ใหม่และความปลอดภัย เริ่มตั้งแต่กระบวนการคัดสรรวัตถุดิบจากแหล่งจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ การ เตรียมวัตถุดิบให้สะอาดปลอดภัย ถูกสุขลักษณะ และรับประทานได้สะดวก การปรุงวัตถุดิบต้องคงไว้ ซึ่งกลิ่นรสชาติและลักษณะเนื้อที่ดี รูปแบบการจัดเสิร์ฟถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องอุณหภูมิของอาหาร และคงคุณค่าทางโภชนาการ

3) เทคนิคประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชาว พญาที่ควรนำมายกระดับและเพิ่มมูลค่า มีปัจจัยที่ควรพิจารณา ได้แก่ เทคนิคการเตรียมวัตถุดิบต้อง นำเสนอให้เห็นถึงการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคนิคการปรุงอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม และเทคนิคการ ใช้เครื่องเทศหรือสมุนไพรตามวิถีบรรพบุรุษซึ่งทำให้อาหารท้องถิ่นมีกลิ่นรสเฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ล้วน สะท้อนถึงวัฒนธรรมภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ สามารถนำมาสร้างเป็น

เรื่องราวและจุดขาย เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพืทยา

4) การออกแบบจัดตกแต่งและจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่นเพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าและยกระดับของอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว มีปัจจัยที่ควรพิจารณา คือ ปริมาณของอาหารต่อที่ และรูปแบบการจัดเสิร์ฟต้องเหมาะสมกับมื้ออาหาร และรูปแบบการบริการ เช่น A la carte, set menu, buffet ภาชนะที่เลือกใช้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นพืทยา หรือ สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และต้องสะดวกต่อการใช้งาน การออกแบบและตกแต่งรายการอาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงหลักศิลปะและการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสม และสื่อถึงวิถีการดำรงชีวิต และวัฒนธรรมความเป็นท้องถิ่นพืทยา

2.3 รายการอาหารท้องถิ่นพืทยาที่คัดเลือกมาพัฒนาเชิงสร้างสรรค์

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้รายการอาหารท้องถิ่นที่คัดเลือกไปพัฒนาในเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 8 รายการ ได้แก่ ข้าวมันส้มตำ-ปลากระเบนฉีก น้ำพริกไข่ปู ปลาหมึกน้ำดำ แกงส้มปลาเรียวเขียว ต้มยำเนื้อปลาเห็ดโคน ทอดมันปลาอินทรีกับน้ำจิ้มซีฟู้ด แจงลอน ห่อหมกปลาอินทรี หลังจากการทดลองพัฒนาและประยุกต์เพื่อจัดทำเป็นสูตรรายการอาหารท้องถิ่นพืทยาเชิงสร้างสรรค์ประเภทต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว ได้รายการอาหารท้องถิ่นพืทยาเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว จำนวนทั้งหมด 19 รายการ และ อาหารชุด 2 ชุด ดังนี้ ได้แก่ อาหารจานเดียว: ข้าวมันส้มตำ ปลากระเบนฉีกแบบ 1, 2 และ 3 ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู ข้าวผัดปลาหมึกน้ำดำ ข้าวราดซอสแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ข้าวทูโตนเสิร์ฟพร้อมแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ผัดไทยเส้นด้าปลาหมึกน้ำดำ สลัดโรลปลาเห็ดโคน หอยนางรมสดกับเครื่องเคียง น้ำพริกไข่ปูเสิร์ฟพร้อมเส้นหมี่ อาหารประเภทกับข้าว: ต้มยำเนื้อปลาเห็ดโคน พล่าทะเล อาหารประเภทเครื่องจิ้ม: น้ำพริกไข่ปูเสิร์ฟกับผักสด อาหารประเภทเบ็ดเตล็ด: แจงลอนชวนชิมแบบ 1 และ 2 ห่อหมกปลาอินทรี ทอดมันปลาอินทรีกับซอสซีฟู้ดแบบ 1 และ 2 และ 3 แบบ 1, 2 และนำมาจัดในรูปแบบอาหารชุด (set menu) 2 ชุด ประกอบด้วย ชุดที่ 1 ประกอบด้วย ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปูเคียงกับน้ำพริกไข่ปูและผักสด เสิร์ฟพร้อม ต้มยำเนื้อปลาเห็ดโคน และชุดที่ 2 ประกอบด้วย ข้าวผัดปลาหมึกน้ำดำ เสิร์ฟพร้อมต้มยำเนื้อปลาเห็ดโคน

แนวคิดในการทดลองพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1) การออกแบบและตกแต่งเพื่อเสริมบรรยากาศในการรับประทาน ซึ่งมักพบในงานของเซฟ ในร้านอาหารหรือโรงแรมต่าง ๆ เน้นเรื่องการใช้วัตถุดิบ ส่วนผสม และการตกแต่งอาหาร ต้องคำนึงถึงความอร่อยตรงตามตำรับอาหารนั้น ๆ รับประทานได้จริง และเป็นการตกแต่งอาหารสื่อสารงานอาหารตรงสู่คนรับประทาน ทั้งยังมุ่งเติมเต็มบรรยากาศงานอาหารในการรับประทานอย่างแท้จริง

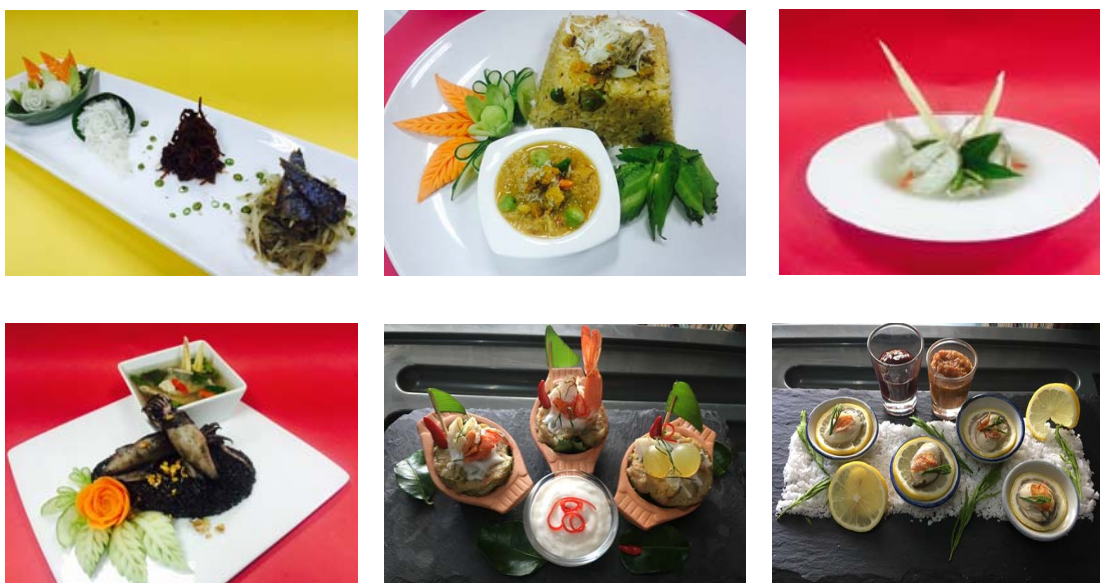
2) การออกแบบและตกแต่งให้สวยงามเพื่อเอื้อต่อการทำงานด้านสื่อ อาทิ การถ่ายภาพโฆษณา การถ่ายภาพในงานโทททัศน์หรือภาพยนตร์ การถ่ายภาพเพื่องานสื่อสิ่งพิมพ์ เน้นเรื่องวัตถุดิบส่วนผสม และการตกแต่งอาหาร รวมถึงการใช้สิ่งของประดับงาน เน้นความสวยงามในเชิงศิลปะ ดูโดดเด่น แฟชั่น และดึงดูดความสนใจ การตกแต่งอาหารสื่อสารสู่ผู้รับสาร ผู้อ่านผู้พบเห็น มุ่ง

สร้างอรรถรสในการสื่อสาร เช่น การเสริมความเข้าใจในบทความ หนังสือสอนการทำงานอาหาร สร้างความดึงดูดให้ผู้บริโภคอุดหนุนสินค้า หรือเข้ามาใช้บริการ

การสร้างสรรคอาหารทั้งในรูปแบบของตัวอาหารและการนำเสนอ ใช้แนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ 1) Cosmetic change เป็นการเติมรูปลักษณ์ของอาหาร โดยไม่เปลี่ยนแปลงสสารเนื้อความเดิม 2) Context Change เป็นการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาหารเดิม เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ และ 3) Concept change เป็นการสร้างคุณค่าให้อาหารที่ฉีกแนวจากวิธีเดิม ๆ ไม่มุ่งเฉพาะแต่ตัวอาหารอย่างเดียว หากยังคิดรวมถึงการปรับกระบวนการทัศน์ รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.4 ผลการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

ในการวิจัยส่วนนี้ได้ทำการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นพัทยาโดยใช้แนวคิดดังกล่าวข้างต้นผสมผสานกัน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อให้อาหารท้องถิ่นพัทยาที่มีคุณภาพ สวยงาม และน่ารับประทาน เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับหลักการที่ใช้ในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการโดยใช้สูตรอาหารท้องถิ่นพัทยาตำรับมาตรฐานที่ได้จากการวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในโครงการวิจัยย่อยเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่น ได้ผลทดลองพัฒนาดังตัวอย่างภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างผลการทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

ตัวอย่างผลการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นแต่ละรายการในเชิงเปรียบเทียบในรูปแบบดั้งเดิมก่อนพัฒนา กับรูปแบบเชิงสร้างสรรค์ หลังพัฒนา เรื่องราว (story) ปัญหาที่พบ แนวคิดในการสร้างสรรค์ และผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ ดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ตัวอย่างผลการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ปัญหาแนวคิดในการสร้างสรรค์ และผลการประเมิน

รายการอาหารท้องถิ่นก่อนพัฒนา	แนวคิดการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์
<p style="text-align: center;">ข้าวมันส้มตำปลากะเบนฉีก</p>  <p>จุดเด่น : เป็นอาหารประเภทจานเดียวที่ให้อรรถรสของความเป็นอาหารพื้นบ้านอย่างลงตัว ชูจุดขายด้วยข้าวมันที่หุงจากกระทิสด การทำปลากะเบนฉีก และส้มตำพริกที่ต้องใช้มะขามอ่อนทำให้เปรี้ยว ตามเทคนิคการประกอบอาหารที่เป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นพญา</p> <p>ปัญหา : การตกแต่งที่ไม่สวยงามและดึงดูดให้ลิ้มลอง : รูปแบบการจัดไม่สื่อวิธีการรับประทาน</p>	<p style="text-align: center;">ข้าวมันกระเบนพรรษา</p>   
รายการอาหารท้องถิ่นหลังพัฒนา	ผลการประเมิน
<p>ข้าวมันกระเบนพรรษา (ข้าวมันส้มตำปลากะเบนฉีก) ข้าวมันที่มีกลิ่นหอมมันของกระทิสด เข้ากันดีกับส้มตำรสกลมกล่อม หวานอมเปรี้ยวจากมะขามอ่อน ช่วยตัดความเลี่ยน เสริมคู่กับปลากะเบนฉีกเนื้อหอม จัดรูปแบบจานแบบตะวันตกให้ความรู้สึกหรูหรา</p>	<p>รูปแบบการตกแต่งจานโดยรวมมีความสวยงามลงตัว ให้บรรยากาศแบบสมัยใหม่สไตล์ฝรั่งเศส มีการตกแต่งเพิ่มสีสัน ทำให้รูปลักษณ์ของอาหารจานนี้ดูน่าสนใจ แต่กลับไม่เห็นจุดเด่นของเมนูนี้ จึงควรรนำพระเอกของเมนูเด่นอย่างเดี่ยวและทำให้องค์ประกอบอื่น ๆ เป็นตัวรอง</p>

ตารางที่ 4.16 ตัวอย่างผลการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ปัญหาแนวคิดในการสร้างสรรค์ และผลการประเมิน (ต่อ)

รายการอาหารท้องถิ่นหลังพัฒนา	ผลการประเมิน
<p>ข้าวมันจัดมาเป็นคำ เน้นให้เห็นถึงวัตถุดิบของอาหารแต่ละชนิด เสริฟคู่กับปลากระเบนฉีก ผักแนม แกะสลักประณีตอย่างไทย ผสมผสานกับการจัดตกแต่งจานสไตล์ญี่ปุ่นทำให้รู้สึกดูดี ราคาสุภาพ และสื่อถึงวิธีการรับประทาน</p> <p>ข้าวมันจัดเสิร์ฟมาเป็นคำเน้นความสดใหม่ของปลากระเบน จัดวางมาบนใบชะพลูทอดกรอบ รับประทานแนมกับคู่ส้มตำสดเคี้ยวแบบวิถีคนพื้นบ้าน ภาชนะตกแต่งใช้ครกตามวัฒนธรรมแบบไทย ๆ จัดวางบนหินให้ความรู้สึกกลิ่นอายระหว่างไทยกับตะวันตกอย่างลงตัว</p>	<p>รูปลักษณ์ของอาหารชวนให้ลิ้มลอง เพราะเห็นวัตถุดิบแต่ละอย่างชัดเจน ดูเป็นสัดส่วน แต่สัมผัสดูซ้ำเกินไป ทำให้เหมือนของไม่สด ควรเน้นให้เห็นถึงคุณค่าของมะขามอ่อนที่เป็นของพื้นบ้านมีเฉพาะบางฤดูกาล หารับประทานยาก</p> <p>รูปลักษณ์ของอาหารทำให้เกิดความรู้สึกผสมผสานของวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมสมัย โดยภาชนะที่ตกแต่งมีนำเอาครกมาเป็นส่วนหนึ่งในจาน หากต้องการให้อาหารจานนี้มีความสมบูรณ์ควรจัดให้ลูกค้าสามารถรับประทานอาหารได้สะดวกมากยิ่งขึ้น</p>
รายการอาหารท้องถิ่นก่อนพัฒนา	แนวคิดการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์
<p style="text-align: center;">แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว</p>  <p>จุดเด่น : ปลาเรียวเขียวและไข่ปลาเป็นวัตถุดิบที่หารับประทานไม่ได้ในถิ่นอื่น การประกอบอาหารต้องมีเทคนิคการประกอบอาหารที่พิเศษซึ่งถือว่าเป็น เคล็ดลับ เนื่องจากปลาเรียวเขียวจะมีกลิ่นคาวมาก เมื่อสุกแล้วเวลารับประทานไข่ปลาจะมีลักษณะแข็งด้านนอก และเนื้อข้างในไข่ต้องมีลักษณะต้องยืดหยุ่นไม่แข็ง ภาษาท้องถิ่น เรียกว่า มีลักษณะหนึบ ๆ</p>	<p style="text-align: center;">ทูโทนราดหน้า</p>  

ตารางที่ 4.16 ตัวอย่างผลการวิจัยกึ่งทดลองพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ปัญหาแนวคิดในการสร้างสรรค์ และผลการประเมิน (ต่อ)

รายการอาหารท้องถิ่นก่อนพัฒนา	แนวคิดการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์
<p>ปัญหา : รูปลักษณ์ของอาหารดูธรรมดาเมื่อเทียบกับกรรมวิธีและเคล็ดลึกลับการประกอบอาหารซึ่งต้องใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น</p> <p>: ไม่มี story ทำให้อาหารจานนี้ขาดความน่าสนใจ</p>	
รายการอาหารท้องถิ่นหลังพัฒนา	ผลการประเมิน
<p>ทูโทนราดหน้า (ข้าวไรซ์เบอร์รี่และข้าวหอมมะลิ ราดแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียวและปลาอินทรีทอด) จานนี้เพิ่มมูลค่าด้วยข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่อุดมด้วยสารอาหารมากมายทานคู่กับแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียวรสชาติเปรี้ยว เค็ม กลมกล่อม ได้รสชาติพิเศษที่เป็นลักษณะเฉพาะไข่ปลาเรียวเขียวหนึบหนับมันอร่อยกับข้าวร้อน ๆ</p> <p>พิระมิตแฝด (ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวหอมมะลิ ทานคู่กับแกงส้มปลาเรียวเขียวและไข่ปลาเรียวเขียว) ข้าวไรซ์เบอร์รี่และข้าวหอมมะลิร้อน ๆ หอมกรุ่นทานคู่กับแกงส้มไข่ปลาเนื้อหนึบหนับมัน ๆ เสิร์ฟมาในภาชนะดินเผา ให้ความรู้สึกถึงวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น รสชาติน้ำแกงส้มเปรี้ยว เค็มกลมกล่อม หอมกลิ่นมะกรูดและสมุนไพร สื่อถึงความเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ</p>	<p>จากภาพทำให้นึกข้าวราดแกงที่ขายและหากราดแกงส้มไว้นาน(รอเสิร์ฟ/ลูกค้าไม่ทานทันที)อาจจะทำให้ข้าวแฉะได้ อาจจะลองเปลี่ยนวิธีการทำน้ำแกงส้มให้เป็นซอสข้นๆ แล้วบีบวนรอบข้าวอาจจะช่วยให้ลดปัญหาเรื่องข้าวและทำให้ได้อีกรูปแบบหนึ่งในการนำเสนอ</p> <p>จากภาพการจัดองค์ประกอบและความสูงของภาชนะเข้ากันกับความสูงของข้าวที่ทำเป็นพิระมิต แต่อาจจะเปลี่ยนจานให้เป็นจานดินเผาทั้งหมด ให้ความรู้สึกดิบ ๆ บ้าน ๆ แต่ตกแต่งแบบสมัยใหม่</p>

3. การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อ การท่องเที่ยวในพญา จังหวัดชลบุรี

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อยเรื่องแผนการพัฒนาการประกอบธุรกิจร้านอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพญา จังหวัดชลบุรี มีดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพญา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นแนวคิดพื้นฐานหลักของการตลาดซึ่งเป็นกลยุทธ์เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม มีอยู่ 7P's ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ตั้ง (Place) ด้านส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ (Promotion) ด้านพนักงาน (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ/บรรยากาศภายในร้าน (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process) สำหรับการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น พบว่ามีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องพนักงานมากที่สุดตรงกัน รองลงมา นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในเรื่องด้านราคา ด้านอาหาร ด้านกระบวนการ ด้านบรรยากาศภายในร้าน ด้านสถานที่ตั้ง และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญใน ด้านบรรยากาศภายในร้าน ด้านอาหาร ด้านราคา ด้านสถานที่ตั้ง ด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากในทุกด้านและทุกเรื่อง โดยพิจารณาในรายชื่อของแต่ละด้าน ได้ผลดังนี้

1) **ด้านผลิตภัณฑ์** นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกคือในเรื่องอาหารมีรสชาติอร่อย รองลงมาได้แก่เรื่อง ความสะอาด ถูกหลักอนามัย มีคุณค่าทางโภชนาการและมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และสะดวกและประหยัดเวลาในการรับประทาน ตามลำดับ และอันดับสุดท้ายคือ มีบรรจุภัณฑ์สำหรับนำกลับบ้าน ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกในเรื่องความสะอาด ถูกหลักอนามัย รองลงมาคือ มีรสชาติอร่อย ความสะดวกและประหยัดเวลาในการรับประทาน ตามลำดับ และให้ความสำคัญน้อยที่สุดเหมือนนักท่องเที่ยวชาวไทย

