

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสาร รวมถึงข้อมูลพื้นฐานต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการวิจัยครั้งนี้ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ สรุปได้ 5 ประเด็น คือ

1. บริบทเมืองพัทยา
2. อาหารท้องถิ่น
3. ความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารและเครื่องดื่ม
4. การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์
5. พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

นำเสนอตามลำดับดังนี้

1. บริบทเมืองพัทยา

“พัทยา” เดิมเป็นหมู่บ้านหนึ่งในตำบลนาเกลือ แขวงบางละมุง จังหวัดชลบุรี ซึ่งในยุคก่อนชาวบ้านเรียกว่า “ทัพพะยา” และต่อมาเรียกใหม่เป็น “พัทธยา” มีทั้งตัว ท.ทหาร และตัว ธ. ธง เนื่องจากเห็นว่าตรงที่บริเวณพระยาตากมาตั้งทัพนั้นทำเลดี มีลมทะเล ชื่อลมพัทธยา คือลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือในต้นฤดูฝน จึงเรียกสถานที่แห่งนี้ว่า “หมู่บ้านพัทธยา” ต่อมาปัจจุบันได้เขียนใหม่เป็น “พัทยา” เหตุการณ์สำคัญของเมืองพัทยาได้เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 29 มิถุนายน 2502 ได้มีรถบรรทุกขนาดใหญ่ของทหารอเมริกันประมาณ 4-5 คัน ได้บรรทุกทหารเต็มคันรถ ประมาณคันละ 100 คน จากนครราชสีมา ซึ่งมีฐานทัพของทหารอเมริกันอยู่ที่นั่นมาที่หาดพัทยา และเข้าบ้านตากอากาศของพระยาสุนทร พัทยาอยู่เป็นประจำ บ้านดังกล่าวอยู่ทางตอนใต้ของหาดพัทยาโดยผลัดกันพักผ่อนเป็นงวดๆ ละ 1 สัปดาห์ และพักอยู่ที่บ้านพักดังกล่าว ด้วยเหตุการณ์เช่นนี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการมาท่องเที่ยวพัทยา และต่อมาพัทยาได้เปลี่ยนจากหมู่บ้านชายทะเลที่สงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศที่ทันสมัย ดังที่เห็นกันอยู่ในปัจจุบัน ก่อนเดือนพฤศจิกายน 2521 พัทยามีฐานะเป็นสุขาภิบาลนาเกลือ ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2499 มีพื้นที่เฉพาะตำบลนาเกลือ ต่อมาได้ขยายเขตไปถึงพัทยาใต้เมื่อปี 2507 มีพื้นที่ในการปกครองดูแลประมาณ 22.2 ตารางกิโลเมตร แต่เนื่องจากพัทยาได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ หน่วยการปกครองที่เป็นสุขาภิบาลอยู่เดิมไม่อาจจะบริหารงาน และให้บริการได้ทันกับความเจริญอย่างรวดเร็วได้ รัฐบาลจึงยุบสุขาภิบาลนาเกลือและตราพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการเมืองพัทยา พ.ศ. 2521 ขึ้นจัดตั้งเป็น “เมืองพัทยา” เป็น

รูปแบบการปกครองท้องถิ่น รูปแบบพิเศษ (City manager) ระบบผู้จัดการเมือง และให้เมืองพัทยามีฐานะเทียบเท่าเทศบาลนคร (สภาเมืองพัทยา, ม.ป.ป.)

พัทยาได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวตากอากาศชายทะเลที่มีชีวิตและสีสันของความเป็นเมืองมีความหลากหลายมีความพร้อมในตัวเอง มีบริบทของการท่องเที่ยวที่มีขอบเขตกว้างกว่าการเป็นเพียงแค่ตัวเมือง พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความครบครัน มีกิจกรรมหลากหลายทั้งกีฬาทางน้ำ กีฬาทางบก เครื่องเล่น สวนสนุก แหล่งช้อปปิ้ง และแหล่งบันเทิง “พัทยา” มีโรงแรมที่พักเป็นจำนวนมากตั้งแต่ระดับบนจนถึงระดับล่าง และ “เป็นเมืองที่มีสีสัน” โดยเอกลักษณ์ของเมืองพัทยาที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก คือ การท่องเที่ยวของ “พัทยา” ตั้งอยู่บนความหลากหลายของกิจกรรมความบันเทิง อีกทั้งยังมีจุดเด่นที่ได้รับฉายาให้เป็น “เมืองแห่งสีสันที่ไม่เคยหลับใหล” และเป็นศูนย์กลางความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ “พัทยา” ยังมีจุดเด่นด้านการนำเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความชื่นชอบกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ “การท่องเที่ยวเชิงผสม” ทั้งการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาพักผ่อนตากอากาศริมชายหาด หรือใช้เวลาไปกับกิจกรรมทางน้ำ ในขณะเดียวกัน เมืองพัทยายังมีความพยายามสร้างสรรค์นำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรคกิจกรรมที่สามารถทำได้ทุกวัน หรือการสร้างกิจกรรมขึ้นมาแบบเฉพาะกิจเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่างๆ ด้วย

1.1 เขตพื้นที่เมืองพัทยา

พัทยาทั้งตั้งอยู่บนฝั่งทะเลทางทิศตะวันออกของอ่าวไทย ซึ่งห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 140 กิโลเมตร และห่างจากสนามบินดอนเมืองประมาณ 160 กิโลเมตร ซึ่งพัทยาแบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน (สภาเมืองพัทยา, ม.ป.ป.)

1) **พัทยาเหนือ** ในอดีตก่อนที่นาเกลือจะเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เคยเป็นแหล่งอุตสาหกรรมมาก่อน อาชีพหลักของชาวนาเกลือ คือ การทำนาเกลือ จึงทำให้มีกลิ่นอายของบ้านเรือนโบราณอยู่ในปัจจุบัน ที่นาเกลือ คุณยังคงจะได้เจอบ้านเรือนเก่าๆ ที่ทำด้วยไม้ ถนนสายแคบๆ ร้านก๋วยเตี๋ยวท้องถิ่น และเรือหาปลา บรรดาบ้านเรือนที่สร้างอยู่เหนือ แอ่งน้ำดูเหมือนกันภาพวาดเมื่อเดินไปตามถนนก็จะพบกับร้านขายของหัตถกรรมซึ่งเป็นหัตถกรรมของท้องถิ่น แต่เมื่อไปถึงวงเวียนปลาโลมา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของการเริ่มต้นถนนเลียบชายหาดอาณาเขตพัทยาเหนือ สิ่งแวดล้อมก็จะดูแตกต่างจากนาเกลือไปอย่างสิ้นเชิง บรรดาโรงแรม บ้านพัก และร้านอาหารถูกสร้างขึ้นมากมายติดกับถนนเลียบชายหาด และที่นี่คุณยังสามารถเดินเล่น ใต้ร่มต้นปาล์มไปตามทางเดินเท้าเลียบชายหาด ที่เพิ่งสร้างเสร็จไปยังส่วนของพัทยา ที่เป็นที่รู้จักกันดีว่าถนนสองสายสองพัทยา ซึ่งมีโรงแรม แหล่งช้อปปิ้ง คลับ บาร์ และสำนักงานตำรวจท่องเที่ยวตั้งอยู่

บริเวณพัทยาเหนือในอดีตเคยเป็นแหล่งชุมชนและอุตสาหกรรมมาก่อน อาชีพหลักของผู้คนแถบนี้คือ การทำนาเกลือและการประมง จึงทำให้มีบรรยากาศของความเก่าแก่หลงเหลืออยู่ บ้านเรือนโบราณ การเป็นอยู่แบบเรียบง่ายตลอดถนนสายนาเกลือ-พัทยา จนถึงบริเวณวงเวียนปลาโลมาซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของถนนเลียบชายหาดซึ่งยาวไปจนถึงพัทยาใต้ ในส่วนของพัทยาเหนือนี้

แตกต่างจากบริเวณนาเกลือ โรงแรม บ้านพัก สถานบันเทิง ร้านอาหาร ถูกสร้างขึ้นมากมายริมถนนเลียบชายหาด อีกทั้งสามารถเดินเล่นไปตามทางเท้าริมถนนเลียบชายหาดได้อีกด้วย พัทยาเหนือมีสถานที่น่าสนใจมากมาย เช่น ทิวฟานีโชว์ อัลคาร์ซาคาบาเร่ต์ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้ออาหารทะเลสดๆ และแปลกๆ สามารถมาหาซื้อได้ที่ตลาดนาเกลือ และนอกจากนี้ ย่านตลาดนาเกลือยังได้รับการจัดให้เป็นย่านชุมชนโบราณอีกด้วย

2) พัทยากลาง มีขนาดพื้นที่เล็กกว่าพัทยาเหนือ โรงแรมส่วนมากไม่ได้มีขนาดใหญ่ ร้านอาหารต่างๆ ก็จะมีขนาดเล็กกว่าแถบอื่นๆ พื้นที่นี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นของพัทยาบาร์เบียร์ หรือบาร์เปิด (Open air) นอกจากนี้ยังมีร้านขายเสื้อผ้า และบาร์อะโกโก้มากมาย สำนักงานตำรวจพัทยาและสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองก็อยู่ที่นี้เช่นกัน รอยัลการ์เด้น พลาซ่า (Royal garden plaza) และไมค์เพลส (Mike's place) ซึ่งเป็นสองห้างสรรพสินค้าหลักที่ตั้งอยู่พัทยากลางนี้เช่นกัน ที่นี้ยังมีตรอกซอยเล็กๆ มากมาย โดยมีซอยไปรษณีย์ และซอยพัทยาแลนด์ 1 2 และ 3 เป็นหลัก สำนักงานตำรวจท่องเที่ยวตั้งอยู่ที่ถนนเลียบชายหาดใกล้ๆ กับแยกพัทยาใต้ "วอล์คกิ้ง สตรีท" ซอยต่างๆ จะพาคุณสู่ถนนสายสอง ซึ่งมีบาร์ ร้านอาหาร และร้านอุปกรณ์ดำน้ำเล็กๆ สองร้าน ที่นี้ยังมีโรงแรมและเกสเฮาส์เล็กๆ ที่เสนอราคาที่พักแบบสมเหตุสมผล

พัทยากลางนั้นโรงแรมส่วนมากจะมีขนาดไม่ใหญ่มาก แต่จะได้พบกับบาร์เบียร์ร้านขายเสื้อผ้า และบาร์อะโกโก้มากมาย บริเวณถนนเลียบชายหาดมีสถานีตำรวจพัทยาและสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง รวมถึงห้างสรรพสินค้าอาทิ รอยัลการ์เด้น พลาซ่า ห้างไมค์ชอปปีงมอลล์ และเซ็นทรัลเฟสติวัล พัทยา บีช ซึ่งเป็นห้างสรรพสินค้าริมหาดที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน

3) พัทยาใต้ ถนนพัทยาใต้โค้งมากจากถนนเลียบชายหาด แหล่งชุมชนแถบนี้ถูกเรียกว่า "วอล์คกิ้ง สตรีท (Walking street)" เขตเดินเท้านี้เพิ่งสร้างเสร็จเมื่อไม่นานมานี้ จะนำนักท่องเที่ยวไปยังร้านค้าเล็กๆ มากมาย ซึ่งบริการร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายเครื่องกีฬา ร้านขายเครื่องประดับ และร้านขายของที่ระลึก ที่นี้ยังมีบาร์มากมาย และยังมีร้านอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่จะสร้างยื่นลงไปทะเลเพื่อเพิ่มบรรยากาศในการรับประทานอาหาร พัทยาใต้นั้นเก่าแก่และดูวุ่นวายกว่าส่วนอื่นๆ ของเมืองพัทยา พื้นที่เขตนี้สามารถเดินทะเลสู่โรงแรมสยามเบย์ชอร์ (Siam bayshore) และถนนอัฐจินดา ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเขตแดนเมืองพัทยาใต้ไปตามซอยเล็กๆ จะนำสู่ถนนพระตำหนักซึ่งเป็นด้านหลังของพัทยา และนำไปสู่ถนนพัทยาสายสอง

4) หาดจอมเทียน พื้นที่ของหาดจอมเทียนถูกแบ่งจากส่วนอื่นๆ ในเมืองพัทยาด้วยเนินเขาด้านหลังของพัทยาใต้ เมื่อขับรถผ่านเนินเขา และผ่านพระพุทธรูปใหญ่ รวมทั้งโรงแรมรอยัลคลิฟ ก็จะลงมาสู่หาดที่ค่อนข้างเงียบ ซึ่งหาดนั้นก็คือหาดจอมเทียน ชายหาดนี้เป็นสถานที่ที่เป็นที่นิยมของกีฬาทางน้ำ เนื่องจากพื้นที่แถวนี้มีอากาศที่บริสุทธิ์ ซึ่งถูกพัดมาจากอ่าวไทย และทะเลที่หาดนี้ยังมีความคึกคักของเรือน้อยกว่าที่อ่าวพัทยา นอกจากนี้หาดจอมเทียนยังเป็นที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจโดยการอาบแดด มีทางเล็กๆ ซึ่งมีแหล่งช้อปปิ้ง บาร์เบียร์ มีโรงแรมที่มีหาดส่วนตัว บังกะโล คอมเพล็กซ์ คอนโดมิเนียม และร้านอาหารหาดจอมเทียน โดยมีหาดสีเทาเป็นเอกลักษณ์

1.2 การพัฒนาเมืองพัทยา

การพัฒนาเมืองพัทยาอย่างยั่งยืนมีแนวทางพัฒนาเมืองน่าอยู่และชุมชนน่าอยู่อย่างยั่งยืนของคณะกรรมการพัฒนาเมืองแห่งชาติมี 3 ด้าน คือ ความน่าอยู่ ความมีประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจของเมืองและชุมชน และความเป็นประชารัฐ เป้าหมายรวมในการจัดทำแผนพัฒนาเมืองให้เป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน มุ่งให้ประชาชนมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีสภาพแวดล้อมของเมืองที่ดี และประชาชนในเมืองพัทยาได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเมืองพัทยาให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสากลและศูนย์กลางธุรกิจการค้าและบริการในระดับนานาชาติ การพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (เมืองพัทยา, ม.ป.ป.) มีดังนี้

1) การพัฒนาเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน

1.1) ปรับปรุงและพัฒนาลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของเมืองพัทยา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะระบบสาธารณสุขูปโภคและสาธารณูปการในการให้บริการแก่ประชาชนอย่างเพียงพอทั่วถึงและได้มาตรฐาน รวมทั้งการพัฒนาสภาพการใช้ที่ดิน สิ่งแวดล้อม โดยปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรมของเมืองให้เหมาะสมและมีความน่าอยู่เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือท่องเที่ยวตลอดไป

1.2) ส่งเสริมให้ประชาชนเมืองพัทยามีฐานะทางเศรษฐกิจมั่นคงและสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น รวมทั้งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านธุรกิจการค้าและการประกอบการของประชาชนเมืองพัทยา

1.3) พัฒนาสุขภาพอนามัยของประชาชนเมืองพัทยาให้มีความแข็งแรงสมบูรณ์ และพัฒนาการศึกษาให้มีประสิทธิภาพอันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในเมืองพัทยา

1.4) ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้ได้มาตรฐาน เป็นที่รู้จักและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวตลอดไป

1.5) เพิ่มประสิทธิภาพในด้านระบบการบริหารการจัดการและการคลังของเมืองพัทยาในการให้บริการประชาชน และสามารถพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.6) ให้ประชาชนได้เข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นกับหน่วย งานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเมืองพัทยา

2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา

2.1) พัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ มีแนวชายหาดที่ใช้เป็นสถานที่พักผ่อนตากอากาศยาวติดต่อกันถึง 12 กิโลเมตร

2.2) พัทยาเป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ ธนาคาร ธุรกิจบริการและพาณิชยกรรมระดับภาค

2.3) พัทยาเป็นเมืองศูนย์กลางบริการและท่องเที่ยวสำหรับโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก (อีสเทิร์นซีบอร์ด)

2.4) พัทยาเป็นเมืองศูนย์กลางทางการคมนาคมและโทรคมนาคมระดับภาค

- 2.5) พัทยาเป็นเมืองศูนย์กลางทางการศึกษาทุกระดับ
- 2.6) พัทยาเป็นเมืองที่มีระบบสาธารณสุขปโภค สาธารณูปการที่สมบูรณ์แบบเอื้อประโยชน์ต่อการผลิตการลงทุนและการท่องเที่ยว
- 2.7) พัทยาเป็นเมืองที่มีระบบการบำบัดน้ำเสียและการกำจัดขยะที่มีประสิทธิภาพ
- 2.8) พัทยาเป็นเมืองที่มีรูปแบบและระบบการปกครองที่เอื้อต่อการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจน
- 2.9) พัทยาเป็นเมืองศูนย์กลางการกีฬาและศูนย์กลางการแข่งขันกีฬาทางน้ำทั้งในระดับประเทศและระดับโลก
- เมืองพัทยาได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติที่น่าอยู่ของคนทั้งโลก โดยมุ่งเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีศักยภาพ มีแบบแผนในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยประชาชนมีส่วนร่วมคิดร่วมทำในการพัฒนาเมืองพัทยาอย่างโปร่งใส”

2. อาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่นไทยเป็นอีกหนึ่งภูมิปัญญาอันปราดเปรื่องของชาวไทยโบราณซึ่งไม่เพียงแต่มีรสชาติที่อร่อยกลมกล่อม หลากหลายรส แต่ยังเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของคนไทยในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเกิดจากการคัดสรรวัตถุดิบที่มีอยู่ตามธรรมชาติที่รายล้อมอยู่รอบตัวมาผสมผสานปรุงแต่งรสกับส่วนผสมอื่นๆ จนได้เป็นรายการอาหารประจำถิ่นที่มีความอร่อย และเต็มไปด้วยคุณค่าต่อร่างกาย ซึ่งทุกคนให้การยอมรับว่าเป็นรายการอาหารประจำท้องถิ่น สำหรับส่วนผสมสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับครัวไทย คือ พืชผักที่จัดว่าเป็นสมุนไพรของแต่ละท้องถิ่นที่มีกลิ่นและรสชาติเฉพาะ เป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มกลิ่นหอมและรสชาติที่ร้อนแรงทำให้อาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะและยังมีสรรพคุณทางยาจนเป็นที่รู้จักของชาวโลก ถึงแม้ว่าชาวไทยจะนิยมบริโภคผักสมุนไพร แต่มิได้หมายความว่าอาหารไทยทุกเมนูจะมีรสชาติร้อนแรงไปด้วยกลิ่นที่จัดจ้านของเครื่องเทศ เพราะอาหารไทยมีความหลากหลายของประเภทอาหารและรสชาติ อีกทั้งรูปแบบของวัฒนธรรมการกินของชาวไทยจะรับประทานอาหารเป็นสำรับ จึงทำให้เกิดสุนทรียภาพในการรับประทานอาหารที่ผสมผสานเข้ากันได้อย่างลงตัวและรสชาติที่กลมกล่อมในอาหารแต่ละชนิด สำหรับอาหารหรือกับข้าวของชาวไทยแต่ละท้องถิ่นจะแตกต่างกันไปตามเผ่าพันธุ์ ธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน อันเป็นผลมาจากความแตกต่างของลักษณะทางภูมิศาสตร์และสภาพดินฟ้าอากาศ ทำให้มีชนิดของพืชพันธุ์ สมุนไพร หรือสัตว์ ที่นำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการปรุงแต่งอาหารมีความแตกต่างกันไป จากความแตกต่างเหล่านี้ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ สำหรับรายการอาหารไทยยอดนิยมของชาวไทยและชาวต่างประเทศ อาจมีบางเมนูที่เหมือนหรือแตกต่างกันไปตามเชื้อชาติและวัฒนธรรม ดังนั้นในการประกอบอาหารไทยเพื่อให้ได้รับความนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและวัฒนธรรมของผู้บริโภคอาหาร เนื่องจากอาหารไทยเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์ผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรมและมีรสชาติที่กลมกล่อม โดยส่วนประกอบอาหาร

มักประกอบด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศที่มีคุณค่าทางเภสัชวิทยา อีกทั้งรูปลักษณ์ของอาหารไทย ต้องมีความสวยงามเป็นทั้งอาหารตาและอาหารปาก รวมถึงมีการจัดรายการอาหารแต่ละจาน ด้วยความหลากหลายในชุดสำหรับแต่ละมื้อและต้องเข้าชุดกันได้อย่างกลมกลืน (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา, 2555)

2.1 การจำแนกประเภทอาหารท้องถิ่นของคนไทย

การจำแนกประเภทอาหารท้องถิ่นของคนไทย (ทัศนีย์ โรจนไพบุลย์, 2539) อาหารไทยสามารถจำแนกออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1) **ข้าว** คนไทยนิยมรับประทานข้าวเป็นอาหารหลัก โดยข้าวที่นิยมรับประทานแบ่งเป็น 2 ชนิด คือ ข้าวเจ้า (Rice) และข้าวเหนียว (Glutinous rice) ข้าวทั้ง 2 ชนิดมีวิธีหุงต้มที่ต่างกัน ทั้งนี้เพราะมีองค์ประกอบที่ต่างกัน ข้าวที่มีปริมาณอะมิโลสต่ำ เมื่อหุงเป็นข้าวสุกแล้วจะนุ่มเหนียว เช่น ข้าวหอมดอกมะลิ ข้าวนายพลเบอร์ 1 ข้าวนางมด ข้าว กข.15 ส่วนข้าวที่มีอะมิโลสสูงเมื่อหุงเป็นข้าวสุกแล้วจะร่วนและแห้ง เช่น ข้าวเหลืองปะทิว ข้าวเล็บมือนาง 111 ข้าว กข.1 ดังนั้นการหุงข้าวเจ้าจึงต้องใช้น้ำมากกว่าการหุงต้มข้าวเหนียว ข้าวนอกจากกินให้อิ่มท้องแล้ว ในข้าวยังมีคุณสมบัติทางโภชนาการและทางสมุนไพรดังนี้ คือ ทางโภชนาการ มีสารคาร์โบไฮเดรต ช่วยให้เกิดพลังงาน ส่วนเยื่อหุ้มเมล็ดมีวิตามินบีช่วยป้องกันไม่ให้เป็นโรคเหน็บชา ทางสมุนไพร น้ำข้าวใช้เป็นยาเย็นแก้อาการอักเสบภายใน

2) **กับข้าว** กับข้าวของคนไทยแต่ละภาคจะมีความแตกต่างกันไป ในที่นี้ขอใช้อาหารของคนภาคกลางเป็นหลักในการแบ่งหมวดหมู่ เนื่องจากข้าวเจ้าเป็นอาหารหลักของคนภาคกลาง ฉะนั้นรสชาติและลักษณะของกับข้าวหรืออาหารภาคกลางจึงปรับให้เหมาะสมสำหรับกินกับข้าวเจ้า คืออาหารประเภทแกงเพื่อช่วยให้กินข้าวได้อร่อยขึ้น คนไทยจะกินอาหารแบบจัดสำหรับ ซึ่งประกอบด้วยกับข้าวหลายอย่างที่อาจแบ่งออกเป็น 6 ประเภท คือ แกง ยำและพล่า เครื่องจิ้ม ผัด อาหารจาน และของแนม มีลักษณะแตกต่างกันดังนี้

2.1) **แกงหรือต้มแกง** แกง หมายถึง กับข้าวประเภทที่เป็นน้ำมีชื่อต่างๆ กันตามเครื่องปรุงและวิธีปรุง แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ (1) แกงที่ต้องโคลก และต้องใส่พริกลงในเครื่องแกงนั้นๆ แกงในกลุ่มนี้ได้แก่ แกงส้ม แกงคั่ว แกงเผ็ด แกงเขียวหวาน ชื่อของแกงจะแบ่งตามประเภทเครื่องแกงและจะนำไปแกงกับผักหรือเนื้อสัตว์ชนิดใดก็ได้โดยใช้ชื่อเนื้อสัตว์หรือผักนั้นขยายชื่อแกงเพิ่มขึ้น เช่น แกงเขียวหวานปลาตุ๊ก แกงเขียวหวานเนื้อ เป็นต้น (2) แกงที่ต้องโคลกเครื่องแกงเป็นเครื่องปรุงรสน้ำแกงแต่ไม่ใส่พริก น้ำแกงใช้น้ำเปล่ามีบางตำหรับเท่านั้นใช้น้ำกะทิ แกงในกลุ่มนี้ได้แก่ แกงเลียง แกงต้มกะทิ แกงต้มส้ม เป็นต้น (3) แกงที่ไม่ต้องใช้เครื่องโคลกเป็นเครื่องปรุงรสน้ำแกง ได้แก่ แกงต้มโคล้ง แกงต้มยำ แกงต้มจืด การทำแกงต้มจืดบางชนิดจะใช้รากผักชี พริกไทย กระเทียม ปรุงแต่งกลิ่นรสเพื่อให้เกิดกลิ่นหอมชวนกินยิ่งขึ้นจึงนิยมโคลกรวมกันจนแห้งเสียก่อน

2.2) ยำและพล่า

ยำ ประกอบด้วยเครื่องปรุงหลัก เครื่องปรุงประกอบ และเครื่องปรุงรสหรือน้ำปรุงรสแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (1) น้ำปรุงรสที่ประกอบด้วย น้ำปลา น้ำมะนาว หรือน้ำส้มสายชู น้ำตาลผสมกับพริกขี้หนูสดซอยหรือบด (2) น้ำปรุงรสที่ใช้น้ำพริกเผา น้ำมะนาว น้ำปลา

น้ำตาล ยาตำหรับที่ใช้ น้ำพริกเผาจะใช้มะพร้าวคั่ว หัวกะทิ หอมเจียวหรือกระเทียมเจียว (3) น้ำปรุงรสที่ใช้เครื่องพริกแกงคั่ว เพิ่มผิวมะกรูด รากผักชี ผักกับกะทิปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล น้ำมะขามเปียกให้มีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เผ็ดเช่นกัน รัตบนผัก มีงาคั่วและหอมเจียวช่วยแต่งกลิ่นอาหารที่นำมายำอาจเป็นเนื้อสัตว์ที่หุงต้มสุกแล้วหรือผักสดหรือผักต้ม ชื่อของยำจะเรียกตามอาหารที่ใช้เป็นหลักในการยำ เช่น ยำถั่วพู ยำหัวปลี ยำใหญ่ ยำหัวหมู ยำปลาทุ การยำจะนำเครื่องปรุงทุกอย่างทั้งเครื่องปรุงหลักเครื่องปรุงประกอบและเครื่องปรุงรสมาเคล้าเข้ากันใส่ผักชูกลิ่น เช่น ผักชี หอมขอย ตะไคร้ขอย สะระแหน่ ขึ้นฉ่าย ผักชีดอย อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างก็ได้

พลา วิธีการทำเช่นเดียวกับยำ เนื้อสัตว์ที่นำมาพลา นิยมใช้เนื้อดิบ หรือ สุกๆ ดิบๆ หรือสุกก็ได้ ผักไม่ค่อยนิยมนำมาปรุงเป็นพลาใช้เครื่องปรุงรสคล้ายคลึงกับยำ แต่รสของพลาจะเปรี้ยว เค็ม เผ็ดจัด ไม่ค่อยใช้รสหวาน ผักชูกลิ่นจะใช้ตะไคร้ หอม สะระแหน่ มากเพื่อช่วยดับคาว

2.3) เครื่องจิ้ม เป็นกับข้าวที่มีรสจัดทั้งเผ็ดและเค็ม น้ำพริกของภาคกลางจะมีรสเปรี้ยวและหวานด้วย เนื่องจากเครื่องจิ้มมีรสจัดจึงทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้ร่างกายหลั่งน้ำย่อยออกมาช่วยให้อินซูลินได้ร่อยขึ้น เครื่องจิ้มแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) น้ำพริก หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเหลว ค่อนข้างเหลวหรือค่อนข้างแห้งก็ได้ โดยนำเอาเครื่องปรุงต่างๆ มาตำรวมกันหรือคลุกรวมกัน ปรุงให้ได้รส เปรี้ยว เค็ม เผ็ด หรือบางตำหรับต้องมีรสหวานด้วย ตักใส่ถ้วยเสิร์ฟพร้อมกับผักสด ผักต้มหรือผักดอง ผักชุบไข่หรือแป้งทอดตามความเหมาะสม (2) น้ำพริกผัด หมายถึง น้ำพริกที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวจนถึงลักษณะค่อนข้างแห้งมีเนื้อสัตว์ดิบเป็นเครื่องปรุงรวมอยู่ด้วยจึงต้องผัดให้สุกก่อนเสิร์ฟ นิยมใช้เป็นน้ำพริกคลุกข้าวกินกับผักสด ผักต้มหรือผักทอด เช่น น้ำพริกมะขามเปียกผัด (3) หลน หมายถึง เครื่องจิ้มที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวได้จากการนำอาหารที่จะหลน เช่น เต้าเจี้ยว เต้าหู้ยี้ ปลาเค็ม กุ้ง หมูสับ ปลาร้า ปลาเจ่า ปูเค็ม เค็มหมากนัตนำมาตำกับกะทิ แต่งกลิ่นด้วยหัวหอมขอยและพริกชี้ฟ้าทั้งเม็ดปรุงรสให้เค็มหวานน้อยเสิร์ฟกับผักสด (4) เครื่องจิ้มเบ็ดเตล็ด หมายถึง เครื่องจิ้มที่ไม่อาจจัดรวมเข้ากับ 3 กลุ่มแรกได้ เพราะทั้งเครื่องปรุงและวิธีทำแตกต่างกันไป เช่น น้ำปลาหวาน แสร้งว่า ไตปลาปรุง หอยดองปรุง ปลาร้าสับ (5) น้ำจิ้ม หมายถึง การนำเครื่องปรุงผสมรวมกันให้เกิดรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เปรี้ยว เค็ม เผ็ดหรือเค็มเผ็ด หรือเค็มหวาน อย่างใดอย่างหนึ่งใช้สำหรับเป็นเครื่องจิ้มให้อาหารอื่น ๆ มีรสชาติอร่อยยิ่งขึ้น