2) **ด้านราคา** นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญอันมากเป็นดับแรกในเรื่องการแสดงราคาและรูปภาพของอาหารไว้ชัดเจน รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ไม่คิดค่าบริการอื่น ๆ มีการจัดโปรโมชั่นในราคาพิเศษตามเทศกาล มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เดบิต และมีส่วนลดร่วมกับบัตรเครดิต ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากในเรื่องราคาเหมาะสมกับคุณภาพเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ แสดงราคาและรูปภาพของอาหารไว้ชัดเจน ไม่คิดค่าบริการอื่น ๆ ไม่คิดค่าบริการอื่น ๆ มีการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เดบิต และให้ความสำคัญในเรื่องสุดท้ายเหมือนนักท่องเที่ยวชาวไทยคือมีส่วนลดร่วมกับบัตรเครดิต

3) **ด้านสถานที่ตั้ง** นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากในเรื่องที่จอดรถมีปริมาณมาก สะดวกสบายเป็นอันดับแรกตรงกัน รองลงมา นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในเรื่อง ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ สถานที่ท่องเที่ยว และกำหนดเวลาเปิดปิดเท่ากัน มีบรรยากาศและทิวทัศน์รอบ ๆ ร้านที่สวยงาม เดินทางสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน และมีบริการ

สวนหย่อมขนาดเล็กที่สวยงาม ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญในเรื่องการมีบรรยากาศและทิวทัศน์รอบ ๆ ร้านที่สวยงาม เดินทางสะดวก ใกล้แหล่งชุมชน กำหนดเวลาเปิดปิด ใกล้แหล่งจับจ่ายซื้อของ สถานที่ท่องเที่ยว และให้ความสำคัญในเรื่องสุดท้ายเหมือนนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ มีบริการสวนหย่อมขนาดเล็กที่สวยงาม

4) ด้านส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในเรื่องคำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีการจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น การแถม การลดราคา มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านหนังสือท่องเที่ยว/วารสารท่องเที่ยว/หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต และการโฆษณาในรูปแบบแผ่นพับ เป็นร้านที่เปิดให้บริการมานาน มีโลโก้ของร้านที่จำง่าย เด่นชัด และเป็นร้านที่มีชื่อเสียง ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกในเรื่องการเป็นร้านที่เปิดให้บริการมานาน รองลงมาคือ คำแนะนำจากบุคคลที่เคยใช้บริการ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านหนังสือท่องเที่ยว/วารสารท่องเที่ยว/หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น อินเทอร์เน็ต และการโฆษณาในรูปแบบแผ่นพับ เป็นร้านที่มีชื่อเสียง มีโลโก้ของร้านที่จำง่าย เด่นชัด และมีการจัดรายการส่งเสริมการตลาด เช่น การแถม การลดราคา ตามลำดับ

5) ด้านพนักงาน นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากในเรื่องพนักงานสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ดีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การแต่งกายเรียบร้อย สวยงาม มีมารยาทและความสุภาพของพนักงานในร้านอาหาร และความเอาใจใส่และกระตือรือร้นของพนักงาน ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากในเรื่องความเอาใจใส่และกระตือรือร้นของพนักงานเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ มีมารยาทและความสุภาพของพนักงานในร้านอาหาร การแต่งกายเรียบร้อย สะอาด สวยงาม และพนักงานสามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ดี เป็นอันดับสุดท้าย

6) ด้านบรรยากาศภายในร้าน นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรกในเรื่องสถานที่ปรุงอาหารเป็นส่วนแยกออกจากห้องน้ำและที่บริการลูกค้า รองลงมาคือ ภาชนะ เครื่องใช้ สะอาดและมีคุณภาพ มีบริการห้องน้ำจำนวนเหมาะสมและสะอาด ปราศจากเสียงรบกวน ยกเว้นเสียงเพลง มีการตกแต่งภายในร้าน ด้วยเฟอร์นิเจอร์ สวยงาม มีเอกลักษณ์ และเรื่องมีเสียงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น มีเสียงดนตรีบรรเลง มีนักร้อง มีการแสดง ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากในเรื่องแรกคือ ภาชนะ เครื่องใช้ สะอาดและมีคุณภาพ รองลงมาได้แก่เรื่องสถานที่ปรุงอาหารเป็นส่วนแยกออกจากห้องน้ำและที่บริการลูกค้า มีบริการห้องน้ำจำนวนเหมาะสมและสะอาด ปราศจากเสียงรบกวน ยกเว้นเสียงเพลง มีเสียงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น มีเสียงดนตรีบรรเลง มีนักร้อง มีการแสดง และการตกแต่งภายในร้าน ด้วยเฟอร์นิเจอร์ สวยงาม มีเอกลักษณ์ ตามลำดับ

7) ด้านกระบวนการ นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญมากในเรื่องแรกคือ การบริการอาหารที่รวดเร็ว รองลงมาได้แก่เรื่อง การแนะนำรายการอาหาร การต้อนรับ การชำระเงิน และการบริการส่งลูกค้า ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญมากในเรื่องแรกคือ การบริการอาหารที่รวดเร็ว รองลงมาได้แก่เรื่อง การแนะนำรายการอาหาร การชำระเงิน การต้อนรับ และมีการบริการส่งลูกค้า ตามลำดับ

3.2 การจัดทำแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อการท่องเที่ยวใน พัทยา จังหวัดชลบุรี (ต้นแบบ)

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย ซึ่งการวิจัยส่วนนี้มีวัตถุประสงค์หลัก เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ผู้วิจัยได้ทดลองจัดทำ แผนพัฒนาการประกอบธุรกิจดังกล่าวโดยขอความร่วมมือจากร้านอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยาเพื่อ เป็นต้นแบบในการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบการ สำหรับองค์ประกอบสำคัญ ๆ ของ แผนการประกอบธุรกิจของร้านอาหารต้นแบบ สรุปผลได้ดังนี้

1) บทสรุปผู้บริหาร

ภาพรวมของธุรกิจ ในปัจจุบันการลงทุนประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารใน พัทยามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าเศรษฐกิจจะเจริญรุ่งเรืองหรือประสบปัญหา อย่างไร ร้านอาหารมักจะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด โดยเฉพาะเมืองพัทยาซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ ได้รับความนิยมในระดับนานาชาติ รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนพัทยา พฤติกรรมการดำรงชีวิต รวมถึงพฤติกรรมในการบริโภคอาหารในแต่ละวันต้องปรับเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่ เปลี่ยนแปลงไป คนพัทยาในปัจจุบันมุ่งทำงานหาเงินเพราะค่าครองชีพสูงขึ้น ไม่มีเวลาปรุงอาหาร การ ทำอาหารท้องถิ่นเริ่มลดลง มีการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น มีการซื้ออาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว อาหารพร้อมปรุง หรืออาหารพร้อมรับประทานที่สามารถบริโภคได้สะดวกรวดเร็ว ประกอบกับการรับ เอาวัฒนธรรมต่างชาติที่เข้ามาพร้อม ๆ กับการท่องเที่ยว และเนื่องด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมทาง ธรรมชาติ เปลี่ยน ส่งผลให้อาหารทะเลลดน้อยลง พื้นที่เพาะปลูกลดลง พืชผักท้องถิ่นและวัตถุดิบ ลดลง และเครื่องปรุงต่าง ๆ หาซื้อได้จากตลาดสดและซูเปอร์มาเก็ต ไม่ต้องโขลกพริกแกงแบบ สมัยก่อน ๆ ประกอบกับประชากรแฝง และผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร พ่อครัว/แม่ครัวส่วน หนึ่งมาจากต่างถิ่นไม่รู้ว่ต้นตำรับอาหารพื้นบ้านหรือท้องถิ่นพัทยาที่แท้จริงเป็นอย่างไร ทำให้อาหาร ท้องถิ่นมีรสชาติแตกต่างไปไม่ใช่รสชาติเดิม อาหารบางอย่างเริ่มสูญหาย ในขณะที่กระแสความนิยม อาหารเพื่อสุขภาพสูงขึ้น จำนวนประชากรและนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยาเพิ่มขึ้น ทำให้แนวโน้มการ ประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการนำเสนอรายการอาหารที่ หลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้ร้านอาหารท้องถิ่นจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

เนื่องจากมีร้านอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมในเมืองพัทยาไม่มากนัก ส่วนใหญ่ เป็นร้านขนาดกลางที่มีขนาดโต๊ะประมาณ 15-20 โต๊ะ ผู้ประกอบส่วนใหญ่เป็นทั้งเจ้าของร้านเองและ พ่อครัว/แม่ครัวส่วนใหญ่เป็นญาติในครอบครัวที่มีการทำอาหารกันมานาน ประกอบกิจการมากกว่า 11-20 ปี มีความชำนาญในการประกอบอาหาร การเลือกวัตถุดิบรู้ถึงแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพดี ดำเนินการธุรกิจเป็นแบบครอบครัวที่มีการสืบทอดกิจการกันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่รุ่นปู่ ย่า ตา ยาย จนกระทั่งถึงรุ่น ลูก และหลาน ลูกค้าส่วนใหญ่ที่เข้ามาบริการเป็นคนในท้องถิ่นมีหลากหลายอาชีพ เช่น ข้าราชการ นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่พร้อมกับ เพื่อนหรือครอบครัวของคนไทยมากกว่าเข้ามารับประทานมาเอง โดยคนไทยเป็นผู้แนะนำรายการ อาหารให้ส่วนใหญ่ แต่ในขณะที่เดียวกันภายในร้านมีเมนูทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษพร้อม ภาพประกอบอย่างชัดเจน แนวโน้มการขยายตัวของแต่ละร้าน เป็นการพัฒนาร้านอาหารที่ตั้งอยู่ ณ

ปัจจุบัน มากกว่าที่จะขยายไปสร้างที่อื่นอีกเป็นสาขาที่ 2 หรือจะขยายเป็นลักษณะแฟรนไชส์ เนื่องจากหากมีร้านเดียวจะสามารถควบคุมการดำเนินงานกิจการให้มีประสิทธิภาพมากกว่า สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วถึง และสามารถสร้างกำไรได้ค่อนข้างสูง

โอกาสทางธุรกิจสำหรับร้านอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาในปัจจุบันจึงมีความเป็นไปได้สูง โดยด้วยเหตุผลที่ว่าอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการชิมรสชาติแปลกใหม่ มีจำนวนเพิ่มขึ้นมากอย่างต่อเนื่อง การลงทุนในการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นขนาดกลางมีต้นทุนไม่สูงมากและสร้างกำไรได้ค่อนข้างสูง จุดเด่นของอาหารท้องถิ่น นอกจากเป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของเมืองพัทยาแล้ว ยังมีคุณค่าทางโภชนาการ มีสรรพคุณทางยา มีร่างกายอาหารที่หลากหลาย สามารถผลิตเป็นรายการอาหารเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับให้เป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ในการนี้ จำเป็นต้องมุ่งเน้นเรื่องคุณภาพให้ได้มาตรฐานในระดับสากล นอกจากนี้ ภาครัฐและผู้บริหารท้องถิ่นมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นผลดีต่อการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมถึงการร้านอาหารท้องถิ่น

2) ประวัติโดยย่อของกิจการร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ

ในการทดลองจัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ เป็นธุรกิจขนาดกลางที่มีเจ้าของธุรกิจเป็นคนเดียว ในลักษณะบุคคลธรรมดา เงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 336,600 บาท ตั้งอยู่ใกล้ตลาดลานโพธิ์นาเกลือ อำเภอ บางละมุง จังหวัดชลบุรี ที่ดินเป็นของบรรพบุรุษที่ซื้อขาดเป็นเวลานาน จึงมีข้อดีที่ไม่ต้องเสียค่าเช่า สร้างเป็นโรงเรือนโล่ง ๆ ชั้นเดียว มีพื้นที่ประมาณ 130 ตารางเมตร โดยภายในร้านจะสามารถรองรับลูกค้าได้ประมาณ 15 โต๊ะ หรือประมาณ 50 ที่นั่ง ตกแต่งโดยเน้นความเป็นธรรมชาติ แต่ทันสมัย โดยให้ความสำคัญรูปแบบการให้บริการ ที่เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นและรวดเร็ว ความสะอาด รสชาติอาหาร รวมทั้งการมีคุณค่าทางโภชนาการ และมีราคาที่เหมาะสม มีที่จอดรถสะดวกสบาย เปิดบริการทุกวัน ตั้งแต่เวลา 10.00-22.00 น. ไม่มีวันหยุด สำหรับพนักงานสลับกันหยุด อาทิตย์ละ 1 วัน ในภาพรวมของธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ยังไม่มีร้านอาหารใดเน้นในเรื่องของอาหารท้องถิ่นที่ราคาย่อมเยา ผู้ประกอบการจึงเล็งเห็นโอกาสในการทำธุรกิจร้านอาหารเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคและขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น รวมถึงบรรยากาศในร้านอาหารเน้นเป็นธรรมชาติเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติ

3) วัตถุประสงค์ของการจัดทำแผนธุรกิจ

ในการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลทางแผนธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยา จังหวัดชลบุรีมีจุดประสงค์เพื่อ

1. เพื่อความมั่นคงของกิจการ คัดสรรรายการอาหารและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่อเนื่องโดยไม่มีที่สิ้นสุด
2. เพื่อผลประโยชน์หรือผลตอบแทนในรูปกำไร สิ่งที่มุ่งใจให้เจ้าของธุรกิจดำเนินธุรกิจต่อไปคือกำไร ถ้าธุรกิจไม่มีกำไรกิจการนั้นไม่สามารถดำเนินต่อไปได้
3. เพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ ต้องเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ โดยการขยายกิจการเพิ่มสาขาเพิ่มความมั่นคงทางการเงิน

4. เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม การดำเนินธุรกิจจะต้องคำนึงถึงจรรยาบรรณทางธุรกิจ โดยไม่ดำเนินการที่ขัดต่อกฎหมายหรือประเพณีศีลธรรมอันดีงามของสังคม ธุรกิจต้องคำนึงถึงผู้บริโภค คำนึงถึงสภาพแวดล้อมต้องช่วยพัฒนาชีวิตและความเป็นอยู่ของสังคมให้ดีขึ้น เช่น ไม่ผลิตสินค้าที่มีสารพิษตกค้าง

5. เพื่อเป็นแนวทางในการทำธุรกิจ

6. เพื่อลดความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

4) วิสัยทัศน์ (Vision)

มุ่งมั่นพัฒนาอาหารท้องถิ่นพืชมงคลให้มีคุณภาพสูง รสชาติอร่อย สะอาด ปลอดภัย เน้นการบริการที่เป็นเลิศให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ

5) พันธกิจ (Mission)

1. มุ่งเน้นให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุดอาหารมีคุณภาพรสชาติอร่อย คำนึงถึงหลักโภชนาการที่ดี รวมทั้งความสะอาด สะอาด ปลอดภัย ในราคาที่เหมาะสม

2. สร้างนวัตกรรมทางอาหาร พร้อมด้วยระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ

3. มองหาโอกาส และช่องทางการตลาด เพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง

6) คำขวัญ

“อาหารท้องถิ่น ของกินพื้นบ้าน

อร่อยทุกจาน บริการยอดเยี่ยม”

7) เป้าหมาย (Goals)

เป้าหมาย 1 ปี แรก ทำให้ร้านเป็นที่รู้จักในด้านอาหารท้องถิ่นพืชมงคล และเน้นด้วยคุณค่าสมุนไพรที่เป็นส่วนประกอบหลักในอาหาร รวมทั้งเน้นคุณภาพอาหาร ความแปลกใหม่ ความเป็นเลิศทางด้านการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และการให้บริการให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจที่กลับมาใช้บริการอีกครั้งหรือบอกต่อ ๆ กันกับเพื่อน ๆ ต่อไป

เป้าหมาย 5 ปี ร้านจะมีชื่อเสียงที่เป็นหนึ่งในใจของลูกค้า (Top of mind) เมื่อนึกถึงร้านอาหารท้องถิ่นพืชมงคล จังหวัดชลบุรี ต้องนึกถึงร้านนี้เป็นหลัก และสามารถสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้าได้ทั้งในด้านคุณค่าสารอาหาร กระบวนการผลิต และบริการ นอกจากนี้รายได้ที่ได้รับประมาณ 2,340,000 บาทในปีแรก และมีอัตราการเติบโตของรายได้เท่ากับร้อยละ 8 ตั้งแต่ปีที่ 2 ถึง ปีที่ 5 และปีต่อ ๆ ไป นอกจากนี้มีการขยายสาขาไปยังพืชมงคลกลางที่เป็นย่านธุรกิจต่อไป และเป็นร้านชั้นนำที่มีชื่อเสียงทางด้านอาหารท้องถิ่นต้นตำรับพืชมงคลโบราณ

8) ผลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ

จุดเด่นและความได้เปรียบที่นำมาแข่งขันของร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ คือทำเลที่ตั้ง เหมาะสมเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชาวต่างชาติสัญจรไปมา วัตถุดิบในการนำมาผลิตได้ในราคาต้นทุนที่ต่ำเพราะอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบจึงไม่จำเป็นต้องเสียค่าขนส่งมาก รวมถึงราคาอาหารที่ย่อมเยา ลูกค้าทุกกลุ่มสามารถเข้ามาใช้บริการได้ รสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์น่าจดจำทำให้เป็นการดึงดูดลูกค้าที่ต้องการลิ้มลองรสชาติอาหารที่อร่อยถูกปากราคาไม่แพง บรรยากาศผ่อนคลาย

ผลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ ดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> มีอาหารรสชาติแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบกับคู่แข่ง มีการบริการรวดเร็วและเป็นระบบดี ต้นทุนทรัพยากรพร้อม มีทำเลที่ตั้งดี ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านร้านอาหารนานกว่า 10 ปี มีเงินทุนมาจากส่วนของเจ้าของจึงไม่มีความเสี่ยงในเรื่องของภาระผูกพันของดอกเบี้ยที่ต้องชำระ 	<ol style="list-style-type: none"> ตราสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จัก เนื่องจากเป็นร้านเปิดใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคอาจเข้าใจว่าเป็นร้านจำหน่ายอาหารทะเลทั่วไป ที่มีจำหน่ายแต่อาหารทะเล ซึ่งต้องการเน้นว่าทางร้านจำหน่ายสินค้าที่มีรสชาติหลากหลาย เป็นอาหารท้องถิ่นและแปลกใหม่ จึงจำเป็นต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงความแตกต่างอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการขาดประสบการณ์ ไม่เคยมีประสบการณ์ก่อตั้งธุรกิจอย่างเป็นระบบมาก่อนจึงต้องวางแผนการบริหารจัดการ ป้องกัน และรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้ ทั้งในด้านสินค้าและบริการ ซึ่งอาจจะต้องมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากการทดลองถูกลงหรือมีทีมที่ปรึกษาทำให้การทำงานมีการรอบคอบขึ้น
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> ร้านต้นแบบมีอาหารที่นักท่องเที่ยวรู้จักกันอย่างแพร่หลายในนามอาหารทะเล มีการจำหน่ายอาหารแปลกใหม่หรืออาหารท้องถิ่นที่ผู้บริโภคไม่รู้จักมาก่อน ง่ายต่อการตัดสินใจบริโภค เนื่องจากอาหารทะเลเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เพราะมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเองและทางร้านต้นแบบได้นำมาดัดแปลงให้เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีรสชาติ จึงทำให้ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไปสามารถตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารประเภทนี้ได้ เงินลงทุนของธุรกิจไม่สูงมาก เพราะร้านต้นแบบอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบและพนักงานในร้านเป็นคนพื้นที่ จึงส่งผลให้ต้นทุนรวมที่ใช้เพื่อผลิตสินค้าและบริการไม่สูงมาก 	<ol style="list-style-type: none"> การตัดสินใจบริโภคเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่ออาหารทะเลที่ค่อนข้างมีคอเลสเตอรอลสูง จึงไม่สามารถตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มรักสุขภาพบางส่วนได้ เงินลงทุนของธุรกิจไม่สูงมากนัก เนื่องจากต้นทุนรวมที่ใช้เพื่อผลิตสินค้าและบริการไม่สูงมากจึงทำให้ปริมาณเงินลงทุนรวมของธุรกิจนี้ไม่สูง ซึ่งกลายเป็นโอกาสแก่ผู้ค้าหรือคู่แข่งรายใหม่จำนวนมากเช่นกัน สินค้าลอกเลียนแบบง่าย เนื่องจากขั้นตอนในการประกอบอาหารเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้น สามารถทำได้ค่อนข้างง่าย รวมทั้งแนวความคิดในการปรับเปลี่ยนรสชาติและรายการอาหารให้แตกต่างโดยทำอาหารพื้นเมืองจึงเป็นที่น่าสนใจของคู่แข่ง จึงทำให้มีความเสี่ยงสูงมากที่รายการอาหารจะได้รับการลอกเลียนแบบโดยง่าย

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<p>4. ค่านิยมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันสนใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น ซึ่งอาหารท้องถิ่นมักมีส่วนประกอบของวัตถุดิบด้วยเครื่องเทศ ผักสมุนไพร และมีคุณค่าทางโภชนาการ จึงเป็นอาหารที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านค่านิยม ทำให้มีโอกาสทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น</p> <p>5. การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปจากเดิม ผู้บริโภคชอบทดลองสิ่งใหม่ เช่น เรื่องของรสนิยมนการรับประทานอาหารนอกบ้าน การลองรับประทานอาหารที่ไม่คุ้นเคย เช่น อาหารท้องถิ่น รสชาติแปลก ๆ เป็นต้น</p>	

9) กลยุทธ์ทางการตลาด

ร้านอาหารต้นแบบมีรายการอาหารท้องถิ่นที่เน้นสุขภาพ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวรักสุขภาพและเน้นอยากลิ้มลองของใหม่โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติที่มาจากทั่วถึงคนท้องถิ่น/ชาวพหุชาติด้วย ส่วนมากเน้นผลิตภัณฑ์ที่มาจากอาหารพืชผักสมุนไพรและอาหารทะเลเป็นหลัก ดังนั้นนโยบายด้านกลยุทธ์เน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่าง โดยสร้างความโดดเด่นลงในรายการอาหารและรสชาติอาหาร รวมถึงให้ความสำคัญกับการบริการ เน้นให้เห็นถึงความ เป็นเลิศทางด้านคุณภาพ และ ความเป็นเลิศทางการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

10) การวิเคราะห์ลูกค้า

จำนวนของผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นพหุชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ร้านอาหารท้องถิ่นพหุชาติมีโอกาสเพิ่มขึ้นด้วยกระแสบริโภคนิยม ดำรงชีวิตที่มีคุณภาพมากขึ้น กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มคนทำงาน และผู้ที่สัญจรผ่านไปมา โดยเน้นความเป็นธรรมชาติ แต่ทันสมัย และที่สำคัญคือ รูปแบบการให้บริการที่เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น และรวดเร็ว และอีกปัจจัยหนึ่งคือ คุณค่าทางโภชนาการ และมีราคาที่ไม่แพงจนเกินไป ทำเลที่ตั้งอยู่ในบริเวณย่านชุมชน ทำให้ลูกค้าสามารถเดินทางไปหาเองได้สะดวก

11) กลยุทธ์ที่ใช้ในการแข่งขัน

จากการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ อุตสาหกรรม ปัจจัยภายนอก และคู่แข่งพบว่าในธุรกิจร้านอาหารกำลังมีจำนวนคู่แข่งรายใหม่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น โดยความแปลกใหม่ของรายการอาหาร มีรายการอาหารให้เลือกอย่างหลากหลาย รวมถึงการปรุงอาหารด้วยวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผ่านขั้นตอนการปรุงที่พิถีพิถัน จะสามารถเป็นทางเลือกที่น่าสนใจและคุ้มค่าสำหรับผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการ ทางร้านมุ่งเน้นลูกค้าในกลุ่มที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ที่ราคาไม่แพงเป็นกลุ่มหลัก และในส่วนของ การสร้างความแตกต่างทางร้านได้

จำหน่ายสินค้าที่มีความแปลกใหม่ โดยรายการสินค้ามีจำหน่ายตั้งแต่อาหารตามสั่งพื้นฐานทั่วไป จนกระทั่งอาหารขึ้นชื่อของทางร้าน และสามารถดึงดูดความน่าสนใจ ตลอดจนกลายเป็นอาหารจานโปรดของผู้บริโภคได้ ทั้งนี้ กลยุทธ์ที่เลือกใช้นี้จะทำให้ร้านอาหารท้องถิ่นสามารถเข้าไปเป็นผู้แข่งขันรายใหม่และแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดชลบุรีได้

12) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix, 4 Ps)

ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีรายการอาหารที่หลากหลายมากกว่า 50 รายการ รายการอาหารจะถูกแบ่งออกเป็น 2 หมวด ได้แก่ หมวดอาหารท้องถิ่นและหมวดอาหารตามสั่งทั่วไป รวมทั้งอาหารทะเล ที่ให้บริการรองรับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่ชอบทานอาหารแปลกใหม่ เน้นอาหารท้องถิ่นพืชน้ำที่มีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ มีเอกลักษณ์ที่รสชาติ เป็นอาหารที่เพิ่มมูลค่าให้กับผู้รับประทาน เป็นความทรงจำที่ดี เป็นมี้อาหารที่เน้นส่วนประกอบของสมุนไพรเพื่อสุขภาพ มีคุณค่าทางโภชนาการ อร่อย สะอาดและถูกสุขลักษณะ ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ คุณค่าของอาหารและเครื่องดื่มเน้นถูกหลักโภชนาการและตรงตามความต้องการของลูกค้าผู้มาใช้บริการ อาหารทุกประเภทได้รับการยอมรับจากลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นประจำของร้าน

ด้านราคา ทางร้านมุ่งเน้นลูกค้าในกลุ่มที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ที่ราคาไม่แพงเป็นกลุ่มหลัก การกำหนดราคาอาหารส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 50-120 บาท ขึ้นอยู่กับราคาวัตถุดิบที่ใช้ อาทิ รายการอาหารแนะนำ ได้แก่ ปลาหมึกน้ำดำ ราคา 50 บาท น้ำพริกไข่ปู ราคา 120 บาท แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ราคา 100 บาท และข้าวมันส้มตำ ราคา 50 บาท เป็นต้น

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ร้านอาหารตั้งอยู่ในทำเลที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหนาแน่น ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย หากร้านสามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ จะมีการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายอีกหนึ่งรูปแบบ ได้แก่ การมีบริการส่งถึงบ้านของลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดในช่วง 3 เดือนแรก มีจุดประสงค์เพื่อสร้างการรู้จักและเร่งการเข้ามาใช้บริการภายในร้าน

1. วันฉลองเปิดตัวร้าน รับเครื่องดื่มสมุนไพรฟรีคนละ 1 แก้ว
2. ในช่วง 1 เดือนแรกของการเปิดร้าน หากลูกค้าสั่งอาหารรายการแนะนำอาหารท้องถิ่นของร้านอย่างใดอย่างหนึ่ง รับเครื่องดื่มสมุนไพรแบบเติมต่อโต๊ะ
3. แจกแผ่นพับโฆษณาบอกรายละเอียดของร้านและประวัติความเป็นมาของอาหารพื้นเมืองของร้านแต่ละชนิดให้ลูกค้ารับรู้
4. ร่วมกิจกรรมการเช็คอิน Facebook ของร้านพร้อมทั้งบอกว่าชื่นชอบอาหารชนิดใดมากที่สุดที่สั่งมารับประทานจะได้ส่วนลดร้อยละ 10
5. แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เคยมาเป็นครั้งแรกเพื่อเพิ่มความคุ้นเคยให้กับลูกค้า
6. แจกคูปองเพื่อรับส่วนลดเมื่อทานอาหารครบ 1000 บาท โดยจะได้รับส่วนลด ร้อยละ 10 ในการรับประทานอาหารครั้งต่อไป และคูปองมีอายุ 1 เดือน (แจกคูปองเฉพาะช่วงเดือนที่ 6 ถึงเดือนที่ 12 ของปีที่ 1

7. จัดทำบัตรสมาชิกให้ลูกค้าที่มีการรับประทานอาหารเช้าตั้งแต่ 1,000 บาท ขึ้นไป หรือคิดค่าธรรมเนียมค่าสมัครในครั้งแรก 100 บาท ใช้สำหรับการมาใช้บริการในครั้งต่อไป โดยได้รับส่วนลดร้อยละ 10

13) ด้านการจัดการ ผลการวิเคราะห์ทางด้านการจัดการเพื่อกำหนดรูปแบบ และการดำเนินงาน การจัดโครงสร้างเหมาะสม เพื่อให้ร้านอาหารสามารถดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งผลที่ได้นำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำประมาณการงบกำไร/ขาดทุนล่วงหน้า และประมาณการกระแสเงินสดสุทธิ ในการวัดผลการดำเนินงาน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลการตัดสินใจในการลงทุนต่อไป

14) แผนการดำเนินการและระยะเวลาในการดำเนินการ ก่อนที่จะมีการเปิดร้าน หรือมีการปรับปรุงเพิ่มเติมจากร้านเดิมนั้นจะต้องมีกิจกรรมที่ต้องเตรียม ผู้ประกอบการต้องบันทึก ขั้นตอนของกิจกรรมทุกขั้นตอน ซึ่งช่วยให้ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่าย ซึ่งโดยแต่ละขั้นตอนของกิจกรรม มีการกำหนดระยะเวลาที่แน่นอน และรายละเอียด ระยะเวลาในการดำเนินการวางแผนการ พัฒนาการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีระยะเวลาประมาณ 4 เดือน สำหรับร้านอาหาร ต้นแบบใช้ระยะเวลาในการปรับปรุง 3 เดือน เนื่องจากไม่ยากให้ลูกค้าเก่ารอนานจนอาจไปใช้บริการ ร้านอื่น ๆ ได้ มีขั้นตอนดำเนินการโดยสรุป ดังนี้

1. การเตรียมวางแผนการพัฒนาร้านอาหาร รวมถึงการเตรียมค่าใช้จ่ายเป็นทุน ปรับปรุงต่างๆ เช่น ตัวร้าน ซื่ออุปกรณ์การประกอบอาหารเพิ่มเติม การหาพนักงานเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความพร้อมในการทำงานอย่างเป็นระบบ

2. การปรับปรุงตัวร้าน ตกแต่งทั้งภายในและภายนอก เพื่อปรับภาพลักษณ์ร้านอาหาร ให้ดูสะอาด มีความเป็นธรรมชาติ พร้อมนี้อาจจะหาแหล่งวัตถุดิบและพนักงานเพิ่มเติมได้

3. การหาแหล่งวัตถุดิบและซื่ออุปกรณ์ในการประกอบอาหารเพิ่มเติม และหาแหล่งวัตถุดิบสำรองไว้เพื่อความสะดวกในการทำงาน

4. การรับสมัครพนักงานเพิ่มเติมและฝึกอบรมการปฏิบัติงาน สามารถทำควบคู่ไปพร้อมทำการตลาด การโฆษณาได้

5. ทำการตลาดเพื่อสร้างการรู้จักในรูปแบบใหม่ของร้านอาหาร และเร่งการเข้ามาใช้บริการภายในร้านก่อนการเปิดร้านมากขึ้น ซึ่งจะมีทั้งขึ้นป้ายกิจการ แจกใบปลิวตามตลาด และทางเว็บไซต์ และหลังจากการเปิดร้านแล้วทางร้านยังคงทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นการจูงใจลูกค้า

6. การตรวจสอบความเรียบร้อยทุกอย่าง ทั้งเรื่องสถานที่ อุปกรณ์เครื่องครัว วัตถุดิบ และการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อให้พร้อมจะเปิดกิจการ

7. พร้อมที่จะเปิดกิจการอีกครั้งหลังจากมีการพัฒนา ปรับปรุงร้านอาหาร ท้องถิ่น

15) กระบวนการขั้นตอนการบริการลูกค้า เริ่มจากการต้อนรับลูกค้า พนักงาน กล่าวต้อนรับ สวัสดี เชิญลูกค้าไปยังโต๊ะ ลูกค้าสั่งรายการอาหาร พนักงานรับออเดอร์ บันทึกรายการอาหาร ตรวจสอบรายการที่ส่งก่อนส่งในรายการอาหารส่วนที่ 1 ที่เคาเตอร์เก็บเงิน และ ส่วนที่ 2 ให้กับพ่อครัว/แม่ครัวเพื่อปรุงอาหาร ผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหารมีหน้าที่จัดเตรียมหาวัตถุดิบ ส่งมอบวัตถุดิบและรายการที่จะต้องดำเนินการผลิตในแต่ละวันให้แก่พ่อครัว/แม่ครัวเพื่อดำเนินการปรุง พ่อ

ครัวหรือแม่ครัวส่งมอบอาหารที่ปรุงแล้วให้แก่ผู้ช่วยเพื่อจัดตกแต่ง ผู้ช่วยพนักงานปรุงอาหารจัดตกแต่งจานพร้อมตรวจสอบรายการว่าได้รับครบถูกต้อง ทั้งปริมาณและรสชาติให้ได้มาตรฐานของร้าน ถ้าไม่ถูกต้องจะส่งกลับให้พ่อครัวแม่ครัวดำเนินการแก้ไขอีกครั้ง แต่ถ้าตรวจสอบผ่านนาส่งต่อให้พนักงานเสิร์ฟเพื่อส่งต่อให้ลูกค้าต่อไป

พนักงานเสิร์ฟเครื่องดื่มให้ลูกค้าก่อนในระหว่างที่รอการปรุงอาหาร เมื่ออาหารผ่านการปรุงเรียบร้อยแล้วเสิร์ฟอาหารให้กับลูกค้าที่โต๊ะตามหมายเลข หลังจากลูกค้าได้รับอาหารและรับประทานเรียบร้อยแล้วพร้อมชำระเงิน พนักงานแจ้งยอดชำระเงินค่าอาหารและทำการทวนสอบค่าอาหารให้ลูกค้าตรวจสอบอีกครั้ง เมื่อตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วทำการเก็บเงิน ลูกค้าชำระเงิน พนักงานเคาน์เตอร์เก็บเงินและทอนเงินพร้อมใบเสร็จรับเงินให้กับลูกค้า พร้อมยกมือไหว้และกล่าวขอบคุณที่มาใช้บริการ และเชิญให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก

16) ด้านการเงิน ร้านอาหารต้นแบบ มีการพัฒนาเป็นร้านอาหารที่ขนาดกลาง จำนวนโต๊ะประมาณ 15 โต๊ะ เน้นขายอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก รองลงมาคืออาหารทะเล กรณีรายรับรายจ่ายจะจ่ายเป็นเงินสดเท่านั้น เนื่องจากราคาอาหารไม่แพงมากนักแต่มีบริการเป็นส่วนสดหรือของแถม ไม่มีบริการเป็นเงินเชื่อ ดังนั้นจึงต้องมีการประมาณการทางการเงินเบื้องต้น การลงทุนในธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นได้ข้อมูลดังนี้

1. ในการเปิดกิจการร้านอาหารเงินลงทุนที่ใช้จ่ายก่อนดำเนินการหรือต้นทุนในการลงทุน ได้แก่ ค่าปรับปรุงร้าน ตกแต่งสถานที่ เครื่องใช้สำนักงาน อุปกรณ์การผลิต หนังสือรับรองการแจ้งและใบอนุญาตจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหาร ค่าโฆษณา ค่าวัสดุเข้าร้าน และค่าเครื่องแบบจำนวน 336,600 บาท เงินจำนวนนี้เจ้าของร้านอาหารเป็นผู้ลงทุนเบื้องต้นทั้งหมด

2. เงินทุนหมุนเวียนเพื่อใช้จ่ายเป็นเงินสำรองในโครงการเป็นเงินจากเจ้าของกิจการเป็นจำนวน 30,000 บาท

3. อายุโครงการเบื้องต้นมีระยะเวลาในการคำนวณ 5 ปี ในระหว่าง 5 ปี มีการลงทุนเพิ่มเติม 2 รายการ คือ ลงทุนเพิ่มค่าภาชนะและอุปกรณ์ จำนวน 6,000 บาท ในปีที่ 4 และลงทุนเพิ่มเติมค่าเครื่องแบบพนักงาน จำนวน 1,800 บาท ในปีที่ 3 และ ปีที่ 5

4. ตลอดระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี มีอัตราการขยายตัวของยอดขายเฉลี่ยประมาณร้อยละ 8 ต่อปี

5. ตลอดโครงการรายรับและรายจ่ายทั้งหมดใช้เป็นเงินสดเท่านั้น ไม่มีการแบ่งชำระ

6. กรณีค่าใช้จ่ายของกิจการ ประกอบด้วย เบี้ยประกันอัคคีภัย ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า ค่าเก็บขยะ ค่าวัสดุคิบ

7. การคิดค่าเสื่อมตัวร้าน อุปกรณ์เครื่องครัว และเครื่องใช้สำนักงาน เป็นแบบเส้นตรง 5 ปี

8. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ต่อปี ซึ่งคิดค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาในอัตราร้อยละ 70 ตามที่ได้กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาฯ เงินได้หลังจากหักค่าใช้จ่ายแล้ว

9. เกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกลงทุน โดยพิจารณา 3 ค่า ได้แก่ ระยะเวลาคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ และอัตราผลตอบแทนภายในโครงการ

17) งบประมาณการลงทุน ร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายก่อนดำเนินการ 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เงินทุนหมุนเวียน จำนวน 45,000 บาท

ส่วนที่ 2 สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน จำนวน 250,000 บาท และ

ส่วนที่ 3 รายจ่ายอื่นๆ จำนวน 41,500 บาท

รวมเป็นค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินงานทั้งสิ้นเท่ากับ 336,500 บาท ซึ่งเงินจำนวนนี้เป็นเงินส่วนตัวของเจ้าของกิจการ

18) สรุปผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน จากผลการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนโดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน (Internal Rate of Return =IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) และการวิเคราะห์ความไว (Sensitivity Analysis) ของโครงการต่อการเปลี่ยนแปลงในกรณีต่างๆ พบว่า มีผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุน โดยมีระยะเวลาคืนทุนที่ 1 ปี 2 เดือน 9 วัน มูลค่าปัจจุบันสุทธิเท่ากับ 1,342,977 บาท อัตราผลตอบแทนภายในโครงการเท่ากับ 95.94 และจากการวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของโครงการ 4 กรณี พบว่า กรณีที่ 1) เมื่อต้นทุนเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 กรณีที่ 2) ยอดขายลดลงร้อยละ 5 และกรณีที่ 3) ยอดขายคงที่ ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการยังให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่การลงทุน แต่เมื่อวิเคราะห์กรณีที่ยอดขายลดลงร้อยละ 5 ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5 โครงการนี้ไม่เหมาะสมแก่การลงทุน เนื่องจากระยะเวลาในการคืนทุนนาน

ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแผนการประกอบธุรกิจจากร้านอาหารต้นแบบ จากการสนทนากลุ่มพบว่า ทุกประเด็นที่นำเสนอมีความเหมาะสม เป็นไปได้มาก

4. การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยาจังหวัดชลบุรี

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อยเรื่อง การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยา จังหวัดชลบุรี มีดังนี้

4.1 บรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพัทยา

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตจากแหล่งจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา ผู้วิจัยได้จำแนกลักษณะบรรจุภัณฑ์ของอาหารท้องถิ่นพัทยา ดังนี้

1. วัสดุธรรมชาติ การใช้วัสดุธรรมชาติในการห่อหรือบรรจุอาหารจะพบได้น้อยมาก มีอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมที่ยังคงมีเห็น ได้แก่ การใช้ใบตองใส่ห่อหมก ข้าวหลามในกระบอกไม้ไผ่ เป็นต้น

2. พลาสติก นิยมใช้บรรจุอาหาร มีราคาถูก น้ำหนักเบา และสะดวกสบายในการใช้งาน พลาสติกที่ใช้บรรจุอาหารท้องถิ่น ได้แก่

2.1 พลาสติกชั้นใน เป็นชั้นที่สัมผัสกับอาหารโดยตรง มี 3 ชนิด คือ พลาสติกชนิดทนความร้อน พลาสติกชนิดไม่ทนความร้อน และพลาสติกชนิดขึ้นรูป เป็นทรงขวด เช่น ขวด

บรรจุปลาอินทรียัดเค็มแช่น้ำเกลือ ทรงเหลี่ยม และเป็นพลาสติกอย่างบางและใส ฝานู่นใช้สำหรับบรรจุอาหารทอด เช่น ปลาหมึกทอดกระเทียม ทอดมัน เป็นต้น ทรงวงกลมมีฝาล็อคใช้สำหรับบรรจุน้ำจิ้มซีฟู้ด

2.2 พลาสติกชั้นนอก ใช้สำหรับใส่ถุงชั้นในที่บรรจุอาหาร ส่วนใหญ่ที่พบในการบรรจุอาหารท้องถิ่นเป็นถุงหูหิ้ว เพื่อให้เกิดความสะดวกในการจับถือซึ่งถุงชั้นในอาจร้อนหรือไม่มีที่หิ้ว

ผลการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว และกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัว ในเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และการสร้างตราสินค้า มีดังนี้

1) การออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในภาพรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากเหมือนกันทุกกลุ่ม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจาก 5 อันดับแรก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมากในเรื่องการแสดงวัน/เดือน/ปีที่ผลิต/วันหมดอายุ แสดงรายละเอียดของผู้ผลิต แสดงปริมาณสุทธิ แสดงส่วนประกอบ และวัสดุป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก ตามลำดับ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยมากในเรื่องวัสดุที่ใช้มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค แสดงวัน/เดือน/ปีที่ผลิต/วันหมดอายุ วัสดุป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก รูปทรงเหมาะสมกับลักษณะของอาหาร และสีสันทันเหมาะสมกับลักษณะของอาหาร ตามลำดับ และกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัว เห็นด้วยมากในเรื่องวัสดุป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งสกปรก วัสดุที่ใช้มีความปลอดภัยกับผู้บริโภค ขนาดของบรรจุภัณฑ์สะดวกและง่ายต่อเก็บรักษา ขนาดของบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้งาน และสีสันทันเหมาะสมกับลักษณะของอาหาร ตามลำดับ

2) การคิดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่น ในภาพรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากเหมือนกันทุกกลุ่ม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจาก 3 อันดับแรก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมากในเรื่องอื่น ๆ เช่น บรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับลักษณะอาหาร บรรจุภัณฑ์สร้างคุณค่าให้กับอาหาร เป็นต้น รองลงมาเป็นเรื่อง บรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค และบรรจุภัณฑ์สะดวกและง่ายในการเก็บรักษา ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยมากในเรื่องบรรจุภัณฑ์สะดวกและง่ายในการเก็บรักษา บรรจุภัณฑ์รักษาคุณภาพของอาหาร และบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค ตามลำดับ และกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัว เห็นด้วยมากในเรื่องบรรจุภัณฑ์รักษาคุณภาพของอาหาร ถูกสุขลักษณะและปลอดภัยกับการบรรจุอาหาร และเรื่องบรรจุภัณฑ์สะดวกในการบริโภค ตามลำดับ

3) การเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาพรวมความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากเหมือนกันทุกกลุ่ม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจาก 3 อันดับแรก พบว่า ทุกกลุ่มเห็นด้วยมากใน 2 อันดับแรก คือ เรื่องการรักษาคุณภาพอาหาร รสชาติ สีสันทัน และเรื่องการสื่อสารการรับรู้อาหารให้กับผู้บริโภค ส่วนอันดับสาม นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมากในเรื่องวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ได้จากชุมชน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัว เห็นด้วยมากในเรื่องบรรจุภัณฑ์สวยงามและเพิ่มคุณค่าให้กับอาหาร เหมือนกัน

4) การสร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทธยา ความคิดเห็นในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากเหมือนกันทุกกลุ่ม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจาก 3 อันดับแรก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นด้วยมากในเรื่องการสร้างความมั่นใจในคุณภาพอาหาร มีการรับรองคุณภาพด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร และมีเครื่องหมายรับรองอาหารของเมืองพัทธยา ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นด้วยมากในเรื่องที่มีการรับรองคุณภาพด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร การสร้างความมั่นใจในคุณภาพอาหาร และผู้ผลิตมีความรับผิดชอบในผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และกลุ่มผู้ประกอบการ ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัว เห็นด้วยมากในเรื่องผู้ผลิตมีความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ มีการรับรองคุณภาพด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร และเครื่องหมายรับรองอาหารมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ตามลำดับ

4.2 แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทธยา จังหวัดชลบุรี

จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนผู้นำชุมชน และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการผลิต และจำหน่ายอาหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญอาหารท้องถิ่นจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว พบว่า อาหารท้องถิ่นพัทธยาแบ่งตามลักษณะอาหารได้ดังนี้

1) **อาหารสำเร็จรูป** มีทั้งอาหารคาว และอาหารหวาน สำหรับอาหารคาวที่นักท่องเที่ยวนิยม ประเภทแกง ได้แก่ อาหารคาวที่นิยมคือ ต้มยำกุ้ง ต้มยำปลา ต้มยำทะเล ปลาหมึกน้ำดำ แกงป่าปลาเห็ดโคน ประเภทยำและพล่า ได้แก่ ยำรวมมิตรทะเล ยำปลาหมึก ยำไข่แมงดา ประเภทเครื่องจิ้ม ได้แก่ น้ำพริกไข่ปู น้ำพริกปลาร้าพัทธยา ประเภทผัดไม่มีรสเผ็ด ได้แก่ ผัดผักกูดน้ำมันหอย ผัดเปรี้ยวหวานทะเล และผัดมีรสเผ็ด ได้แก่ ผัดฉ่าปลาฉลาม ผัดฉ่าปลากระเบน ผัดฉ่าเอ็นหอย ประเภทอาหารจานเดียว ได้แก่ ข้าวผัดปู ข้าวผัดกุ้ง ข้าวผัดปลาอินทรีประเภทปิ้ง/ย่าง/หมก ได้แก่ แจงลอน ห่อหมกปลาอินทรี ประเภททอด ได้แก่ ปลาอินทรีทอดน้ำปลา ปลากระพงทอดน้ำปลา ปลากระพงสามรส

2) **อาหารแปรรูป** เป็นอาหารที่เกิดจากการถนอมอาหารเพื่อยืดอายุการเก็บอาหาร อาหารแปรรูปมีทั้งอาหารคาว อาหารว่าง และขนมหวาน สำหรับอาหารคาว ส่วนใหญ่เป็นอาหารทะเลแห้ง เช่น ปลาหมึกแห้ง กุ้งแห้ง ปลาทุเค็ม ปลาอินทรีเค็ม ปลาแห้ง หอยดอง ประเภทอาหารว่าง ได้แก่ ปลาเส้น ปลาหมึกแผ่น ปลาหมึกปรุงรส ขนมหวานและผลไม้ ได้แก่ สั้ประรดกวน กล้วยฉาบ กล้วยกวน เผือกฉาบ เป็นต้น

4.2.1 การคัดเลือกอาหารท้องถิ่นพัทธยาสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ในการคัดเลือกอาหารท้องถิ่นพัทธยาสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรมีลักษณะอาหารไม่เปลี่ยนแปลงด้านสัมผัส สี กลิ่น และรส มีลักษณะเช่นเดียวกับปรุงเสร็จใหม่ ๆ อายุการเก็บอาหารไม่ทำให้อาหารเน่าเสียได้ง่าย สามารถนำลักษณะที่เป็นจุดเด่นของอาหารมาเป็นแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์และเป็นอาหารที่นิยมของนักท่องเที่ยว อาหารท้องถิ่นพัทธยาที่นำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้จากการวิจัยครั้งนี้มี 3 ประเภท คือ

1) **อาหารแช่แข็ง** ลักษณะอาหารท้องถิ่นที่จะทำเป็นอาหารแช่แข็งได้ ต้องไม่เปลี่ยนคุณลักษณะด้านสัมผัส สี รสชาติ กลิ่น รวมถึงรักษาคุณภาพอาหารให้สดใหม่และความชื้นได้ดี อาหารแช่แข็งจะมีอายุการเก็บรักษาประมาณ 6-12 เดือน เก็บในอุณหภูมิต่ำกว่า -18 องศาเซลเซียส อาหารที่ได้คัดเลือก คือ ปลาหมึกน้ำดำ และแจงลอน ดังภาพที่ 4.2



ปลาหมึกน้ำดำ



แจงลอน

ภาพที่ 4.2 อาหารแช่แข็งที่คัดเลือกมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2) **อาหารแช่เย็น** การคัดเลือกอาหารท้องถิ่นที่จะนำมาทำอาหารแช่เย็น ควร มีเอกลักษณ์และมีลักษณะเฉพาะ สามารถเก็บรักษาประมาณ 3-5 วัน อุณหภูมิการเก็บอาหารแช่เย็น ควรต่ำกว่า 18 องศาเซลเซียส การเก็บอาหารที่เหมาะสมช่วยรักษาคุณลักษณะด้านสัมผัส สี และ รสชาติ เมื่อนำมารับประทานสามารถอุ่นด้วยไมโครเวฟได้ อาหารที่คัดเลือกมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ ห่อหมกปลาอินทรี และข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู ดังภาพที่ 4.3



ห่อหมกปลาอินทรี



ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู

ภาพที่ 4.3 อาหารแช่เย็นที่คัดเลือกมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์

3) **อาหารพร้อมปรุง** เป็นอาหารที่ผู้บริโภคต้องนำกลับไปประกอบเอง เนื่องจากต้องการให้ได้รสชาติของอาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆ แล้วรับประทานทันที นอกจากนี้ ยังซื้อเพื่อ เป็นของฝากที่เป็นอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา สามารถสั่งซื้อจากร้านอาหาร/ภัตตาคาร อาหารที่ คัดเลือกมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ แกงป่าปลาเห็ดโคน และแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ดังภาพที่ 4.4



แกงป่าปลาเห็ดโคน



แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว

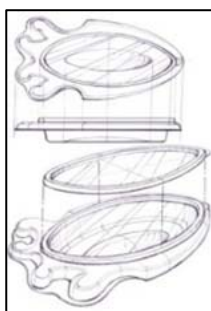
ภาพที่ 4.4 อาหารพร้อมปรุงที่คัดเลือกมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์

4.2.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพัทยา

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นควรคำนึงถึงการคุณภาพอาหารที่ยังรักษาคุณค่าทางโภชนาการ ควรเก็บอาหารได้หลายวัน รูปทรงไม่ควรใช้พื้นที่ในการเก็บมาก และบรรจุภัณฑ์สามารถอุ่นด้วยไมโครเวฟได้เพื่อให้เกิดความสบายในการบริโภค ดังนั้นการใช้วัสดุจากธรรมชาติจึงไม่สามารถที่จะนำมาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ได้ ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้พิจารณาคัดเลือกอาหารท้องถิ่นพัทยาที่จะนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ รวมถึงคุณลักษณะอาหาร และลักษณะเฉพาะของอาหารเพื่อนำมาเป็นข้อกำหนดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามประเภทอาหาร ดังนี้

1) อาหารแช่แข็ง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ปลาหมึกน้ำดำ และบรรจุภัณฑ์แจงลอน

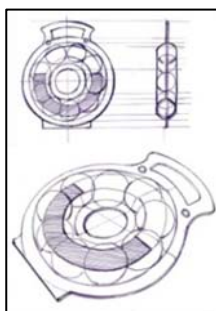
1. บรรจุภัณฑ์ปลาหมึกน้ำดำ แนวความคิดของการออกแบบนำเอาปลาหมึกซึ่งเป็นวัตถุดิบหลัก โดยดึงลักษณะเด่นของหนวดปลาหมึกมาสร้างสรรค์เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ วัสดุทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใช้พลาสติก มีรูปทรง 3 ลักษณะ คือ รูปทรงวงกลม รูปทรงวงรี และรูปทรงสี่เหลี่ยม ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่ารูปแบบที่ 2 รูปทรงวงรี ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์ปลาหมึกน้ำดำ แบบที่ 2 รูปทรงวงรี

2. บรรจุภัณฑ์แจงลอน แนวความคิดของการออกแบบนำเอาแจงลอนที่ปั่นเป็นก้อนกลมเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 1.5 นิ้ว ขนาดของบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะต้องใช้แจงลอนทั้งหมด

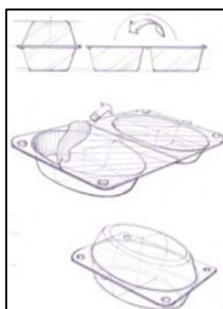
9 ลูก การออกแบบจึงต้องคำนึงถึงจำนวนลูกแฉงลอนที่บรรจุในปริมาณน้ำหนักสุทธิ 250 กรัม มีรูปทรง 3 ลักษณะ คือ รูปทรงวงกลม รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงหกเหลี่ยม ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า รูปแบบที่ 1 รูปทรงวงกลม ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 บรรจุภัณฑ์แฉงลอน แบบที่ 1 รูปทรงวงกลม

2) อาหารแช่เย็น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ห่อหมก และบรรจุภัณฑ์ข้าวผัดน้ำพริกไข่มุ

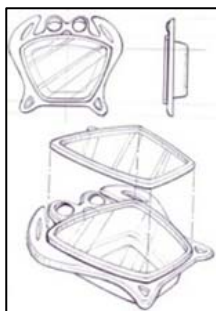
1. บรรจุภัณฑ์ห่อหมก แนวความคิดของการออกแบบเปลี่ยนการห่อด้วยใบตองมาใช้วัสดุเป็นพลาสติกทนความร้อนใส่ห่อหมกแล้วนำไปนึ่ง ขนาดของบรรจุภัณฑ์เท่ากับห่อหมก 1 ห่อ ปริมาณน้ำหนักสุทธิ 120 กรัม มีรูปทรง 3 ลักษณะ คือ รูปทรงวงกลม รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงวงรี ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า ความพึงพอใจโดยรวมในบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 รูปทรงวงรี ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ห่อหมก แบบที่ 3 รูปทรงวงรี

2. บรรจุภัณฑ์ข้าวผัดน้ำพริกไข่มุ แนวความคิดของการออกแบบนำเอาปูทะเลซึ่งเนื้อปูและไข่มุมาเป็นวัตถุดิบหลักในส่วนผสม โดยดึงลักษณะเด่นของก้ามปูและขาปูสร้างสรรค์เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ วัสดุทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใช้พลาสติก ขนาด

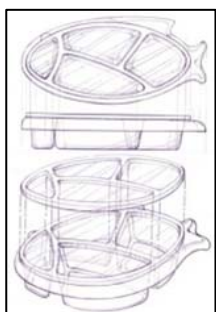
บรรจุปริมาณสุทธิ 230 กรัม มีรูปทรง 3 ลักษณะ คือ รูปทรงวงกลม รูปทรงสี่เหลี่ยม และรูปทรงวงรี ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า รูปแบบที่ 2 รูปทรงเหลี่ยม ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู แบบที่ 2 รูปทรงเหลี่ยม

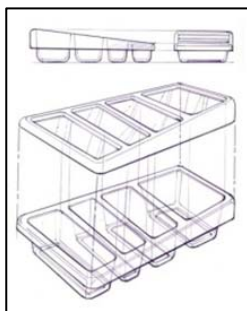
3) อาหารพร้อมปรุง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์แกงป่าปลาเห็ดโคน และแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว

1. บรรจุภัณฑ์แกงป่าปลาเห็ดโคน แนวความคิดของการออกแบบนำเอา ลักษณะของปลาเห็ดโคนเป็นวัตถุดิบหลักในส่วนผสม โดยดึงลักษณะเด่นของครีบและหางปลา มาสร้างสรรค์เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับบรรจุภัณฑ์ วัสดุทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใช้พลาสติก ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า รูปแบบที่ 3 รูปทรงปลาวงรี ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.9



ภาพที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์แกงป่าปลาเห็ดโคน แบบที่ 3 รูปทรงปลาวงรี

2. บรรจุภัณฑ์แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว แนวความคิดของการออกแบบ นำเอาลักษณะกล่องใส่อาหารที่แบ่งช่องสำหรับแยกเก็บส่วนผสม วัสดุทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใช้พลาสติก มีรูปทรง 3 ลักษณะ คือ รูปทรงสี่เหลี่ยมก้นกลม รูปทรงสี่เหลี่ยมสองชั้น และรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญปรากฏว่า รูปแบบที่ 3 รูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ได้อันดับ 1 มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 บรรจุกัณฑ์แกงส้มไข่ปลาเรียวเสี้ยว แบบที่ 3 สีเหลี่ยมผืนผ้า

4.2.3 การสร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา

ตราสัญลักษณ์ของเมืองพัทยา และมาศคอตของเมืองพัทยาที่เป็นปลาโลมา เป็นสัญลักษณ์นำโชคแห่งการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา ตรารับรองอาหารในเมืองพัทยา เช่น อาหารปลอดภัย เป็นตราที่หน่วยงานของรัฐออกเพื่อรับรองคุณภาพอาหารในด้านปลอดภัยของอาหารจากสิ่งที่เป็นอันตราย ส่วนหน่วยงานเอกชนมีตรารับรองส่วนใหญ่รับรองในรสชาติและความอร่อย เช่น พัทยาซิล ซิม แซร์ ชวนชิมอร่อยทั่วไทย เป็นต้น ดังภาพที่ 4.11