2.4) กับข้าวประเภทผัด ผัด หมายถึง การทำอาหารต่างๆ ให้สุกโดยใช้ น้ำมัน หรือน้ำกะทิเป็นสื่อความร้อน โดยใส่อาหารที่จะผัดลงในกระทะที่มีน้ำมันหรือน้ำกะทิที่ตั้งไฟจนร้อนจัดแล้วพลิกกลับไปมาจนสุกตามต้องการ การผัดแบ่งออกได้ ดังนี้ (1) ผัดที่ไม่มีรสเผ็ด ได้แก่ ผัดผักสด ผัดผักสดกับเนื้อสัตว์ ผัดเนื้อสัตว์ล้วน (2) ผัดที่มีรสเผ็ด หมายถึง ผัดที่ใช้เครื่องน้ำพริกแกงบางชนิดหรือเครื่องน้ำพริกที่โขลกขึ้นเฉพาะอย่างจะใช้เนื้อสัตว์เป็นหลักมีพืชผักประกอบ (3) ผัดเบ็ดเตล็ด เช่น ผัดเปรี้ยวหวาน ผัดวุ้นเส้น ผักกระเพาะปลา ผัดปลาแห้ง ผัดกระท้อน ผัดลูกสมอ และผัดกะทิ เป็นต้น

2.5) อาหารจานหรืออาหารเบ็ดเตล็ด อาหารประเภทนี้เป็นอาหารที่ช่วยเสริมให้อาหารอื่นๆ ในสำรับให้มีรสกลมกล่อมดียิ่งขึ้น อาหารจานแบ่งกลุ่มได้ตามวิธีการหุงต้มดังนี้ คือ งบ เจียน ทอด ต้ม และลวก หมกและนึ่ง เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องเคียงในสำรับด้วย

เครื่องเคียง หมายถึง อาหารชนิดใดชนิดหนึ่งที่ช่วยเสริมให้อาหารในสำรับนั้น มีรสชาติอร่อยยิ่งขึ้นขณะที่บริโภค เช่น ในสำรับกับข้าวใช้แกงเผ็ดเป็นหลัก และมีอาหารอื่นๆ คือ

แกงจืด ผัด ยำ เครื่องจิ้ม เป็นอาหารร่วมสำหรับ หากเพิ่มอาหารที่มีรสที่มีรสที่ช่วยคลายความเผ็ดของแกงเผ็ดลงได้ เช่น หมี่กรอบ ก็จะทำให้ผู้บริโภค บริโภคอาหารสำหรับนั้นได้อย่างมีรสชาติยิ่งขึ้น (รสหวานของหมี่กรอบช่วยลดความเผ็ดลงได้ ขณะเดียวกันลักษณะสัมผัสที่ต่างก็ช่วยกระตุ้นไม่ให้รู้สึกเรียบเฉยขณะกำลังกินอาหาร)

2.6) ของแถม หมายถึง อาหารชนิดใดชนิดหนึ่งที่ช่วยให้อาหารอีกชนิดหนึ่งมีรสชาติดีขึ้น ประกอบด้วย (1) อาหารที่ทำหน้าที่แถม เช่น ไข่เจียว ปลาหนึ่งทอด ปลาเค็มทอด ปลาตุ๋นอย่าง กุ้งเผา กุ้งเค็ม เนื้อเค็มฝอย ถั่วลิสงทอด ผักดองน้ำส้ม ไข่เค็ม อาจาด หัวผักกาดเค็มยำ (2) อาหารที่กินกับของแถมแล้วอร่อยขึ้น เช่น แกงส้ม น้ำพริกกะปิ แกงเผ็ด แกงคั่ว น้ำปลาทูหวาน ชุดข้าวมันส้มตำ แกงเผ็ดไก่ แกงมัสมั่น แกงกะหรี่ ทอดมัน แกงขี้เหล็ก

3) อาหารจานเดียว หมายถึง อาหารคาวที่ไม่ต้องจัดเสิร์ฟเป็นสำหรับ ประชุมเสร็จได้ในเวลาสั้นๆ กินได้สะดวกรวดเร็วไม่เสียเวลาในการกินมากเหมือนการกินอาหารเป็นสำหรับเพราะอาหารนั้นปรุงรวมอยู่ในจานเดียวกันครบถ้วนทั้ง 5 หมู่ แต่คนไทยเราใช้อาหารจานเดียวเสิร์ฟกันมานานแล้วในรูปของข้าวราดแกง ขนมจีนน้ำยา ขนมจีนซาวน้ำ ข้าวยา ข้าวคลุก ข้าวผัด เป็นต้น

4) อาหารหวาน/ของหวาน/ขนม ใช้เสิร์ฟหลังจากกินอาหารคาวเสร็จแล้ว เพื่อให้ขนมมีกลิ่นหอมหวานและสีสวยจึงมีการอบรำขนมที่สุกแล้วหรืออบน้ำและแป้งที่ใช้ทำขนมด้วยกลิ่นหอมของดอกไม้ เช่น มะลิ ใบเตยหอม ส่วนสีก็เติมน้ำคั้นจากพืชที่ให้สี เช่น ใบเตยหอม ดอกอัญชัน เป็นต้น นอกจากข้าว น้ำตาลและมะพร้าวแล้วขนมไทยอาจจะใช้พืชอื่นๆ มาปรุงเป็นขนมได้ เช่น เผือก มัน แห้ว ประเภทของขนมแบ่งได้เป็น

4.1) แบ่งตามรสของขนม (1) ประเภทของหวาน เช่น ทองหยิบ ทองหยอด (2) ประเภทหวานมัน เช่น สังขยา ข้าวเหนียวแก้ว มะพร้าวแก้ว (3) ประเภทมันเค็ม เช่น ข้าวต้มผัดไส้กล้วย ข้าวเหนียวมูนหน้าปลาแห้ง (4) ประเภทน้ำ เช่น กล้วยบวชชี ขนมบัวลอย ซ่าหริ่ม (5) ประเภทผลไม้ เป็นผลไม้สดตามฤดูกาล

4.2) แบ่งตามวิธีการทำ (1) ขนมกวน เช่น ขนมอาลัว กะละแม ลูกชุบ (2) ขนมฉาบ เช่น กล้วยฉาบ เผือกฉาบ มันฉาบ (3) ขนมแช่อิ่ม เช่น สับปะรดแช่อิ่ม มะม่วงแช่อิ่ม รากสามสิบแช่อิ่ม (4) ขนมเชื่อม เช่น กล้วยน้ำว้าเชื่อม รากบัวเชื่อม มันเชื่อม (5) ขนมต้ม เช่น ขนมต้มขาว ขนมต้มแดง ขนมถั่วแปบ (6) ขนมทอด เช่น ขนมฝักบัว ขนมสามเกลอ ขนมไข่หงส์ (7) ขนมปั้น เช่น ขนมถั่วฝักยาว ขนมลอดช่องม่วง ขนมชั้น (8) ขนมปั้น เช่น ขนมทองม้วน ขนมครก ขนมจาก (9) ขนมอบ ขนมผิง เช่น ขนมดอกท้อดวน ขนมผิง ขนมดินสอดทอง (10) ขนมลอยแก้ว เช่น กระท้อนลอยแก้ว ลางสาดลอยแก้ว ส้มลอยแก้ว สลอลอยแก้ว (11) ขนมแกงบวด เช่น กล้วยบวชชี มันแกงบวด เป็นต้น

5) อาหารว่าง หมายถึง อาหารที่ใช้สำหรับเสิร์ฟระหว่างมื้ออาหาร เพื่อรองท้องก่อนถึงเวลาอาหารในมื้อปกติเพื่อแก้หิว แบ่งออกเป็น (1) อาหารว่างเช้า (coffee break) (2) อาหารว่างบ่าย (afternoon tea/snack) (3) อาหารว่างมื้อดึก (supper)

2.2 อาหารท้องถิ่นพืชยา

อาหารท้องถิ่นของไทย เป็นการใช้วัตถุดิบที่มีความแตกต่างและลักษณะเฉพาะ ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นที่มีความหลากหลายทางภูมิประเทศ ภูมิอากาศ พืชพรรณไม้ที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้อาหารท้องถิ่นของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็น ภูมิภาคที่มีพื้นที่ติดกับทะเลกว้างใหญ่มีอาหารทะเลตลอดทั้งปี ดังนั้นจึงเกิดอาหารท้องถิ่นที่ ผสมผสานระหว่างวัตถุดิบจากทะเล ที่นำมาทำอาหารทะเลสด และแปรรูป ผสมรวมกับผักและผลไม้ ประกอบกับวัฒนธรรมอาหารของคนจีน อาหารท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว ซึ่งทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมการกิน วัฒนธรรมอาหารประจำท้องถิ่น (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุลศิริมา, 2555)

อาหารท้องถิ่นพืชยา หมายถึง อาหารต่างๆ ที่ประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้หรือที่มี อยู่ในบริเวณเขตพื้นที่พืชยานำมาหุงต้มเพื่อใช้เป็นอาหาร และได้ปฏิบัติสืบต่อกันมาหลายชั่วอายุคน จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการกินของคนไทยและยอมรับเป็นอาหารของชาวพืชยาในที่สุด อาหารท้องถิ่น พืชยา ถือว่าเป็นอาหารประจำของชาวพืชยา ที่มีการสั่งสมถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง จนเป็นเอกลักษณ์ ประจำเมืองพืชยา มีการปรุงอย่างประณีต บรรจง นอกจากจะเป็นอาหารเพื่อกินให้อิ่มแล้วยังเป็น อาหารตา เพราะมีความสวยงามทั้งรูปลักษณ์ และสีสันทันทีความเฉพาะตัวโดยมีลักษณะแตกต่างกันไป ตามแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นอาหารพืชยาจึงถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของไทยอีกอย่างหนึ่ง ที่มีการ ปรุงแต่งที่มีวิธีการปรุงที่เป็นลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับอาหารไทยพื้นบ้านของชาวบ้าน ทั่วไป การปรุงแต่งอาหารแต่ละอย่างจะใช้เวลาในการทำไม่มาก (นิธินันท์ ศักดิ์พงศ์สิงห์, 2540)

อาหารท้องถิ่นพืชยา (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุลศิริมา, 2555) มีดังนี้

1) แกง เป็นกับข้าวประเภทที่เป็นน้ำมีชื่อต่างๆ กันตามเครื่องปรุงและวิธีปรุง แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1.1) แกงที่ต้องโขลก และต้องใส่พริกลงในเครื่องแกงนั้นๆ ชื่อของแกงจะแบ่ง ตามประเภทเครื่องแกงและจะนำไปแกงกับผักหรือเนื้อสัตว์ชนิดใดก็ได้โดยใช้ชื่อเนื้อสัตว์หรือผักนั้น ขยายชื่อแกงเพิ่มขึ้น

1.2) แกงที่ต้องโขลกเครื่องแกงเป็นเครื่องปรุงรสน้ำแกงแต่ไม่ใส่พริก น้ำแกงใช้น้ำเปล่ามีบางตำหรับเท่านั้นใช้น้ำกะทิ

1.3) แกงที่ไม่ต้องใช้เครื่องโขลกเป็นเครื่องปรุงรสน้ำแกง แกงของเมืองพืชยาได้แก่ แกงส้มปลาเรียวเขียวพร้อมไข่ แกงส้มผักหนามปลาทะเล แกงส้มผักหวานปลาทะเล แกงส้ม หอยแมลงภู่สดใบมะขามอ่อน แกงป่าปลาเห็ดโคน แกงป่าปลากระเบน แกงเผ็ดปลากระเบน แกง กะลาอ่อน แกงส้มผักรวมกุ้งสด เป็นต้น

2) ยำและพล่า ประกอบด้วยเครื่องปรุงหลัก เครื่องปรุงประกอบ และเครื่องปรุงรส หรือน้ำปรุงรสแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

2.1) น้ำปรุงรสที่ประกอบด้วย น้ำปลา น้ำมะนาว หรือน้ำส้มสายชู น้ำตาลผสม กับพริกชี้หนูสดซอยหรือบวบ

2.2) น้ำปรุงรสที่ใช้น้ำพริกเผา น้ำมะนาว น้ำปลา น้ำตาล ยำตำหรับที่ใช้น้ำพริกเผาจะใช้มะพร้าวคั่ว หัวกะทิ หอมเจียวหรือกระเทียมเจียว

2.3) น้ำปรุงรสที่ใช้เครื่องพริกแกงคั่ว เพิ่มผิวมะกรูด รากผักชี ผักกับกะทิปรุงรสด้วยน้ำปลา น้ำตาล น้ำมะขามเปียกให้มีรสเปรี้ยว เค็ม หวาน เผ็ดเช่นกัน ราวบนผัก มีงาคั่วและหอมเจียวช่วยแต่งกลิ่น อาหารที่นำมาอาจเป็นเนื้อสัตว์ที่หุงต้มสุกแล้วหรือผักสดหรือผักต้ม ชื่อของยำจะเรียกตามอาหารที่ใช้เป็นหลักในการยำ ยำและปล่าของเมืองพืथाได้แก่ ปล่ากุ้ง ยำปลากุแล ปล่าปลาหมึก ยำปลาหมึก สลัดปลาพืथा หอยโจงโดงลวกจิ้ม ปลากุแลลวกจิ้ม ส้มตำปูนึ่ง และปลาฮือแซ เป็นต้น

3) เครื่องจิ้ม เป็นกับข้าวที่มีรสจัดทั้งเผ็ดและเค็ม น้ำพริกของภาคกลางจะมีรสเปรี้ยวและหวานด้วย เนื่องจากเครื่องจิ้มมีรสจัดจึงทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นให้ร่างกายหลั่งน้ำย่อยออกมามาก ช่วยให้อินข้าวได้อร่อยขึ้น เครื่องจิ้มแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

3.1) น้ำพริก หมายถึง อาหารที่มีลักษณะเหลว ค่อนข้างเหลวหรือค่อนข้างแห้งก็ได้ โดยนำเอาเครื่องปรุงต่างๆ มาตำรวมกันหรือคลุกรวมกัน ปรุงให้ได้รสเปรี้ยว เค็ม เผ็ด หรือบางตำหรับต้องมีรสหวานด้วย ตักใส่ถ้วยเสิร์ฟพร้อมกับผักสด ผักต้มหรือผักดอง ผักชุบไข่หรือแป้งทอดตามความเหมาะสม

3.2) น้ำพริกผัด หมายถึง น้ำพริกที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวจนถึงลักษณะค่อนข้างแห้งมีเนื้อสัตว์ดิบเป็นเครื่องปรุงรวมอยู่ด้วยจึงต้องผัดให้สุกก่อนเสิร์ฟ นิยมใช้เป็นน้ำพริกคลุกข้าวกินกับผักสด ผักต้มหรือผักทอด เช่น น้ำพริกมะขามเปียกผัด

3.3) หลน หมายถึง เครื่องจิ้มที่มีลักษณะค่อนข้างเหลวได้จากการนำอาหารที่จะหลน เช่น เต้าเจี้ยว เต้าหู้ยี้ ปลาเค็ม กุ้ง หมูสั้ม ปลาร้า ปลาเ้า ปูเค็ม เค็มหมากนัตนำมาต้มกับกะทิแต่งกลิ่นด้วยหัวหอมซอยและพริกชี้ฟ้าทั้งเม็ดปรุงรสให้เค็มหวานน้อยเสิร์ฟกับผักสด

3.4) เครื่องจิ้มเบ็ดเตล็ด หมายถึง เครื่องจิ้มที่ไม่อาจจัดรวมเข้ากับ 3 กลุ่มแรกได้ เพราะทั้งเครื่องปรุงและวิธีทำแตกต่างกันไป เช่น น้ำปลาหวาน แสร้งว่า ไตปลาปรุง หอยดองปรุง ปลาร้าสับ

3.5) น้ำจิ้ม หมายถึง การนำเครื่องปรุงผสมรวมกันให้เกิดรสเปรี้ยว เค็ม หวานเปรี้ยว เค็ม เผ็ดหรือเค็มเผ็ด หรือเค็มหวาน อย่างใดอย่างหนึ่งใช้สำหรับเป็นเครื่องชูรสให้อาหารอื่นๆ มีรสชาติอร่อยยิ่งขึ้น เครื่องจิ้มของเมืองพืथा ได้แก่ กะปิคั่ว น้ำพริกปลาร้าพืथा และน้ำพริกไข่ปู เป็นต้น

4) ผัด เป็นการทำอาหารต่างๆ ให้สุกโดยใช้น้ำมันหรือน้ำกะทิเป็นสื่อความร้อน โดยใส่อาหารที่จะผัดลงในกระทะที่มีน้ำมันหรือน้ำกะทิที่ตั้งไฟจนร้อนจัด แล้วพลิกกลับไปมาจนสุกตามต้องการ การผัดแบ่งออกได้ ดังนี้

4.1) ผัดที่ไม่มีรสเผ็ด ได้แก่ ผัดผักสด ผัดผักสดกับเนื้อสัตว์ ผัดเนื้อสัตว์ล้วน

4.2) ผัดที่มีรสเผ็ด หมายถึง ผัดที่ใช้เครื่องน้ำพริกแกงบางชนิดหรือเครื่องน้ำพริกที่โขลกขึ้นเฉพาะอย่างจะใช้น้ำพริกเป็นหลักมีพืชผักประกอบ

4.3) ผัดเบ็ดเตล็ด ผัดของเมืองพืथा ได้แก่ ผัดผักกูดน้ำมันหอย ผัดฉ่าปลาฉลาม ผัดฉ่าปลากระเบน ฉลามผัดขึ้นฉ่าย ผัดเผ็ดปลาฉลาม ผัดเผ็ดปลากระเบน และผัดเปรี้ยวหวานทะเล เป็นต้น

5) อาหารจานหรืออาหารเบ็ดเตล็ด อาหารประเภทนี้เป็นอาหารที่ช่วยเสริมให้อาหารอื่นๆ ในสำรับให้มีรสกลมกล่อมดียิ่งขึ้น อาหารจานแบ่งกลุ่มได้ตามวิธีการหุงต้มดังนี้คือ บ

เจียน ทอด ต้ม และลวก หมกและนึ่ง เหล่านี้ทำหน้าที่เป็นเครื่องเคียงในสำหรับด้วย อาหารจานหรืออาหารเบ็ดเตล็ดของเมืองพญาไค้แก๋ ข้าวผัดปลาอินทรี ข้าวมันส้มตำ-ปลาเค็ม/ปลากระเบนหวาน เป็นต้น

6) อาหารปิ้ง/ย่าง/หมก ของเมืองพญาไค้แก๋ แจงลอน ปิ้งบ และห่อหมกปลาอินทรี

7) อาหารทอด ของเมืองพญาไค้แก๋ ปลากระเบนทอดกระเทียม ปลาวัวทอดกระเทียม ทอดมันปู ทอดมันปลา กุ้งฝอยทะเลชุบแป้งทอด ปลาเห็ดโคนแดดเดียวราดซอส ปลาหมึกทอดกระเทียม และปลาเห็ดโคนทอดกระเทียม

8) อาหารว่าง ของเมืองพญาไค้แก๋ ขนมเป็องพญา และขนมครกพญา

2.3 รายการอาหารท้องถิ่นพญา

รายการอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมและได้รับการคัดเลือกมาจัดทำเป็นสูตรมาตรฐาน ได้จากผลการวิจัยเรื่องการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพญาจังหวัดชลบุรี ประเทศไทย พบว่า รายการอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมและได้รับการคัดเลือกมาจัดทำเป็นสูตรมาตรฐาน มีจำนวน 15 รายการ โดยรายการอาหารท้องถิ่นทั้งหมดใช้วัตถุดิบที่ปรุงจากอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทปลา ดังนี้ (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา, 2555)

1) ประเภทแกง/ต้ม

- แกงส้มปลาเรียวเขียว
- แกงป่าปลาเห็ดโคน
- ต้มปลาทุตะลิงปลิง
- ปลาหมึกน้ำดำ

2) ประเภทผัด

- ผัดฉ่าปลาฉลาม
- ปลาอินทรีผัดขึ้นฉ่าย

3) ประเภทยำ/ปล่า

- ปลาทุแลปล่า

4) ประเภทอาหารจาน/เบ็ดเตล็ด

- ปลาวัวทอดพริกไทยดำ/กระเทียม
- ทอดมันปลาอินทรี
- แมงกะพรุนดองด้วยเปลือกต้นอินทรี
- ปูม้าต้มจิ้มน้ำจิ้มซีฟู้ด
- แจงลอน
- ห่อหมกปลาอินทรี

5) ประเภทเครื่องจิ้ม

- น้ำพริกไข่ปู

6) ประเภทอาหารจานเดียว

- ข้าวมัน-ส้มตำ-ปลากระเบนหวาน

2.4 การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นพืชมงคลสำหรับนักท่องเที่ยว

แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพของอาหารท้องถิ่นควรมุ่งเน้นในเรื่อง 1) คุณภาพอาหารตามมาตรฐานสากล โดยการคัดเลือกวัตถุดิบและเครื่องปรุงในท้องถิ่น ที่มีความสดใหม่ สะอาด และปลอดภัย 2) กรรมวิธีการปรุงอาหารเป็นแบบต้นตำรับดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมา (Story) ของรายการอาหารแต่ละชนิดได้ 3) ควบคุมความคงที่ของรสชาติอาหารให้เป็นแบบต้นตำรับสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ปรับลดความจัดจ้านหรือเผ็ดร้อนให้เหมาะสมสำหรับชาวต่างชาติ และ 4) นำเสนออาหารท้องถิ่นควบคู่กับวัฒนธรรมการกินแบบไทย การจัดตกแต่งรูปแบบการนำเสนอให้สวยงามน่ารับประทาน การให้บริการและการจัดเสิร์ฟที่ประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา, 2555)

กระบวนการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นจะประสบผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการ ผู้บริหารท้องถิ่น และชุมชนทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้อาหารท้องถิ่นพืชมงคลเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในที่สุดเช่นเดียวกับอาหารไทยท้องถิ่นอื่น โดยผู้บริหารท้องถิ่นภาครัฐอาจกำหนดนโยบายเพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในโอกาสสำคัญตามเทศกาล ประเพณี/วัฒนธรรมของท้องถิ่น อาทิ จัดให้มีการแข่งขัน/ประกวดอาหารท้องถิ่นพืชมงคล สำหรับผู้ประกอบการอาจช่วยรณรงค์โดยเพิ่มรายการอาหารท้องถิ่นให้พนักงานบริการหรือไกด์แนะนำลูกค้า/นักท่องเที่ยวได้ลองรับประทาน และชุมชนท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นโดยครุภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นสู่อนุชนรุ่นหลังสืบไป (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา, 2555)

2.5 รายการอาหารไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวต่างประเทศ

ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยเปิดบริการไปทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้นในการจัดอันดับอาหารนานาชาติยอดเยี่ยม อาหารไทยมักได้รับการจัดอยู่ในอันดับต้นๆ เสมอมา สาเหตุที่อาหารไทยได้รับความนิยมเนื่องจากอาหารไทยมีเอกลักษณ์ รูปลักษณ์ รสชาติเฉพาะตัว มีความหลากหลายผสมผสานกันอย่างกลมกลืน จึงเป็นที่นิยมของผู้คนชาติต่างๆ ทั่วโลก เมื่อกล่าวถึงอาหารไทยที่รับประทานกันในชีวิตประจำวัน และเป็นรายการอาหารที่เป็นรู้จักและมักนึกถึงเสมอ เช่น แกงเขียวหวาน แกงมัสมั่น น้ำพริกกะปิ เป็นต้น สำหรับการประกอบอาหารไทยเพื่อให้ชาวต่างประเทศนิยมนั้น ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตต้องคำนึงถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และวัฒนธรรมของผู้บริโภคอาหารเนื่องจากอาหารไทยเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์ผสมผสานด้วยศิลปวัฒนธรรมและมีรสชาติที่กลมกล่อม ส่วนประกอบอาหารมักประกอบด้วยสมุนไพรและเครื่องเทศที่มีคุณค่าทางเภสัชวิทยา เช่น สารต้านอนุมูลอิสระมีสีส้มสวยงาม ต้มยำและอร่อยถูกปาก รวมถึงมีการจัดอาหารแต่ละจานด้วยความหลากหลายในชุดสำหรับแต่ละมื้อ

สำหรับอาหารไทยยอดเยี่ยมสำหรับชาวต่างชาตินั้นได้มีหลายหน่วยงานสำรวจความนิยมของอาหารไทยซึ่งได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ จากตัวอย่างผลการสำรวจ

ความนิยมของชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย ผ่านสื่อออนไลน์จากเว็บไซต์ http://www.thaichef.in.th/mobile/article_topthaifood.php และเว็บไซต์ <http://www.ietr.org> (นิรนาม, 2559) พบว่า 10 อันดับอาหารไทยที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ เรียงตามลำดับ ดังนี้

อันดับที่ 1 ผัดไทย (Pad Thai)



ภาพที่ 2.1 ผัดไทย (Pad Thai)

ผัดไทย เป็นอาหารที่ทานได้ง่ายมีเครื่องเทศมากมาย ยิ่งเป็นผัดไทยกุ้งสด ยิ่งเป็นอะไรที่เข้ากันเป็นอย่างมาก ไทน์จะมีถั่วงอก เต้าหู้ ต้นหอม กุ้งแห้ง ไข่ ไข่ไก่ ถั่วงอกดิบ ผักสด เรียกได้ว่าเมนูนี้ยกให้ครองอันดับ 1 เลยก็ว่าได้ ยิ่งร้านไหนทำอร่อยยิ่งทำให้คนกินติดใจทานได้ทุกวันสมและที่ฝรั่งจะชอบทานเมนูนี้กัน ถ้าจะถามถึงอาหารจานเดียวยอดนิยมที่เป็นที่รู้จักของคนไทยและชาวต่างชาติ คงตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า "ผัดไทย" คาดว่าดั้งเดิมได้รับอิทธิพลมาจากประเทศจีน ต่อมาได้มีการดัดแปลงเครื่องปรุงต่างๆ ให้มีรสชาติถูกปากคนไทย

อันดับที่ 2 แกงเขียวหวานไก่ (Kang Keaw Wan Kai or Chicken Green Curry)



ภาพที่ 2.2 แกงเขียวหวานไก่ (Kang Keaw Wan Kai or Chicken Green Curry)

แกงเขียวหวานไก่ สุดยอดอาหารไทยที่คนไทยเองยังชอบทานเมนูนี้ เป็นเมนูที่ทานได้ง่ายมากและตัวของแกงเขียวหวานสามารถทานคู่กับข้าวสวยและขนมจีนได้เป็นอย่างดี ด้วยรสชาติของเครื่องเทศที่มีส่วนผสมของน้ำกะทิจึงทำให้เมนูนี้มีรสชาติที่อร่อยลงตัว พร้อมกับความเผ็ดที่พอดี เพราะชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะไม่ชอบทานเผ็ดมากนักจึงเป็นเมนูที่ตอบโจทย์ก็ว่าได้ แกงเขียวหวานไก่ เป็นอาหารยอดฮิตของคนไทยมาช้านาน และมีชื่อเสียงไปทั่วโลก ซึ่งชาวต่างชาติจะรู้จักกันในชื่อ Thai Green Curry โด่งดังมากโดยเฉพาะในญี่ปุ่น กลายเป็นกระแสเรียกว่า "Green Curry Fever"

และยังเป็นเมนูอันดับหนึ่งในร้านอาหารไทยกว่า 7,000 แห่งในอเมริกา สูสีกับต้มยำกุ้ง จนติด CNN Top 50 อาหารนานาชาติที่อร่อยที่สุดในโลก

อันดับที่ 3 ต้มข่าไก่ (Tom Kha Kai Or Chicken In Coconut Milk Soup)



ภาพที่ 2.3 ต้มข่าไก่ (Tom Kha Kai Or Chicken In Coconut Milk Soup)

ต้มข่าไก่ เป็นอาหารที่มีรสชาติคล้ายต้มยำ ต่างกันเพียงต้มข่าไก่อมีการใส่กะทิเพิ่มลงไป ส่วนเครื่องปรุงอื่นๆ ก็คล้ายกัน บางสูตรก็มีการใส่ตะไคร้ลงไปด้วย เหมาะสำหรับเป็นกับข้าว เพราะมีรสชาติค่อนข้างเข้มข้น ส่วนผสมก็ไม่ยุ่งยาก อาจจะต้องใส่กุ้งแทนไก่ก็ได้ เมนูต้มข่าไก่ เป็นอาหารไทยตำรับครอบครัว จุดเด่นคือความมันเข้มข้นจากกะทิและหอมกลิ่นสมุนไพรไทย เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมรองจากต้มยำกุ้ง โดยเฉพาะในกลุ่มชาวต่างชาติ มีส่วนประกอบหลักคือ ข่าและเนื้อไก่เสริมด้วยตะไคร้และใบมะกรูด โดยทั้งข่า ตะไคร้ ใบมะกรูดนั้นเป็นสมุนไพรที่ให้ประโยชน์ต่อร่างกาย

อันดับที่ 4 ต้มยำกุ้ง (Tom Yam Goong or Spicy Shrimp Soup)



ภาพที่ 2.4 ต้มยำกุ้ง (Tom Yam Goong or Spicy Shrimp Soup)

ถ้าเอ่ยถึงเมนูอาหารไทยที่ขึ้นชื่อลือไกลไปถึงต่างแดนและเป็นเมนูสุดยอดอาหารในดวงใจของคนไทยมาช้านาน รับรองว่าต้องมีชื่อของต้มยำกุ้ง อยู่ในอันดับต้นๆ ที่จะนึกถึงแน่นอน เนื่องจากเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมากและยังติด 1 ใน 10 อาหารไทยยอดนิยมที่ชาวต่างชาติชอบรับประทาน นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูลของเว็บไซต์ cnn.go.com ซึ่งจัดอันดับสุดยอดอาหาร 50 เมนูทั่วโลกในปี 2011 ต้มยำกุ้งของไทยยังติดอันดับ 8 ด้วย ถือว่าเป็นอาหารที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย ต้มยำกุ้ง เช่นเดียวกับ ต้มยำไก่อจะต่างกันไปเพียงแค่การใส่เนื้อสัตว์ และบางที่ก็จะ

ชอบทำเป็นต้มยำกุ้งน้ำข้นซึ่งเป็นอะไรที่เข้ากันเป็นอย่างมาก ต้มยำกุ้งเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปถึงต่างประเทศ และดังจนมีชื่อหนังสือเรื่องเป็น ต้มยำกุ้ง ด้วยเช่นกัน โดยการตั้งชื่อหนังสือว่า ต้มยำกุ้ง นั้น น่าจะเป็นการสื่อถึงชื่อที่รู้จักกันดีของชาวต่างชาติและอาจจะเป็นเพราะได้โปรโมทอาหารไทยไปในตัว

อันดับที่ 5 ต้มยำไก่ (Tom Yam Gai or Spicy Chicken Soup)



ภาพที่ 2.5 ต้มยำไก่ (Tom Yam Gai or Spicy Chicken Soup)

ต้มยำไก่ คืออาหารที่ครบเครื่องมาก ไม่ว่าจะเป็นเครื่องปรุงหรือเครื่องเทศก็มาเต็ม ในเมนูนี้ยิ่งใส่เนื้อสัตว์ลงไปยิ่งทานได้อร่อยมากขึ้น เป็นเมนูที่หาทานได้ง่ายมีรสชาติครบรส เปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด ได้อย่างลงตัว ถือว่าเป็นเมนูที่คนไทยนิยมกินมากอีกเมนูหนึ่งด้วย

อันดับที่ 6 พะแนงหมู (Panaeng or Meat in Spicy Coconut Cream)



ภาพที่ 2.6 พะแนงหมู (Panaeng or Meat in Spicy Coconut Cream)

พะแนงหมู คืออาหารขายดีของไทยและนิยมทานกันมากหากินได้ง่าย โดยที่พะแนงหมูนั้นทำมาจาก การนำหมูเป็นชิ้นๆ มาผัดให้เข้ากับเครื่องพริกแกงใส่ใบมะกรูด พริกขี้ฟ้า และใบโหระพา และที่ขาดไม่ได้คือกะทิ เมื่อได้ทานเข้าไปจะได้รสชาติที่กลมกล่อม หอมหวาน อร่อย นิยมทานคู่กับข้าวสวยร้อนๆ

อันดับที่ 7 หมูสะเต๊ะ (Moo Sa-Te or Grilled Pork Sticks with Turmeric)



ภาพที่ 2.7 หมูสะเต๊ะ (Moo Sa-Te or Grilled Pork Sticks with Turmeric)

หมูสะเต๊ะ คือการนำเนื้อหมูส่วนสะโพก มามักกับผงขมิ้นและเครื่องเทศต่างๆ จากนั้นก็นำมาเสียบไม้แล้วนำไปย่าง โดยจะต้องกินคู่กับผักที่แช่ไว้กับน้ำส้มสายชู พร้อมด้วยน้ำจิ้มของหมูสะเต๊ะโดยเฉพาะ รสชาติจะออกกลมหวานหอมอร่อย และถ้ายังได้ทานคู่กับผักที่แช่ไว้กับน้ำส้มสายชูแล้วด้วยยิ่งทำให้การกินหมูสะเต๊ะอร่อยและเลี่ยนอีกด้วย

อันดับที่ 8 ส้มตำ (Som Tam or Spicy Papaya Salad)



ภาพที่ 2.8 ส้มตำ (Som Tam or Spicy Papaya Salad)

ส้มตำ เป็นอาหารสุดฮิตของคนไทยและยังดังไกลไปถึงต่างประเทศอีกด้วย ส้มตำจะมีหลายตำมาก ๆ มีทั้งตำไทย ตำปู ตำโคราช ตำถั่ว ตำแตง เป็นต้น บอกได้เลยว่าอร่อยทุกตำแน่ๆ อร่อย เด็ดแน่นอนหากได้ลองทาน

อันดับที่ 9 ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ (Gai Pad Met Mamuang or Cashew Nuts In Stir-Fried Chicken)



ภาพที่ 2.9 ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ (Gai Pad Met Mamuang or Cashew Nuts In Stir-Fried Chicken)

ไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ คือการเอาเนื้อส่วนที่เป็นอกไก่มาผัดน้ำมันหอยให้เข้ากับเครื่องเทศต่างๆ โดยใส่เม็ดมะม่วงหิมพานต์ลงไปผัดด้วย เรียกได้ว่าเป็นเมนูที่อร่อยเด็ดแน่นอนหากได้ลองทานไก่ผัดเม็ดมะม่วงหิมพานต์ เป็นอีกหนึ่งเมนูยอดนิยมที่เด็กทานได้ ผู้ใหญ่ทานดี ตามภัตตาคารหรือร้านอาหาร ไก่ผัดเม็ดมะม่วงเป็นเมนูที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ความกรุบกรอบของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ทำให้เมนูนี้รสชาติและรสสัมผัส ที่ต่างจากอาหารไทยจานอื่น ถึงขนาดนำไปเป็นกับแกล้มในวงนักร้องเลยทีเดียว

อันดับที่ 10 ปอเปี๊ยะทอด (Por Pia Tord or Fried Spring Roll)



ภาพที่ 2.10 ปอเปี๊ยะทอด (Por Pia Tord or Fried Spring Roll)

ปอเปี๊ยะทอด เป็นอาหารทานเล่นที่หากินได้ยากพอสมควร ซึ่งทำมาจากแป้งห่อด้วยไส้ที่ทำมาจากส่วนผสมของวุ้นเส้น หมูสับ ไข่ไก่ แป้งข้าวโพด เกลือป่น แครอท กระหล่ำปลี ซอสถั่วเหลือง น้ำตาลทราย น้ำมันพืช พริกไทยป่น ที่ผ่านการผัดเข้าด้วยกันมาแล้วถูกห่อด้วยแป้งปอเปี๊ยะแล้วนำไปทอดจิ้มกินกับน้ำจิ้มต่างๆ ที่เราชอบส่วนใหญ่จะใช้น้ำจิ้มบ๊วย ให้รสชาติที่กรอบ อร่อย ไม่เหมือนใคร

อย่างไรก็ตาม รายการอาหารยอดนิยมที่ได้รับการสำรวจเหล่านี้ ไม่ได้หมายความว่าชาวต่างประเทศทุกประเทศจะนิยมตามนี้ไปทั้งหมด บางแห่งอาจมีความชอบแตกต่างกันทั้งนี้ขึ้นกับความสามารถของผู้ประกอบการในการนำเสนออาหารไทยให้ประทับใจผู้บริโภคได้มากน้อยแค่ไหน สำหรับสถานการณ์ของอาหารไทยในปัจจุบัน เนื่องจากมีชุมชนชาวไทยซึ่งมีถิ่นพำนักอยู่ใน

ต่างประเทศทั่วโลกเป็นจำนวนมากซึ่งชาวไทยเหล่านี้อยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมของชาติอื่นๆ จนอาจก่อให้เกิดปัญหาการลืมหรือถูกกลืนวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนเอง หรือการข้ามของวัฒนธรรม ดังนั้นการวิจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย อาจจะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถช่วยกระตุ้น หรือสนับสนุนให้อาหารไทยได้รับความสนใจมากขึ้นในผู้บริโภคชาวไทย ได้ตระหนักเห็นคุณค่า และภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของความเป็นไทย รวมถึงชาวต่างชาติที่สนใจและอยากลิ้มลองอาหารไทยได้เรียนรู้ถึงรากเหง้าความเป็นมาของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของอาหารท้องถิ่นไทย ซึ่งจะทำให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักของชาวโลกมากยิ่งขึ้นและอย่างยั่งยืน นอกจากนี้สถาบันทางด้านการศึกษาและสถาบันอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในหน่วยงานของภาครัฐและเอกชนได้มีการจัดหลักสูตรการอบรมผู้จัดการหรือเจ้าของร้านอาหารไทย หัวหน้าพ่อครัวหรือเชฟ และงานบริการ โดยให้ความรู้เกี่ยวกับ ประวัติการรับประทานอาหารไทย รวมทั้งจัดทำตำราอาหารไทยชนิดต่างๆ เพื่อให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ มีความตื่นตัวในการจัดทำอาหารไทยให้มีมาตรฐานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3. ความรู้เกี่ยวกับรายการอาหารและเครื่องดื่ม

รายการอาหาร (Menu) หมายถึง บัตร แผ่นพับ หรือสมุดซึ่งภัตตาคารที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มจัดทำขึ้นเพื่อให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มต่างๆ ที่มีบริการอยู่ในขณะนั้น

3.1 ชนิดของรายการอาหาร

รายการอาหารแบบเลือกสั่ง (A la carte) เช่น รายการอาหารที่นำมาเสนอให้ลูกค้าเลือกสั่งตามความต้องการและห้องอาหารสามารถปรุงอาหารตามที่ถูกสั่งได้ เช่น อาหารเรียกน้ำย่อย ซุป อาหารประเภทเนื้อ และระบุงราคาไว้อย่างชัดเจน เหมาะสำหรับลูกค้าที่มีเวลาในการรับประทานอาหารมากพอสมควรไม่รีบร้อนนัก

3.2 ประเภทของการจัดรายการอาหารในร้านอาหาร/ ภัตตาคาร

ประเภทของรายการอาหาร ประกอบด้วย 2 ส่วนได้แก่ รายการอาหารหลัก และรายการอาหารประยุกต์มีรายละเอียดโดยสรุปดังนี้

1) รายการอาหารหลัก ได้แก่ รายการอาหารที่ใช้ประจำในห้องอาหารซึ่งพนักงานจะนำเสนอแก่ผู้มารับบริการเมื่อเข้านั่งประจำโต๊ะอาหาร แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1) รายการอาหารชุด (Set menu) มีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้ (1) รายการอาหารจำกัด (2) เป็นการเสนออาหารเป็นชุดซึ่งประกอบด้วยอาหารเพียง 2-3 ประเภท (3) ราคาขายคิดเป็นราคาเดียวต่อชุด และ (4) พนักงานบริการนำอาหารแต่ละอย่างมาจัดเสิร์ฟในเวลาที่ยกจำกัด หลักการจัดรายการอาหารชุดประกอบด้วยอาหารจานแรกๆ ซึ่งอาจจะมีชนิดเดียวหรือหลายชนิดขึ้นอยู่กับมื้ออาหารที่จะเสิร์ฟ อาหารจานแรกจะต้องมีอาหารหลักรวมอยู่ด้วยและอาหารจานสุดท้ายเป็นของหวานหรือผลไม้ รวมการจัดชาหรือกาแฟด้วย

1.2) รายการอาหารแบบเลือกสั่ง (A la carte) มีลักษณะดังนี้ (1) เป็นรายการอาหารที่มีอาหารให้เลือกมากกว่าขนาดของรายการอาหารจึงใหญ่กว่ารายการอาหารชุด (2) จัดแบ่ง

อาหารเป็นประเภท หากจัดแบบอาหารไทยอาจแบ่งเป็นอาหารประเภทแกง ประเภทผัด ประเภทเครื่องจิ้ม ประเภทกับแก้ม ประเภทอาหารจานเดียว หากจัดอาหารต่างประเทศแบ่งเป็นอาหารประเภทเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลัก ขนมหวาน เป็นต้น (3) อาหารจะเตรียมขึ้นเมื่อผู้รับบริการสั่ง (4) การคิดราคาแยกแต่ละรายการ และ (5) โดยทั่วไปจะมีราคาสูงกว่ารายการอาหารชุด

2) รายการอาหารประยุกต์ มีดังนี้

2.1) รายการอาหารบุฟเฟ่ต์ (Buffet menu) การจัดอาหารแบบบุฟเฟ่ต์เป็นที่ดึงดูดใจแก่ผู้มารับบริการมาก ส่วนใหญ่การกำหนดอาหารแบบนี้จะเลือกอาหารที่มีความหลากหลาย ทั้งชนิดและรสชาติของอาหาร หรืออาจจะมีอาหารชนิดอื่นๆ คละเคล้ากันไป เช่น อาหารไทย อาหารฝรั่ง อาหารจีน หรืออาหารที่นิยมกันตามท้องถิ่น ผู้มารับบริการจะรับประทานอาหารมากน้อยเท่าใดก็ได้ โดยการตั้งราคาไว้แน่นอนเช่นเดียวกับรายการอาหารชุด

2.2) รายการอาหารงานเลี้ยง (Banquets menu) การให้บริการอาหารในงานเลี้ยงเนื่องในโอกาสต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานฉลองวันเกิด งานเลี้ยงการประชุมสัมมนา เป็นต้น มักจะจัดเป็นอาหารชุดซึ่งมีรายการอาหารตายตัวและตั้งราคาต่อหัวไว้โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับรับประทานสั่งอาหารอื่นๆ เพิ่มเติม

2.3) รายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว (Tourist menu) การจัดรายการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวมักจะรวมอยู่ในเงื่อนไขของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยมีบริษัทด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้ประสานงานติดต่อกับภัตตาคารไว้ล่วงหน้า รายการอาหารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมักจะเป็นแบบรายการอาหารชุด โดยมีหลักการจัดอาหารจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการบริโภคของผู้มาท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ ซึ่งต้องมั่นใจว่าผู้มารับบริการยอมรับได้ในประเภทลักษณะและรสชาติของอาหารที่จัดให้

2.4) รายการอาหารพิเศษ (Special menu) เป็นรายการอาหารที่นำเสนอเพิ่มเติมจากรายการอาหารปกติโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย เช่น (1) รายการอาหารพิเศษประจำวัน (Menu of the day) เป็นรายการอาหารที่จัดไว้สำหรับการบริการพิเศษเฉพาะบางวัน เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกรสนิยมที่อาหารไม่ซ้ำเหมือนกันทุกวัน (2) รายการอาหารพิเศษประจำเดือน (Menu of the month) การกำหนดรายการอาหารพิเศษประจำเดือนจำเป็นต้องมีการวางแผนล่วงหน้าไว้เป็นแผนปฏิบัติงานประจำปี โดยการใช้หลักการจัดรายการอาหารให้สอดคล้องกับวัตถุดิบที่มีอยู่ในฤดูกาลนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้ได้วัตถุดิบที่สดมีคุณภาพดี และช่วยให้ภัตตาคารมีกำไรสูงขึ้นเนื่องจากต้นทุนการผลิตลดลง และ (3) รายการอาหารตามเทศกาล การกำหนดรายการอาหารจำเป็นต้องให้มีลักษณะอาหารที่รับประทานกันตามเทศกาลด้วย ควรเน้นถึงการตกแต่งรายการอาหารด้วยภาพประกอบถ้วยที่สอดคล้องกับเทศกาล เป็นต้น

3.3 รูปแบบของรายการอาหารที่นำเสนอในร้านอาหาร/ภัตตาคาร

รูปแบบของการจัดรายการอาหาร แบ่งตามประเภทของอาหาร ดังนี้

1) ประเภทของอาหารไทย สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้ (1) อาหารประเภทกับแก้ม ได้แก่ อาหารที่นิยมก่อรับประทานข้าว อาจจะเป็นได้ทั้งของว่างขอบขบเคี้ยว หรืออาหารประเภทยำ (2) อาหารคาว มี 2 ประเภทได้แก่ อาหารคาวที่ใช้รับประทานกับข้าว และอาหารจานเดียว และ (3) ผลไม้ ได้แก่ ผลไม้ตามฤดูกาล หรือของหวาน

2) ประเภทของอาหารสากล ส่วนใหญ่จะนำรูปแบบจากอาหารฝรั่งเศสมาใช้เป็นต้นแบบการปฏิบัติตั้งแต่การเขียนชื่ออาหารและการเรียงลำดับอาหาร ปัจจุบันก็มีการประยุกต์อาหารท้องถิ่นให้เหมาะสมกับการจัดเสิร์ฟตามหลักสากล เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจและเลือกสั่งตามความต้องการได้ การแบ่งประเภทอาหารที่จัดเสิร์ฟตามลักษณะอาหารสากลตั้งแต่อาหารเบาจนถึงอาหารหนัก ต่อจากนั้นตามด้วยของหวานและกาแฟหลังอาหาร ดังนี้ (1) อาหารเรียกน้ำย่อย ได้แก่ อาหารเบาที่ใช้เสิร์ฟก่อนอาหารชนิดอื่นๆ มี 2 ประเภท คือ ออร์เดิร์ฟ หมายถึง อาหารประเภทเรียกน้ำย่อยและซุปรหรือโปตาซ เป็นอาหารเรียกน้ำย่อยเช่นเดียวกับออร์เดิร์ฟมีทั้งร้อนและเย็น นอกจากนั้นซูปยังแบ่งเป็นซูปใสและซูปข้น ซึ่งนิยมเสิร์ฟหลังออร์เดิร์ฟหรือเสิร์ฟเป็นจานแรกกรณีที่ไม่มีออร์เดิร์ฟ (2) อาหารหลัก (Main course) มักจะเสิร์ฟเป็นเนื้อสัตว์ชนิดต่างๆ ส่วนใหญ่จะมีซอสประกอบด้วย นิยมเสิร์ฟพร้อมกับมันฝรั่งหรือผักที่ปรุงจนสุกนุ่ม เช่น แครอท หน่อไม้ฝรั่ง ถั่วชนิดต่างๆ เป็นต้น (3) สลัด (Salad) ได้แก่ ผักประเภทต่างๆ เสิร์ฟพร้อมน้ำสลัด (4) ของหวาน (Dessert) และ (5) กาแฟ (Coffee or tea) เป็นเครื่องดื่มปิดท้ายรายการ

3) ประเภทอาหารประจำมื้อ ประกอบด้วย

3.1) อาหารเช้า (Breakfast) การบริการอาหารเช้าอยู่ระหว่างเวลาประมาณ 06.00-10.00 น. ซึ่งเป็นเวลาที่ผู้มารับบริการต้องการความรวดเร็ว การจัดรายการอาหารเช้ามีหลายรูปแบบ ได้แก่ (1) อาหารเช้าแบบยุโรป คนยุโรปนิยมรับประทานอาหารเช้าแบบเบา ไม่มีเนื้อสัตว์ซึ่งประกอบด้วย น้ำผลไม้ ขนมปัง เนย ผลไม้กวน เครื่องดื่มร้อน เป็นต้น (2) อาหารเช้าแบบอเมริกัน (American breakfast) เป็นอาหารที่อึดท้องมากกว่าอาหารเช้าแบบยุโรป โดยมีอาหารบางประเภทเพิ่มขึ้น เช่น น้ำผลไม้ ผลไม้สด ขนมปังชนิดต่างๆ เนย เนยแข็ง แยม อาหารประเภทไข่และเนื้อเครื่องดื่มร้อน (3) การจัดบริการอาหารเช้าแบบอเมริกันนอกจากจะให้บริการโดยยึดตามแบบดั้งเดิมแล้ว ภัตตาคารยังสามารถดัดแปลงหรือประยุกต์รายการอาหารบางประเภท อาหารประเภทไข่ และเนื้อให้เป็นอาหารที่มีลักษณะคล้ายอาหารท้องถิ่น (4) อาหารเช้าชุดพิเศษ (Special set breakfast) เป็นรายการอาหารที่ตามห้องอาหารหรือภัตตาคารคิดรายการอาหารเช้าเป็นพิเศษ โดยอาจมีอาหารที่นิยมของท้องถิ่น อาหารประจำชาติที่นิยมรับประทานเป็นสากล หรืออาหารตามฤดูกาลต่างๆ โดยจัดเป็นชุดๆ ราคาสูงหรือต่ำขึ้นอยู่กับจำนวนรายการอาหารที่มีอยู่ในรายการอาหารชุดนั้น (5) รายการอาหารเช้าแบบเลือกสั่ง (A la carte menu) เป็นรายการอาหารที่ผู้มารับบริการสามารถเลือกได้ตามความประสงค์ซึ่งคุ้นเคยหรือชอบรับประทานอาหารบางชนิดเป็นพิเศษ ดังนี้ น้ำผลไม้ ผลไม้สด อาหารประเภทแป้ง ไข่ เนื้อ อาหารพิเศษ ขนมปังและขนมปังปิ้ง ผลไม้กวน เครื่องดื่ม และ (6) อาหารเช้าแบบบุฟเฟ่ต์ (Buffet breakfast) เหมาะสำหรับการให้บริการแก่ผู้มารับบริการเป็นกลุ่มใหญ่และมาพร้อมกันในเวลาเดียวกัน เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว แยกที่มาพักในโรงแรม เป็นต้น

3.2) อาหารกลางวัน จะอยู่ระหว่างเวลา 12.00-13.00 น. อาหารสำหรับมื้อกลางวันมีทั้งประเภทที่ให้เลือกสั่ง หรืออาจมีอาหารชุดเสนอให้แก่ผู้มารับบริการซึ่งเปลี่ยนไปทุกวัน โดยมีราคาแตกต่างกันออกไป นอกจากนั้นยังนิยมให้บริการอาหารจานเดียวหรือจัดเป็นรายการอาหารพิเศษ

3.3) อาหารว่าง เป็นอาหารไม่หนัก เช่น แซนวิช เค้ก เบเกอรี่ ชนิดต่างๆ ผลไม้ของหวานชนิดต่างๆ พร้อมกับเครื่องดื่มซึ่งอาจจะเป็นผลไม้ ชา หรือกาแฟ อาหารว่างนิยมนำไปเป็น

อาหารประกอบการประชุมหรือสัมมนาในระหว่างเวลาหลังอาหารเข้ากับก่อนเวลาที่เที่ยงวัน เรียกว่า Coffee break หรือช่วงบ่ายเรียกว่า Refreshment โดยทั่วไปมักจะเป็นอาหารที่หยิบรับประทานได้ สะดวกรับประทานพร้อมชาหรือกาแฟ

3.4) อาหารค่ำ (Dinner) คล้ายกับอาหารมื้อกลางวันเริ่มตั้งแต่เวลา 20.00 น. แต่นิยมรับประทานเป็นอาหารที่หนักกว่าหรือมีอาหารมากขึ้น เนื่องจากผู้มารับบริการไม่มีความจำกัด ด้านเวลาเหมือนกับอาหารมื้อกลางวัน ผู้มารับบริการอาจจะสั่งเป็นอาหารเลือกสั่ง 2-3 จาน หรือ อาจจะมีอาหารชุดที่ทางภัตตาคารเสนอให้ ซึ่งนิยมเป็นอาหาร 3 จาน หรืออาจมากกว่านั้นขึ้นอยู่กับ โอกาสต่างๆ พร้อมของหวานและกาแฟ

3.4 วิธีการจัดรายการอาหาร

วิธีการจัดรายการอาหาร มีวิธีการหลัก 2 วิธี คือ

1) **การจัดรายการอาหารแบบถาวร (Static menu)** หมายถึง รายการอาหารที่นำมาใช้ซ้ำๆ กันทุกวันโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลง เหมาะสำหรับห้องอาหารที่ให้บริการลูกค้าทั่วไป ให้บริการลูกค้าจำนวนมากที่มีอัตราการหมุนเวียนเข้ามาใช้บริการตลอดเวลาของการเปิดบริการ รายการอาหารเป็นแบบง่ายๆ การปรุงอาหารไม่ซับซ้อน ลูกค้าทั่วไปสามารถรับประทานได้เหมือนกัน การจัดรายการอาหารไม่ได้สนใจความต้องการเฉพาะของลูกค้า เหมาะกับโรงงานอุตสาหกรรม ขนาดใหญ่ที่มีพนักงานจำนวนมาก มหาวิทยาลัย และโรงเรียนขนาดใหญ่ ห้องอาหารในชุมชนขนาดใหญ่ทั่วไป

2) **การจัดรายการอาหารแบบเปลี่ยนแปลงได้ (Cycle menu)** มี 2 แบบคือ แบบเปลี่ยนแปลงทุกวัน เหมาะสำหรับลูกค้าที่อยู่ในสภาพจำยอม เพื่อไม่ให้ลูกค้าเบื่อหน่ายแต่ต้องคำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการด้วย และแบบเปลี่ยนแปลงเป็นวงจร การจัดรายการอาหารแบบนี้จะหมุนเวียนเปลี่ยนไปเรื่อยๆ จนครบวงจร (เอกสารประกอบโครงการจัดฝึกอบรมหลักสูตรการบริการอาหารและเครื่องดื่มรุ่นที่ 2, 2545)

3.5 การวางแผนรายการอาหาร (Menu planning)

การวางแผนรายการอาหาร เป็นภาระงานที่สำคัญของห้องอาหารในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามปกติและการจัดเลี้ยงทุกประเภท ประโยชน์ที่สำคัญของการวางแผนการจัดรายการอาหารคือ ช่วยให้การจัดดำเนินการของห้องอาหารเป็นไปอย่างราบรื่น การวางแผนการจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1) **ความต้องการและความปรารถนาของมนุษย์** มีดังนี้ (1) ความต้องการด้านร่างกาย การจัดอาหารจะต้องคำนึงถึงความต้องการด้านร่างกายของผู้บริโภคเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่สุด (2) ความต้องการความปลอดภัย มนุษย์ต้องการอาหารเพื่อความปลอดภัย ภัตตาคารจะต้องจัดอาหารที่สะอาด ตลอดจนจัดทำสภาพแวดล้อมในร้านอาหารให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร (3) ความต้องการความรัก มนุษย์ต้องการความรักหรือความต้องการให้มีผู้ห่วงใยเพื่อตอบสนองความรู้สึกนี้ การจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงความชอบ นิสัยการบริโภคของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นสำคัญ (4) ความต้องการการยกย่องนับถือ การจัดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงการให้เกียรติ