ภาพที่ 4.11 ตรารับรองอาหารในเมืองพัทยา

ข้อมูลตราสินค้าของอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยาแนวทางการสร้างตราสินค้าส่วนใหญ่ยังไม่ได้มีการสร้างตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีการสร้างตราสินค้า โดยบริษัทเอกชนเป็นผู้ออกแบบทั้งบรรจุกัณฑ์และตราสินค้าขึ้นมา แต่ยังไม่ได้นำมาใช้ ส่วนร้านอาหาร/ภัตตาคารเป็นลักษณะอาหารส่งกลับบ้าน แต่ยังไม่ได้ออกแบบที่จะผลิตในลักษณะที่มีตราสินค้าเพียงใช้ชื่อเสียงของร้านเป็นการรับรองอาหาร เช่น ห่อหมกแม่ศรี ตลาดลานโพธิ์นาเกลือ ปลาหมึกน้ำดำร้านเจ๊น้องสะพานยาว เจ๊จุกซีฟู้ด พัทยา เป็นต้น แนวทางในการกำหนดการสร้างตราสินค้า ควรใช้ชื่อหรือคำที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ระบุลักษณะชนิดของอาหารไปพร้อมกับตราสินค้า และสิ่งสำคัญตราสินค้าทำให้ทราบถึงแหล่งที่มาของอาหาร

ขั้นตอนในการสร้างตรารับรองอาหารท้องถิ่นพัทยา มีแนวทางดังนี้

1. การสำรวจอาหารและอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา อัตลักษณ์ รวมถึงสรรพคุณทางยาของอาหารแต่ละสำรับ
2. กำหนด/คัดเลือกที่จะรับรอง และการออกข้อกำหนด

3. จัดเตรียมเกณฑ์/มาตรฐานอาหารท้องถิ่น จัดลำดับความสำคัญของอาหาร ศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานของอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา
4. พิจารณาคัดเลือก/คัดสรรอาหารท้องถิ่น โดยชุมชนหรือสถานประกอบการ เป็นผู้ดำเนินการ และให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเมืองพัทยาให้การรับรองหลังจากการประเมินตามข้อกำหนดพื้นฐานของอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา
5. แต่งตั้งคณะกรรมการ/ คณะทำงานจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อตรวจรับรองอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา
6. วางแผนและประสานงาน เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ/ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง แนะนำให้ความรู้ผู้ประกอบการ/ชุมชน เพื่อให้ทำตามมาตรฐานการรับรอง
7. พิจารณาและประสานงาน คณะกรรมการหรือเจ้าหน้าที่ที่พิจารณาตามเกณฑ์ หากไม่ผ่านเกณฑ์พิจารณาให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขภายในการกำหนดระยะเวลาแล้วติดตามผลการดำเนินในภายหลัง
8. การออกเอกสารและจัดทำทะเบียนรับรองเมื่ออาหารท้องถิ่นผ่านเกณฑ์มาตรฐานการรับรอง มีการออกเอกสารรับรองตามเงื่อนไข โดยอาจจะออกเป็นป้ายสัญลักษณ์/สติ๊กเกอร์ ในการรับรองอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา ส่วนการจัดทำทะเบียนรับรอง อาจทำพิธีมอบป้ายสัญลักษณ์/สติ๊กเกอร์ การรับรองตามโครงการเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือร่วมในพิธีมหกรรมอาหารท้องถิ่น
9. สรุปผลการดำเนินงาน เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ/ผู้เกี่ยวข้องสรุปผลเป็นรายงานการดำเนินการรับรองจากทะเบียนการอนุญาตและการแจ้งผลการรับรองครบครอบคลุม ปัญหา อุปสรรค และการแก้ไข
10. การตรวจประเมินหลังการรับรอง การตรวจประเมินหลังการรับรอง ควรมีการสุ่มตรวจประเมินจากทะเบียนรายการอาหารท้องถิ่นจากสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองตามมาตรฐานคุณภาพต่าง ๆ และตรวจติดตามต่ออายุของการรับรอง อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

การสร้างตรารับรองอาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา ที่ได้จากผลการวิจัย ดังนี้

1) รูปแบบตรารับรองอาหารท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ในการรับรองอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา เป็นเครื่องหมายที่สร้างความมั่นใจในคุณภาพและความอร่อย โดยมีการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญ/นักชิม เพื่อให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยาก่อนการตัดสินใจซื้อ การออกแบบตรารับรองนี้มีความหมายที่ต้องการสื่อถึงเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา ใช้สัญลักษณ์วงกลม ปลาโลมา ซ้อนและซ้อน มียกนิ้วโป้ง การใช้สีมี 3 สี คือ สีเขียว สีฟ้า และสีส้ม มีทั้งหมด 6 แบบ ผลการประเมินรูปแบบต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าอันดับ 1 ได้รูปแบบที่ 4 และสีที่ใช้ในการออกแบบตรารับรองที่ได้อันดับที่ 1 คือสีฟ้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งรูปแบบและสี โดยแนวความคิดของรูปแบบตรารับรองนี้ได้ใช้สัญลักษณ์วงกลมเพื่อกำหนดพื้นที่ให้ตรารับรองมีจุดเด่นและมีขอบเขต ปลาโลมาเป็นตัวมาสคอตเป็นสัญลักษณ์นำโชคแห่งการท่องเที่ยวของเมืองพัทยา และการใช้ช้อนสื่อถึงความเป็นอาหารที่มีคุณภาพและความอร่อย ตัวอักษร

ที่ใช้เน้นความเรียบง่ายให้สอดคล้องกับความเป็นท้องถิ่น มีความชัดเจน อ่านได้ง่ายเพื่อให้ผู้พบเห็นได้
 รับรู้ว่าเป็นนี้ คือ ตรารับรองอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา ดังภาพที่ 4.12



ตรารับรองอาหารท้องถิ่นพัทยา แบบที่ 4

ภาพที่ 4.12 รูปแบบตรารับรองอาหารท้องถิ่นพัทยาที่ผ่านการประเมินในอันดับที่ 1

2) การสร้างตราสินค้าอาหารท้องถิ่นพัทยา เพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของ
 เครื่องหมายการค้าในเพิ่มมูลค่าอาหาร และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา เพื่อ
 สื่อสารกับผู้บริโภค นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติการสร้างตราสินค้า โดยนำเอาชื่อเมือง
 เป็นชื่อตราสินค้า ใช้ชื่อว่า PATTAYA MEALS การออกแบบตราสินค้ามี 7 รูปแบบ การใช้สีมี 3 สี และ
 จำแนกตามผลิตภัณฑ์อาหาร 2 ประเภท คือ อาหารพร้อมรับประทานใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า READY
 TO EAT สำหรับอาหารแช่แข็ง คือ ปลาหมึกน้ำดำ และแจงคลอน และอาหารแช่เย็น คือ ห่อหมก และ
 ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู และอาหารพร้อมปรุงใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า READY TO COOK คือ แกงป่าปลา
 เห็ดโคน และแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ผลการคัดเลือกตราสินค้าที่ผ่านการประเมินความพึงพอใจจาก
 ผู้เชี่ยวชาญ พบว่าอันดับ 1 ได้รูปแบบตราสินค้าแบบที่ 5 และสีที่ใช้ในการออกแบบตราสินค้าที่ได้
 อันดับที่ 1 คือ สีส้ม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้งรูปแบบและสี โดยรูปแบบตราสินค้านี้ได้
 แนวความคิดจากป้ายอักษร Pattaya City บนเขาที่แหลมบาลีฮาย อักษรพลิ้วไหลมาจากลมทะเลที่
 พัดไปมาตลอดเวลา ชื่อตราสินค้าเป็นอักษรมีความชัดเจนและมีขนาดใหญ่กว่าอักษรที่บอกสินค้าชนิด
 นี้เป็นอาหารซึ่งจะวางตำแหน่งไว้ที่ด้านบน และชื่อประเภทของอาหารจะวางตำแหน่งไว้ที่ด้านล่าง ดัง
 ภาพที่ 4.13



ตราสินค้าอาหารท้องถิ่นพัทยา แบบที่ 5

ภาพที่ 4.13 รูปแบบตราสินค้าอาหารท้องถิ่นพัทยาที่ผ่านการประเมินในอันดับที่ 1

3) บรรจุกฎภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพืัฒนาพร้อมตราสินค้าต้นแบบ

บรรจุกฎภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ซึ่งอาหารท้องถิ่นสำหรับพัฒนาบรรจุกฎภัณฑ์ได้ คัดสรรอาหารท้องถิ่นที่จะสามารถนำลักษณะเฉพาะของอาหารสำเร็จรูปท้องถิ่นมากำหนดแนวคิด เพื่อพัฒนาบรรจุกฎภัณฑ์ได้เป็น 6 รายการ และนำอาหารแต่ละรายการมาแบ่งกลุ่มอาหารสำเร็จรูปได้ 3 ประเภท คือ อาหารแช่แข็ง อาหารแช่เย็น และอาหารพร้อมปรุง

3.1) บรรจุกฎภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

1. บรรจุกฎภัณฑ์ปลาหมึกน้ำดำ บรรจุกฎภัณฑ์เป็นรูปปลาหมึก ใช้พลาสติก 2 ลักษณะ คือ พลาสติกใสและพลาสติกขุ่น ฝานูนขึ้นประมาณ 1 เซนติเมตร ดังภาพที่ 4.14



ภาพที่ 4.14 บรรจุกฎภัณฑ์ปลาหมึกน้ำดำต้นแบบ

2. บรรจุกฎภัณฑ์แจงลอน บรรจุกฎภัณฑ์เป็นรูปทรงกลมมีลักษณะคล้าย โดนัท เป็นร่องรอบวงกลมนูนด้านใน เพื่อใส่แจงลอนที่เป็นก้อนกลมวางเรียงตามร่อง ดังภาพที่ 4.15



ภาพที่ 4.15 บรรจุกฎภัณฑ์แจงลอนต้นแบบ

3.2) บรรจุกฎภัณฑ์อาหารแช่เย็น

1. บรรจุกฎภัณฑ์ห่อหมก บรรจุกฎภัณฑ์เป็นรูปทรงกลมมีลักษณะวงรี ติดกันสองวง ใช้พลาสติก 2 ลักษณะ คือ พลาสติกใส และพลาสติกขุ่น ฝานูนขึ้นประมาณ 1 เซนติเมตร ดังภาพที่ 4.16



ภาพที่ 4.16 บรรจุภัณฑ์ห่อหมกต้นแบบ

2. บรรจุภัณฑ์ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปู บรรจุภัณฑ์เป็นรูปปู ใช้พลาสติก 2 ลักษณะ คือ พลาสติกใส และพลาสติกขุ่น ฝานูนขึ้นประมาณ 1 เซนติเมตร ดังภาพที่ 4.17



ภาพที่ 4.17 บรรจุภัณฑ์ข้าวผัดน้ำพริกไข่ปูต้นแบบ

3.3) บรรจุภัณฑ์อาหารแช่แข็ง

1. บรรจุภัณฑ์แกงป่าปลาเห็ดโคน บรรจุภัณฑ์เป็นรูปปลา ใช้พลาสติก 2 ลักษณะ คือ พลาสติกใส และพลาสติกขุ่น ฝานูนขึ้นประมาณ 1 เซนติเมตร ดังภาพที่ 4.18



ภาพที่ 4.18 บรรจุภัณฑ์แกงป่าปลาเห็ดโคนต้นแบบ

2. บรรจุภัณฑ์แกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว บรรจุภัณฑ์เป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ใช้พลาสติก 2 ลักษณะ คือ พลาสติกใส และพลาสติกขุ่น ฝานูนขึ้นประมาณ 1 เซนติเมตร ดังภาพที่ 4.19



ภาพที่ 4.19 บรรจุภัณฑ์แกงส้มไขปลาเรียวเซียวต้นแบบ

ผลการสนทนากลุ่ม ได้มีข้อเสนอบรรจุภัณฑ์ควรมีสีใส หรือสีขาว เพื่อให้มีผลต่อความรู้สึกที่ดูสะอาด ปลอดภัยมากกว่าการใช้สีฟ้าหรือสีแดง โดยเฉพาะการใช้สีใสจะสามารถมองเห็นอาหารด้านในซึ่งจะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจว่าอาหารน่ารับประทานหรือไม่ การใช้ฝาปิดซึ่งมี 2 แบบ คือ ฝาปิดแบบเรียบ และฝาแบบนูน ผู้เชี่ยวชาญอาหารให้ความเห็นว่าฝาแบบนูนมีความน่าสนใจมากกว่าฝาปิดแบบเรียบ อาหารที่นำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม การทำปลาหมึกน้ำดำเป็นอาหารแช่แข็งเป็นแนวคิดที่ดีเพราะการเก็บปลาหมึกน้ำดำความเย็นที่จุดเยือกแข็งสามารถรักษาความสดใหม่ และความชื้นของอาหารได้ดี ส่วนแกงป่าปลาเห็ดโคนการออกแบบได้ดึงวัตถุดิบที่มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์มาพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจ และมีการแบ่งช่องใส่วัตถุดิบได้เหมาะสมกับส่วนประกอบของอาหาร รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับอาหารประเภทอื่น ๆ ซึ่งชุมชนได้รับการสนับสนุนให้สร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนจะนำเอารูปแบบไปปรับใช้อาหารของผลิตภัณฑ์ของชุมชน และได้ข้อสรุปว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในด้านการเลือกรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับลักษณะของอาหาร ซึ่งต้องคำนึงถึงควมมีจุดเด่น ความสวยงาม และมีเอกลักษณ์เพื่อจะเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารท้องถิ่น

4.3 แนวทางการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา

ผลการวิจัยที่ได้แต่ละขั้นตอนสามารถนำมาเป็นแนวทางการสร้างกลยุทธ์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นในเมืองพัทยา ได้ดังนี้

- 1) การรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคและความคิดเห็นของผู้บริโภค/ผู้ประกอบการที่มีต่อบรรจุภัณฑ์
- 2) การคัดเลือกอาหารท้องถิ่นเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการค้นหาข้อมูลอาหารท้องถิ่นในด้านวัตถุดิบ ลักษณะของอาหารที่มีเอกลักษณ์ มีความน่าสนใจ และรักษาคุณภาพอาหารได้
- 3) การสร้างตรารับรองอาหารท้องถิ่น เพื่อให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่น และยอมรับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา
- 4) การสร้างตราสินค้า ตราสินค้าอาหารที่ได้ออกแบบจะเป็นชื่อโดยเอาชื่อเมืองพัทยามาเป็นชื่อตราสินค้า เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวผ่านตราสินค้าอาหารท้องถิ่น

5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้นำเอาลักษณะเด่นของอาหารที่ได้รับการคัดเลือกมาเป็นแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีข้อมูลน้ำหนักและขนาดบรรจุภัณฑ์เพื่อนำไปกำหนดมิติของออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบเพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องและแก้ไขให้เหมาะสม

6) การนำไปใช้ประโยชน์ในเมืองพัทยา โดยชุมชนและหน่วยงานของเมืองพัทยาที่เกี่ยวข้องรวมถึงผู้สนใจ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ต่อไปได้

5. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย เรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ได้สาระสำคัญดังนี้

5.1 การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

ในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร แยกพิจารณาเป็น 2 ประเด็น คือ องค์ประกอบของการจัดการความรู้ และกระบวนการจัดการความรู้ มีรายละเอียดของแต่ละประเด็น ดังนี้

1) องค์ประกอบของการจัดการความรู้

เมืองพัทยามีศักยภาพพร้อมในเรื่ององค์ประกอบของการจัดการความรู้ ได้แก่ คน/ชุมชน/องค์กร กระบวนการ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ในส่วนนี้พบว่าทุกชุมชนมีครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้รู้ด้านอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีแหล่งเรียนรู้หลากหลาย และภาครัฐมีระบบบริหารจัดการที่ดี มีงบประมาณในการพัฒนาเพียงพอ มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน มีการใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการจัดการความรู้ และมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องอาหารระหว่างชุมชนและผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง วัฒนธรรมการเรียนรู้ของชุมชนและองค์กรของเมืองพัทยา เป็นไปตามแนวทางในการพัฒนาด้านสังคม โดยมุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพคนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ มีการพัฒนาสมรรถนะและทักษะแรงงาน ให้มีความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชน เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างเพียงพอภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปแบบสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการ และสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนในการลงทุนส่งเสริมการลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการ การตลาดและทักษะในการประกอบอาชีพ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง ซึ่งจะเอื้อให้เกิดการจัดการความรู้และนำไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ในอนาคตได้ ในการนี้ มีการดำเนินงานที่ปรากฏในแผนพัฒนาเมืองพัทยาได้จัดทำเป็นโครงการที่มีกิจกรรมในลักษณะการแลกเปลี่ยนรู้ที่จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการ/ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อมหลายโครงการอย่างต่อเนื่อง

2) กระบวนการจัดการความรู้

ในส่วนกระบวนการจัดการความรู้ของเมืองพัทยา พบว่ายังไม่มี การสร้างกระบวนการจัดการความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ แต่มีกิจกรรม/โครงการที่สนับสนุนคนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการได้สร้าง/แสวงหาความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องอาหาร มีระบบฐานข้อมูล และใช้เทคโนโลยีในการบริหารท้องถิ่น แต่ไม่ได้ใช้ในกระบวนการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา สอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มผู้ประกอบการ ในภาพรวมเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ซึ่งพบว่ามี การปฏิบัติอยู่ในระดับมากและปัจจัยสนับสนุนในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอยู่ในระดับมาก สำหรับกระบวนการจัดการความรู้ในแต่ละขั้นตอน มีอันดับแรกเป็นการสร้างความรู้เป็นสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ ๆ รองลงมาได้แก่ การค้นหาความรู้ ที่จำเป็น ต้องการใช้ในการประกอบอาหารท้องถิ่น การแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ในการประกอบการร้านอาหาร การใช้ความรู้ การติดตามและประเมินผลการใช้ความรู้ การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ และวิธีการถ่ายทอดความรู้เป็นสองอันดับสุดท้าย สรุปรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนได้ดังนี้

1. การค้นหาความรู้ พบว่า ความรู้ที่ผู้ประกอบการมีอยู่ส่วนใหญ่เป็นความรู้แบบไม่ชัดแจ้ง เป็นความรู้ที่แฝงในตัวบุคคล ในชุมชน ทุกชุมชนมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่น เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ สืบทอดจากบรรพบุรุษ/คนรุ่นเก่า ๆ มีถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ในครอบครัวโดยให้เรียนรู้จากการช่วยงานในร้าน

2. การแสวงหาความรู้ เมืองพัทยามีครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำกลุ่มอาชีพที่มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในการประกอบอาหารและการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีการแสวงหาความรู้ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการของเมืองพัทยา การให้บริการของสมาคม เครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสถาบันการศึกษาต่างๆ ส่วนแหล่งความรู้จากภายนอกได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมจากหน่วยงานต่าง ๆ

3. การสร้างความรู้ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการและชุมชนสร้างสรรค์ความรู้จากประสบการณ์ โดยพัฒนาต่อยอด/ปรับปรุงจากองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมผนวกกับความรู้ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างคนในครอบครัวซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ ๆ มาถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้จากสถาบันการศึกษาหรือ ความรู้จากอินเทอร์เน็ต การเรียนรู้โดยการปฏิบัติหรือการทดลอง

4. การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ เมืองพัทยามีระบบฐานข้อมูลในการบริหารงานท้องถิ่น แต่ยังไม่มีการจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการอย่างเป็นระบบ ไม่มีการจัดบันทึกเป็นสมุด/เอกสารที่เก็บรวบรวมไว้เป็นลายลักษณ์อักษร มีเพียงเอกสารบางเรื่องที่ได้จากหน่วยงานภาครัฐ และนักวิจัยที่เข้ามาทำงานในชุมชน บางร้านมีการใช้คอมพิวเตอร์ในการบันทึกข้อมูล บางร้านไม่ต้องการเปิดเผยสูตรหรือเคล็ดลับ

5. การถ่ายทอดความรู้ พบว่ามีการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ/คนรุ่นเก่ามาเป็นเวลานานหลายปี ไม่ค่อยมีการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่มผู้ประกอบการ มีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นภายในชุมชน เป็นองค์ความรู้ที่ไม่ชัดเจนในลักษณะบุคคลต่อบุคคล ภายในกลุ่มและระหว่างกลุ่ม วิธีการการถ่ายทอดความรู้เป็นการบอกเล่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การฝึกอบรม/ฝึกอาชีพ จากกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้โดยชุมชน และการศึกษาดูงาน

6. การใช้ความรู้ ผู้ประกอบการและชุมชนในเมืองพัทยามีการนำความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นไปประยุกต์ใช้ในการประกอบการ มีการนำเทคนิค/ความรู้ใหม่ ๆ มาบูรณาการกับความรู้เดิมที่มีอยู่มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประกอบการให้ดีขึ้น มีการนำองค์ความรู้ที่ได้รับการอบรม มาประยุกต์ใช้ในการประกอบการและการผลิต และมีการประยุกต์ใช้ความรู้ในการดำเนินงานกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชน

7. การติดตามประเมินผลความรู้ เป็นผลสืบเนื่องจากเมืองพัทยายังไม่มีระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร จึงไม่มีการติดตามประเมินผลความรู้ แต่มีการจัดประชุมการประเมินผลการดำเนินการของท้องถิ่นทุกชุมชน และได้นำไปผลการประเมินไปใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาในช่วงปีต่อไปให้เกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่าเมืองพัทยายังไม่มีกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบที่ต่อเนื่องครบตามขั้นตอนต่าง ๆ แต่มีการดำเนินงานที่สอดคล้องในบางขั้นตอน ได้แก่ การสร้าง/การแสวงหา การถ่ายทอด และ การใช้ความรู้ แต่ยังไม่ชัดเจนในเรื่องการค้นหา การจัดเก็บและการสืบค้นความรู้ และการติดตามประเมินผลความรู้ ดังนั้น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ในส่วนนี้จำเป็นต้องสร้างกระบวนการจัดการความรู้ ที่มีกลไกการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานเมืองพัทยาตามโครงสร้างในองค์ประกอบแรก ส่วนกระบวนการจัดการความรู้ ควรเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์ในการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น ว่า **“เมืองพัทยามีการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบครบวงจรและต่อเนื่อง”** ในการนี้ควรกำหนดขอบเขตองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ควรกำหนดให้ครอบคลุมทั้งความรู้และทักษะด้านอาหารและโภชนาการ และความรู้ด้านการบริหารและการจัดการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ควรมีโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และกำหนดแนวทางต่าง ๆ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ของเมืองพัทยา โดยการจัดกิจกรรมและการปฏิบัติตามขั้นตอนต่างๆ ตามกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้นทุกขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเป็นระบบ และใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว

5.2 องค์ความรู้จากการปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participate Action Research, PAR) เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ในช่วงวันที่ 31 มีนาคม และวันที่ 1 เมษายน

พ.ศ. 2558 ณ สำนักงานชุมชนเมืองพัทยา สุขุมวิท -พัทยา 15 มีผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม 30 คน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 4 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร 2 คน ในการนี้ มีการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร จัดประสบการณ์จริงโดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยทดลองทำอาหารท้องถิ่นภายหลังจากการสาธิตโดยครูภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการวิเคราะห์ SWOT และประเมินผลการจัดกิจกรรมการวิจัย ในการนี้ มีดร.อภิสร อณรงค์ตระกูล เป็นวิทยากรกระบวนการให้ความรู้พร้อมกรณีตัวอย่างเกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร และผู้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย

หลังจากการบรรยายเกี่ยวกับหลักการจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ได้มีการจัดกิจกรรมการสาธิตการทำอาหารท้องถิ่นพัทยา 20 รายการ ตามสูตรดั้งเดิมโดยครูภูมิปัญญาท้องถิ่นของเมืองพัทยา 4 ท่าน รายการอาหารที่สาธิตมีดังนี้

1. นางปิ่นหยี ทองนาค สาธิตการปรุงแกงเผ็ดไก่ยอดมะพร้าว ต้มหมูสับประรดกะปิควั ต้มกะทิวันเส้นหัวไชโป้ว และยำใหญ่

2. นางอุบลรัตน์ ชวงโชติ สาธิตการปรุงแกงส้มโปงบัว ผัดเผ็ดหมูแดงไทยอ่อนแกงคั่วสับประรดกับกับหอยตลับ ยำผักกูดกุ้งสด และฉู่ฉี่ปลาทุ

3. นางอำพรณ ฝิ่งรัก สาธิตการปรุงแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียวยอดมะพร้าว แกงป่าปลาหัวใบยี่หระ ปลาหมึกผักไชเค็ม ยำทะเล และปลากะพงผัดเปรี้ยวหวาน

4. นางสาววันดี คมขำ สาธิตการปรุงห่อหมกปลาอินทรี ปลาหมึกน้ำดำ น้ำพริกไข่ปู ผัดฉ่าปลาฉลาม และข้าวมัน ส้มตำ ปลากระเบนหวาน

ผลการสาธิตอาหารท้องถิ่น นำเสนอบางรายการของครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารแต่ละท่าน ดังภาพที่ 4.20 -4.23



แกงเผ็ดไก่ยอดมะพร้าว



ต้มหมูสับประรดกะปิควั

ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างรายการอาหารท้องถิ่น สาธิตโดย นางปิ่นหยี ทองนาค



กะปิคั่ว



แกงส้มโป่งบัว

ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างรายการอาหารท้องถิ่น สาคิตโดย นางอุบลรัตน์ โรจน์วิเชียร



แกงส้มปลาเรียวเสียวยอดมะพร้าว



แกงป่าปลาวัวใบยี่หระ

ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างรายการอาหารท้องถิ่น สาคิตโดย นางอำพรณ ฝงรัก



ข้าวมัน ส้มตำ ปลากระเบนหวาน



น้ำพริกไข่ปู

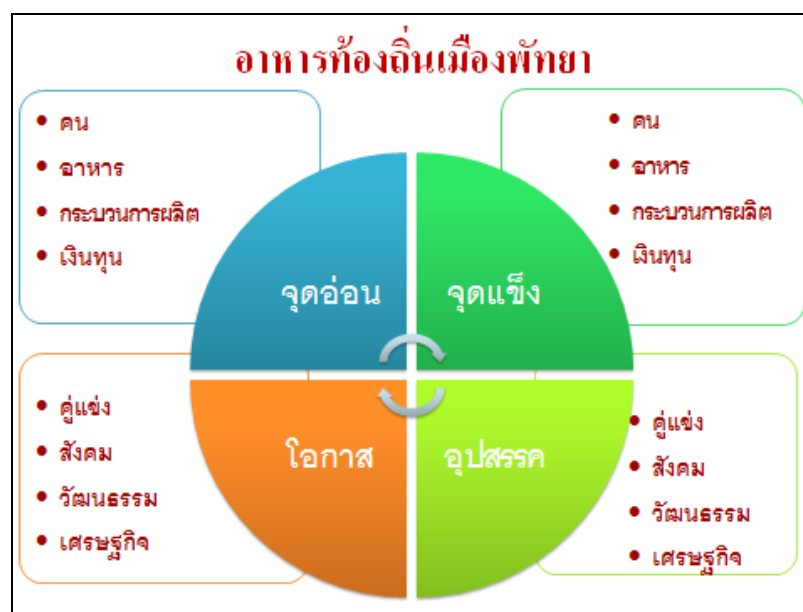
ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างรายการอาหารท้องถิ่น สาคิตโดย นางสาววันดี คมขำ

หลังจากการสาธิตมีการจัดกลุ่มทดลองทำอาหารตามที่ได้เรียนรู้ในบางรายการ และมีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องอาหารท้องถิ่นพหุวัฒนธรรมระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม และนักวิจัย ดังภาพที่ 4.24



ภาพที่ 4.24 กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในเรื่องอาหารท้องถิ่นพัทธยา

2) ผลการวิเคราะห์ SWOT โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยวิเคราะห์ปัจจัยภายในชุมชน: จุดแข็ง/จุดอ่อน และปัจจัยภายนอก: โอกาส /อุปสรรค ดังภาพที่ 4.25



ภาพที่ 4.25 เอกสารประกอบการบรรยายเกี่ยวกับการวิเคราะห์ SWOT

จากการใช้กระบวนการ 4 -Stations ได้ผลดังตารางที่ 4.18

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ SWOT การประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับนานาชาติ 2. มีประชากรชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้นทุนทรัพยากรพร้อม 3. มีทำเลที่ตั้งดี มีร้านอาหาร/ภัตตาคาร โรงแรมมากมาย 4. ชุมชนมีความเข้มแข็ง สร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้ 5. มีชุมชน 42 แห่ง สามารถใช้การประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากได้ 6. มีวัตถุดิบสดใหม่ หลากหลาย 7. มีเมนูอาหารพื้นบ้านที่หลากหลาย 8. หาแหล่งเงินทุนได้ง่าย 9. มีช่องทางจัดจำหน่ายที่หลากหลาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. คนที่มีความรู้ด้านอาหารที่เก่ง/ชำนาญ มีน้อย 2. ใช้คนต่างชาติเป็นพนักงานบริการ ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในการแนะนำนักท่องเที่ยว รับข้อมูลจากลูกค้าไม่ถูก/ไม่ดี 3. ไม่มีการถ่ายทอดให้ลูกหลาน หรือสอนแล้วแต่ลูกหลานไม่เรียนรู้ 4. ไม่มีการจัดเก็บข้อมูล สูตร เคล็ดลับ/เทคนิคการปรุงอาหารท้องถิ่น 5. วิถีชีวิตเปลี่ยนแปลง เงินเป็นปัจจัยสำคัญทำให้คนในครอบครัวมุ่งทำงานมากกว่าการทำกับข้าวกิน 6. มีการกักตุนวัตถุดิบ ทำให้ราคาแพง ไม่สด 7. ปริมาณวัตถุดิบลดลง และหายาก 8. กระบวนการผลิต ขาดความรู้ในเรื่องอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม 9. คนในพื้นที่ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ที่ไม่ใช่ด้านอาหารท้องถิ่น
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2. มีหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนให้ความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่น อาทิ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศและการศึกษาตามอัธยาศัย (สำนักงานการศึกษาออกโรงเรียน) กรมการพัฒนาชุมชน และทีมีวิจัย เป็นต้น 3. กระแสความนิยมเรื่องอาหารสุขภาพ อาหารที่มีเครื่องปรุงด้วยพืชสมุนไพร 4. ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้บริโภคต้องการความคุ้มค่า ถือเป็นโอกาสที่ดีของอาหารท้องถิ่น 5. นักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูง 6. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประชากรแฝงเข้ามาทำธุรกิจทางด้านอาหาร (ชาวต่างชาติ) อาทิ KFC อาหาริตาเลียน ทำให้ไม่สามารถแข่งขันได้ 2. เงินทุนของคู่แข่งมีมากกว่า 3. การประชาสัมพันธ์ด้านอาหารท้องถิ่นมีน้อย 4. ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนให้คนในชุมชนประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น 5. ไม่มีการสนับสนุนหรือผลักดันจากภาครัฐให้มีรายการอาหารท้องถิ่นในร้านอาหาร/ภัตตาคารและโรงแรมต่างๆ 6. ภาครัฐไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้ใช้ภูมิปัญญาในการนำเสนออาหารท้องถิ่น 7. สภาวะการณ์ทางธรรมชาติและอากาศที่เปลี่ยนแปลง และจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ทำให้อาหารทะเลลดลง

3) ผลการประเมินและการติดตามผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ในการจัดกิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ได้ประเมินผลจากความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยโดยรวม พบว่ามีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด คณะวิจัยเข้าร่วมกิจกรรมและสังเกตการณ์การจัดงานวันกองข้าวเมืองพัทยาในวันที่ 20 เมษายน 2558 เพื่อติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ของผู้ประกอบการในการแข่งขันอาหารท้องถิ่นพัทยา ในการนี้ มีผู้เข้าร่วมการแข่งขัน 3 กลุ่ม ๆ ละ 3 คน ได้แก่ ร้านเงินน้องสะพานยาว ร้านป่าดำ และร้านกิมจู-รุ่งนภา มีการแข่งขันทำอาหาร 3 รายการ คือ ปลาหมึกน้ำดำแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว และน้ำพริกไข่ปู ผลการแข่งขันร้านกิมจู-รุ่งนภาชนะเลิศทั้งสามรายการ ส่วนร้านเงินน้อง และร้านป่าดำได้รางวัลรองชนะเลิศรายการน้ำพริกไข่ปู และแกงส้มไข่ปลาเรียวเขียว ตามลำดับหลังจากการแข่งขัน คณะวิจัยได้ติดตามผลโดยการสัมภาษณ์ทั้งสามร้าน พบว่าทั้งสามร้านมีความพึงพอใจและยินดีเข้าร่วมการแข่งขัน สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นพัทยา พบว่า แต่ละกลุ่มมีลักษณะคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีแม่ครัว (หัวหน้ากลุ่ม) ที่เชี่ยวชาญในการปรุงอาหารท้องถิ่น และมีผู้ร่วมทีมที่มีประสบการณ์ด้านอาหารในโรงแรมมาก่อนเป็นคนจัดตกแต่งจานให้ดูสวยงาม การทำงานร่วมกันในการแข่งขันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นโอกาสที่ได้นำความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ มาใช้ และปรับปรุงข้อบกพร่องเพื่อพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น

5.3 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการที่สำคัญในส่วนขององค์ประกอบนี้ควรเป็นภารกิจหลักในความรับผิดชอบของผู้บริหารท้องถิ่น โดยเริ่มจากการจัดระบบการจัดการความรู้และสร้างฐานข้อมูลด้านอาหารท้องถิ่นพัทยา กำหนดโครงสร้างบุคลากรและบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน ปฏิบัติงานร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ สมาคมภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างต่อเนื่อง และกำหนดแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนา โดยมีนโยบายให้ทุกภาคส่วนได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม/โครงการต่างๆ เป็นกลไกที่มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และสนับสนุน/ส่งเสริมอาหารท้องถิ่นพัทยาให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว จากการสังเคราะห์ผลวิจัยในโครงการย่อย โดยพิจารณาตามองค์ประกอบของการจัดการความรู้ ได้แก่ คน กระบวนการ และเทคโนโลยี ในมุมมองของผู้บริหาร ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว พบว่า เมืองพัทยามีศักยภาพพร้อมมากในส่วนของผู้ประกอบการ และชุมชน มีการจัดกิจกรรมและโครงการต่างๆ ที่สนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการทั้งด้านความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่มีการจัดการความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารอย่างเป็นระบบ สำหรับด้านเทคโนโลยี เมืองพัทยามีการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อการบริหารจัดการท้องถิ่น มีการจัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับการจัดการความรู้ มีการดำเนินโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ไม่ได้สร้างกระบวนการใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดการความรู้สำหรับผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไป

กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา

จากสังเคราะห์ผลการวิจัยจากโครงการย่อยทั้ง 4 โครงการ ผลการสัมมนาเชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และผลการทดสอบสมมติฐาน เพื่อหาแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยา คณะผู้วิจัยได้นำผลวิจัยทั้งหมดมาจัดทำร่างแนวทางในการดำเนินการพัฒนาใน 4 มิติ และจัดสนทนากลุ่มเพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ในวันพุธ ที่ 29 กรกฎาคม 2558 เวลา 9.00-15.30 น. ณ ห้องประชุมกิ่งก้ามปู โรงเรียนเมืองพัทยา 7 (บ้านหนองพังแค) ตำบลหนองปรือ อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี ในการนี้ มีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 30 คน ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่เมืองพัทยา ได้แก่ ส่วนพัฒนาชุมชน ส่วนการศึกษาและวัฒนธรรม และส่วนการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร เชฟ และผู้ประกอบการ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค ผลการสนทนากลุ่ม ในภาพรวมพบว่า ทุกภาคส่วนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการดำเนินงานที่นำเสนอทั้ง 4 มิติ มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในแต่ละมิติ ได้กลยุทธ์ใน 4 มิติ ดังนี้

1. กลยุทธ์พัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการประเมิน จุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค (SWOT) และแนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา มีดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “อาหารท้องถิ่นพัทยา”

จากการสนทนากลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “อาหารท้องถิ่นพัทยา”

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weak)
<p>ปัจจัยภายใน: วัตถุดิบ เครื่องปรุง วิธีการปรุงอาหาร สูตรรายการอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติอาหาร กลิ่น เนื้อสัมผัส สี สัน ความสะอาด/ปลอดภัย การจัด/ตกแต่งอาหาร เอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของท้องถิ่น ฯ</p> <p>1. วัตถุดิบ พืช/ผักท้องถิ่นหลากหลาย อาหารทะเลสดใหม่</p> <p>2. เครื่องปรุงอาหารหลายชนิดมีสรรพคุณทางยา</p> <p>3. มีวิธีการปรุงอาหารเป็นลักษณะเฉพาะท้องถิ่น</p> <p>4. มีสูตรรายการอาหารหลายประเภท/หลายชนิด เป็นแบบสำหรับ และอาหารจานเดียว</p>	<p>1. วัตถุดิบ อาหารทะเลบางอย่างหายาก ขาดแคลนในบางฤดูกาล</p> <p>2. อาหารบางอย่างสี สันไม่น่ารับประทาน ไม่สะอาด ปลอดภัย</p> <p>3. อาหารท้องถิ่นบางอย่างกำลังสูญหาย/หายไป คนรุ่นใหม่ไม่รู้จัก/ไม่รับประทาน</p>