ผู้มารับบริการด้วยการจัดอาหารที่มีคุณภาพอาหาร และให้ผู้มารับบริการได้มีโอกาสเลือกรับประทานอาหารจากการพิจารณารายการอาหารที่นำเสนอตลอดจนสร้างบรรยากาศแวดล้อมให้ดูสวยงาม เช่น การรับประทานอาหารที่โรงแรมหรูหราระดับ 5 ดาว และ (5) ความต้องการให้ผู้อื่นยอมรับตนเอง การตอบสนองความต้องการในระดับสูงสุดนี้ ภัตตาคารจึงจำเป็นต้องมีการสื่อสารให้ผู้มารับบริการเข้าใจด้วยการแสดงออกต่างๆ เช่น การจัดให้มีพนักงานต้อนรับยืนต้อนรับผู้มารับบริการและทักทายที่หน้าห้องอาหารด้วยคำพูดและท่าทางที่มีสัมมาคารวะตามประเพณี เช่น พนักงานต้อนรับมักจะพนมมือไหว้พร้อมกับกล่าวคำว่า สวัสดี ในห้องอาหารก็จะมีพนักงานบริการทำหน้าที่ให้บริการแก่ผู้มารับบริการโดยตรง เช่น การจัดที่นั่ง การรับคำสั่งอาหาร การชี้แจงรายการอาหาร การรับฟังข้อร้องเรียนต่างๆ ด้วยท่าทางที่สุภาพและมีรอยยิ้ม

2) กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย (The captive consumer) การวางแผนกำหนดรายการอาหารควรจะต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งอาจจะพิจารณาแยกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน จะเป็นผู้ที่ไม่คุ้นเคยกับรายการอาหารของภัตตาคาร มักตัดสินใจเลือกสั่งอาหารได้ยาก ควรจัดบริการอาหารที่มีลักษณะเป็นอาหารชุด หรือการประชาสัมพันธ์อาหารพิเศษต่างๆ และกลุ่มผู้มารับบริการประจำ จะมีลักษณะที่ต่างจากกลุ่มผู้มารับบริการหมุนเวียน เนื่องจากการที่มานั่งรับประทานอาหารเป็นประจำ จึงชอบที่จะเลือกสั่งอาหารจากรายการที่มีอยู่ เพราะทราบดีว่าอาหารประเภทใดที่อร่อยถูกปาก

3) นิสัยและความชอบอาหาร (Food habits, preferences, and consumption) ผู้กำหนดอาหารจะต้องเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย จำเป็นต้องศึกษาถึงนิสัยการบริโภค (Food habits) ของกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง การบริโภคของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นมาจากปัจจัยสำคัญ 3 ประการ คือ (1) ความต้องการด้านร่างกาย (2) ความต้องการด้านจิตใจ และ (3) สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนอื่นๆ ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา สถานภาพทางสังคม อารมณ์ และภาวะจิตใจ เป็นต้น การกำหนดรายการอาหารที่เหมาะสมจำเป็นจะต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวนี้นี้เพื่อที่จะเข้าใจนิสัยหรือพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลที่ได้รับไม่เพียงแต่จะช่วยในการกำหนดอาหารได้เหมาะสมเพียงอย่างเดียว แต่ยังสามารถหลีกเลี่ยงอาหารบางประเภทที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับซึ่งบางครั้งเป็นเรื่องที่ขัดต่อความเชื่อหรือข้อห้ามทางศาสนา

4) อาหารเพื่อสุขภาพและความต้องการทางโภชนาการ (Health foods and nutritional needs) การรับประทานอาหารเพื่อให้มีสุขภาพที่ดียังกลายเป็นความสำคัญ เนื่องมาจากความเจริญเติบโตในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทำให้ประชาชนต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี ตลอดจนความก้าวหน้าทางการแพทย์ที่สามารถชี้แนะให้เห็นถึงโรคเรื้อรังหลายชนิดที่มีสาเหตุเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริโภคอาหารที่ไม่ถูกต้อง การพัฒนารายการอาหารจึงมักจะมุ่งเน้นสำหรับผู้ที่ต้องการรับประทานอาหารเพื่อควบคุมน้ำหนักหรืออาหารที่มีไขมันน้อย ทั้งนี้เนื่องจากโรคที่เกี่ยวข้องกับภาวะโภชนาการเกินกำลังเป็นปัญหาสำคัญสำหรับผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีดังกล่าวข้างต้น เพื่อเป็นการตอบสนองในเรื่องนี้ภัตตาคารจึงควรจัดอาหารที่มีไขมันต่ำ จากนี้ยังควรเน้นในด้านกรรมวิธีการประกอบอาหารโดยวิธีการที่ไม่ใช้น้ำมันหรือหลีกเลี่ยงการใช้น้ำมันมาก เช่น ใช้วิธีการนึ่ง การต้ม การใช้น้ำทำให้อาหารสุก เป็นต้น

5) ความหลากหลายของอาหาร (Monotony or variety) ผู้กำหนดรายการอาหารจะต้องทำให้ผู้มารับบริการไม่บังเกิดความรู้สึกเบื่อ อาหารมีความซ้ำซาก น่าเบื่อ ความรู้สึกเช่นนี้เป็นความรู้สึกทางด้านจิตใจที่เกิดขึ้น เมื่อผู้บริโภคพบว่ารายการอาหารมีให้เลือกจำกัด อาหารมีไม่กี่ชนิดหรือลักษณะอาหารที่น่าเสนอยอยู่ในรูปแบบที่คล้ายคลึงทั้งในด้านสี รสชาติ เนื้อสัมผัส เป็นต้น ความรู้สึกเช่นนี้ย่อมก่อให้เกิดผลเสียหายในด้านธุรกิจอย่างยิ่ง ผู้บริโภคจะเกิดการยอมรับอาหารลดน้อยลงเรื่อยๆ หากรู้สึกว่าการนำเสนอรายการอาหารอาจแบ่งเป็น (1) ด้านชนิดของอาหาร ได้แก่ การแบ่งรายการอาหารออกเป็นหมวดหมู่ เช่น อาหารเรียกน้ำย่อย อาหารจานหลักของหวาน เป็นต้น (2) ด้านรสชาติของอาหาร การจัดอาหารควรให้มีความหลากหลายในด้านรสชาติซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าได้เลือกอาหารมากขึ้น (3) ด้านสี อาหารที่มีสีคล้ายกันย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดความเบื่ออาหารได้เช่นเดียวกัน และ (4) ปัจจัยด้านอื่นๆ ผู้กำหนดรายการอาหารจะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบอื่นๆ อีก เช่น ความนุ่ม ความข้นหนืด ความแข็ง หรือความกรอบของอาหารซึ่งจะเกิดขึ้นได้นั้นขึ้นอยู่กับกรรมวิธีการประกอบอาหาร สำหรับในด้านของรูปแบบของวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารนั้น หมายถึง การตัด หั่น สับอาหาร ก็ควรให้มีความหลากหลาย เช่น หั่นผักเป็นรูปเหลี่ยมบ้าง ซอยเป็นเส้นบางๆ บ้าง สลัดเป็นรูปใบไม้ ดอกไม้บ้าง เหล่านี้ล้วนทำให้ผู้มารับบริการเกิดความรู้สึกถึงความน่ารับประทานซึ่งจะต้องกำหนดไว้ตั้งแต่การวางแผนรายการอาหาร

6) ความคาดหวังของผู้มารับบริการ (Mental set and consumer expectations) อาหารจะมีรสชาติดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแม่ครัวหรือพ่อครัว ความคาดหวังของผู้ที่รับประทานอาหารที่ร้านอาหารหรือภัตตาคารจะตั้งมาตรฐานไว้สูงกว่าการรับประทานอาหารที่บ้านหรือบ้านเพื่อน ผู้ที่ประกอบอาหารจำหน่ายได้นั้นจะต้องเป็นผู้มีความรู้หรือความเชี่ยวชาญอย่างดีและอาหารที่ให้บริการนั้นต้องมีคุณภาพหรือรสชาติดี นอกจากนี้การตั้งราคาอาหารยังมีส่วนสนับสนุนต่อการตั้งมาตรฐานของร้านอาหารหรือภัตตาคารประเภทต่างๆ อย่างมาก ทั้งนี้ร้านอาหารหรือภัตตาคารที่ตั้งราคาไว้สูงกว่าร้านอาหารหรือภัตตาคารอื่นๆ ผู้รับบริการย่อมคาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีมากกว่าที่อื่นๆ

ดังนั้นปัจจัยสำคัญที่นำมาพิจารณาในการวางแผนการจัดรายการอาหารที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า กำหนดให้ชัดเจนว่าลูกค้าเป้าหมายคือใคร ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มจะมีระดับรายได้ รสนิยม ความชอบ ทัศนคติต่างกัน นอกจากนี้ควรพิจารณาลักษณะประชากรของลูกค้า ได้แก่ อายุ เพศ อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ ถิ่นที่พักอาศัย เชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ความต้องการของลูกค้ายังเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์จำเป็นบางอย่าง ได้แก่ (1) เมื่อลูกค้าอยู่ในสภาพจำยอมหรือถูกบังคับ (Captive situation) ไม่มีโอกาสเลือกใช้บริการจากห้องอาหารอื่นๆ ได้ เช่น ในโรงงาน โรงเรียน ลูกค้าจำเป็นต้องใช้บริการร้านอาหารที่มีอยู่ในหน่วยงานนั้นๆ การจัดรายการอาหารควรเหมาะสมกับสภาพไม่ซ้ำซากจนเกินไป (2) เมื่อลูกค้าอยู่ในสภาพกึ่งจำยอมหรือกึ่งถูกบังคับ (Semi-captive situation) ลูกค้ามีอิสระในการเลือกใช้บริการ แต่มีเวลารับประทานอาหารจำกัดเพียง 1 ชั่วโมงในช่วงกลางวัน ลูกค้าจำเป็นต้องเลือกห้องอาหารที่ให้บริการรวดเร็วที่สุด รูปแบบการบริการที่เหมาะสมคือ แบบอาหารปรุงสำเร็จแบบบุฟเฟ่ต์ และแบบบริการตนเอง และ (3) ลูกค้าที่มีอิสระในการเลือกใช้บริการอย่างแท้จริง (Free market situation) ได้แก่ ลูกค้าที่มีเวลาในการรับประทานอาหารมาก ต้องการออกไปรับประทานอาหาร

อาหารเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเลี้ยงฉลองในโอกาสพิเศษต่างๆ ลูกค้ายุคนี้จะใช้บริการของห้องอาหารที่แตกต่างกันตามความต้องการและความพอใจของตนอย่างอิสระ มักสนใจรายการอาหารพิเศษที่แตกต่างจากการรับประทานอาหารที่บ้านเลือกห้องอาหารที่มีบรรยากาศดี ราคาเหมาะสมกับการบริการที่ได้รับ

3.6 ต้นทุนการผลิต การจัตรายการอาหาร

ห้องอาหารควรมีการวางแผนและกำหนดต้นทุนมาตรฐานของอาหารด้วย ได้แก่ (1) ต้นทุนส่วนผสมเครื่องปรุงอาหารแบบมาตรฐาน (standard recipe cost) (2) ต้นทุนการประดับตกแต่งอาหาร (garnish cost) เพื่อให้สวยงามน่ารับประทาน ดึงดูดความสนใจของลูกค้า และ (3) ต้นทุนอาหารที่เป็นส่วนประกอบ (supplementary cost) ได้แก่ ขนมปัง เนย สลัด และน้ำสลัดชนิดต่างๆ ผักประกอบ ต้นทุนทั้งหมดอาจสูงกว่าต้นทุนมาตรฐานที่กำหนดไว้ เนื่องจากรายการอาหารบางอย่าง วัตถุดิบเป็นส่วนผสมที่มีราคาสูงมาก และอาหารส่วนประกอบอาจเหลือทิ้งใช้ไม่ได้ ดังนั้นผู้จัตรายการอาหารควรตรวจสอบและวิเคราะห์การขายในแต่ละวันเพื่อดูว่าในวันหนึ่งๆ มีรายการอาหารชนิดใดบ้างที่ขายได้มากและได้รับความนิยมจากลูกค้า โดยพิจารณาต้นทุนการผลิตเป็นหลักเพื่อจัตรายการอาหารต่อไป และถ้ารายการนั้นขายได้ดี แต่มีต้นทุนการผลิตสูงขึ้นเรื่อยๆ อาจมีการปรับราคาให้สูงขึ้น ผู้จัดการควรติดตามความเคลื่อนไหวของราคาอาหารสดและวัตถุดิบอื่นๆ ที่นำมาใช้ปรุงอาหารอยู่เสมอ การควบคุมหรือลดต้นทุนการผลิตอาจทำได้หลายวิธี เช่น การเลือกใช้อาหารสด วัตถุดิบ ที่หาได้ในท้องถิ่นแทนการเลือกซื้อสินค้านำเข้า การควบคุมจำนวนของเหลือให้น้อยที่สุด การจัดอาหารชุดโดยจัดให้มีอาหารต้นทุนสูงต่ำคละกันไป

3.7 การเตรียมการผลิตอาหารและการให้บริการ

การจัตรายการอาหารที่ดี ช่วยให้การดำเนินงานทั้งการผลิตอาหารและการให้บริการเป็นไปอย่างราบรื่น ในขณะเดียวกัน ความสามารถในการดำเนินงานทั้งสองด้านที่มีอยู่ก็จะช่วยให้การจัตรายการอาหารเป็นไปอย่างเหมาะสมเช่นเดียวกัน การเตรียมการที่ช่วยให้การวางแผนการจัตรายการอาหารเหมาะสม ได้แก่

1) **อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ และเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ** เครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร การจัตรายการอาหารที่ดีควรจัดให้มีการกระจายเครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ อย่างทั่วถึงด้วยการจัตรายการอาหารที่มีวิธีการปรุงอาหารหลายวิธี ซึ่งแต่ละวิธีจะใช้อุปกรณ์ต่างกัน การกระจายอุปกรณ์จะทำให้การเตรียมการผลิตอาหารและการให้บริการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้ (1) อุปกรณ์ต่างๆ สามารถทำงานไปพร้อมๆ กัน ไม่ต้องรอกันจะช่วยประหยัดเวลาในการทำงาน (2) พนักงานทุกคนได้ทำงานเท่าๆ กัน และพร้อมกันซึ่งจะช่วยลดความเร่งรีบในช่วงที่มียานยุ่งมากๆ (3) ช่วยลดอุบัติเหตุในการทำงาน พนักงานได้ทำหน้าที่ที่ตนถนัด (4) รายการอาหารจะประกอบด้วยอาหารที่มีวิธีการปรุงไม่ซ้ำซ้อนกัน และ (5) พนักงานบริการมีทักษะในการเตรียมการและให้บริการมากขึ้น

2) **บุคลากร** ควรพิจารณากำลังคนและความสามารถของพนักงานด้วย โดยเฉพาะความสามารถและประสบการณ์ของพ่อครัว เพื่อดูว่ารายการอาหารเหมาะสมและสามารถปรุงได้

ตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่ โดยเฉพาะห้องอาหารแบบหรูหรารในโรงแรม ห้องอาหารขนาดใหญ่ นอกจากนี้ควรพิจารณาจำนวนและเวลาการทำงานของพนักงาน การแบ่งงานตามความสามารถและความถนัดเพื่อให้งานบริการเรียบร้อยตามกำหนดเวลา

3) ประเภทและรูปแบบของการบริการ ห้องอาหารจัดดำเนินการมีส่วนกำหนดรายการอาหารด้วยรายการอาหารบางอย่างเหมาะกับการบริการบางรูปแบบเท่านั้น

4) ความสมดุลของการประกอบอาหาร การจัดรายการอาหาร 1 มื้อ ควรพิจารณาความสมดุลหลายๆ ด้าน ได้แก่ (1) การจัดลำดับของอาหารที่จะเสิร์ฟในแต่ละจาน (2) การปรุงอาหารในรายการเดียวกันควรใช้หลายวิธี เช่น นึ่ง ต้ม อบ ทอด เพื่อให้ลักษณะของอาหารแต่ละจานไม่ซ้ำกัน (3) อาหารควรมีหลายรสชาติ ประดับตกแต่งอย่างสวยงามน่ารับประทาน และสีไม่ซ้ำกัน (4) อาหารที่รับประทานประกอบต้องจัดให้เข้ากันได้กับอาหารจานหลัก และสมดุลกันด้านความสด คุณภาพ และมีคุณค่าทางโภชนาการ และ (5) การเสิร์ฟอาหารควรคำนึงว่าลูกค้าจะต้องได้รับอาหารในขณะที่ยังร้อนพอเหมาะแก่การรับประทานทุกจาน

3.8 การดำเนินการกับการวางแผนรายการอาหาร

การดำเนินการกับการวางแผนรายการอาหาร ประกอบด้วย

1) คุณภาพของอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการบริการอาหาร รายการอาหารที่ดีนั้นจะต้องมีคุณภาพใน 2 ประการ คือ คุณภาพด้านกายภาพ และคุณค่าด้านโภชนาการ คุณภาพด้านกายภาพได้แก่ อาหารที่ให้บริการนั้นจะต้องมีคุณสมบัติต่างๆ ที่ปรากฏแก่ผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นด้านลักษณะที่ปรากฏหรือประสาทสัมผัสแล้วก่อให้เกิดความอยากรับประทาน ส่วนคุณค่าทางด้านโภชนาการได้แก่ อาหารที่ให้บริการนั้นจะต้องเป็นแหล่งของสารอาหารที่เป็นประโยชน์แก่ร่างกายของผู้บริโภค

2) ความสามารถของพ่อครัวและพนักงาน พ่อครัวต้องพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการประกอบอาหารและการให้บริการอาหารชนิดนั้นๆ ความสามารถของพ่อครัวถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะควบคุมให้อาหารมีคุณภาพและปริมาณเหมาะสมกับการให้บริการ การควบคุมการผลิตอาหารจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยหัวหน้าพ่อครัวและพ่อครัวซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความรู้เรื่องอาหารที่จะต้องจัดเตรียมทุกชนิดเป็นอย่างดี พ่อครัวยังมีบทบาทสำคัญต่อการประยุกต์รายการอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้นโดยวิธีการต่างๆ การพัฒนาเหล่านี้จะเกิดขึ้นได้จะต้องอาศัยทักษะความชำนาญของบุคลากรเหล่านี้ที่จะช่วยสร้างสรรค์ในลักษณะเดียวกับการสร้างสรรค์งานศิลปะ

3) ความต่อเนื่องในการจัดหาวัตถุดิบ วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายและช่วยให้การผลิตอาหารเป็นไปอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลที่จะทำให้รายการอาหารที่วางแผนนี้มีความคงอยู่ได้ ราบรื่นที่ต้องการวัตถุดิบที่ใช้ในตำรับอาหารมีผลต่อคุณภาพอาหารเพราะอาหารจะมีคุณภาพดีได้ต้องอาศัยวัตถุดิบที่มีความสด ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงวัตถุดิบหลักที่จะต้องนำมาใช้ประกอบอาหารนั้น ก็คือ ควรเป็นวัตถุดิบที่มีแหล่งผลิตในท้องถิ่น เพราะนอกจากจะได้ของสดแล้วยังราคาที่เหมาะสมไม่ทำให้ต้นทุนอาหารสูงเกินไป แต่หากรายการอาหารมีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งอื่น ก็ควรมี

การเก็บรักษาในระหว่างการขนส่งด้วยวิธีการที่เหมาะสม หลักในการจัดหาวัตถุดิบอีกวิธีหนึ่ง ได้แก่ การเลือกซื้อวัตถุดิบตามฤดูกาล วิธีนี้จะช่วยให้ได้อาหารสดและมีราคาถูกกว่าวัตถุดิบที่อยู่นอกฤดูกาล

4) ความสะอาดและความปลอดภัยในอาหาร การควบคุมด้านสุขาภิบาลอาหารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบธุรกิจบริการอาหาร ทั้งนี้เพื่อป้องกันโรคต่างๆ ที่เกิดจากอาหารสกปรก ดังนั้นผู้วางแผนรายการอาหารจึงต้องมีส่วนรับผิดชอบโดยการวางแผนและควบคุมให้มีการปฏิบัติถูกต้องตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

4. การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ ได้แนวคิดจากผลการวิจัยของเปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุลละศิริมา (2555) เรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นของพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า อาหารท้องถิ่นพัทยามีข้อดีหลายประการ ได้แก่ วัตถุดิบ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นพัทยาสามารถหาได้บริเวณพื้นที่ใกล้เคียง วัตถุดิบมีลักษณะเฉพาะและมีความแปลกที่นำมาเป็นจุดเด่นในการพัฒนาได้ กระบวนการปรุง ใช้เทคนิคและเคล็ดลับต่างๆ ที่เป็นภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นของชาวเมืองพัทยา ซึ่งเกิดจากความรอบรู้ของคนโบราณในการประกอบอาหารแต่ละชนิดให้มีความอร่อย มีเคล็ดลับของอาหารแต่ละชนิดซึ่งเกิดจากจุดเด่นของส่วนผสมที่นำมาใช้ประกอบอาหาร ซึ่งจุดนี้สามารถนำมาเป็นจุดขายแก่นักท่องเที่ยวได้ รูปแบบการนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่น การจัดตกแต่ง และการจัดเสิร์ฟ การพัฒนาอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดตกแต่งที่สวยงามเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้บริโภค อย่างไรก็ตามในการพัฒนามีการคำนึงถึงวิธีการจัดเสิร์ฟของอาหารแต่ละประเภทเรื่องอุณหภูมิและเวลาในการจัดเสิร์ฟเพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพและรสชาติอาหารที่ดี

4.1 ความหมายอาหารเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ คือ การนำอาหารมาออกแบบและมีการวางผังจาน โดยที่ทำหน้าที่ในการผู้ออกแบบรายการอาหาร เรียกว่า Food stylist ซึ่งจะมีการออกแบบและตกแต่งอาหารให้มีความสวยงาม น่าสนใจ สร้างความประทับใจ พร้อมทั้งสื่อความหมายผ่านองค์ประกอบศิลป์

การออกแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ (Creative food design) คือ การส่งผ่านสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคใช้ทรัพยากรด้วยความตระหนัก รักษาภูมินิเวศวัฒนธรรมทางอาหารอันทรงคุณค่า รังสรรค์ผลงานตามรากเหง้าแห่งภูมิปัญญาบรรพบุรุษ โดยยึดหลักการของ 3 ประสานสำคัญ คือ 3Cs Creativity, Community, Competitiveness (Nasi Jumpru Team, 2015)

4.2 การพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

- 1) การออกแบบและตกแต่ง เพื่อเสริมอรรถรสในการรับประทาน ซึ่งมักพบในงานของเชฟ ในร้านอาหารหรือโรงแรมต่างๆ
- 2) การออกแบบและตกแต่งให้สวยงาม เพื่อเอื้อต่อการทำงานด้านสื่อ อาทิ การถ่ายภาพโฆษณา การถ่ายภาพในงานโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ การถ่ายภาพเพื่องานสื่อสิ่งพิมพ์

4.3 ความแตกต่างของการออกแบบและตกแต่งอาหารเชิงสร้างสรรค์

การออกแบบตกแต่งเพื่อเสริมอรรถรสในการรับประทานเน้นเรื่องการใช้วัตถุดิบ ส่วนผสม และการตกแต่งอาหาร ต้องคำนึงถึงความอร่อยตรงตามตำรับอาหารนั้นๆ รับประทานได้จริง และเป็นการตกแต่งอาหารสื่อสารจานอาหารตรงสู่คนรับประทาน ทั้งยังมุ่งเติมเต็มอรรถรสจานอาหารในการรับประทานอย่างแท้จริง

การออกแบบตกแต่งให้สวยงามเพื่อเอื้อต่อการทำงานด้านสื่อ เน้นเรื่องวัตถุดิบ ส่วนผสม และการตกแต่งอาหาร รวมถึงการใช้สิ่งของประดับจาน เน้นความสวยงามในเชิงศิลปะ ดูโดดเด่น แฟชั่น และดึงดูดความสนใจ การตกแต่งอาหารสื่อสารสู่ผู้รับสาร ผู้อ่านผู้พบเห็น มุ่งสร้างอรรถรสในการสื่อสาร เช่น การเสริมความเข้าใจในบทความ หนังสือสอนการทำงานอาหาร สร้างความดึงดูดให้ผู้บริโภคอุดหนุนสินค้า หรือเข้ามาใช้บริการ

4.4 จุดประสงค์การสร้างสรรคบนจานอาหาร

การออกแบบสร้างสรรค์บนจานอาหาร เพื่อให้อาหารน่ารับประทานนำซึ่งความสุขและอรรถรสในการรับประทาน เพื่อกลยุทธ์การขายในร้านอาหาร โรงแรม หรือบาร์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารงานสร้างสรรค์บนจานอาหาร เพื่องานด้านสื่อสาร ทางนิตยสาร สื่อโฆษณา สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น สื่อที่สร้างสรรค์งานศิลป์โดยธรรมชาติให้กับอาหารเป็นเครื่องมือในการนำไปเติมเต็มความงามเชิงศิลปะบนเมนูให้สวยงาม

4.5 หลักการออกแบบตกแต่งอาหาร

การออกแบบตกแต่งอาหาร (Food Styling) เป็นส่วนร่วมของงานศิลปะและอาหาร เพื่อกิจการเชิงพาณิชย์ต่างๆ สรุปได้ว่า การออกแบบตกแต่งอาหาร คือ การสร้างสรรค์และพัฒนา รูปแบบของอาหารต่างๆ รวมถึงอุปกรณ์ประกอบ ภาชนะและการจัดวาง เพื่อการถ่ายภาพเชิงพาณิชย์ การถ่ายทำวิดีโอ การจัดงานเลี้ยง ฯลฯ งานของการออกแบบตกแต่งอาหารนั้นมีความครอบคลุมระหว่าง ศิลปะ การออกแบบ และอาหารโดยขอบข่ายของงานนี้ (ปฤถิต นัจนฤตย์, 2553) สรุปได้ดังนี้

1) การจัดเตรียมวัตถุดิบวัสดุและอุปกรณ์ทำอาหาร นักออกแบบอาหารต้องคำนึงถึงวัตถุดิบและวัสดุต่างๆ ที่มีสีสัน รูปทรง และรสชาติ ที่จะมาประกอบเป็นอาหาร รวมถึงการปรับเปลี่ยนรูปร่าง รูปทรงและสีสันเดิมของวัตถุดิบให้เกิดความแปลกใหม่น่าสนใจก่อนนำไปปรุง นอกจากนั้นต้องคำนึงถึงภาชนะต่างๆ ที่จะใช้

2) การประกอบและตกแต่งอาหาร ขั้นตอนหรือขอบข่ายงานนี้เป็นส่วนสำคัญ การประกอบอาหารรับประทาน หรืองานเลี้ยงนั้น ย่อมแตกต่างจากการประกอบอาหารเพื่อการถ่ายภาพ เพราะมีองค์ประกอบทางศิลปะและรสชาติที่แตกต่างๆ กัน เป็นองค์ประกอบที่นักออกแบบตกแต่งอาหารจะต้องคิดและคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ และอาหารที่จะนำไปใช้ในกิจการต่างๆ

3) การถ่ายทำภาพนิ่ง ภาพยนตร์หรือวิดีโออาหาร เป็นส่วนสำคัญที่นักออกแบบอาหารจะต้องมีทักษะการเล็งเห็นภาพที่จะปรากฏในภาพถ่ายหรือวิดีโอที่จะเกิดขึ้น รูปที่มีสีสัน คว้นสำหรับอาหารร้อน ไอหรือหยดน้ำสำหรับอาหารเย็นจะต้องเตรียมสำหรับการถ่ายภาพแบบต่างๆ

4) การนำอาหารหรือภาพต่างๆ เหล่านั้นไปออกแบบเป็นสิ่งต่างๆ งานออกแบบตกแต่งอาหารจะต้องมีการนำอาหารไปใช้บริการในงานต่างๆ เช่นงานจัดเลี้ยงงานนิทรรศการ หรืองานเปิดตัวสินค้าต่าง ๆ นอกจากนี้ต้องนำภาพไปใช้ในการออกแบบงานต่างๆ เช่น เมนูอาหาร ตกแต่งร้านอาหาร จัดทำเว็บไซต์ และบรรจุภัณฑ์อาหารต่างๆ

การออกแบบตกแต่งอาหารสามารถแบ่งตามทักษะของผู้ออกแบบได้ดังนี้

1) การออกแบบตกแต่งอาหารสำเร็จ หรือแนว Make over หมายถึง การออกแบบตกแต่ง หรือจัดวางเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยอาหารที่นำมาจัดเป็นอาหารที่สำเร็จมาแล้ว หรือนักออกแบบตกแต่งอาหารนำมาจัดวางให้มีรูปลักษณ์สวยงามน่ารับประทานยิ่งขึ้นด้วยหลักการทางการออกแบบและศิลปะ ซึ่งนักออกแบบตกแต่งอาหารนี้จะเป็นผู้ทำงานหรือมีประสบการณ์จากงานศิลปะและออกแบบซึ่งต้องอาศัยที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถด้านอาหารหรือเชฟต่างๆ

2) การออกแบบตกแต่งอาหารจากวัตถุดิบ หมายถึง การออกแบบตกแต่งอาหารที่ต้องสร้างอาหารรายการใหม่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงสูตรหรือส่วนผสมแล้วจัดให้เกิดความสวยงาม ผู้สร้างสรรค์งานกลุ่มนี้จำเป็นต้องมีความรู้ด้านอาหาร

การแบ่งประเภทงานออกแบบตกแต่งอาหารตามลักษณะของงานที่ปรากฏในวงธุรกิจอาหาร มี 4 ประเภท ได้แก่ การออกแบบตกแต่งอาหารสำหรับการบริการ การออกแบบตกแต่งอาหารสำหรับการถ่ายภาพ การออกแบบตกแต่งอาหารสำหรับโฆษณาและแพ็คเกจ และการออกแบบตกแต่งอาหารสำหรับอุตสาหกรรมอาหาร

ทักษะสำคัญที่จำเป็นนักออกแบบตกแต่งอาหาร คือทักษะทางด้านศิลปะ และอาหารนั่นเอง ประกอบด้วย ทักษะการรู้ด้านอาหาร ทักษะด้านองค์ประกอบศิลป์ ทักษะการถ่ายภาพและวิดีโอทัศน์ ทักษะการจัดวางและแสดง และทักษะในการทำงานเป็นกลุ่ม

4.6 การจัดจาน และศิลปะเกี่ยวกับการจัดอาหาร

สุภัสสร บำรุงวัด (2558) ได้เผยแพร่ความรู้ผ่านเว็บไซต์ <https://jalefoodart.wordpress.com/> ในเรื่อง พื้นฐานการจัดจาน มีสาระสำคัญ เกี่ยวกับการจัดจาน และศิลปะเกี่ยวกับการจัดอาหาร ดังนี้

1) การจัดจาน ในการจัดจานนั้นมีเทคนิคและวิธีการเพื่อให้อาหารในแต่ละจานออกมาให้สวยงามและคนทานพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งในการจัดจานก็จะมี ความแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับ การออกแบบของเชฟแต่ละคน การจัดจานจึงเป็นงานศิลปะอีกอย่างหนึ่งที่ต้องอยู่บนอาหารในแต่ละจาน

องค์ประกอบพื้นฐานของการจัดจาน 5 ข้อ คือ

1.1) สร้างโครงร่าง เริ่มต้นที่การวาดรูปและสเก็ตช์เพื่อให้เห็นภาพงานอาหารที่ต้องการ ค้นหาแรงบันดาลใจจากรูปภาพหรือสิ่งของต่างๆ รวมจาน “ฝึก” เข้าด้วยกันเพื่อช่วยในการจัดการทำภาพในความคิดของคุณออกมา

1.2) เรียบง่ายเข้าใจ เลือกส่วนผสมขึ้นมา 1 อย่างที่คุณต้องการเน้นและใช้พื้นที่ว่าง เพื่อให้การแสดงอาหารดูเรียบง่าย ความระเกะระกะจะเบนความสนใจของนักทานออกจากองค์ประกอบหลักของอาหารของคุณ และอาจทำให้นักทานสับสนว่าจะให้ความสนใจกับอะไรอีกด้วย

1.3) สร้างสมดุลบนจาน เล่นสี รูปทรงและเนื้อพื้นผิวเพื่อให้มั่นใจว่านักทานจะรู้สึก ว่าเยอะเกินไป การจัดแสดงอาหารไม่ควรกลบรสชาติและประโยชน์ของอาหารนั้น

1.4) ใช้ขนาดสัดส่วนที่ถูกต้อง ทำให้แน่ใจว่าส่วนผสมมีปริมาณที่ถูกต้องและตัวงาน ช่วยเติมเต็มให้อาหาร สมบูรณ์โดยมีขนาดไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป ใช้สัดส่วนโปรตีน คาร์โบไฮเดรตและ ผักที่ถูกต้องเพื่อสร้างสรรค์อาหารที่ได้สมดุลตามโภชนาการ

1.5) เน้นส่วนผสมหลัก ทำให้แน่ใจว่าส่วนผสมหลักมีความโดดเด่นออกมาและให้ ความสำคัญกับ “ตัวสนับสนุน” อื่นๆ อย่างเท่าเทียมกัน ตัวสนับสนุนนี้หมายถึงองค์ประกอบอื่นๆ บน จานเช่น ของตกแต่งจาน ซอสและแม้กระทั่งตัวงานเอง

ปัจจัยอื่นๆ ในการจัดจาน ได้แก่

- ส่วนผสมที่ออกมาจากพิมพ์เดียวกัน ส่วนผสมที่ตัดหรือแกะสลักด้วยความชำนาญ สามารถเพิ่มเสน่ห์ทางสายตาให้แก่อาหารได้ หันสไลซ์ขึ้นเนื้อไม่มีกระดูกแนวเฉียงเพื่อแสดง การทำอาหารและคุณภาพอย่างดี อาหารที่แกะสลักยังช่วยสร้างความสูงและโครงสร้างและทำให้จาน ดูสะอาดเรียบร้อยอีกด้วย

- ซอส สร้างลักษณะเฉพาะในรูปของจุดต่างๆ บนด้านข้างของจานหรือทำให้เป็น เอกลักษณ์บนด้านใดด้านหนึ่งของจาน เมื่อเทซอส ให้เทเบาๆ หรือทำให้ซอสเป็นละอองบนจาน จะทำ ให้อาหารหรือได้อาหารก็ได้

- ของตกแต่งจาน จะทำหน้าที่เป็นตัวเน้นเพื่อเพิ่มความมีชีวิตชีวาหรือนั่นสีสันของ อาหารจานหลัก มีไว้เพื่อเพิ่มและให้เข้ากับรสชาติของอาหารจานนั้น ไม่ใช่กลบ เรามีแนวทางง่ายๆ ในการใช้ของตกแต่งจานดังต่อไปนี้

1. หลีกเลี่ยงการกองสูงของตกแต่งจานตรงมุมจานเพียงมุมเดียว

2. สร้างสีสันและรูปทรงที่โดดเด่นโดยจัดของตกแต่งจานรอบๆ อาหารจานหลัก

3. ของตกแต่งควรเป็นสิ่งที่ทานได้เสมอ ดังนั้นจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้ดอกผักชีฝรั่ง เลมอนทิวสต์ แท่งอบเชย หรือสมุนไพรดิบ

4. ของตกแต่งควรจัดลงจานอย่างรวดเร็วเพื่อให้เสิร์ฟอาหารถึงโต๊ะได้ในขณะที่ยัง อุ่นอยู่

2) ศิลปะเกี่ยวกับการจัดอาหาร อาหาร เป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญของมนุษย์ อาหารนอกจากสนองความต้องการทางกายของมนุษย์แล้ว อาหารยังสนองความต้องการทางด้านจิตใจ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นในการบริโภคอาหารผู้จัดอาหารจึงต้องใช้ศิลปะในการสร้างสรรค์ตกแต่ง อาหาร เพื่อให้อาหารเป็นเครื่องจรรโลงใจในขณะเดียวกันศิลปะเกี่ยวกับการอาหาร มีองค์ประกอบ ศิลปะที่นำมาเกี่ยวข้องในการจัดอาหาร

2.1) ขนาดและสัดส่วน (Size and Proportion) ในการจัดอาหาร ขนาดและ สัดส่วนนำมาเกี่ยวข้องในการจัดอาหารในภาชนะ หากภาชนะมีขนาดเล็ก อาหารในจานควรมีปริมาณ ที่พอดี ไม่มากจนล้นหรือเลอะออกมานอกภาชนะ เพราะจะทำให้ไม่น่ารับประทาน ในการจัดอาหาร บนโต๊ะ หากโต๊ะมีขนาดเล็กภาชนะที่ใช้ควรมีสัดส่วนที่พอเหมาะไม่ใหญ่จนแน่นโต๊ะ หรือเล็กจนตัก อาหารไม่ถนัด

2.2) ความกลมกลืน (Harmony) ความกลมกลืนในการจัดอาหารจะเกี่ยวข้องกับอาหารและภาชนะอาหารควรเหมาะสมและกลม กลืนกับภาชนะอาหารประเภททอดควรใส่ในจานหรืออาหารประเภทน้ำควรใส่ในชาม นอกจากนี้ผลไม้ควรใส่ตะกร้าหรือถาดไม้จะเหมาะสมกว่าใส่ในถาดโลหะ อาหารบางประเภทควรคำนึงถึงความกลมกลืนของภาชนะเช่นกัน เช่น อาหารภาคเหนืออาจเสิร์ฟในขันโตก หรืออาหารภาคกลาง เสิร์ฟในจานที่ดูสวยงาม สะอาด หรือมีขอบเป็นลวดลายไทย เป็นต้น

2.3) การตัดกัน (Contrast) ศิลปะในการตัดกันของการจัดอาหาร ทำได้โดยการตัดกันระหว่างการตกแต่งโต๊ะอาหารและการจัดอาหาร สีของอาหารหรือการตกแต่งอาหาร แต่ในการตัดกันไม่ควรตัดกันในปริมาณที่มาก เพราะจะทำให้ขาดความน่าสนใจ ในปัจจุบันการจัดตกแต่งโต๊ะอาหารนิยมจัดดอกไม้ให้สูงเกินมาตรฐานการจัด เพื่อสร้างความสนใจและความโดดเด่นของบรรยากาศ แต่ในการจัดควรระมัดระวังเพราะจะทำให้รกและขัดต่อการสนทนาได้ ส่วนสีของอาหารหรือการตกแต่งอาหารสามารถตัดกันได้ตามความเหมาะสมของความสวยงาม

2.4) เอกภาพ (Unity) เอกภาพในการจัดอาหาร ทำได้โดยการรวมกลุ่มของการจัดโต๊ะอาหาร เช่น การจัดจาน ช้อนส้อม หรือชุดอาหารเข้าด้วยกัน เพื่อใช้ได้อย่างสะดวกและเหมาะสมกับอาหารที่จัดนั้นๆ ส่วนการจัดอาหารในจานควรจัดให้พอเหมาะไม่แผ่กระจาย ยากต่อการรับประทาน หรือเครื่องปรุงต่างๆ ควรอยู่ด้วยกันกับอาหารที่เสิร์ฟนั้นๆ

2.5) การซ้ำ (Repetition) การซ้ำเป็นการทำในลักษณะเดิม เช่น การตกแต่งของจานด้วยลักษณะซ้ำกันแบบเดิมอย่างมีจังหวะ ได้แก่ การวางตกแต่งภาชนะรอบขอบจาน เพื่อเน้นการจัดอาหารให้น่ารับประทานยิ่งขึ้น

2.6) จังหวะ (Rhythm) การจัดจังหวะในการตกแต่งอาหาร ทำได้หลายประการ ทั้งการจัดจังหวะของอาหารบนโต๊ะ การตกแต่ง หรือจัดตกแต่งอาหารในภาชนะ เช่น การวางตกแต่งภาชนะกับมะเขือเทศเรียงรอบขอบจาน หรือการจัดตกแต่งบริเวณโต๊ะอาหารด้วยสิ่งตกแต่งต่างๆ อย่างมีจังหวะ เช่น แจกันดอกไม้ หรือเชิงเทียน เป็นต้น

2.7) การเน้น (Emphasis) ศิลปะการจัดตกแต่งอาหารให้น่าสนใจอยู่ที่การเน้น การเน้นสามารถทำได้ทั้งการตกแต่งบรรยากาศในห้องอาหาร การเน้นยังเกี่ยวข้องกับสีของอาหาร การตกแต่งอาหาร เช่น การแกะสลักผัก ผลไม้ หรือการจัดบรรยากาศด้วยการจัดดอกไม้ ล้วนแล้วแต่เกิดจากการเน้นทั้งสิ้น หากต้องการให้อาหารที่จัดน่าสนใจ ควรคำนึงถึงศิลปะที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ สิ่งนั้นคือ การเน้นนั่นเอง

2.8) ความสมดุล (Balance) การจัดอาหารหรือโต๊ะอาหาร ความสมดุลจะช่วยให้พื้นที่จัดมีน้ำหนักในการจัดวางอย่างลงตัว ไม่หนาแน่นในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ทำให้ง่ายต่อการใช้สอยและงดงามต่อการมองเห็น การจัดอาหารในจานเลี้ยง พื้นที่จัดไม่ควรอยู่รวมกันเพราะจะทำให้เกิดความหนาแน่นของพื้นที่ ควรกระจายพื้นที่ในการจัดให้สมดุล โต๊ะวางอาหารควรอยู่ในบริเวณที่มีพื้นที่กว้างเพื่อสะดวกต่อการตัดอาหารขนม หวานหรือผลไม้ควรแยกออกไปอีกบริเวณหนึ่ง เพื่อสร้างความสมดุลของพื้นที่ นอกจากนี้การจัดอาหารในจานควรคำนึงถึงความสมดุลเช่นกันเพราะความสมดุลจะทำให้อาหารในจานดูเหมาะสม

2.9) สี (Color) การใช้สีตกแต่งอาหารเป็นเรื่องง่ายกว่าการใช้สีตกแต่งในเรื่องอื่น เพราะอาหารในแต่ละอย่างจะมีสีส่นในตัวเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอาหารไทย ซึ่งมีมากมายหลายสี แกงเขียวหวานสีเขียวอ่อน แกงเผ็ดสีส้ม หรือแกงเลียงสีเขียว การใช้สีตกแต่งอาหารเพียงเพื่อต้องการให้อาหารเกิดความน่ารับประทาน และสร้างจุดเด่นของอาหาร ดังนั้นการใช้สีตกแต่งอาหาร จึงควรใช้สีจากธรรมชาติ เพื่อความปลอดภัยในการบริโภค เช่น สีเขียวจากใบเตย สีม่วงหรือสีน้ำเงินจากดอกอัญชัน หรือสีเหลืองจากฟักทองหรือขมิ้น เป็นต้น ถึงแม้ว่าอาหารจะมีรสอร่อยเพียงใดแต่หากขาดการปรุงแต่งด้วยสีส่นอาหารนั้น อาจขาดความสนใจได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ได้กล่าวถึงเรื่อง ศิลปะกับอาหารหรืออาหารเชิงสร้างสรรค์ ไว้ว่า คำว่า “อาหาร” ก็เป็นที่เข้าใจกันอยู่แล้ว สิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องการในชีวิตประจำวันก็คือการใช้บริโภคที่เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ทั้งนี้ยังทำให้เกิดความหลากหลายในต่างๆวัฒนธรรมที่ได้มีอาหารนั้นเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นของตนเอง แต่ในคำว่าศิลปะก็ถือเป็นการสร้างสรรค์ การจินตนาการ ให้ออกมาในรูปแบบที่สวยงามและน่าสนใจมากที่สุดทั้งนี้อาหารจึงจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเพราะเป็นการนำความเป็นศิลปะออกมาเผยแพร่ให้อยู่ในรูปแบบลวดลายของอาหารหรืออยู่บนอาหารในแต่ละจาน โดยการกินอาหารก็ถือว่าเป็นศิลปะการกินอีกอย่างหนึ่งที่เรทุกคนสามารถสัมผัสได้ด้วยลิ้นของตนเองซึ่งไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นร้านในโรงแรม แต่ในปัจจุบันนี้เกือบทุกร้านที่มีระดับและมีราคาพอเหมาะสมก็ล้วนแต่ตกแต่งอาหารที่เกิดจากการสร้างสรรค์ฝีมือของผู้ที่เป็นเชฟหรือแม่ครัว รวมถึงใครๆ ก็สามารถตกแต่งอาหารให้เป็นศิลปะได้เช่นเดียวกัน ซึ่งศิลปะบนอาหารนั้นถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่อยู่บนจาน เพราะถ้าหากว่าไม่มีการตกแต่งก็อาจจะทำให้อาหารนั้นดูจืดชืด ไม่น่ารับประทาน โดยในทางตรงกันข้ามกับอาหารที่มีการตกแต่งก็จะดูน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น แม้ว่าจะเป็นเพียงการประดับไว้หรือรับประทานได้ก็ตาม และไม่ใช้แค่ทำเป็นหรือทำออกมาอร่อยแต่ยังเห็นถึงความต้องการของเชฟที่ต้องการสื่อออกมาผ่านทางอาหาร ทั้งนี้ก็แล้วแต่มุมมองของคน เนื่องจากว่าอาหารไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบไหนก็สามารถรับประทานได้เช่นกัน

4.7 ความหมายของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารสร้างสรรค์

การสร้างสรรค์อาหารทั้งในรูปแบบของตัวอาหาร การนำเสนอ ไปจนถึงกระทั่งวิธีการรับประทาน โดยแบ่งเป็น 3 ระดับคือ Cosmetic change, Context change และ Concept change

1) Cosmetic change เป็นการเติมรูปลักษณะของอาหาร โดยไม่เปลี่ยนแปลงรสชาติหรือความเต็ม

2) Context change เป็นการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบอาหารเดิม เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ

3) Concept change เป็นการสร้างคุณค่าให้อาหารที่ฉีกแนวจากวิธีเดิมๆ ไม่มุ่งเฉพาะแต่ตัวอาหารอย่างเดียว หากยังคิดรวมถึงการปรับกระบวนการทัศนัย รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset-Based) ร่วมกับความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์

(Commercialization) หรือคุณค่าเพิ่มทางสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (<http://ce.nesdb.go.th/>))

4.8 เป้าหมายของการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

จากการกำหนดวิสัยทัศน์ตำแหน่ง และบทบาทของอุตสาหกรรมอาหารสร้างสรรค์ของประเทศไทยนั้น เป็นการมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมและยกระดับมาตรฐานการผลิตสู่สากลในภาคของการผลิตสินค้าอาหาร รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้อาหารไทยกลายเป็นอาหารจานหลักของโลก ทำให้สามารถกำหนดเป้าหมายที่มีความชัดเจน และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ดังกล่าวไว้ 6 เป้าหมาย คือ

- 1) เพิ่มการผลิตและจัดจำหน่ายอาหารแปรรูปชนิดใหม่
- 2) เพิ่มจำนวนผู้ผลิตที่ได้คุณภาพและได้รับการรับรองมาตรฐาน
- 3) เพิ่มการนำเอานวัตกรรมด้านอาหารมาใช้ในการผลิต
- 4) ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนาอาหาร
- 5) อาหารไทยเป็นอาหารจานโปรดของคนทั่วโลกในอันดับที่ 1-3
- 6) ลดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในการผลิตและลดการใช้พลังงานในอุตสาหกรรม

อาหาร

4.9 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย

การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารเชิงสร้างสรรค์จะครอบคลุมทั้งในส่วนของการพัฒนาบุคลากรที่เป็นจุดเริ่มต้นของการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ การสนับสนุนให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า การยกระดับมาตรฐานการผลิตของภาคอุตสาหกรรมให้อยู่ในระดับสากล การพัฒนาระบบโครงสร้างสนับสนุนให้มีความเหมาะสมและสามารถสนับสนุนความคิด สร้างสรรค์ของนักวิจัยพัฒนาสินค้าได้ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับภาค ประชาชนถึงการเลือกบริโภคสินค้าอาหารที่มีคุณภาพและดีต่อสุขภาพ และยังเป็นการพัฒนากลไกทางการตลาดในการขับเคลื่อนให้ผู้ประกอบการปรับปรุง คุณภาพและกระบวนการผลิตให้ได้ตามความต้องการของตลาด รวมถึงยังมีการส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นอาหารจานหลักของโลกด้วย ที่กล่าวมาเบื้องต้นนี้จะสามารถแบ่งได้เป็น 6 ยุทธศาสตร์หลัก คือ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: สนับสนุนการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างสรรค์นวัตกรรม และสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าอาหารแต่ละกลุ่ม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ยกระดับมาตรฐานการผลิตสินค้าอาหารจากประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 3: สร้างนักสร้างสรรค์และพัฒนาวิจัยสู่ภาคอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 4: สนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานในการขับเคลื่อนการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 5: ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ด้านสุขอนามัยและโภชนาการอาหาร เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ที่ 6: ส่งเสริมอาหารไทยและร้านอาหารไทยไปสู่อาหารจานหลักของโลก

4.10 ปัจจัยสนับสนุนในการผลิตสินค้าสร้างสรรค์

สินค้าสร้างสรรค์เป็นสินค้าที่มีการมุ่งเน้นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยอาศัยความคิดของมนุษย์เป็นพื้นฐานหลัก ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ในการนำเอาสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวมาเป็นทุนหรือพื้นฐานในการสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบสินค้า ซึ่งการออกแบบนี้รวมถึงการออกแบบบุคลิกภายนอกและการออกแบบประโยชน์การใช้งานของสินค้า การผลิตสินค้าสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องอาศัยทุนในด้านต่างๆ เป็นปัจจัยสำคัญ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบสินค้าอย่างสร้างสรรค์ เป็นแหล่งขององค์ความรู้ในการจุดประกายความคิดใหม่ๆ หรือเป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้าให้ได้ตามประโยชน์การใช้งานที่กำหนดไว้ โดยจะสามารถแบ่งปัจจัยสนับสนุนที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการผลิต สินค้าได้เป็น 5 ปัจจัยหลัก คือ ทุนมนุษย์ (Human capital) ทุนสังคม (Social capital) ทุนวัฒนธรรม (Cultural capital) ทุนเทคโนโลยี (Technology capital) และทุนโครงสร้างสนับสนุน (Infrastructure capital) (อรพินท์ บุญสิน, 2557)

5. พฤติกรรมการบริโภคอาหาร

5.1 ความหมายพฤติกรรมบริโภค

พฤติกรรมบริโภค หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การใช้ การทิ้งสินค้าและบริการ รวมถึงอารมณ์จิตใจ และการตอบสนองเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นล่วงหน้าขณะที่ใช้สินค้าหรือบริการ และภายหลังกิจกรรมนั้น (Kardes, Cronley & Cline, 2015)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งสะท้อนจากผลรวมของการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยมีลำดับตั้งแต่จัดหา การบริโภค และการทิ้งสินค้าและบริการที่มีต่อกิจกรรม ประสบการณ์ บุคคล และความคิดของการตัดสินใจในช่วงเวลาหนึ่ง (Hoyer & Macinnis, 2010)

พิชญ์ อภิสมมาตรโยธิน (2549) กล่าวว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นการแสดงออกของบุคคลที่สังเกตได้ขณะรับประทานโดยมีความสัมพันธ์กับความเชื่อในการบริโภคอาหาร เป็นความเข้าใจและประสบการณ์ที่ได้รับการถ่ายทอดและสะสมกันมาซึ่งมักจะมีเหตุผลที่อาจเป็นจริงหรือไม่ก็ได้

นรินทร์ สังข์รักษา (2552) พฤติกรรมการบริโภคอาหาร หมายถึง การประพฤติปฏิบัติหรือแสดงออกเกี่ยวกับการเลือกบริโภคอาหาร สุขลักษณะ และวิธีการรับประทานที่สามารถสังเกตได้ โดยเป็นลักษณะความชอบหรือไม่ชอบแต่ปฏิบัติเสมอๆ จนกลายเป็นความเคยชินที่ผู้บริโภคจะต้องนำมาพิจารณาในการเลือก ปูรง และรับประทานของตนเองและครอบครัว (<http://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/7287/6/Chapter2.pdf>)

5.2 อิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภค

อิทธิพลต่อพฤติกรรมบริโภคประกอบด้วย ปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน (ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2554) มีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1.1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural factors) ลักษณะของปัจจัยด้านวัฒนธรรม ได้แก่

(1) ค่านิยม (Value) ประกอบด้วย ความเชื่อในเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งทางสังคมยอมรับและใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติ ค่านิยมหลักเป็นค่านิยมที่คนส่วนใหญ่ในสังคมนั้นๆ ยึดถือ มักจะเกี่ยวข้องกับสิ่งดังต่อไปนี้ ความสำเร็จ วัตถุนิยม เสรีภาพ ความก้าวหน้า ภัยหนุ่มสาว และทุนนิยม

(2) วัฒนธรรมพื้นฐาน (Culture) ประกอบด้วย ค่านิยม บรรทัดฐาน ทศนคติ และสัญลักษณ์ที่กำหนดพฤติกรรมมนุษย์ หรือรูปแบบสิ่งประดิษฐ์ที่มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น วัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและเป็นที่ยอมรับ เช่น ลักษณะนิสัยของคนไทยที่ช่วยเหลือเกื้อกูลกันซึ่งเกิดการหล่อหลอมพฤติกรรมของสังคมไทยทำให้มีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน เป็นต้น

(3) วัฒนธรรมย่อย (Subculture) ประกอบด้วย กลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกัน มีวัฒนธรรมร่วมกันและมีเอกลักษณ์ของกลุ่ม ในสังคมแต่ละแห่งจะประกอบด้วยวัฒนธรรมย่อยๆ นำไปสู่การแบ่งส่วนการตลาดและการออกแบบกลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด (4Ps) วัฒนธรรมย่อยประกอบด้วย เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ อาชีพ อายุ เพศ เป็นต้น

1.2) ปัจจัยด้านสังคม (Social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อพฤติกรรมการซื้อ มีดังนี้

(1) ชั้นสังคม (Social class) เป็นการแบ่งสมาชิกในสังคมออกตามสถานะที่แตกต่างกัน โดยอาศัยข้อกำหนดต่างๆ เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ ความมั่งคั่ง ตลอดจนที่อยู่อาศัย เป็นต้น การแบ่งระดับชั้นสังคมได้เป็น 3 ระดับคือ กลุ่มชนชั้นสูง กลุ่มชนชั้นกลาง และกลุ่มชนชั้นล่าง โดยสมาชิกในสังคมในแต่ละชนชั้นสังคมจะมีลักษณะ ค่านิยม ความสนใจ และพฤติกรรมบริโภคที่แตกต่างกันนำไปสู่ความชอบในผลิตภัณฑ์และตราที่ต่างกัน

(2) กลุ่มอ้างอิง (Reference groups) เป็นกลุ่มคนในสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของบุคคลทั่วไปทั้งทางตรงและทางอ้อมในด้านทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงแบ่งเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรง กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้บริโภคมีการสื่อสารแบบเผชิญหน้า แบ่งได้เป็นกลุ่มปฐมภูมิเป็นกลุ่มที่สื่อสารกันอย่างสม่ำเสมอแบบไม่เป็นทางการ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น และกลุ่มทุติยภูมิเป็นกลุ่มบุคคลที่ติดต่อกันตามโอกาสมีลักษณะเป็นทางการ เช่น กลุ่มทางศาสนา กลุ่มวิชาชีพ หรือกลุ่มทางการค้า เป็นต้น และกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลทางอ้อมไม่ได้มีการรู้จักกันเป็นการส่วนตัวแบ่งได้เป็น กลุ่มที่ไฝฝืนเป็นบุคคลที่ผู้บริโภครู้สึกชื่นชอบ เช่น นักแสดง นักร้อง นางแบบ นักกีฬาที่มีชื่อเสียง เป็นต้น และกลุ่มที่ไม่พึงปรารถนาเป็นบุคคลที่ผู้บริโภครู้สึกไม่ชื่นชอบ ซึ่งกลุ่มที่ไม่พึงปรารถนาสำหรับคนหนึ่งอาจเป็นกลุ่มที่ไฝฝืนสำหรับอีกคนหนึ่งได้ จึงต้องระวังไม่ให้สินค้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ไม่พึงปรารถนาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

(3) ผู้นำทางความคิด (Opinion leader) เป็นกลุ่มอิทธิพลที่ถือว่าเป็นผู้นำทางความคิดต่อบุคคลอื่น การนำความคิดต้องคำนึงถึงปฏิภพในสังคมนั้นๆ ด้วย โดยศึกษาถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์และจิตวิทยาของผู้บริโภคแล้วนำมาพร้อมกับข้อมูลของผู้นำทางความคิดเพื่อสร้างสื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้นำทางความคิด จากความเชื่อว่าผู้นำทางความคิดยอมรับในผลิตภัณฑ์ ก็จะทำให้คนที่เหลือในสังคมนั้นๆ ยอมรับในผลิตภัณฑ์ด้วย

(4) ครอบครัว (Family) บุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกันทางสายเลือด การแต่งงาน หรือการรับอุปการะให้เข้ามาอยู่ร่วมกัน โดยสมาชิกในครอบครัวถือว่าเป็นกลุ่มอ้างอิงทางตรงขั้นปฐมภูมิที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความคิดเห็น และค่านิยมของบุคคลมากที่สุด รวมทั้งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมาก

(5) บทบาทและสถานภาพ (Roles and status) บุคคลจะเกี่ยวข้องกันหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ โดยมีบทบาทและสถานภาพที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม บทบาทประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลถูกคาดหวังให้ปฏิบัติขึ้นอยู่กับบุคคลรอบข้าง ผู้บริโภคมักเลือกซื้อสินค้าที่สื่อถึงบทบาทและสถานะของตนในสังคม ดังนั้นบทบาทและสถานภาพใดที่จะเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) การตัดสินใจของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ดังนี้