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “อาหารท้องถิ่นพัทยา” (ต่อ)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weak)
<ol style="list-style-type: none"> 5. มีคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วน มากกว่าอาหารชาติอื่น ๆ 6. มีวิธีการปรุงอาหารเป็นลักษณะเฉพาะท้องถิ่น 7. รสชาติดี ปรับได้ตามความชอบของผู้บริโภค 8. กลิ่นหอม เนื้อสัมผัสดี สีสวยงามน่ารับประทาน 9. อาหารท้องถิ่นแสดงถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ในเทศกาล งานประเพณีต่าง ๆ ของท้องถิ่น 10. อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารหลัก สามมือของผู้บริโภคในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวชาวไทย 11. ต้นทุนการผลิตต่ำ ทำให้อาหารท้องถิ่นราคาถูกกว่าอาหารอื่น ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 4. วิธีการปรุงอาหารท้องถิ่นบางอย่างยุ่งยาก หลายขั้นตอน 5. สูตรการปรุงอาหารไม่แน่นอน เปลี่ยนแปลงตามความชอบของผู้ปรุง 6. วัตถุดิบไม่ค่อยมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล 7. ไม่มีการควบคุมความสะอาด ปลอดภัย 8. อาหารบางอย่าง รับประทานยุ่งยาก ไม่สะดวก 9. อาหารบางอย่างรสชาติจัดจ้าน เผ็ดร้อน กลิ่นแรง 10. อาหารท้องถิ่นไม่ค่อยมีการจัดตกแต่งให้สวยงาม 11. รสชาติอาหารเปลี่ยนแปลงไป ไม่เหมือนต้นตำรับเดิมของท้องถิ่น 12. อาหารบางอย่างไม่สด บางอย่างต้องรับประทานหลังปรุงทันที ทิ้งไว้นานไม่อร่อย
<p>ปัจจัยภายนอก: สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มการตลาด การประกอบธุรกิจอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประชากร สังคม วัฒนธรรม/ประเพณี อินเทอร์เน็ต สื่อ สิ่งพิมพ์ และการโฆษณา ฯ</p>	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. อาหารไทยมีชื่อเสียงในระดับโลก เป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยวที่สนใจจะรับประทานอาหารท้องถิ่น 2. คุณค่าของอาหารท้องถิ่นเป็นความคุ้มค่าในการบริโภค 3. แนวโน้มการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพมีมากขึ้น 4. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนการอนุรักษ์ ประเพณี และวัฒนธรรมไทย รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น 5. มีการจัดแข่งขันการทำอาหารไทย และอาหารท้องถิ่นในเทศกาลต่างๆ เป็นประจำ 6. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น อาทิ โรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร 7. อาหารท้องถิ่นราคาถูกกว่าอาหารอื่นๆ เป็นการได้เปรียบคู่แข่ง 8. มีการจัดเลี้ยงอาหารไทยและอาหารท้องถิ่นในการประชุม และงานพิธีต่างๆ หลากหลายรูปแบบ ได้รับความนิยมน่ามากขึ้น 9. มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วมาก วิถีชีวิตในชุมชนเมืองเป็นแบบเร่งรีบ ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเปลี่ยนไป 2. มีอาหารต่างชาติมากขึ้น 3. ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของอาหารท้องถิ่นให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวรับรู้ 4. ไม่มีหน่วยงาน/สถานประกอบการที่ให้การสนับสนุนเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ 5. พื้นที่แหล่งเพาะปลูกพืชท้องถิ่นลดลง 6. ราคาวัตถุดิบ อาหารทะเล และเครื่องปรุงแพงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตอาหารสูงขึ้น 7. สภาพสิ่งแวดล้อมทางทะเล ธรรมชาติเปลี่ยนไป ทำให้อาหารทะเลมีปริมาณลดลง 8. นักท่องเที่ยวไม่รู้จักอาหารท้องถิ่น ไม่กล้ารับประทาน 9. ชาวต่างชาติไม่นิยมรับประทานพืชผัก/วัตถุดิบบางอย่าง เช่น ชาวจีนและชาวเกาหลีไม่กินผักชี 10. แม่ครัว/พ่อครัว ไม่มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นที่ถูกต้อง ทำให้อาหารมีรสชาติเปลี่ยนไป

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “อาหารท้องถิ่นพัทยา” (ต่อ)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
10. มีการจัดสรรทรัพยากรทำอาหารไทยและอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อออนไลน์	
11. มีการโฆษณาแนะนำรายการอาหาร และรับรองความอร่อยจากนักชิม/ผู้เชี่ยวชาญ อาทิ เชลชวนชิม หมึกแดง เป็นต้น	

1.2 แนวทางในการพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย ผลการวิเคราะห์ SWOT และผลการพิจารณาแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้ จากการสนทนากลุ่ม มีกลยุทธ์ย่อย 6 กลยุทธ์ ดังนี้

1) ควบคุมคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นพัทยา มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

- กำหนดนโยบายเรื่องการควบคุมคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว
- จัดตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินการควบคุมคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา โดยกำหนดแนวปฏิบัติในเรื่องความสะอาด ถูกสุขอนามัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ
- จัดโครงการ/กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ (ผู้บริหารเมืองพัทยา) ชุมชน ครัวภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ผู้ประกอบการ พ่อครัว/ แม่ครัว เชฟ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการควบคุมคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นพัทยา
- ประกาศเกียรติคุณ/ให้รางวัลยกย่องผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน
- ประชาสัมพันธ์แนะนำรายการอาหารท้องถิ่นให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นพัทยา

2) คัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่น และเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

- จัดตั้งคณะทำงานเพื่อดำเนินตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ และเครื่องปรุงอาหารที่จำหน่ายในท้องถิ่น
- กำหนดมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพวัตถุดิบและเครื่องปรุงอาหารท้องถิ่นสด ใหม่ สะอาด ปลอดภัยและไร้สารเคมี
- จัดโครงการ/กิจกรรมเชิงปฏิบัติการสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัวเพื่อให้มีความรู้และทักษะในการคัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่น และเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ

4. จัดโครงการ/กิจกรรมเชิงปฏิบัติการสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัวเพื่อให้มีความรู้และทักษะการออกแบบตกแต่งอาหาร/การจัดจาน การใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงในการสร้างสีสันอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทาน

5. สร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และกลุ่มเกษตรกรและชาวประมงพื้นบ้าน เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบหลักของอาหารท้องถิ่นแบบครบวงจร

3) ยกระดับมาตรฐานอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับ มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. จัดตั้งคณะทำงานและผู้เชี่ยวชาญเพื่อดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูลรายการอาหารท้องถิ่น และจัดทำมาตรฐานอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทาน

2. เปิดหลักสูตรอบรมมาตรฐานอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทาน พ่อครัว/แม่ครัว ผู้สนใจทั่วไปและนักท่องเที่ยว

3. ขอความร่วมมือจากร้านอาหาร/ภัตตาคาร และโรงแรมในเมืองพืชนำมารับประทาน เพื่อให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้ประทับใจและรู้สึก “รับประทานอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทานที่ใด ๆ ก็ได้รับรสชาติดั้งเดิมเหมือนกันทุกที่”

4. นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในมาตรฐานที่มีรสชาติอร่อยไม่เปลี่ยนไปจากเดิม มีความสวยงาม แปลกใหม่ นำมารับประทาน สำหรับงานเลี้ยงรับรองแขกของเมืองพืชนำมารับประทาน หรืองานเลี้ยงอื่น ๆ

5. เผยแพร่มาตรฐานอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทานให้เป็นที่ยอมรับแก่คนทั่วไปโดยผ่านเว็บไซต์และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

4) ใช้เทคนิคการประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. ในการจัดทำมาตรฐานอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทาน ควรมีคำอธิบายวิธีการปรุงเคล็ดลับ และเทคนิคการประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่นของเมืองพืชนำมารับประทาน

2. จัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ในด้านอาหารท้องถิ่นควรมีเรื่อง เทคนิคการประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น โดยจัดประเภทเทคนิคต่าง ๆ อาทิ เทคนิคในการเตรียมวัตถุดิบโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การเตรียมเนื้อปลาฉลาม แมงกะพรุน ฯลฯ เทคนิคการใช้เครื่องเทศหรือสมุนไพรในการกำจัดกลิ่นไม่พึงประสงค์ เทคนิคในการรักษาเนื้อสัมผัสให้มีคุณภาพตามลักษณะของอาหารท้องถิ่นแต่ละประเภท เป็นต้น

3. ในการสาธิต หรือปรุงอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทานควรใช้เทคนิควิธีประกอบอาหารแบบต้นตำรับเดิม

4. จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับเรื่องเทคนิคการประกอบอาหารท้องถิ่นพืชนำมารับประทาน ระหว่างครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว ผู้สนใจทั่วไปและนักท่องเที่ยว

5) ออกแบบ จัดตกแต่งอาหาร และจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. คัดเลือกรายการท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมในตำรับมาตรฐานในทุกประเภท อาทิ อาหารจานเดียว อาหารชุดสำหรับ และบุฟเฟ่ต์ ให้ผู้เชี่ยวชาญ ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ร่วมกันออกแบบรายการอาหารท้องถิ่นพื๋ยาในเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเมืองพื๋ยา

2. ขอความร่วมมือจากร้านอาหาร/ภัตตาคาร โรงแรมต่าง ๆ ในเมืองพื๋ยา นำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นพื๋ยาในเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของเมืองพื๋ยา และจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น

3. ใช้ภาษาณะที่เป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น โดยมีกรออกแบบ จัดตกแต่งจาน และ/หรือภาษาณะที่ใช้ให้มีลักษณะเฉพาะ สะท้อนความเป็นเมืองพื๋ยา สวยงาม และเหมาะสมกับรายการอาหารประเภทต่าง ๆ

6) จัดกิจกรรมส่งเสริมการประกอบอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. จัดสถานที่เป็นศูนย์สาธิต/แสดงผลผลิตจากอาหารท้องถิ่นของชุมชน เปิดโอกาสให้ชุมชน ร้านอาหาร/ภัตตาคาร และโรงแรมได้สาธิตการทำอาหารท้องถิ่นพื๋ยาจาดำรับมาตรฐานและการทำอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์

2. จัดโครงการ/กิจกรรมการมีส่วนร่วมระหว่างเชฟ ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว เพื่อส่งเสริมการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวในเทศกาลต่างๆ ของเมืองพื๋ยาอย่างต่อเนื่อง

3. จัดกิจกรรมแข่งขันการทำอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในระดับต่าง ๆ อาทิ ระดับนักเรียน/นักศึกษา ระดับชุมชน และระดับเชฟนานาชาติ เป็นต้น

4. ขอความร่วมมือจากบริษัทท่องเที่ยวและไกด์จัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร แนะนำรายการอาหารท้องถิ่นที่น่ารับประทานให้นักท่องเที่ยวได้ชมและชิมอาหารท้องถิ่นพื๋ยา โดยผ่านเส้นทางชุมชนต่าง ๆ และศูนย์สาธิต/แสดงผลผลิตจากอาหารท้องถิ่น

5. จัดทำแผนที่เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นพื๋ยา พร้อมปฏิทินเทศกาลสำคัญ ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดโอกาสที่จะได้รับประทานอาหารท้องถิ่นเลิศรสในบรรยากาศดั้งเดิมของชุมชนเมืองพื๋ยา

2. กลยุทธ์การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื๋ยา

ผลการประเมิน จุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค (SWOT) และแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื๋ยา

2.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “การประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพื๋ยา”

จากการสนทนากลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “การประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา”

<p>ปัจจัยภายใน: รูปแบบ/สไตล์ร้านอาหาร สถานที่/ทำเลที่ตั้ง ต้นทุน/ขนาดกิจการ พ่อครัว/แม่ครัว พนักงาน การบริหารจัดการ การวางแผนธุรกิจ การผลิตอาหาร การควบคุมคุณภาพอาหาร การให้บริการ รายการอาหารรสชาติและคุณภาพอาหาร ราคาอาหาร บรรยากาศและการจัดตกแต่งสถานที่ การส่งเสริมการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ฯ</p>	
<p>จุดแข็ง (Strength)</p>	<p>จุดอ่อน (Weak)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีรูปแบบ/สไตล์ร้านอาหารที่สวยงามแตกต่างกัน 2. ทำเลที่ตั้งดี เป็นธรรมชาติ มีบรรยากาศชายทะเล วิวทิวทัศน์ที่สวยงาม การเดินทางสะดวกปลอดภัย 3. มีตกแต่งร้านสวยงาม หลากหลายสไตล์ 4. มีร้านอาหารจำนวนมาก หลากหลายระดับ 5. มีร้านอาหารที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวหลายร้าน 6. พ่อครัว/แม่ครัวมีฝีมือในการปรุงอาหาร 7. อาหารรสชาติอร่อยดี สดใหม่ เมนูหลากหลาย 8. ราคาไม่แพงมาก เหมาะสมกับคุณค่าอาหาร 9. การให้บริการดี รวดเร็ว ตรงความต้องการของลูกค้า 10. มีการวางแผนธุรกิจ และกำหนดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายชัดเจน 11. มีการตรวจสอบคุณภาพอาหาร และสุขาภิบาลอาหาร 12. มีป้ายชื่อร้านอาหารโดดเด่น 13. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ร้านอาหารผ่านเว็บไซต์ และสื่อต่าง ๆ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ร้านอาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นร้านขนาดเล็ก เป็นกิจการที่สืบทอดในครัวเรือน 2. กลุ่มลูกค้าประจำมุ่งเน้นเฉพาะผู้บริโภคในท้องถิ่น 3. นักท่องเที่ยวไม่รู้จักร้านอาหารท้องถิ่น 4. ไม่เน้นการตกแต่ง/สร้างบรรยากาศในร้าน 5. ไม่สะอาด ไม่มีการควบคุมคุณภาพ และสุขาภิบาลอาหาร 6. การบริหารจัดการไม่เป็นระบบ 7. การให้บริการแบบเรียบง่าย ไม่ประทับใจลูกค้า 8. การแต่งกายของพนักงานไม่สะอาด 9. ไม่มีการส่งเสริมการขาย 10. พ่อครัว/แม่ครัวไม่มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่น 11. ไม่มีเครือข่ายในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 12. ไม่มีเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ของร้านที่ชัดเจน
<p>ปัจจัยภายนอก: สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มการตลาด การประกอบธุรกิจอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประชากร สังคม วัฒนธรรม/ประเพณี อินเทอร์เน็ต สื่อ สิ่งพิมพ์ และการโฆษณา ฯ</p>	
<p>โอกาส (Opportunity)</p>	<p>อุปสรรค (Threat)</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวโน้มการประกอบธุรกิจร้านอาหารดีขึ้น 2. ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะร้านอาหาร/ภัตตาคาร 3. จำนวนนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น 4. มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากขึ้น อาทิ โรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วมาก วิถีชีวิตในชุมชนเมืองแบบเร่งรีบ ส่งผลให้พฤติกรรมการบริโภคอาหารเปลี่ยนไป 2. มีร้านอาหารต่างชาติมากขึ้น มีการแข่งขันสูงขึ้น 3. แหล่งทุนสนับสนุนอาหารท้องถิ่นมีน้อย 3. ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของอาหารท้องถิ่นให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวรับรู้ 4. ไม่มีหน่วยงาน/สถานประกอบการที่ให้การสนับสนุนเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “การประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา”
(ต่อ)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
5. นักท่องเที่ยวนิยมรับประทานในร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ให้บริการดี รวดเร็ว	5. ขาดแหล่งเงินทุนสนับสนุน
6. มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในเทศกาล และงานประเพณีต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง	6. ไม่มีเครือข่ายสนับสนุนจากบริษัทท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์

2.2 แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย การวิเคราะห์ SWOT และผลการพิจารณาแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้จากการสนทนากลุ่ม มีกลยุทธ์ย่อยในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อการท่องเที่ยวในพัทยา 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1) จัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. สร้างทีมงาน/คณะทำงานโดยใช้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ/ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการร้านอาหาร และนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ เพื่อวางแผนการดำเนินงานและกำหนดแนวปฏิบัติในการจัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ

2. จัดประชุม/อบรมเชิงปฏิบัติการให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และบุคคลทั่วไป/ผู้สนใจเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการจัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่น โดยใช้กรณีศึกษาจากร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ

3. ขอสภาสภมัครหรือกลุ่มอาชีพที่สนใจการประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นเข้าร่วมกิจกรรมการดำเนินธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นตามแผนที่ได้จัดทำ โดยมีทีมงาน/คณะทำงานที่ตั้งขึ้นเป็นที่ปรึกษาตลอดระยะเวลาดำเนินกิจการตามแผนธุรกิจ

4. ทีมงาน/คณะทำงานติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของร้านอาหารท้องถิ่นที่เข้าร่วมกิจกรรม

5. ประกาศเกียรติคุณ หรือมอบวุฒิบัตรให้ร้านอาหารท้องถิ่นที่เข้าร่วมกิจกรรมและดำเนินธุรกิจได้สำเร็จตามแผน (โดยอาจจะกำหนดตามระยะเวลา) เพื่อสนับสนุนให้มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากขึ้น

6. ประชาสัมพันธ์เรื่องการจัดทำแผนธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา รวมทั้งกรณีศึกษาร้านอาหารท้องถิ่นต้นแบบ โดยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และเว็บไซต์ของเมืองพัทยา (ในส่วนการจัดการความรู้ หรือข้อมูลด้านธุรกิจ)

2) พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา

1. กำหนดนโยบายการพัฒนาบุคลากรของเมืองพัทยา ผู้นำชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา

2. จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม บริษัททัวร์ และไกด์ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นเรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา

3. จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ ผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไปที่สนใจเรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา

4. จัดกิจกรรมศึกษาดูงานการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่น การควบคุมคุณภาพ และการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นจากแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ

3) ส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ

1. กำหนดนโยบายเรื่องการส่งเสริมการตลาดของการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ ภัตตาคาร โดยมุ่งเน้นให้มีการนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ

2. จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรม บริษัททัวร์ และไกด์ เป็นต้น โดยมุ่งเน้นเรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา

3. จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหาร/ ภัตตาคาร ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ ผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไปที่สนใจเรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา

4. จัดกิจกรรมศึกษาดูงานการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่น การประกอบธุรกิจและบริการของร้านอาหารท้องถิ่นจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

5. จัดกิจกรรมการแข่งขัน/ประกวดการทำอาหารท้องถิ่นพืชยาในระดับชุมชนผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และเชฟ ในเทศกาลต่างๆ ของเมืองพืชยา

4) ควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน

1. กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในเรื่องการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการของร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพืชยาให้ได้มาตรฐาน

2. จัดทำโครงการเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการของร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพืชยาให้ได้มาตรฐาน

3. จัดกิจกรรมศึกษาดูงานสำหรับผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพการผลิตอาหารในการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ

4. จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการให้บริการของพนักงานร้านอาหาร/ ภัตตาคาร โดยมุ่งเน้นเรื่องอาหารท้องถิ่นพืชยา

5. ประกาศเกียรติคุณ หรือมอบวุฒิบัตรให้ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นที่มีการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการได้มาตรฐาน

3. กลยุทธ์การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพืชยา

ผลการประเมิน จุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค (SWOT) ในมิติของ “บรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพืชยา” และแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพืชยา

3.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “บรรจุภัณฑ์และการสร้างตราอาหารท้องถิ่น พัทยา”

จากการสนทนากลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “บรรจุภัณฑ์และการสร้างตราอาหารท้องถิ่น พัทยา”

ปัจจัยภายใน: รูปร่าง/ลักษณะบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและสี สีสัน ขนาด วัสดุที่ใช้ ความคงทนในการรักษาคุณภาพ/รสชาติอาหาร ความปลอดภัย ความสะดวกในการใช้ รายละเอียดเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค ตรา และการรับรองคุณภาพ ฯ	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weak)
<ol style="list-style-type: none"> มีรูปร่าง/ลักษณะบรรจุภัณฑ์ การออกแบบและสี สีสันที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจของลูกค้า เพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และการใช้วัสดุท้องถิ่นให้คุ้มค่า ขยายตลาดอาหารท้องถิ่น เป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค ได้รับประทานอาหารท้องถิ่นได้สะดวกมากขึ้น เป็นช่องทางสื่อสารการตลาดของอาหารท้องถิ่นให้กว้างขวาง เข้าถึงผู้บริโภค/คนรุ่นใหม่ได้รู้จักและรับประทานอาหารท้องถิ่นในรูปแบบที่ทันสมัย เก็บรักษาอาหารทะเลแปรรูปได้นาน บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นของฝาก/ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวให้จดจำ/ประทับใจเมืองพัทยา ประโยชน์ในการใช้สอยบรรจุภัณฑ์ ภายหลังจากรับประทานอาหารแล้ว เป็นช่องทางในการสร้างตราอาหารท้องถิ่นพัทยา มีการรับรองคุณภาพ/มาตรฐานอาหารท้องถิ่นพัทยา 	<ol style="list-style-type: none"> อาหารท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่มีบรรจุภัณฑ์ บางรายการไม่เหมาะที่จะทำเป็นอาหารพร้อมรับประทาน/อาหารสำเร็จรูป อาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่ผลิตจากที่อื่น นำมาบรรจุถุงพลาสติกจำหน่ายที่พัทยา อาหารท้องถิ่นประเภทอาหารพร้อมรับประทานมีน้อย/หายาก รสชาติอาหารบางชนิดเปลี่ยนแปลงไม่เหมาะกับบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้บรรจุภัณฑ์ไม่ปลอดภัย/ไม่สะอาด มีสารเคมีปนเปื้อน การบรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่มีการรับรองคุณภาพการผลิต วัสดุที่ใช้บางอย่างย่อยสลายยาก ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่มีรายละเอียดของอาหาร การผลิตและการบริโภค
ปัจจัยภายนอก: สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มการตลาด การประกอบธุรกิจอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประชากร สังคม วัฒนธรรม/ประเพณี อินเทอร์เน็ต สื่อ สิ่งพิมพ์ และการโฆษณา ฯ	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> แนวโน้มการประกอบธุรกิจร้านอาหารดีขึ้น ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมากขึ้น อาทิ โรงแรม ที่พัก และร้านอาหาร 	<ol style="list-style-type: none"> มีอาหารพร้อมรับประทานเพิ่มมากขึ้น กระแสเรื่องสุขภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารที่ปรุงทันทีมากกว่า ผู้บริโภคในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวไทยไม่นิยมบริโภคอาหารท้องถิ่นแบบพร้อมรับประทาน ไม่มีหน่วยงาน/สถานประกอบการที่ให้การรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นและบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “บรรจุภัณฑ์และการสร้างตราอาหารท้องถิ่น พัทยา” (ต่อ)

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
5. นักท่องเที่ยวนิยมอาหารที่รับประทานได้สะดวก รวดเร็ว หาซื้อได้ง่าย	5. ค่าใช้จ่าย/ต้นทุนในการทำบรรจุภัณฑ์สูง อาจไม่คุ้มค่าการลงทุน
6. นักท่องเที่ยวไทยนิยมซื้ออาหารทะเลแปรรูปเป็นของฝาก	6. การสร้างตราอาหารท้องถิ่นเป็นเรื่องยุ่งยาก
7. สภาพสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปรวดเร็วมาก วิถีชีวิตในชุมชนเมืองแบบเร่งรีบ ส่งผลให้ผู้บริโภคอาหารพร้อมรับประทาน อาหารพร้อมปรุง มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น	7. ไม่มีหน่วยงานที่สนับสนุนหรือส่งเสริมให้มีตราอาหารท้องถิ่นพัทยา
8. ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ด้านอาหาร และเทคโนโลยีทำให้การผลิตอาหารพร้อมรับประทาน และบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น	
9. การสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภคนิยมสั่งอาหารสำเร็จรูป/อาหารพร้อมรับประทานได้สะดวก รวดเร็ว	
10. มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงาม มีลักษณะหลากหลาย นำไปใช้ประโยชน์ได้	

3.2 แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยา

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย การวิเคราะห์ SWOT และผลการพิจารณาแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้จากการสนทนากลุ่ม มีกลยุทธ์ย่อยในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยา 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1) ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นพัทยา บรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพัทยา ตรารับรอง และตราสินค้าอาหารท้องถิ่นพัทยา

2. กำหนดมาตรฐานคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพัทยาแต่ละประเภท อาทิ วัสดุที่ใช้ สี การแสดงรายละเอียดวัน/เดือน/ปีที่ผลิต/วันหมดอายุ ผู้ผลิตวัสดุที่ใช้ และสี เป็นต้น

3. สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการผลิตอาหารท้องถิ่น โดยใช้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

4. จัดกิจกรรมการประกวดการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นพัทยา

2) **คัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพัทยา** มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ตรวจสอบและควบคุมคุณภาพอาหารท้องถิ่นที่มีการใช้บรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนด
2. จัดโครงการ/กิจกรรมสำหรับผู้ประกอบการ ชุมชนและผู้สนใจเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่น
3. สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการทำบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากชุมชน
4. จัดการแสดงสินค้าอาหารท้องถิ่นโดยมุ่งเน้นอาหารท้องถิ่นที่ใช้บรรจุภัณฑ์ ในเทศกาลต่างๆ
5. ประกาศเกียรติคุณ/ ให้รางวัลผู้ประกอบการที่ผลิตอาหารท้องถิ่นพร้อมรับประทาน พร้อมปรุง ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ได้มาตรฐาน

3) **เพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน** มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น กลุ่มอาชีพที่ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้นำชุมชน ครูภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร นักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการให้ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น
3. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบสวยงามเพื่อเพิ่มคุณค่าอาหารท้องถิ่นประเภทอาหารว่างและขนมหวานของเมืองพัทยา
4. โฆษณา/ประชาสัมพันธ์แนะนำอาหารท้องถิ่นพัทยาที่ใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้รับรู้และเป็นทางเลือกในการตัดสินใจซื้ออีกทาง

4) **สร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา** มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. กำหนดมาตรฐานและคุณลักษณะอาหารท้องถิ่นพัทยาที่จะใช้ตราสินค้า และตรารับรองต้นแบบ
2. ประชาสัมพันธ์เรื่องตราสินค้าและตรารับรองสินค้าให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวได้รับรู้
3. จัดโครงการ/กิจกรรมเพื่อรับรองคุณภาพของร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา ด้านความสะอาด ปลอดภัยของอาหาร อาหารอร่อย และรสชาติดี
4. ติดตามประเมินผลอาหารท้องถิ่นหลังจากได้ใช้ตราสินค้าและตรารับรองอาหารท้องถิ่น

4. กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

ผลการประเมิน จุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค (SWOT) ในมิติของ “ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่น” และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา”

จากการสนทนากลุ่ม ได้ผลการวิเคราะห์ SWOT ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา”

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weak)
<p>ปัจจัยภายใน: ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญในเรื่องอาหารท้องถิ่น ความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจและการตลาด ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะติดต่ออาหารท้องถิ่น การสืบค้น/แสวงหาความรู้เรื่องอาหาร การรวบรวม/จัดเก็บความรู้ เคล็ดลับและเทคนิคต่างๆ การถ่ายทอดความรู้ด้านอาหาร การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี และการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ ๆ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. มีความสนใจ ตั้งใจ และพยายามดำเนินงานธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย 2. มีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ 3. สามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารการตลาด 4. มีความรู้เรื่องอาหารไทยและอาหารนานาชาติ 5. มีการพัฒนาตนเองเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจ 6. มีการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ โดยใช้อินเทอร์เน็ต 7. ใช้วิธีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ทันสมัย 8. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ พ่อครัว/แม่ครัว และพนักงานฝ่ายต่าง ๆ 9. มีการประยุกต์ใช้ความรู้ต่างๆ ในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ผู้ประกอบการไม่มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยาแบบดั้งเดิม 2. ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญของอาหารท้องถิ่น 3. ขาดความรู้ในการเลือกวัตถุดิบ และเคล็ดลับ/วิธีการปรุงที่ถูกต้อง 4. มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นแตกต่างกัน ทำให้รสชาติอาหารดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป 5. เรียนรู้โดยวิธีลองผิดลองถูก “ครูพักลักจำ” ทำให้เคล็ดลับวิชา/เทคนิควิธีการหายไป 6. ขาดการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง ทำให้ความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารท้องถิ่นหลายอย่างกำลังสูญหาย/หายไป 7. ไม่ได้เก็บรวบรวมความรู้ เคล็ดลับและสูตรอาหารต่าง ๆ ไว้ 8. ไม่รู้แหล่งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ไม่แสวงหาความรู้ 9. ไม่ใช่คนไทย/คนท้องถิ่น แต่ใช้ต่างชาติบริการ ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องอาหารท้องถิ่น ไม่สามารถแนะนำนักท่องเที่ยวได้ 10. ทักษะไม่ดีต่ออาหารท้องถิ่น ขาดความมั่นใจ กลัวว่าทำแล้วไม่มีคนกิน 11. ไม่มีความรู้ด้านการตลาด 12. ผู้ประกอบการรุ่นเก่าไม่ได้ใช้เทคโนโลยีเพื่อการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.22 ผลการวิเคราะห์ SWOT ในมิติของ “ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นพัทยา” (ต่อ)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weak)
	13. ไม่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนารายการอาหาร
<p>ปัจจัยภายนอก: สภาวะเศรษฐกิจ แนวโน้มการตลาด การประกอบธุรกิจอาหาร พฤติกรรมการบริโภคอาหาร ประชากร สังคม วัฒนธรรม/ประเพณี อินเทอร์เน็ต สื่อ สิ่งพิมพ์ และการโฆษณา ฯ</p>	
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารไทยขยายตัวมากขึ้น 2. อาหารท้องถิ่นเป็นที่ยอมรับในการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติมากขึ้น 3. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริม สนับสนุนการอนุรักษ์ประเพณี และวัฒนธรรมไทย รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น 4. มีแหล่งเรียนรู้ด้านอาหาร ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารมากมาย 5. มีสมาคม เครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร 6. การใช้เทคโนโลยีสืบค้นและจัดเก็บองค์ความรู้ต่าง ๆ ทำได้สะดวก รวดเร็ว 7. มีครุภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร หลายท่านที่ยินดีให้ความรู้เพื่อสืบทอดสู่คนรุ่นหลัง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สภาพสังคม เศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไปมาก ทำให้มีการแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ 2. ไม่มีการสร้างค่านิยมเรื่องอาหารท้องถิ่น 3. ไม่มีการประชาสัมพันธ์เรื่องราวของอาหารท้องถิ่นให้ผู้บริโภคและนักท่องเที่ยวรับรู้ 4. ไม่มีหน่วยงาน/สถานประกอบการที่ให้การสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านอาหารท้องถิ่น 5. ไม่มีเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับครุภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 6. ไม่มีการจัดการความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็นระบบ

4.2 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลจากโครงการวิจัยย่อย การวิเคราะห์ SWOT และผลการพิจารณาแนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้จากการสนทนากลุ่ม มีกลยุทธ์ย่อยในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร 5 กลยุทธ์ ดังนี้

1) พัฒนาศักยภาพในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. ผู้บริหารเมืองพัทยา ผู้นำชุมชน และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารร่วมวางแผนการบริหารจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ สร้างวิสัยทัศน์ในการจัดการความรู้ และกำหนดเป้าหมายในการจัดการความรู้ที่ชัดเจน

2. สร้างทีมงาน/หน่วยงานผู้รับผิดชอบ โดยกำหนดบทบาท หน้าที่และภารกิจในการดำเนินงานจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา โดยมีผู้บริหารและบุคลากรจากเมืองพัทยาปฏิบัติงานร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ สมาคมภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3. กำหนดแผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการพัฒนา โดยมีนโยบายให้ทุกภาคส่วน ได้มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ เป็นกลไกที่มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นเพื่อพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และสนับสนุน/ส่งเสริมอาหารท้องถิ่นพัฒนาให้มีคุณภาพได้ มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

4. วางระบบการดำเนินงานจัดการความรู้ และจัดทำแผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารให้เชื่อมโยงสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การ พัฒนาเมืองพัทยา

5. พัฒนาบุคลากรในทีมเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการจัดการ ความรู้ภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นของเมืองพัทยา

2) พัฒนาระบบข้อมูลและระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร เมืองพัทยา มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. สร้างฐานข้อมูลสำหรับการจัดเก็บองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร เมืองพัทยาให้เป็นระบบ โดยใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงและ นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว

2. สร้างเครือข่ายฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อสืบค้น สร้างและแสวงหาความรู้ใหม่ได้ อย่างกว้างขวางและรวดเร็ว

3. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยี การเข้าถึง ข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

4. สร้างเว็บไซต์การจัดการความรู้ สำหรับการประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ ภัตตาคาร โดยมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการและผู้สนใจได้แสดงความคิดเห็น ถาม-ตอบปัญหาต่าง ๆ และ ร่วมกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา

5. พัฒนาทักษะและความรู้ด้านเทคโนโลยีสำหรับผู้ประกอบการ และชุมชน/ ผู้สนใจเพื่อการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา

3) พัฒนาระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา มี แนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

1. กำหนดแนวปฏิบัติตามการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมือง พัทยาทุกขั้นตอนให้ครบถ้วนและสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา

2. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการจัดการความรู้ สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

3. สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และธุรกิจที่ เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้เพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นให้ได้ มาตรฐาน

4. สร้างแหล่งเรียนรู้/สถานที่ที่เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ ภัตตาคาร และชุมชนได้แสดงสินค้า อาหารท้องถิ่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และจัดกิจกรรม สาธิตการทำอาหารท้องถิ่นพัทยา

5. จัดกิจกรรมส่งเสริมการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการ เชฟ ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการเพื่อสร้างสังคมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

6. จัดกิจกรรม/ โครงการเพื่อสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทธยาอย่างต่อเนื่อง

7. ตรวจสอบ กลั่นกรององค์ความรู้ต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ และปรับเปลี่ยนความรู้แฝงจากผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้ และครูภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นความรู้ที่ชัดเจน โดยการ บันทึกเป็นเอกสารจัดเก็บไว้ในฐานข้อมูล อาทิ จัดทำมาตรฐานฐานของอาหารท้องถิ่นพัทธยา

8. ติดตามประเมินผลการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ปรับปรุง/แก้ไข และเพิ่มเติมองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นการต่อยอดองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่

9. ใ้รางวัลเชิดชูเกียรติ/ยกย่องครูภูมิปัญญาท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นเมืองพัทธยาเพื่อเป็นต้นแบบให้เยาวชนรุ่นใหม่

10. จัดกิจกรรมสหนาการ การศึกษาดูงานจากสถานประกอบการ/แหล่งเรียนรู้ อื่นๆ เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อประยุกต์ใช้ในการแก้ปัญหาในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร

11. ส่งเสริมผู้ประกอบการให้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยเชิงพื้นที่ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และมีโอกาสเข้าร่วมประสบการณ์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับนักวิจัย

4) พัฒนาแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทธยา มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. จัดระบบการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารในชุมชนเมืองพัทธยาให้เป็นไปตามมาตรฐานแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2. จัดกิจกรรม/บริการให้ทุกคนมีโอกาสเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และใช้ประโยชน์จากแหล่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างคุ้มค่า

3. จัดสรรทรัพยากร งบประมาณเพื่อการพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของทุกชุมชนให้มีคุณภาพ และสามารถจัดกิจกรรมการเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่อง

5) ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดในการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่นเมืองพัทธยา มีแนวทางในการดำเนินงานดังนี้

1. จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและชุมชนได้ตระหนักและเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

2. จัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทธยา

3. จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทธยาสำหรับมัคคุเทศก์และพนักงานบริการร้านอาหาร/ ภัตตาคารเพื่อให้สามารถบอกเรื่องราวของอาหารท้องถิ่นที่ถูกต้อง

4. สนับสนุนส่งเสริมผู้ประกอบการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่น ในด้านงบประมาณ การลงทุน การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ และสถานที่จัดจำหน่าย

5. ให้เครื่องหมาย/ รางวัลเชิดชูเกียรติผู้การประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในท้องถิ่น

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม ได้ให้แนวคิดและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา มีประเด็นสำคัญดังนี้

1) หัวใจสำคัญของการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น คือความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ประกอบด้วย ภาครัฐ (เมืองพัทยา) ผู้ประกอบการ และชุมชน ในการนี้เมืองพัทยาคควรเป็นผู้รับผิดชอบหลัก กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาให้ชัดเจนและดำเนินการอย่างจริงจัง

2) หน่วยงานหลักของเมืองพัทยาที่ควรดำเนินการในเรื่องนี้ คือ ฝ่ายการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม ส่วนงานพัฒนาชุมชน ส่วนงานสาธารณสุข และฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำงานร่วมกันในลักษณะบูรณาการ โดยอาจจะเริ่มต้นจากฝ่ายการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารจากแต่ละชุมชน ส่วนงานพัฒนาชุมชนนำมาพัฒนาต่อยอด ส่วนงานสาธารณสุขร่วมกับเชฟควบคุมคุณภาพและการตลาด และฝ่ายส่งเสริมการท่องเที่ยวทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและผู้บริโภครับรู้

3) บทบาทของชุมชนต้องยกระดับและผลักดันให้คนในชุมชนตระหนักและเห็นคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น ควรมีตัวแทนชุมชนที่จะช่วยสืบหาครุภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และเชิดชูครุภูมิปัญญาท้องถิ่น

4) ฝ่ายการศึกษาฝ่ายการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมควรเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับครุภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารจากทุกชุมชน ร่วมกันจัดทำสูตรมาตรฐานอาหารท้องถิ่นพัทยาและเทคนิคต่างๆ จัดเก็บให้เป็นระบบเพื่อให้เชฟ พ่อครัว/ แม่ครัว หรือผู้สนใจสามารถนำไปใช้ได้สะดวก

5) ปัญหาในการพัฒนาหลังจากได้สูตรมาตรฐานแล้ว คือ จะสนับสนุน/ผลักดันให้ใครเป็นคนทำ ชุมชนต้องคัดสรรคนที่สนใจ/ตั้งใจที่จะทำจริงๆ อาจรวมกันในกลุ่มอาชีพมาเข้ากระบวนการพัฒนาต่อยอด

6) ชุมชนขาดแคลนองค์ความรู้ด้านการตลาด ทำแล้วไม่มีที่จำหน่าย ควรมีสถานที่หรือร้านค้าของชุมชนในการขายอาหารท้องถิ่น

7) ในการสืบสานเรื่องนี้ ที่สำคัญคือ ทุกคนต้องมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (share vision) ที่จะดำเนินงานนี้ต่อไป

8) เมื่อได้สูตรมาตรฐานแล้ว ควรมี “Pattaya Local Food Signature”