(1) เพศ (Gender) เพศหญิง เพศชาย และเพศอื่นๆ มีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น เพศชายต้องการการยกย่องในสังคมและต้องการประสบความสำเร็จมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงต้องการความรักความผูกพันจากครอบครัวมากกว่าเพศชาย เพศหญิงนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงศาสนา มากกว่าเพศชาย เป็นต้น

(2) อายุ (Age) บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันและมีความต้องการสินค้าที่ต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุอาจแบ่งได้ดังนี้ ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นจะชอบสินค้าแฟชั่น ชอบท่องเที่ยวผจญภัย ส่วนกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความปลอดภัย เป็นต้น

(3) วงจรชีวิตครอบครัวและสถานภาพสมรส (Family Life Cycle: FLC/ Married status) วงจรชีวิตครอบครัวเป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความต้องการทัศนคติ และค่านิยม ทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างไปตามสถานภาพทางการเงินและความสนใจของแต่ละบุคคล

(4) สถานภาพการสมรส (Married status) เป็นสถานภาพของบุคคลในการมีครอบครัวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ โสด สมรสและอยู่ด้วยกัน และหม้ายและหย่าร้างหรือแยกกันอยู่

(5) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่แตกต่าง เช่น พนักงานในบริษัทจะนิยมซื้อสินค้าเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ เป็นต้น การศึกษาสินค้าและบริการของบริษัทเป็นความต้องการของกลุ่มอาชีพใด เพื่อจัดเตรียมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม

(6) รายได้หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Income/Economic circumstances) รายได้ของผู้บริโภคเป็นตัวชี้อำนาจซื้อ เมื่อบุคคลมีรายได้มากขึ้นจะมีแนวโน้มซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้นด้วย ผู้ที่มีรายได้ต่ำจะซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพและมีความอ่อนไหวต่อราคา มาก ส่วนคนที่มีรายได้สูงจะซื้อสินค้าที่มีคุณภาพดีโดยเน้นที่ภาพลักษณ์ตราเป็นหลัก

(7) การศึกษา (Education) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มจะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีวิจารณญาณในการเลือกซื้อมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ จึงมีแนวโน้มที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากกว่า

(8) ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต (Value and Lifestyle: VALs) ค่านิยม หมายถึง ความนิยมในสิ่งของ บุคคล หรือความคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต หมายถึง วิธีการดำรงชีวิตซึ่งบุคคลใช้เวลาและทรัพยากรเพื่อทำกิจกรรมโดยพิจารณาจากความสนใจ และความคิดเห็นต่อสิ่งรอบตัว การเลือกผลิตภัณฑ์จะขึ้นอยู่กับค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคลซึ่งแบ่งพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เป็น 8 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ชอบสังคม ผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิต ผู้ที่ยึดมั่นในหลักการ ผู้ที่มีความทะเยอทะยาน ผู้ที่มีความพยายาม ผู้ที่ต่อสู้ดิ้นรน ผู้ที่มีประสบการณ์ และ ผู้ปฏิบัติการณ์

2) ปัจจัยภายใน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยา มีความเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้บริโภค ซึ่งมีอิทธิพลการซื้อและการใช้สินค้า ดังนี้

2.1) แรงจูงใจ (Motivation) เป็นอิทธิพลหรือสภาพภายในของบุคคลที่ผลักดันให้เกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ แต่อาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกได้ เช่น วัฒนธรรม ชั้นสังคม หรือจากเครื่องมือทางการตลาดใช้กระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค สิ่งจูงใจที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อความต้องการของตลาดและกระตุ้นการเปลี่ยนการตัดสินใจซื้อหรือรูปแบบการใช้ เช่น ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์อาหารในธุรกิจค้าปลีกจะให้ความสำคัญกับประเด็นความสดใหม่ คุณค่าทางอาหาร เชื้อชาติ เป็นต้น การศึกษาแรงจูงใจของผู้บริโภคต้องอาศัยการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กรณีศึกษา (Case study)

2.2) การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความ สิ่งกระตุ้นด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เพื่อสร้างภาพที่มีความหมาย ซึ่งขั้นตอนในการรับรู้มีดังนี้

(1) การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาสให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตนเอง

(2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกรับสื่อกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง การนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและน่าสนใจ เพื่อให้ผู้บริโภคตั้งใจรับข่าวสารอย่างต่อเนื่อง

(3) ความเข้าใจในข้อมูลหรือการบิดเบือนข้อมูลที่ได้เลือกสรร เป็นขั้นตอนที่ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร ซึ่งในบางครั้งผู้รับข่าวสารอาจเข้าใจบิดเบือนไปจากความเป็นจริง จากนั้นนำไปสู่ขั้นตีความของข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ของผู้รับข้อมูลด้วย ส่วนการบิดเบือนข้อมูลเกิดจากบุคคลตีความข่าวสารตามความเชื่อ

ที่ตนมีอยู่ ทำให้การส่งข้อมูลข่าวสารไม่สัมฤทธิ์ผลและบิดเบือนไปจากความเป็นจริง การเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคเพื่อให้การแปลความหมายของข้อมูลข่าวสารไม่บิดเบือน

(4) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้เลือกสรร การที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้เห็น ได้อ่าน หรือได้ยิน หลังจากเกิดการเปิดรับและเกิดความเข้าใจแล้ว การทำให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์อยู่ในความทรงจำของผู้บริโภค โดยการส่งข้อมูลซ้ำๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคจำและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์

2.3) การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอันเนื่องมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ หรือขั้นตอนที่บุคคลนำความรู้และประสบการณ์ไปประยุกต์ใช้ในพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต

2.4) ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดถือในใจเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีตและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น คนไทยเชื่อว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศมีคุณภาพต่ำกว่าสินค้านำเข้าจากประเทศ เป็นต้น

2.5) ทักษะคติ (Attitudes) เป็นความรู้สึกที่ชอบหรือไม่ชอบของบุคคลที่มีสิ่งของหรือความคิด องค์ประกอบของทักษะคติ มีดังนี้

(1) ส่วนของความเข้าใจ เป็นส่วนที่แสดงถึงความรู้ การรับรู้ และความเชื่อที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้และความเชื่อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตรา

(2) ส่วนของความรู้สึก เป็นส่วนที่สะท้อนถึงอารมณ์ และความรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งเป็นความพอใจและความไม่พอใจที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

(3) ส่วนของพฤติกรรม เป็นแนวโน้มการกระทำของผู้บริโภคที่เกิดจากทักษะคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตรา

2.6) บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อม แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งบุคลิกเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของตน บุคลิกภาพสามารถใช้เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกตราได้ ดังนั้นการสร้างบุคลิกภาพของตราให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย บุคลิกภาพของตรา (Brand personality) เป็นคุณสมบัติของบุคคลที่มีตราซึ่งสัมพันธ์กับลักษณะนิสัยของผู้บริโภค ผู้ผลิตสินค้าจึงต้องพัฒนาสินค้าให้มีลักษณะตามนั้น บุคลิกภาพของตราแบ่งได้เป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

(1) ความจริงใจ มีลักษณะเรียบง่าย ซื่อสัตย์ บริสุทธิ์ และร่าเริง

(2) ความน่าตื่นเต้น มีลักษณะกล้าหาญ มีน้ำใจ มีจินตนาการ และมีความทันสมัย

(3) ความสามารถ มีลักษณะน่าเชื่อถือ ฉลาดและประสบความสำเร็จ

(4) ความลึกซึ้ง มีลักษณะหรูหรา และมีเสน่ห์

(5) ความแข็งแกร่งทนทาน มีลักษณะแข็งแกร่งและสมบุกสมบัน

2.7) แนวความคิดที่มีต่อตนเอง (Self concept) เป็นความน่าเชื่อถือของบุคคลที่ยึดถือตนเองเป็นหลักและมีวิธีประเมินเป็นของตนเอง แต่ละบุคคลจะมีบุคลิกส่วนตัวหรือ

แนวความคิดเป็นของตนเอง ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ผู้บริโภคมักจะเลือกตราที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่มีต่อตนเองและภาพลักษณ์ที่ตนเองใฝ่ฝัน

5.3 พฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการบริโภคอาหารเป็นเรื่องของลักษณะวิธีการรับประทานอาหารว่ารับประทานอะไร รับประทานอย่างไร มากหรือน้อย บ่อยหรือไม่ในรอบวันหรือเดือน มีระเบียบมารยาทการรับประทานอาหารเป็นอย่างไร เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวจำแนกไปตามลักษณะ หรือประเภทของบุคคล เป็นเด็ก ผู้ใหญ่ คนชรา เป็นต้น หรืออาจจำแนกการรับประทานตามโอกาส เช่นรับประทานที่บ้าน รับประทานที่ร้านอาหาร เป็นต้น พฤติกรรมการบริโภคอาหารมีความสัมพันธ์ไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการหา และการทำอาหารก่อนที่จะเอามารับประทานว่า ได้วัสดุอาหารนั้นมาจากไหนวิธีใดรักษา หรือเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการได้ดีที่สุด วิธีใดทำลายหรือลดคุณค่าทางโภชนาการพฤติกรรมการบริโภคอาหารไม่ใช่พฤติกรรมธรรมชาติเอกเทศส่วนบุคคลที่จะทำได้โดยเสรีตามอำเภอใจ แต่เป็นการกระทำทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ จึงต้องเป็นไปตามรูปแบบและกฎเกณฑ์ที่กลุ่มนั้นกำหนดไว้ เรื่องอาหารและการรับประทานจึงเป็นพฤติกรรมทางสังคม และวัฒนธรรมที่เข้าใจได้ชัดเจนก็ต่อเมื่อได้พิจารณาปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรมนั้นด้วย (ศิริลักษณ์ สินธวาลัย, 2533)

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพในการบริโภคอาหารในบริบทของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นสามประเภทหลัก ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยว (2) การบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยว และ (3) สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว อาหารในแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอปัจจัยต่างๆ เช่น ประสาทสัมผัส คุณลักษณะ เนื้อหาอาหาร วิธีการปรุงอาหาร สภาพแวดล้อมที่มีส่วนช่วยในหัวข้อปัจจัยต่างๆเช่น วิธีการกิน ภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ การสื่อสารทางการตลาด การให้บริการและภูมิทัศน์บริการ (Kim et al., 2009, Chang et al., 2010 อ้างถึงใน อภินันท์ บุญนาค, 2558)

อาหารท้องถิ่นมีบทบาทในการแนะนำนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสัมผัสในรสชาติใหม่ๆ และประเพณี วัฒนธรรมการบริโภคที่แตกต่างกันของสถานที่ท่องเที่ยว การบริโภคอาหารท้องถิ่นสามารถเป็นแรงผลักดันที่สำคัญให้กับสถานที่ท่องเที่ยว (Fields, 2002) ดังนั้นองค์กรและหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรมีการพิจารณาว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งในการท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดโดยรวม (Hjalager & Corigliano, 2000) ความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาดสำหรับการบริโภคอาหารที่เป็นส่วนสำคัญในการท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับความเข้าใจในทางเลือกที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจด้านอาหารท้องถิ่น แต่การวิจัยส่วนน้อยได้กำหนดแรงจูงใจในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเลือกอาหารท้องถิ่นและความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นมีแนวความคิดสี่ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจด้านร่างกาย แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจระหว่างบุคคล สถานะและแรงจูงใจที่ได้การยกย่องจากปัจจัยพื้นฐานที่กล่าวมาทั้งสี่ประเภทรวมถึงเจ็ดแรงจูงใจที่มีศักยภาพได้แก่ แสวงหาความตื่นเต้นหนีจากสิ่งที่ปฏิบัติเป็นประจำ ออกไปสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ เรียนรู้วัฒนธรรม ใส่ใจสุขภาพตนเองความสัมพันธ์ในครอบครัวและเพื่อน แสวงหาการยกย่องจากการท่องเที่ยวก่อนผู้อื่น (Fields, 2002) การบริโภคอาหารในการท่องเที่ยว เป็นบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการบริโภคของนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่มักถูกมองข้ามและไม่ได้ถูกกล่าวถึงในวรรณกรรมการท่องเที่ยว (Kim, Eves & Scarles, 2009) เหตุที่ถูกมองข้ามเนื่องจากเป็นความคิดแบบดั้งเดิมที่ว่า

อาหารเป็นเพียงส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเพราะการรับประทานอาหารเป็นกิจวัตรประจำวันของนักท่องเที่ยว จากงานวิจัยของ Fields (2002) พบว่าอาหารท้องถิ่นมีบทบาทในการผลักดันให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญ องค์การด้านการท่องเที่ยวจึงพิจารณาใช้อาหารเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การตลาดในการท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารและการท่องเที่ยว ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเหล่านี้ คำนึงถึงในแง่ของลักษณะพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยวเป็นการบริการด้านหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งจำเป็นที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวจะต้องบริโภคอาหารเพื่อการดำรงชีวิต ถ้าอาหารที่จัดไว้บริการไม่ปลอดภัยจนทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดจากอาหารและเครื่องดื่มเป็นสื่อแล้วก็จะเกิดผลกระทบเชิงลบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจการท่องเที่ยวได้ (Chang, Kivela & Mak, 2010. อ้างถึงใน อภิสิทธิ์ บุญนา, 2558)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบ และสนับสนุนผลการวิจัยให้มีน้ำหนักและชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม (2547) ได้ศึกษารูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านไทยอย่างยั่งยืน อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับภาคการเกษตรซึ่งเป็นกลุ่มประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ และสามารถทำรายได้เข้าประเทศจากการส่งออกปีละไม่ต่ำกว่า 3 แสนล้าน แต่เมื่อก้าวถึงอาหารไทย จะหมายถึงอาหารประจำของชนชาติไทยที่ประกอบด้วย อาหารคาว อาหารหวาน และเครื่องดื่มจากผลไม้หรือสมุนไพร ที่มีการสั่งสมและถ่ายทอดวิธีการปรุงมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย นอกจากนี้อาหารไทยเป็นหนึ่งในอาหารที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่าเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อย มีประโยชน์ต่อสุขภาพ มีคุณค่าต่อร่างกาย ให้พลังงาน เกลือแร่ วิตามินและใยอาหารในสัดส่วนที่เหมาะสม อันมีผลให้อาหารไทยเป็นที่นิยมมากขึ้นสำหรับผู้บริโภคในต่างประเทศ ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยกระจายอยู่ทั่วโลกประมาณ 6,579 แห่ง และในประเทศไทยมากกว่า 1 แสนแห่ง มีรายได้จากการขายในปี 2545 กว่า 90,000 ล้านบาท ซึ่งความต้องการอาหารไทย และปริมาณร้านอาหารไทยเพิ่มขึ้นนี้ มีส่วนช่วยให้ธุรกิจอาหารพื้นบ้าน โดยเฉพาะร้านอาหารไทยในต่างประเทศสั่งซื้อเครื่องปรุงรสและเครื่องเทศจากประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นการศึกษาวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบ/แนวทางการค้าและพัฒนาอาหารพื้นบ้านไทยให้เจริญเติบโตได้อย่างยั่งยืน จะเป็นการสร้างเอกลักษณ์สินค้าไทยที่มีความแตกต่างจากสินค้าอื่นให้เป็นที่นิยมในตลาดต่างประเทศ เพิ่มบทบาทความสำคัญให้กับอุตสาหกรรมอาหารของไทยและมีผลเชื่อมโยงต่อการสร้างความเจริญให้กับประชาชนระดับรากหญ้าสู่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการใช้วัตถุดิบภายในประเทศเป็นหลักให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป รวมทั้งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ชาวต่างประเทศสนใจเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นด้วย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อผลักดันให้อาหารไทยมีศักยภาพการผลิตสู่ระดับ

สากล สร้างเอกลักษณ์อาหารพื้นบ้านไทยให้เป็นที่ยอมรับของตลาดโลก และสร้างโอกาสในการส่งออก ให้กับอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน โดยการศึกษาทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ คือ สำรวจข้อมูล อาหารพื้นบ้าน เครื่องแกง เครื่องปรุงรสในระดับภูมิภาคของประเทศไทย คือ จังหวัดเชียงราย พืชผัสดิบ อุบลราชธานี ขอนแก่น ตรัง ภูเก็ต และจังหวัดจันทบุรีและการสำรวจข้อมูลต่างประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน และประเทศอุซเบกิสถาน ผลการศึกษา พบว่า 1) จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของอาหารพื้นบ้านไทย พบว่า อาหารพื้นบ้านไทยมีจุดแข็งที่สำคัญ คือ เป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มให้ท้องถิ่นได้มากกว่าร้อยละ 90 ส่วนจุดอ่อนที่พบ คือ ผู้ผลิตขาดความรู้ครบวงจรตามระบบห่วงโซ่อาหาร ขาดความรู้ด้านการตลาด ขาดการสนับสนุนด้านการเงิน และกลไกของรัฐยังไม่มีประสิทธิภาพมากเพียงพอที่จะดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่เกษตรกรทั้งในด้านการผลิต การตลาด และการกระจายสินค้า 2) การวิเคราะห์อุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านด้วย Diamond model พบว่า 2.1) เงื่อนไขปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้อง คือ วัตถุดิบ คุณภาพของทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม การพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2.2) อุตสาหกรรมและธุรกิจเกี่ยวเนื่องมีการรวมกลุ่มกันอย่างชัดเจน มีความเชื่อมโยงและเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่สถาบันการศึกษามีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านน้อย 2.3) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ ได้แก่ การบริโภคภายในประเทศมีความหลากหลายมากขึ้น ความนิยมอาหารไทยเป็นปัจจัยเสริมด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมเครื่องเทศ เครื่องปรุงรส 2.4) การแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ปัจจุบันอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้านจะเน้นการผลิต สินค้าที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และมีคุณภาพมากขึ้น ระดับมาตรฐานการจัดจำหน่ายและการบริโภคในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น 3) ปัจจุบันผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน ประสบปัญหาที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านคุณภาพ ปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านวัตถุดิบ ปัญหาด้านแรงงาน และมีความต้องการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา ดังนี้ 3.1) ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับวิธีการแปรรูป การถนอมอาหารและการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ วิธีการและขั้นตอนการผลิต การจัดทำระบบคุณภาพ และช่องทางในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคต่อไป 3.2) ด้านการตลาด การส่งออก การลงทุน และการประสานความร่วมมือการทำงานระหว่างภาครัฐและเอกชน 3.3) การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการพัฒนาอาหารไทยในรูปแบบของอาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูป เครื่องปรุงรสของไทย และส่วนผสมของเครื่องปรุงหลัก 3.4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทย โดยเฉพาะด้านคุณค่าทางโภชนาการและอาหารสุขภาพ ทั้งนี้จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม 3.5) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น 4) ปัจจัยต่อการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคของประชาชน แนวโน้มการบริโภคอาหารในอนาคต นโยบายครัวไทยสู่โลก การส่งเสริมร้านอาหารไทยในต่างประเทศ การเปิดตลาดอาหารไทย โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และเอกลักษณ์ไทย นอกจากนี้ การศึกษาค้นคว้าได้จัดทำโครงการนำร่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาการผลิตอย่างครบวงจร โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยผสมผสานกับภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมถึงการสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาเทคโนโลยี โดยคัดเลือกอาหารดาว 5 ผลิตภัณฑ์ คือ น้ำพริกปลา น้ำพริกน้ำเงี้ยว/น้ำพริกอ่อน/น้ำพริกข้าวซอย น้ำพริกกุ้งเสียบ และน้ำพริกกุ้งเสียบสมุนไพร แกงไตปลาคว่ำ หมูชะมวงกระป๋อง และอาหารหวาน/อาหารว่าง จำนวน

5 ผลิตภัณฑ์ คือผลไม้กวน ทุเรียนทอด กล้วยตาก/กล้วยมัน (อบพลังแสงอาทิตย์) ข้าวแต่น ลอดช่องสมุนไพร ผลการดำเนินงาน และความสำเร็จของโครงการ ดังนี้ 1) ผลจากการปรับปรุงการผลิต ทำให้สภาพการผลิตมีความเหมาะสม ถูกสุขลักษณะตามเกณฑ์เบื้องต้นของ GMP ผู้ผลิตได้รับการรับรองระบบ GMP จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และหน่วยงานเอกชน 2) การถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิต โดยใช้สารสกัดจากธรรมชาติ เช่นพริกของไทย ทำให้อาหารมีความเป็นไทยมากยิ่งขึ้น และ ยังเป็นการช่วยสนับสนุนผลิตผลการเกษตรของไทย และเพิ่มมูลค่าพริกของไทยให้เป็นสี่สมอาหารได้อีกด้วย 3) การให้คำปรึกษาเพื่อขยายอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้ได้ไม่น้อยกว่า 6 เดือน เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งสินค้าออกไปยังต่างประเทศ ซึ่งต้องใช้เวลาในการขนส่งและวางจำหน่ายนานกว่าการจำหน่ายภายในประเทศ ส่วนใหญ่สินค้าที่ศึกษาจะมีอายุไม่เกิน 3 เดือน 4) การวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการ ทำให้ผู้ผลิตสามารถนำไประบุบนฉลากอาหารได้อย่างเหมาะสม ตรงตามข้อกำหนดว่าด้วยฉลากของประเทศคู่ค้าได้ 5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ได้ให้คำปรึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งส่วนที่สัมผัสอาหารและไม่สัมผัสอาหาร บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอาหารโดยตรงควรมีความสามารถรักษาสภาพอาหารให้คงอยู่นานที่สุด และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจึงต้องทำด้วยวัสดุที่ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ/ความชื้นให้ได้มากที่สุด 6) ปัญหาภาพรวมด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ภายใต้โครงการนำร่อง ได้แก่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่สามารถเลือกผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์รายเล็กระดับจังหวัดไม่สามารถให้คำแนะนำด้านภาษาอังกฤษที่กำกับบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ผู้ประกอบการไม่กล้าตัดสินใจลงทุนด้านบรรจุภัณฑ์ตามผลที่ได้จากการทดลอง ซึ่งข้อเสนอแนะ 1) ด้านการผลิต ได้แก่ เสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของกลุ่ม/ชุมชนในกระบวนการผลิต และบริหารจัดการ พัฒนาอาหารพื้นบ้านที่มีความโดดเด่นและเป็นที่ต้องการของตลาด พัฒนาระบวนการผลิตให้สามารถลดต้นทุน และเร่งจัดทำระบบคุณภาพที่ดีในกระบวนการผลิตสินค้า ให้คำปรึกษาแนะนำทางด้านเทคนิควิชาการด้านการผลิตและการแปรรูปตลอดจนให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดที่จำเป็น เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามความต้องการของตลาดและแข่งขันได้ 2) ด้านการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่นทั้งด้านการใช้ภูมิปัญญา วัตถุดิบ ฝีมือแรงงาน รวมทั้งความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ และตราสินค้าของอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน ส่งเสริมและสนับสนุนให้สร้างเครือข่ายการตลาด 3) การส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ ปรับนโยบายและแนวทางของภาครัฐให้หันมาเน้นในเรื่องการสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจอาหารพื้นบ้าน จัดให้มีบริการอำนวยความสะดวกสำหรับกระตุ้นการลงทุนพัฒนาธุรกิจอาหารพื้นบ้านอย่างทั่วถึง และตรงตามความต้องการของผู้ที่สนใจ ส่งเสริมความสัมพันธ์แบบหุ้นส่วนระหว่างภาคเอกชนและองค์กรในชนบท เพื่อขยายตลาดสินค้าอาหารพื้นบ้าน

อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2548) ได้ศึกษาศักยภาพของอาหารท้องถิ่นและร้านอาหารจำหน่ายอาหารท้องถิ่นในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต และเพื่อศึกษาความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต พบว่า อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นมีบทบาทที่สำคัญต่อการจัดการทางด้านการตลาดการท่องเที่ยว เพราะความเป็นเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวในอาหารและเครื่องดื่มแต่ละชนิดจึงสามารถยกระดับของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีความหลากหลายให้ได้รับประโยชน์สูงสุดต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น อันได้แก่

วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นจึงสามารถดำเนินการร่วมกันได้ภายใต้แนวความคิดเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนซึ่งในปัจจุบันกำลังได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง จากการศึกษาวิจัยพบว่า หากสถานประกอบการภัตตาคารร้านอาหารใช้ผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นย่อมเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาการเกษตรได้เพิ่มขึ้น เช่น ร้านอาหารท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จของจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต ได้คำนึงถึงการเลือกใช้เครื่องปรุงในการประกอบอาหารที่เป็นวัตถุดิบในท้องถิ่นแสดงให้เห็นถึงการดำรงวิถีชีวิตและประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ ในภาคการเกษตรท้องถิ่นและประมงพื้นบ้านจะได้รับประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรของท้องถิ่นด้วย การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการตรวจสอบศักยภาพของอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นในฐานะที่เป็นภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายและมีความสำคัญต่อผู้มาเยือน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาศักยภาพของอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในระดับเชิงพื้นที่ โดยจำแนกชนิดและประเภทของอาหารท้องถิ่นในร้านจำหน่ายอาหารท้องถิ่นตามแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ตด้วย และจากผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ร้อยละ 81.35 จังหวัดพังงาร้อยละ 74 และจังหวัดภูเก็ตร้อยละ 81.5 ที่เคยรับประทานอาหารท้องถิ่นมาก่อนและชอบอาหารท้องถิ่นให้เหตุผลในการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นเพราะรสชาติของอาหาร ความแปลกใหม่ และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รสอาหารที่นักท่องเที่ยวชอบมากที่สุดคือรสเผ็ดร้อน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดอย่างหนึ่งที่ชี้ให้เห็นถึงจุดแข็งของอาหารท้องถิ่นใน 3 จังหวัดนี้ที่มีศักยภาพซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่มีความต้องการทราบถึงความสนใจอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวและเมื่อพิจารณาจากการท่องเที่ยวกับอาหารท้องถิ่นแล้วย่อมมีความพร้อมที่จะสามารถนำมาเชื่อมโยงและส่งเสริมในการดำเนินการท่องเที่ยวของพื้นที่ศึกษาได้ นอกจากนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ผลผลิตจากกิจกรรมของอาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เพื่อช่วยกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นสามารถยกระดับไปสู่ระดับภูมิภาค นำไปสู่การเติบโตทางการท่องเที่ยวได้ในการส่งเสริมและพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า จังหวัดกระบี่มีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตพืช ผัก อาหารทะเล และจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นจังหวัดพังงามีศักยภาพเป็นแหล่งผลิตพืชผักปลอดสารพิษ และอาหารทะเลนอกจากนี้ยังเป็นแหล่งผลิตอาหารแปรรูปเพื่อเป็นสินค้าของที่ระลึกจังหวัดภูเก็ต มีศักยภาพเป็นแหล่งอาหารทะเล และจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นที่หลากหลาย ซึ่งเป็นอาหารท้องถิ่นที่ได้รับอิทธิพลจากอาหารไทย จีนและมลายู นอกจากนี้ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวและวางกลยุทธ์การส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านอาหารท้องถิ่น และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่น การศึกษาวิจัยในอนาคตสามารถศึกษาจากพื้นที่ต่างๆ ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ จากกรณีศึกษา งานวิจัยครั้งนี้ อาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นจะช่วยสนับสนุนให้เกิดการส่งเสริมในเอกลักษณ์ ความมั่งคั่งของวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปของการท่องเที่ยวในระดับเชิงพื้นที่

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า

1. การบริการอาหารไทยของร้านอาหารเป็นกิจกรรมหลักสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด โดยมีอาหารเด่นๆ และอาหารพื้นบ้านแตกต่างกันตามสภาพภูมิประเทศและวัฒนธรรมของแต่ละจังหวัด สำหรับกิจกรรมอื่นที่เกี่ยวกับอาหารที่จัดขึ้นส่วนใหญ่เป็นการจัดตามภารกิจของหน่วยงานเพื่อคนในท้องถิ่นมากกว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. เจ้าหน้าที่และผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าแต่ละจังหวัดมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและมีศักยภาพที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ในระดับมาก แต่การนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับปานกลาง

3. นักท่องเที่ยวไทยเป็นชายร้อยละ 41.0 เป็นหญิงร้อยละ 59.0 ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นชายร้อยละ 66.1 เป็นหญิงร้อยละ 33.9 ทั้งสองกลุ่มประกอบด้วยนักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นจนถึงผู้สูงอายุ โดยมีอายุในช่วง 21-30 ปีมากที่สุดคือประมาณหนึ่งในสาม นักท่องเที่ยวต่างชาติร้อยละ 16.53.8 เป็นชาวยุโรป รองลงมาเป็นชาวเอเชีย (ร้อยละ 25.4) และอเมริกัน (ร้อยละ 13.6) ประมาณกึ่งหนึ่งเคยเดินทางมาประเทศไทยแล้ว (ร้อยละ 53.8) สนใจการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากกว่านักท่องเที่ยวไทย

4. นักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการตัดสินใจเลือกร้านอาหารเองในระดับมาก โดยพิจารณาเรื่องความสะดวกเป็นอันดับแรก อันดับรองลงมาแตกต่างกันระหว่างท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ ชนิดอาหารที่รับประทานมากได้แก่ ผลไม้ ผัก ปลา อาหารทะเลอื่นๆ ตามลำดับ และดื่มเครื่องดื่มประเภทน้ำดื่มมากที่สุดชอบบรรยากาศรับประทานอาหารแบบธรรมชาติและบรรยากาศแบบเป็นกันเองในระดับมากใกล้เคียงกัน

5. ในความเห็นของนักท่องเที่ยวไทยเห็นว่าจุดเด่นของอาหารของจังหวัดต่างๆ ได้แก่ ความหลากหลายของอาหาร (ร้อยละ 66.8) คุณภาพของอาหาร (ร้อยละ 63.7) และการหาร้านอาหารได้สะดวก (ร้อยละ 58.0) ตามลำดับ โดยแต่ละจังหวัดมีจุดเด่นด้านอาหารที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวไทยมีความสนใจสินค้าอาหารของฝากมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยร้อยละ 25.8 ซื้ออาหารของฝากทุกครั้งที่เดินทาง ร้อยละ 25.8 ซื้ออาหารของฝากเป็นส่วนใหญ่ร้อยละ 37.7 ซื้อเป็นบางครั้งและมีเพียงร้อยละ 1.5 ที่ระบุว่าไม่เคยซื้อ เหตุผลส่วนใหญ่ที่ซื้อ คือเพื่อเป็นของฝาก (ร้อยละ 58.0) และเพื่อการบริโภค (ร้อยละ 56.3) นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.9) สนใจที่จะรับประทานอาหารไทยอีกภายหลังจากเดินทางกลับประเทศของตนเองแล้ว สิ่งที่จะทำให้ชาวต่างชาติสั่งเลไม่กล้ารับประทานไทยเนื่องจากไม่ทราบส่วนประกอบของอาหารไทย (ร้อยละ 38.0) รสชาติที่จัดจ้าน (ร้อยละ 35.9) ไม่รู้จักวิธีรับประทาน (ร้อยละ 31.5) และไม่รู้ว่าจะส่วนประกอบใดรับประทานได้ส่วนประกอบใดรับประทานไม่ได้ (ร้อยละ 26.1) การบริการอาหารไทยสำหรับชาวต่างชาติควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประกอบของอาหาร พยายามหลีกเลี่ยงส่วนประกอบที่ชาวต่างชาติไม่นิยมรับประทาน ประยุกต์ให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการดื่มของบางประเทศ และปรับวิธีการบริการบางอย่างได้เป็นสากล

ผู้ประกอบการประกอบด้วยเพศชาย (ร้อยละ 58.2) เพศหญิง (ร้อยละ 41.8) ส่วนใหญ่มีอายุ 31-50 ปี (ร้อยละ 74.3) มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการมากที่สุด (ร้อยละ 39.2) รองลงมาเป็น

ระดับผู้จัดการ (ร้อยละ 28.2) ให้ความเห็นเกี่ยวกับอาหารและบรรยากาศที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบ สอดคล้องกับความเห็นของนักท่องเที่ยว และให้ความเห็นว่าพฤติกรรมการใช้บริการอาหารของ นักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน ซึ่งน่าจะเป็นแนวทางในการจัดบริการให้ สอดคล้องกับรสนิยมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทุกกลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นสอดคล้องกันว่าภาครัฐ เอกชน และประชาชนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาศักยภาพอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวควรมี การให้ข้อมูลอาหารเด่นในท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งเจ้าหน้าที่และประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้ สามารถเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวได้ด้วย

พัชรนันท์ ศรีม่วง และคณะ (2549) ได้ศึกษาวิจัยและพัฒนาตำรับชุดอาหารสุขภาพไทยจาก ท้องถิ่นสู่ครัวโลก กรณีศึกษาอาหารท้องถิ่นไทยภาคเหนือ (ระยะสี่คัน) มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวม ความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นไทยภาคเหนือ และศึกษาหาตำราอาหารท้องถิ่นไทยภาคเหนือที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาอาหารพื้นบ้านสู่ครัวโลก โดยดำเนินการเก็บข้อมูลด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารภาคเหนือ โดยการสืบค้นจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และสำรวจความนิยมในการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ทำการศึกษาในประชากรที่อาศัยอยู่ใน พื้นที่ภาคเหนือ ที่มีอายุตั้งแต่ 20-80 ปี และเป็นผู้ที่บริโภคอาหารท้องถิ่นไทยภาคเหนือ ทำการสุ่มแบบ หลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) โดยสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) จำแนกตามพื้นที่ของภาคเหนือคือ ภาคเหนือตอนบนและภาคเหนือตอนล่าง จากนั้นจึงทำการเลือก แบบเจาะจง (Purposive sampling) ดังนี้ ภาคเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่าน ภาคเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดตากและจังหวัดพิษณุโลก โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจังหวัดละ 100 คน รวมกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษารั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ นำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนา และค่าร้อยละ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง 72.5 และเป็นชายร้อยละ 27.5 มีอายุเฉลี่ย 43.35 ปี นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 97.5 และ นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 2.5 จบการศึกษาในระดับประถมศึกษามากที่สุด ร้อยละ 43.75 ส่วนใหญ่ มีอาชีพค้าขาย ร้อยละ 26.25 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ดูแล อาหารให้กับครอบครัวส่วนใหญ่ ร้อยละ 58.5 ค่าใช้จ่ายด้านอาหารประมาณ 3,001-6,000 ต่อเดือน และแหล่งในการซื้ออาหารส่วนใหญ่มาจากตลาด ร้อยละ 75.5 โอกาสในการรับประทานอาหารท้องถิ่น ภาคเหนือพบว่า ส่วนใหญ่รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือเป็นประจำ (อย่างน้อยวันละ 1 มื้อ) ร้อยละ 76.5 มื้อเย็นเป็นมื้ออาหารที่มีโอกาสในการได้รับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมากที่สุด ร้อยละ 69.75 พฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีอิทธิพลมาจากการกินตามที พ่อแม่กินร้อยละ 68 วิธีการจัดหาอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมารับประทานผู้ถูกสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 83.25 จะเป็นผู้ปรุงประกอบเอง มีเพียงร้อยละ 16.75 เท่านั้นที่นิยมซื้ออาหารท้องถิ่น ภาคเหนือจากร้านค้าอาหารทั่วไปมาบริโภค เหตุผลสำคัญที่ทำให้บริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ เพราะรสชาติอาหารอร่อยถูกปากร้อยละ 69 รองลงมาให้เหตุผลว่าที่บริโภคอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ เพราะกินตามบรรพบุรุษ อาหารภาคเหนือมีประโยชน์ต่อร่างกาย มีพืชผักเป็นส่วนประกอบมาก และเป็นอาหารท้องถิ่นตามลำดับ และร้อยละ 99 ของผู้ถูกสัมภาษณ์มีความเห็นว่าอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เพราะมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ ร้อยละ 77.72 รองลงมาให้เหตุผลว่า อาหาร ท้องถิ่นภาคเหนือมีพืชผักหลายชนิดเป็นส่วนประกอบ เป็นอาหารที่ไม่มีสารเคมีหรือยาฆ่าแมลง และมี

สรรพคุณป้องกันโรคตามลำดับ ชนิดของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่นิยมบริโภคมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ 1) กลุ่มอาหารประเภทแกง แกงที่นิยมรับประทานมากที่สุด ได้แก่ แกงแค แกงอ่อม แกงผักกาด แกงหน่อและแกงฮังเล ตามลำดับ 2) กลุ่มอาหารประเภทน้ำพริก (ตำหรือโขลก) น้ำพริกที่นิยมรับประทานมากที่สุด ได้แก่ น้ำพริกอ่อง น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกปลาร้า น้ำพริกน้ำปู และน้ำพริกกะปิ ตามลำดับ 3) กลุ่มอาหารประเภทลาบ ลาบที่นิยมรับประทานมากที่สุด ได้แก่ ลาบหมู ลาบปลา ลาบเนื้อ ลาบไก่ และลาบควาย ตามลำดับ 4) กลุ่มอาหารประเภทจ้อ อาหารประเภทจ้อที่นิยมรับประทานมากที่สุด ได้แก่ จ้อผักกาด และจ้อปริง และ 5) กลุ่มอาหารประเภทปิ้ง อาหารปิ้งที่นิยมรับประทานมากที่สุด ได้แก่ ปิ้งปลา ปิ้งหมู ปิ้งวัว ตามลำดับ ชนิดของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่มีโอกาสเป็นตัวแทนอาหารไทยเพื่อให้ชาวต่างชาติได้รู้จัก 10 อันดับ ได้แก่ 1) กลุ่มอาหารประเภทแกง แกงที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ แกงแค แกงฮังเล และแกงอ่อม ตามลำดับ 2) กลุ่มอาหารประเภทน้ำพริก (ตำหรือโขลก) น้ำพริกที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ น้ำพริกอ่อม น้ำพริกหนุ่ม และน้ำพริกตาแดง ตามลำดับ 3) กลุ่มอาหารประเภทลาบ ลาบที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ ลาบหมู ลาบเนื้อ และลาบปลา ตามลำดับ 4) กลุ่มอาหารประเภทห่อหึ่ง อาหารประเภทห่อหึ่งที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ ห่อหึ่งปลา ห่อหึ่งไก่ ห่อหึ่งผัก ตามลำดับ 5) กลุ่มอาหารประเภทปิ้ง อาหารประเภทปิ้งที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ ใส่อั่ว ปิ้งปลา และปิ้งหมู เป็นต้น 6) กลุ่มอาหารประเภทจ้อ อาหารประเภทจ้อที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ จ้อผักกาด จ้อผักบุ้ง และจ้อผักกูด ตามลำดับ 7) กลุ่มอาหารประเภทต้ม อาหารประเภทต้มที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ ต้มส้มไก่ ต้มส้มปลา และต้มส้มแซบ ตามลำดับ 8) กลุ่มอาหารประเภทแอ็บ ได้แก่ แอ็บปลา แอ็บหมู แอ็บอ่องออ 9) กลุ่มอาหารประเภทสำหรับหรือยำ อาหารประเภทสำหรับหรือยำที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ ส้มมะเขือ ส้มเนื้อ ส้มจิ้นไก่ ตามลำดับ และ 10) กลุ่มอาหารประเภทคั่ว กลุ่มอาหารประเภทคั่ว อาหารประเภทคั่วที่ควรนำมาพัฒนา ได้แก่ คั่วแค คั่วผักกาด และคั่วเห็ดถอบตามลำดับ

กัญญารัตน์ ถนอมแสง (2551) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีต่ออาหารไทย พบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย ร้อยละ 50.0 และเพศหญิง ร้อยละ 50.0 มีอายุมากที่สุดคือ 24-34 ปี ร้อยละ 30.8 เกือบครึ่งเป็นคนที่อยู่ในทวีปยุโรป เป็นนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักคุ้นเคยกับอาหารไทยและเคยรับประทานอาหารไทยมาก่อนถึงร้อยละ 67.0 และเมื่อมาเที่ยวเมืองไทยความถี่ในการรับประทานอาหารไทยมากที่สุดคือ เป็นประจำทุกวัน (7วัน/สัปดาห์) ร้อยละ 28.8 มื้อที่รับประทานอาหารไทยมากที่สุดคือมื้อเย็น ร้อยละ 47.4 และนิยมรับประทานในภัตตาคารอาหารไทย ร้อยละ 44.4 ส่วนประเภทอาหารไทยที่นักท่องเที่ยวรับประทานมากที่สุด คือ อาหารจานเดียว ร้อยละ 43.5

2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านรสชาติของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรสเผ็ด รสเค็ม รสเปรี้ยว และรสหวานอยู่ในระดับมาก

2.2 ด้านคุณประโยชน์ของอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ออาหารไทยที่มีส่วนประกอบของสมุนไพร วิธีการปรุงและคุณค่าทางโภชนาการอยู่ในระดับมาก

2.3 ด้านรูปลักษณะสีกลิ่นการตกแต่ง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดแต่งจานให้มีสีสันและการแกะสลักผักผลไม้ในการตกแต่งอยู่ในระดับมาก

3. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่ออาหารไทย จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่ออาหารไทยด้านรสชาติแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีอายุ 45-55 ปี มีความพึงพอใจในอาหารไทยด้านรสชาติสูงกว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่า 55 ปีขึ้นไป

อบเชย วงศ์ทอง และสุจิตตา เรืองรัมย์ (2552) ทำการวิจัยเรื่อง ศักยภาพภูมิปัญญาไทย ด้านอาหารท้องถิ่นภาคใต้ พบว่า อาหารท้องถิ่นภาคใต้ประเภทอาหารคาว อาหารหวาน อาหารถนอม และแปรรูป มีระดับศักยภาพสูง สำหรับด้านการผลิตในเชิงพาณิชย์ ของอาหารท้องถิ่นภาคใต้ประเภท อาหารถนอมและแปรรูป มีระดับศักยภาพสูง อาหารคาวมี ระดับศักยภาพปานกลาง ส่วนอาหารหวาน มีระดับศักยภาพต่ำ ในด้านอาหารเพื่อสุขภาพของ อาหารท้องถิ่นภาคใต้ประเภท อาหารคาวมีระดับ ศักยภาพปานกลาง อาหารหวาน อาหารถนอมและแปรรูปมีระดับศักยภาพต่ำ ดังนั้นควรมีการเผยแพร่ อาหารท้องถิ่นภาคใต้ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นภาคใต้เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และสามารถสร้างชื่อเสียงและรายได้ให้แก่ผู้บริโภคในท้องถิ่นได้อีกทาง

เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการ อาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและรายการอาหาร และหาแนวทางในการสร้างแผนการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวใน พัทยา โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methodology research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยกึ่งทดลอง (Quasi experimental research) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ กลุ่มละ 400 คน ซึ่งสุ่มด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อคัดเลือก รายการอาหารท้องถิ่นและหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนา และทำการทดลองโดยการปรุงอาหาร ต่างๆ ตามผลวิจัยข้างต้นด้วยวัตถุดิบและเครื่องปรุงตามข้อเสนอแนะของครุภูมิปัญญาท้องถิ่น และประเมินคุณภาพของอาหารแต่ละรายการโดยใช้วิธีประเมินคุณภาพทางประสาทสัมผัสด้วยวิธีการ ทดสอบเค้าโครงแบบอัตราส่วน โดยให้นักชิมและผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่นพิจารณาคัดเลือกสูตร ที่เหมาะสมที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า รายการอาหารท้องถิ่นพัทยาจำแนกตามประเภทอาหารไทย 9 ประเภทมี 50 รายการ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการสำรวจ เมื่อพิจารณาแนวทางในการพัฒนาโดยการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ครุภูมิปัญญาท้องถิ่น เจ้าของพื้นที่และผู้บริหารท้องถิ่นเมืองพัทยา ได้รายการอาหารที่เหมาะสมที่จะพัฒนาให้เป็นตำรับ มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตามลำดับ ดังนี้

1. ประเภทแกง มี 7 รายการ ได้แก่ แกงป่าปลากระเบน แกงส้มปลาเรียวเขียวพร้อมไข่ แกงเผ็ดปลากระเบน แกงส้มหอยแมลงภู่อุดิบมะขามอ่อน แกงป่าปลาเห็ดโคน แกงกะลาอ่อน และ แกงส้มฝักรวมกุ้งสด

2. ประเภทต้ม มี 6 รายการ ได้แก่ ต้มส้มปลาทู ต้มยำปลากระเบน ต้มส้มปลากระบอก ปลาทูต้มมะนาว ปลาหมึกน้ำดำ และต้มข้าทะเลมะพร้าวอ่อน

3. ประเภทผัด มี 7 รายการ ได้แก่ ผัดผักกูดน้ำมันหอย ผัดฉ่าปลาฉลาม ผัดฉ่าปลากระเบน ฉลามผัดขึ้นฉ่าย ผัดเผ็ดปลาฉลาม ผัดเผ็ดปลากระเบน และผัดเปรี้ยวหวานทะเล

4. ประเภททอด มี 8 รายการ ได้แก่ ปลากระเบนทอดกระเทียม ปลาหัวทอดกระเทียม ทอดมันปู ทอดมันปลา กุ้งฝอยทะเลชุบแป้งทอด ปลาเห็ดโคนแดดเดียวราดซอส ปลาหมึกทอดกระเทียม และปลาเห็ดโคนทอดกระเทียม

5. ประเภทยำ/พล่า/ตำ มี 9 รายการ ได้แก่ พล่ากุ้ง ยำปลากุแล พล่าปลาหมึก ยำปลาหมึก สลัดปลาพญา หอยโจงโจงลวกจิ้ม ปลากุแลลวกจิ้ม ส้มตำปูนิ่ม และปลาฮือแซ

6. ประเภทปิ้ง/ย่าง/หมก มี 3 รายการ ได้แก่ แจงลอน ปิ้งงู และห่อหมกปลาอินทรี

7. ประเภทเครื่องจิ้ม มี 3 รายการ ได้แก่ กะปิคั่ว น้ำพริกปลาร้าพญา และน้ำพริกไขปู

8. ประเภทอาหารจานเดียว มี 2 รายการ ได้แก่ ข้าวผัดปลาอินทรี ข้าวมัน-ส้มตำ-ปลาเค็ม/ปลากระเบนหวาน

9. ประเภทอาหารว่าง มี 2 รายการ ได้แก่ ขนมเบื้องพญา และขนมครกพญา

ผลสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญ พบว่าส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ความชอบ และความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงกว่าชาวไทย ยกเว้นความชอบในเรื่องประเภทรายการอาหาร และข้าวไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารและรายการอาหารไทยโดยรวมมีอยู่ในระดับค่อนข้างมากทั้งสองเรื่อง เมื่อพิจารณาในรายข้อพบว่าเรื่องทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้/สะดวกเป็นอันดับแรกและเป็นเรื่องเดียวที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่เรื่องรสชาติดี คุณภาพอาหาร บริการดีและรวดเร็ว ราคาสมเหตุสมผล รายการอาหารไทยท้องถิ่น และเรื่องอื่นๆ มีความสำคัญค่อนข้างมาก สำหรับปัจจัยในการเลือกรายการอาหารไทยพบว่าทุกข้อมีความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก อันดับแรกเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ รองลงมาเป็นเรื่อง ราคาอาหาร ต่อจาก รูปลักษณ์ของอาหาร เป็นอาหารท้องถิ่น อาหารที่มีเอกลักษณ์ และเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงตามลำดับ

สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกร้านอาหารไทยโดยรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับค่อนข้างมาก พิจารณาจากรายข้อพบว่าอันดับแรกเป็นเรื่องคุณภาพอาหาร รองลงมาเป็นเรื่องรสชาติดี บริการดีและรวดเร็ว และราคาสมเหตุสมผล มีความสำคัญอยู่ในระดับมากตามลำดับ ส่วนปัจจัยในการเลือกรายการอาหารไทยโดยรวมและรายข้อทุกข้อพบว่า มีความสำคัญค่อนข้างมาก อันดับแรกเป็นอาหารท้องถิ่น รองลงมาเป็นเรื่องอื่นๆ เป็นอาหารสุขภาพ รูปลักษณ์ของอาหาร เป็นอาหารที่มีชื่อเสียง ราคาอาหารต่อจาน และเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์

รายการอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมและคัดเลือกมาทดลองพัฒนาเพื่อหาสูตรมาตรฐานมี 15 รายการ ทั้งหมดปรุงจากอาหารทะเล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเภทปลา รายการอาหารที่พัฒนาจำแนกเป็นประเภทต้ม/แกง ได้แก่ แกงส้มปลาเรียวเขียว แกงป่าปลาเห็ดโคน ต้มปลาหุตะลึงปลิง และปลาหมึกน้ำดำ ประเภทผัด ได้แก่ ผัดฉ่าปลาฉลาม และปลาอินทรีผัดขึ้นฉ่าย ประเภทยำ/พล่า ได้แก่ ปลากุแลพล่า ประเภทเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ปลาหัวทอดพริกไทยดำ-กระเทียม ทอดมันปลาอินทรี

แจงคลอน และห่อหมกปลาอินทรียี้ แมงกะพรุนตองด้วยเปลือกต้นอินทรี และปุม้าต้มจิ้มน้ำจิ้มซีฟู้ด ประเภทเครื่องจิ้ม ได้แก่ น้ำพริกไข่ปู และประเภทจานเดียว ได้แก่ ข้าวมัน-ส้มตำ-ปลากระเบนหวาน

แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพของอาหารท้องถิ่นควรมุ่งเน้นในเรื่อง 1) คุณภาพอาหารตามมาตรฐานสากล โดยการคัดเลือกวัตถุดิบและเครื่องปรุงในท้องถิ่น ที่มีความสดใหม่ สะอาด และปลอดภัย 2) กรรมวิธีการปรุงอาหารเป็นแบบต้นตำรับดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมา (Story) ของรายการอาหารแต่ละชนิดได้ 3) ควบคุมความคงที่ของรสชาติอาหารให้เป็นแบบต้นตำรับสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ปรับลดความจัดจ้านหรือเผ็ดร้อนให้เหมาะสมสำหรับชาวต่างชาติ และ 4) นำเสนออาหารท้องถิ่นควบคู่กับวัฒนธรรมการกินแบบไทย การจัดตกแต่งรูปแบบการนำเสนอให้สวยงามน่ารับประทาน การให้บริการและการจัดเสิร์ฟที่ประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว

ทั้งนี้กระบวนการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นจะประสบผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการผู้บริหารท้องถิ่น และชุมชนทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้อาหารท้องถิ่นพัฒนาเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในที่สุดเช่นเดียวกับอาหารไทยท้องถิ่นอื่น โดยผู้บริหารท้องถิ่นภาครัฐอาจกำหนดนโยบายเพื่อจัดกิจกรรมต่างๆ ที่ส่งเสริมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในโอกาสอันสำคัญตามเทศกาล ประเพณี/วัฒนธรรมของท้องถิ่น อาทิ จัดให้มีการแข่งขัน/ประกวดอาหารท้องถิ่นพัฒนาสำหรับผู้ประกอบการอาจช่วยรณรงค์โดยเพิ่มรายการอาหารท้องถิ่น ให้พนักงานบริการหรือไกด์แนะนำลูกค้า/นักท่องเที่ยวได้ลองรับประทาน และชุมชนท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์อาหารท้องถิ่นโดยครุภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นสู่อนุชนรุ่นหลังสืบไป

เรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ (2555) ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง “แผนกลยุทธ์ของภัตตาคาร/ร้านอาหารในการสร้างตราโดยบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์ของภัตตาคาร/ร้านอาหารในการสร้างตราโดยบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในพัทยา โครงการวิจัยนี้ประกอบด้วย 2 โครงการย่อย ซึ่งทั้ง 2 โครงการย่อยนั้นเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ คือโครงการย่อยที่ 1 จะมุ่งเน้นการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา และโครงการย่อยที่ 2 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราโดยการบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทย และการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว ในเมืองพัทยา โดยทั้ง 2 โครงการย่อยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกร่วมกัน แล้วนำข้อมูลจากทั้ง 2 โครงการย่อยมาบูรณาการเป็นแผนงานหลัก ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการ/ผู้จัดการ/พ่อครัว/แม่ครัว ของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในเมืองพัทยา จำนวน 20 ราย

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 พบว่า รายการอาหารท้องถิ่นควรนำมาพัฒนาให้เป็นอาหารเอกลักษณ์ของเมืองพัทยา ด้วยการใช้องค์ประกอบอาหารท้องถิ่นไทยซึ่งเป็นการสร้างเอกลักษณ์ และคงไว้ซึ่งประเพณีดั้งเดิมของพัทยาให้ชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จัก ส่วนผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อร้านอาหาร/

ภัตตาคารในเมืองพัทยา ประกอบด้วย การรู้จักตรา คุณค่าด้านการเงิน และประโยชน์ตามหน้าที่ด้านอาหาร แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยที่ศึกษานั้นไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย ประโยชน์ทางอารมณ์ อัตลักษณ์ตรา และความพึงพอใจโดยรวม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า การรู้จักตรา ประโยชน์ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเอง ประโยชน์ทางอารมณ์ ประโยชน์ตามหน้าที่ด้านอาหาร และอัตลักษณ์ตราส่งผลต่อความภักดี ยิ่งไปกว่านั้นผลการศึกษพบว่า ความภักดีส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทย ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการรู้จักตรา อัตลักษณ์ตรา ประโยชน์ทางอารมณ์ และความพึงพอใจยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทย

ผลการศึกษาจากโครงการย่อยที่ 1 และ 2 นำมาบูรณาการเป็นแผนกลยุทธ์ของภัตตาคาร/ร้านอาหารในการสร้างตราโดยบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา แผนกลยุทธ์ดังกล่าวประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ การวิเคราะห์สถานการณ์เชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ และการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ โดยขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์เชิงกลยุทธ์นั้น จะมุ่งเน้นการกลั่นกรองสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายใน การกำหนดวิสัยทัศน์ภารกิจ และวัตถุประสงค์ของแผนกลยุทธ์ ส่วนขั้นตอนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์นั้น ประกอบด้วย (1) การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทย (2) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตรา (3) การพัฒนาภัตตาคารและการประกอบการ (4) การวางแผนและพัฒนารายการอาหาร (5) การปฏิบัติการให้บริการในภัตตาคาร และ (6) การบริหารบริการ ขั้นตอนสุดท้ายคือขั้นที่ 3 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัตินั้น ประกอบด้วย (1) การกำหนดโปรแกรมและงบประมาณ (2) การกำหนดขั้นตอนการทำงาน และ (3) การประเมินและควบคุม และการติดตามผลการทำงาน

ปณิศา มีจินดา และคณะ (2556) ได้ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราโดยการบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทย และการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา (1) วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นไทยของนักท่องเที่ยวในพัทยา (2) หาแนวทางสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตรา โดยการบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวในพัทยา (3) สร้างแผนกลยุทธ์ของภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในการสร้างตรา โดยบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวในพัทยา โครงการวิจัยนี้ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือกับนักท่องเที่ยวชาวไทย 449 คน และชาวต่างชาติ 400 คน รวมเป็น 849 คน มีขั้นตอนการสุ่มตัวแบบกำหนดโควตา แบบเจาะจง แบบตามความสะดวก ตามลำดับ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ประกอบการ/ผู้จัดการการ/พ่อครัว/แม่ครัวของภัตตาคาร/ร้านอาหารในเมืองพัทยา จำนวน 20 ราย ผลการศึกษาจากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา ประกอบด้วย การรู้จักตรา คุณค่าการเงิน และประโยชน์ตามหน้าที่ด้านอาหาร แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยที่ศึกษานั้นไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบด้วย ประโยชน์ทางอารมณ์ อัตลักษณ์ตรา

และความพึงพอใจโดยรวม แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า การรู้จักตรา ประโยชน์ที่แสดงความเป็นตัวของตัวเอง ประโยชน์ทางอารมณ์ ประโยชน์ตามหน้าที่ด้านอาหาร และอัตลักษณ์ตราส่งผลต่อความภักดี ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษาพบว่า ความภักดีส่งผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงของนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทย ผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการรู้จักตรา อัตลักษณ์ตรา ประโยชน์ทางอารมณ์ และความพึงพอใจยังคงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราและความภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติและไทย ผลการศึกษาจากการบูรณาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราโดยการบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่นไทย และการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวในเมืองพัทยา การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราดังกล่าวประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นไทยของนักท่องเที่ยวในพัทยานั้น จะมุ่งเน้นการนำผลการศึกษามาเพื่อ การกำหนดการตลาดตามเป้าหมาย และการสร้างความภักดีให้กับนักท่องเที่ยว และการกำหนดปัจจัยสู่ความสำเร็จของอาหาร ส่วนที่ 2 การกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตรานั้นจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ความภักดี และความเต็มใจที่จะจ่ายเงินในราคาสูงของนักท่องเที่ยว ส่วนสุดท้าย (3) การสร้างกลยุทธ์ในการสร้างตราโดยบูรณาการรายการอาหารท้องถิ่น ไทยและการส่งเสริมการตลาดนั้น ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค (2) การกำหนดตำแหน่งและการสร้างคุณค่าตรา (3) การวางแผนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตรา โปรแกรมการตลาด/การสื่อสารการตลาด (4) การปฏิบัติการวัดผลและตีความผลการทำงานของตรา และ (5) การสร้างการเติบโตและรักษาคุณค่า

พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ (2557) ได้ศึกษาการสร้างคุณค่าอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือ อาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีเอกลักษณ์และศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ในลักษณะ Gastronomy Tourism เพราะอาหารท้องถิ่นภาคเหนือมีคุณลักษณะเฉพาะที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมชนเผ่า สะท้อนวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นอยู่ การเผยแพร่อาหารท้องถิ่นภาคเหนือที่มีเอกลักษณ์สูง โดยใช้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารเหนือ ในจังหวัดภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ได้แก่ ลำปาง ลำพูน เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา แพร่ และน่าน สสำรวจชนิดของอาหาร สถานที่ตั้งของร้านอาหาร และวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ เพื่อรวบรวมเป็นความรู้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประทานอาหารเหนือที่หลากหลายชนิด เป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อาหารไทยท้องถิ่นในภาคเหนือตอนบน เช่น ที่จังหวัดตาก ที่ส่วนใหญ่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ได้รับการสนับสนุนให้มีการนำขึ้นเป็นเมนูวางไว้บนโต๊ะอาหารในร้านอาหาร เพื่อเป็นการนำเสนอให้ลูกค้าทดลองชิมดู เป็นการส่งเสริมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของจังหวัดตาก ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง คือ แกงถั่วมะแฮะ ยาข้าวแคบ ผัดเต้าเจี้ยว และข้าวต้มผงกะหรี่ จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ชนิดอาหาร สถานที่จำหน่าย และคุณค่าด้านสุขภาพ ผลการดำเนินงานมีร้านอาหาร 3 แห่ง ในอำเภอเมืองตาก จำหน่ายอาหารท้องถิ่นตาก โดยการรวบรวมวิเคราะห์ สังเคราะห์ องค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือเชิงวัฒนธรรมที่เน้นคุณค่าทางอาหารให้สอดคล้องกับท้องถิ่นด้วยกระบวนการจัดการความรู้ ศึกษาในพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดทางภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง แพร่ น่าน แม่ฮ่องสอน พะเยา และภาคเหนือตอนล่าง 6 จังหวัด ได้แก่ กำแพงเพชร ตาก สุโขทัย พิษณุโลก อุตรดิตถ์ และเพชรบูรณ์ ได้เส้นทางท่องเที่ยวของ 14 จังหวัดภาคเหนือโดยใช้อาหาร

ท้องถิ่นเป็นต้นนำ แบ่งเป็น 5 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1 ประตูล้านนา เส้นทางที่ 2 หน้าด่านแดนเหนือ เส้นทางที่ 3 ไหว้พระชมเวียง เส้นทางที่ 4 เมืองสงบที่ดงาม และ เส้นทางที่ 5 ชายแดนไร่พรมแดน นำมาจัดทำฐานข้อมูล และพัฒนาสื่ออาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือที่เหมาะสมกับชุมชน ทั้งสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์และแอปพลิเคชัน ผ่านทางมือถือ หรือทางคอมพิวเตอร์ พกพา ประเมินผลการใช้ฐานข้อมูลและสื่ออาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือตามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยมาใช้ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

ณัฐชรา กิจวิกรานต์ (2557) นำเสนอบทความวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ภาพลักษณ์อาหารไทยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต และการรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีระดับภาพลักษณ์อาหารไทยโดยรวมในระดับมากทั้งในด้านคุณภาพของอาหารไทย ด้านบรรยากาศของร้านอาหารไทย ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้านความแปลกใหม่ และด้านสิ่งติดตังและส่วนประกอบ และจากการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้คุณภาพอาหารไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีการรับรู้คุณภาพอาหารไทย ด้านความแตกต่าง ด้านสุนทรียศาสตร์ ด้านความเป็นแก่นแท้อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีเพศ วัตถุประสงค์การเดินทาง จำนวนครั้งการเดินทางแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มี อายุ เชื้อชาติ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาแตกต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภาพลักษณ์อาหารไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต และการรับรู้ถึงคุณภาพอาหารไทยมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิสิทธิ์ บุญนาค (2557) นำเสนอบทความวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา (1) อิทธิพลของปัจจัยความเสี่ยงต่อสุขภาพและชีวิตที่มีต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ และ (2) อิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ โดยประชากรที่ศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวและบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ ผลการศึกษาส่วนหนึ่งพบว่า ปัจจัยความเสี่ยงต่อสุขภาพและชีวิตมีอิทธิพลในเชิงลบต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ ในขณะที่ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวกลับมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ต้องเริ่มจากการสร้างความเชื่อมั่นเรื่องผลกระทบต่อสุขภาพและชีวิต รวมทั้งการส่งเสริมแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอย่างจริงจังจึงควรสนับสนุนปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้การท่องเที่ยวและการบริโภคอาหารท้องถิ่น

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ให้แนวคิดในส่วนการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ (2) ไว้เป็น เรื่องที่น่าสนใจ กล่าวคือ ในการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีต่อการบริโภคอาหาร ท้องถิ่นภาคใต้แรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นภาคใต้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แม้นักท่องเที่ยวจะคงมีความกังวลหรือความกลัวในการบริโภคอาหารที่แปลก หรือไม่เคยลอง แต่นั่นเป็นเพราะรสชาติที่ไม่คุ้นเคย ไม่รู้ถึงกรรมวิธีในการปรุงอาหาร แต่ถ้าหากว่า ร้านอาหารนั้นๆ เป็นร้านอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีราคาแพง จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความ ภาคภูมิใจและก่อให้เกิดเป็นประสบการณ์ในการบริโภคที่สามารถนำไปบอกเล่าต่อๆ ได้ว่าเคยมาที่ ร้านอาหารนี้แล้ว ซึ่งในปัจจุบันนี้บริษัททัวร์ต่างได้นำจุดเด่นของอาหารท้องถิ่นมารวมไว้ในส่วนหนึ่งของ โปรแกรมทัวร์ ซึ่งหากมีการท่องเที่ยวทางภาคใต้ ทางบริษัททัวร์จะจัดให้มีเมนูอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ ที่ขึ้นชื่อรวมอยู่ในโปรแกรมอาหารอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cohen & Avieli (2004) ที่ว่า การส่งเสริมการตลาดในพื้นที่ภูมิภาค ควรส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการนำอาหารมาใช้เป็นกิจกรรม เพื่อดึงดูดใจ อาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุดคือ ร้านอาหารที่มีราคาแพง หรือร้านอาหารมีระดับเพียงใด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Quan & Wang (2004) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว: ประสบการณ์การบริโภคอาหารใน แหล่งท่องเที่ยวพบว่า การบริโภคอาหารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาตลาดและทำให้ผู้ผลิตอาหาร พื้นที่เมืองเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์จากการได้บริโภคอาหารที่ผลิต จากจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ส่วน Torres (2003) ศึกษาเรื่อง ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและการเกษตรในเม็กซิโก อธิบายว่า อาหารท้องถิ่น มาจากการนำวัตถุดิบและผลผลิตทางการเกษตรใน ท้องถิ่นนั้น เพื่อนำไปปรุงเป็นอาหารซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจในอาหารและผลิตภัณฑ์อาหาร ท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ Hall, M., & Mitchell, R. (2002) พบว่านักท่องเที่ยวสนใจที่จะ เรียนรู้วัฒนธรรมผ่านอาหารโดยการจัดจาน สีสันทของอาหาร การแสดงกรรมวิธีในการปรุงให้ นักท่องเที่ยวเห็น เช่นเดียวกับ อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2546) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนา การท่องเที่ยวชนบท กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ตพบว่า นอกจากนักท่องเที่ยวจะมาเยือนแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวยังสนใจวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในหมู่บ้านและรู้จัก การทำอาหารพื้นบ้านที่ใช้ในการบริโภคประจำวันของชุมชนอีกด้วย

หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงษ์ วงศาโรจน์ (2558) ได้นำเสนอบทความวิจัยเรื่อง ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอาหารพื้นเมืองน่าน เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารพื้นเมืองน่าน และเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่าน อาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ที่มี ประสบการณ์ มีความรู้เกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว และหน่วยงาน ราชการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดน่าน กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมือง ในจังหวัดน่าน และใช้ แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด น่าน วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้เทคนิค SWOT Analysis ผลจากการศึกษาอาหาร พื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจ ด้านอัตลักษณ์ของอาหาร พื้นเมืองมากที่สุด งานวิจัยนี้ได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของ

จังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง ด้านราคา ด้านการบริการ ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด สรุปแนวทางในแต่ละด้านได้ดังนี้

1. ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง

1.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้บุคลากรในท้องถิ่นร่วมกันกำหนดและค้นหาอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองน่าน เพื่อใช้ในการนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง

1.2 ควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของอาหารพื้นเมืองให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งของการท่องเที่ยว โดยนำเสนออาหารพื้นเมืองเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว

1.3 ควรส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้อุทิศรักษาหวงแหนและเห็นคุณค่า เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง

1.4 รวบรวมสูตรอาหารพื้นเมืองน่านจากบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ทางด้านอาหารพื้นเมืองน่าน เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาหารพื้นเมืองให้อัตลักษณ์คงอยู่สืบต่อไป

1.5 ควรให้ความรู้แก่ประชาชนในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองน่าน เพื่อพัฒนาให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากจังหวัดน่านที่มีอัตลักษณ์ มีความแปลกใหม่ น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์

1.6 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรประกอบอาหารให้รสชาติของอาหารได้มาตรฐานและสม่ำเสมอ และคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง ไม่ควรปรับเปลี่ยนรสชาติตามกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อคงเอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองไว้

1.7 ควรมีรายการอาหารพื้นเมืองให้หลากหลายชนิด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม

2. ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง

2.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานคุณภาพของอาหารพื้นเมือง โดยใช้เครื่องหมายรับประกัน เช่น รางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณ เช่น ป้าย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) เพื่อช่วยในการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยว

2.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองยังควรให้ความสำคัญกับรายการอาหารพื้นเมือง โดยควรอธิบายถึงส่วนประกอบ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ และเน้นประเด็นไปที่อาหารพื้นเมืองเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ประยุกต์ใช้ผักพื้นบ้าน

3. ด้านราคา

3.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานราคากลางของอาหารพื้นเมือง เพื่อให้ราคามีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับอาหารทั่วไป

3.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรคำนึงถึงความเหมาะสมของอาหารพื้นเมืองให้มีความเหมาะสมทั้งคุณภาพ ราคา และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับ มาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

3.3 ควรมีการแจ้งราคาในรายการอาหารให้ชัดเจน เพื่อให้เห็นถึงความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไว้วางใจในการเลือกรับประทานอาหาร

4. ด้านการบริการ

4.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับอาหารพื้นเมือง เพื่อให้คนในชุมชนหรือพนักงานที่ให้บริการในร้านอาหารสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองน่าน และสามารถแนะนำอาหารพื้นเมืองแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ทำให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด

4.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะ มีมาตรฐานการบริการ และมีความสามารถในการทำงานให้สามารถบริการได้รวดเร็ว ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

5. ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง

5.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมืองให้เป็นร้านอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐาน โดยการจัดทำตัวชี้วัดเพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว

5.2 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรสร้างเอกลักษณ์ของร้านอาหารพื้นเมืองทั้งการจัดตกแต่ง บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง

5.3 ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรจัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

6. ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

6.1 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรร่วมมือกันจัดกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดน่าน โดยการจัดทำแผนที่เพื่อแสดงร้านอาหารพื้นเมืองให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และเป็นข้อมูลพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยว

6.2 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารพื้นเมืองมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารพื้นบ้าน การนำอาหารพื้นเมืองมาจำหน่ายในถนนคนเดิน เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองน่านให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ได้รับรู้ และได้มีโอกาสลิ้มลอง การจัดลานชั้นโถงที่แสดงถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารพื้นเมืองของคนน่าน เป็นต้น รวมไปถึงการจัดการประกวดอาหารพื้นเมือง การจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารพื้นเมือง

6.3 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการส่งเสริมประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองและร้านอาหารพื้นเมืองให้มากขึ้นเพื่อผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และควรเพิ่มบทบาทในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุกและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

6.4 กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างเครือข่ายระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง

จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และคณะ (2558) นำเสนอบทความวิจัยเรื่อง แนวโน้มการสร้างสรรคมูลค่าเพิ่มให้กับอาหารไทยประยุกต์ สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า**อาหารไทยประยุกต์ใหม่ (Thai Modern Fusion Foods)** หมายถึง อาหารไทย ที่รับมาจากต่างประเทศแล้วนำมาผสมผสานกันระหว่างอาหารไทยกับอาหาร ต่างประเทศ นำมาปรุงแต่งโดยใช้วัตถุดิบ/เครื่องปรุง และประกอบอาหาร ในประเทศไทย สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ประกอบด้วย เมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ 5 ประเภท ดังนี้ (1) อาหารไทย-ฮาลาล (2) อาหารไทย-เวียดนาม (3) อาหารไทย-จีน (4) อาหารไทย-ญี่ปุ่น และ (5) อาหารไทย-ตะวันตก

ในการพัฒนาสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม (Developing creative added value) จะเกี่ยวข้องกับ การหาแนวทาง/วิธีการต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่ม ซึ่งสามารถ ตั้งราคาได้สูง โดยลูกค้ามีความเต็มใจที่จะซื้อ อีกทั้งสร้างความแตกต่างที่ลูกค้า ต้องการซึ่งเหนือกว่าคู่แข่งชั้นเกี่ยวกับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ โดยเน้นความ หลากหลายทั้งรสชาติและส่วนประกอบ (เครื่องปรุง) ทั้งเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม และเผ็ด มีความกลมกล่อมและลงตัว จึงทำให้มีกลิ่นหอมและรสชาติที่ดีกว่าเดิม มีคุณค่าทางโภชนาการ อีกทั้งยังมีสีสัน และมีความประณีตในการประกอบอาหาร และการจัดแต่ง ซึ่งแตกต่างจากอาหารประจำชาติอื่นๆ

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การคงเอกลักษณ์และมาตรฐานของรสชาติแบบไทยในอาหารไทยประยุกต์ใหม่
2. ใช้ส่วนผสมของวัตถุดิบและเครื่องปรุงที่เป็นเครื่องเทศและสมุนไพรไทยที่มีสรรพคุณทางยาและคุณค่าทางโภชนาการ
3. ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ของผู้ประกอบอาหาร พ่อครัว แม่ครัว เชฟ ในการเรียนรู้ พัฒนา และสร้างสรรค์ความคิดใหม่ๆ ให้กับอาหารอยู่เสมอ
4. ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารการตลาด และส่งเสริมอาหารไทยประยุกต์
5. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ โดยการดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการร้านอาหารในกิจกรรมต่างๆ

หลักสำคัญจะต้องเน้นความเป็นไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ ร่วมกับเมนูอาหารต่างชาติ ที่ได้รับความนิยม ดังนั้น ในการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มให้กับ อาหารไทยประยุกต์ใหม่ จึงต้องพัฒนาโดยใช้หลักการบูรณาการ ระหว่างข้อดีเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของอาหารไทย (ความโดดเด่น/ ความหลากหลายของเมนู คุณค่าทางโภชนาการ และความ หลากหลายของรสชาติ) ของอาหารไทยกับเมนูอาหารต่างชาติที่ได้รับความนิยม อีกทั้งในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเมนูอาหารไทยประยุกต์ใหม่ จะใช้หลักการปรุงอาหารแบบไทย ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ (มาเลเซีย อินโดนีเซีย อินเดีย เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น และ ตะวันตก) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสำหรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แนวโน้มการสร้างสรรคมูลค่าเพิ่มให้กับเมนูอาหารไทยประยุกต์ 5 ประเภท มีดังนี้

1. อาหารไทย-ฮาลาล การประกอบอาหารไทย-ฮาลาล ต้องได้รับการรับรองมาตรฐานจากสำนักงาน คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ปรับรสชาติของเครื่องเทศที่ใช้ให้มี รสอ่อนลง และกลมกล่อม เพิ่มเมนูที่นำเนื้อปลาและซีฟู้ดมาเป็นวัตถุดิบในการ ประกอบอาหารไทย-ฮาลาล สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นชาวมุสลิม ซึ่งนิยมสั่งเมนูที่เกี่ยวกับปลาค่อนข้างมาก กรณีพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล นักท่องเที่ยวต่างชาติจะนิยมรับประทานอาหารประเภทซีฟู้ดมากกว่า อาหารมุสลิม แบบดั้งเดิม ดังนั้น ผู้ประกอบการ พ่อครัว และแม่ครัวของร้านอาหารฮาลาลจึงสามารถ นำอาหารซีฟู้ดมาปรุงในแบบไทยได้

2. อาหารไทย-เวียดนาม อาหารไทย-เวียดนามนั้นวัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่จะประกอบด้วยผัก จึงต้องมีความสด สะอาด รวมทั้งนำผัก ผลไม้ หรือสมุนไพรไทยมาเป็นวัตถุดิบด้วย โดยปกติอาหาร เวียดนาม จะมีรสชาติอ่อน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทาง แถบยุโรปอยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจะชอบรับประทานอาหารที่มีรสจัด ซึ่งอาหาร เวียดนามมักจะมีน้ำจิ้มเป็นส่วนประกอบ ดังนั้น สำหรับอาหารไทย-เวียดนาม ผู้ประกอบการ พ่อครัว และแม่ครัว อาจจัดเตรียมรสชาติของน้ำจิ้มให้มีความหลากหลาย เพื่อรองรับกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

3. อาหารไทย-จีน การประกอบอาหารควรลดความมันลง น้ำซุบ น้ำซอส และน้ำจิ้มควรมี การปรุงรสชาติให้กลมกล่อมยิ่งขึ้น อาหารไทย-จีนมีความคล้ายคลึงกัน จึงควรนำเสนอให้เห็น เอกลักษณ์และความแตกต่างที่ชัดเจน

การประกอบอาหารไทย-จีนควรลดความมันลง สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะทางแถบยุโรป น้ำซุบ น้ำซอส และน้ำจิ้มควรมีการปรุงรสชาติให้กลมกล่อมยิ่งขึ้น เนื่องจาก อาหารไทยและอาหารจีนค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกันในหลายเมนู และเป็นเมนูทั่วไปที่นักท่องเที่ยว รู้จักและนิยมรับประทานอยู่แล้ว ดังนั้น การประกอบอาหารไทย-จีนจึงควรนำเสนอให้เห็นความ ชัดเจนและแตกต่างจากเดิม โดยอาจนำเสนอเป็นโปรโมชัน ให้นักท่องเที่ยวได้ลองรับประทานก่อน

4. อาหารไทย-ญี่ปุ่น ต้องให้ความสำคัญกับความสดและสะอาด ของวัตถุดิบ โดยเฉพาะเนื้อ ปลา ชาวญี่ปุ่น มีวัฒนธรรมในการปรุงและรับประทานที่พิถีพิถัน ดังนั้น เมื่อนำมาทำเป็นอาหารไทย- ญี่ปุ่นจึงต้องคง เอกลักษณ์และวัฒนธรรมของอาหารญี่ปุ่นไว้ด้วย

เนื่องจากชาวญี่ปุ่น ให้ความสำคัญกับความสด และสะอาดของวัตถุดิบ โดยเฉพาะวัตถุดิบ ประเภท เนื้อปลา พ่อครัวและแม่ครัวจึงต้องให้ความสำคัญ กับประเด็นนี้อย่างมาก ผู้ประกอบการ พ่อครัว และ แม่ครัว ต้องคำนึงถึงวัฒนธรรมในการปรุงและการรับประทานของชาวญี่ปุ่นที่ค่อนข้าง พิถีพิถัน ดังนั้น เมื่อนำมาประกอบเป็นอาหารไทย-ญี่ปุ่น จึงต้องคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของ อาหารญี่ปุ่นไว้ ด้วย ส่วนใหญ่รายการอาหารญี่ปุ่นจะเป็นอาหารแบบดั้งเดิม ดังนั้น ผู้ประกอบการ พ่อครัว และแม่ครัว จึงต้องดูกลุ่มลูกค้าด้วย ถ้าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่ต้องการทดลอง รับประทานอาหารแบบ สมัยใหม่ก็สามารถนำเสนออาหารไทย-ญี่ปุ่นให้ทดลองรับประทานได้ เพื่อเป็น ทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน

5. อาหารไทย-ตะวันตก ควรเพิ่มรายการอาหารไทย-ตะวันตกที่แตกต่างจากเดิม เพื่อให้เกิด ความหลากหลายมากขึ้น เช่น การนำผักและ ผลไม้ไทยเข้ามาเป็นวัตถุดิบทั้งอาหารคาวและอาหาร

หวาน กรณีพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ควรมีการนำอาหารซีฟู้ด มาประยุกต์เป็นอาหารซีฟู้ดไทย-ตะวันตกด้วย

เนื่องจากอาหารไทยหลายเมนูค่อนข้างเป็นที่รู้จักของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่แล้ว จึงมีความเป็นไปได้มากที่สุด ในอาหาร 5 ประเภทที่จะนำอาหารตะวันตกมาประยุกต์เข้ากับอาหารไทย ควรเพิ่มรายการอาหารไทย-ตะวันตกที่แตกต่างจากเดิมเพื่อให้เกิดความหลากหลายมากขึ้น เช่น การนำ ผักและผลไม้ไทยเข้ามาเป็นวัตถุดิบประกอบด้วยทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน กรณีพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานอาหารประเภทซีฟู้ด ดังนั้น ผู้ประกอบการ พ่อครัว และแม่ครัว ควรสร้างสรรค์ รายการอาหารซีฟู้ดไทย-ตะวันตก

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ พ่อครัว และแม่ครัว ยังต้องคำนึงถึงประเด็นในการประกอบอาหารไทย ประยุกต์ต่อไปนี้ด้วย

1. การตั้งชื่อรายการอาหารประยุกต์ต้องมี ความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของอาหารทั้ง 2 ชาติ และสามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวอยาก ทดลองรับประทานได้
2. การตกแต่งอาหารประยุกต์ทั้ง 5 ประเภท ต้องให้มีความทันสมัย นำรับประทาน ซึ่งรวมถึง การตกแต่งภาชนะหรือการเลือกใช้ภาชนะที่มีรูปทรง ทันสมัย ซึ่งจะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้มากกว่า การ ตกแต่งแบบธรรมดา
3. ทุกรายการอาหารประยุกต์ให้นำสมุนไพร ไทยและเครื่องปรุงของไทย รวมถึงผัก ผลไม้ ตาม ฤดูกาลในแต่ละท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบด้วย
4. พ่อครัวและแม่ครัวต้องสามารถประกอบ อาหารไทยประยุกต์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่แตกต่างกันได้ เช่น ปรับรสชาติของอาหารหรือวัตถุดิบ ประเภทผักและเนื้อสัตว์ได้ตามที่ลูกค้าต้องการ ในแต่ละกลุ่ม อีกทั้งถ้าสามารถปรับให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายได้ยิ่งจะเป็นการดียิ่ง
5. นักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคสามารถมีส่วนร่วม ในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ รายการอาหาร ประยุกต์ที่สนใจรับประทาน ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกรุ๊ป ทัวร์ อีกทั้งสั่งเมนู อาหารที่มีลักษณะสร้างสรรค์ขึ้นมาเองก็จะเป็นการดี อีกทั้งหากเราสามารถปรับ วัตถุดิบที่เป็นผัก ผลไม้ หรือเนื้อสัตว์ในท้องถิ่นก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับเมนูได้

อรอนงค์ ทองมี (2558) นำเสนอบทความวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมอาหารล้านนา: การพัฒนาเชิง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากการศึกษาเรื่อง ภูมิปัญญาในการผลิตและพัฒนาอาหารล้านนาก่อให้เกิด ผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นธุรกิจที่ยั่งยืน และเป็นการอนุรักษ์อาหารล้านนา ผลการวิจัยพบว่า อาหารล้านนา หรืออาหารพื้นเมืองภาคเหนือตอนบน ถือได้ว่าเป็นทุนทาง วัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งมีการสะสมองค์ความรู้ และถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่อง จากอดีตจนถึงปัจจุบัน อาหารการกินของคนเมืองโดยทั่วไปมักเป็นไปตามธรรมชาติ มีส่วนปรุงแต่งน้อย อาหารที่ทำ รับประทานส่วนใหญ่มักจะเป็นไปตามฤดูกาลซึ่งหาได้ง่ายในท้องถิ่นนั้นๆ ทำให้อาหารพื้นเมืองของ แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันบ้างตามสภาพพื้นที่

สภาพปัญหาของอาหารล้านนาและแนวทางการแก้ปัญหา พบว่าด้านบุคลากรยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสุขลักษณะ การแก้ปัญหาคือ ในส่วนภาครัฐ ควรจัดสรรเจ้าหน้าที่ดูแลโครงการอย่าง ชัดเจน เช่น การให้คำปรึกษา การจัดอบรมต่างๆ เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ให้กับบุคลากรด้านเครื่องมือ

และเทคโนโลยี ขาดเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพราะขาดงบประมาณ การแก้ปัญหา คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรวางแนวทางช่วยจัดหางบประมาณ เพื่อจัดทำให้มีความทันสมัย ในด้านคุณภาพอาหารล้าหน้าพบว่า คุณภาพอาหารล้าหน้าไม่คงที่ โดยเฉพาะช่วงที่โครงการสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซบเซา ขาดการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ ทำให้คุณภาพอาหารลดลง การแก้ปัญหา คือ เจ้าหน้าที่ของรัฐควรมาตรวจสอบคุณภาพของอาหารล้าหน้าอย่างสม่ำเสมอหลังจากการได้รับคัดสรร ด้านมาตรฐานอาหารล้าหน้า พบว่า บรรลุเกณฑ์อาหารล้าหน้า ยังไม่ได้พัฒนาให้เป็นที่ถูกใจผู้บริโภค รวมถึงการปรับปรุงระดับดาวในผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้า เพราะมีทุนในการผลิตน้อย การแก้ปัญหา คือ ควรออกแบบให้ดึงดูดใจผู้บริโภค มีฉลากถูกต้องและอาหารล้าหน้าต้องสะอาดถูกสุขลักษณะ คำนึงถึงคุณค่าทางโภชนาการรวมถึงเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ด้านการตลาด พบว่า บางครั้งไม่มีการหาตลาดรองรับสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้า การแก้ปัญหา คือ ควรมีการจัดหาตลาดสำหรับรองรับสินค้าผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้า ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่า ยังขาดการพัฒนาและการทำวิจัยกรรมวิธีการผลิตให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้บริโภค การแก้ปัญหา คือ มีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาอาหารล้าหน้าให้เป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม รวมถึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารล้าหน้าเป็นนวัตกรรมของตนเองโดยการใช้ความรู้แบบภูมิปัญญาดั้งเดิม

แนวทางการจัดการเชิงวัฒนธรรมของอาหารล้าหน้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ผู้ผลิตมีการจัดการเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารล้าหน้าดังนี้ ผู้ผลิตควรส่งอาหารล้าหน้าคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OPC ตามระยะเวลาที่มีการคัดเลือกทุก 2 ปี เพื่อเป็นการรักษาคุณภาพของสินค้า ผู้ผลิตมีความชำนาญในการผลิต ทำให้อาหารล้าหน้ามีคุณภาพได้มาตรฐาน ผู้ผลิตควรจะใช้วัตถุดิบที่สามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง ผู้ผลิตมีกระบวนการผลิตที่ทันสมัย และถูกหลักอนามัย ตลอดจนผู้ผลิตมีช่องทางในการประชาสัมพันธ์สินค้าที่ทันสมัย เป็นต้น

นอกจากนี้มีการนำกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับอาหารล้าหน้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์ของอาหารล้าหน้า เทคโนโลยีเหมาะสมมีเอกลักษณ์เฉพาะตน บริการที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว มีการออกแบบ เพิ่มคุณค่า เพิ่มมูลค่า สร้างงาน ความสามารถแข่งขัน และดีต่อสุขภาพ เพื่อให้อาหารล้าหน้าสามารถสร้างงานและสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อผู้ผลิต ตลอดจนเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนอีกด้วย

โดยสรุป อาหารล้าหน้าเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่าทางความสวยงามรสชาติ และเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนและประเทศชาติ ดังนั้นหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชน ที่เกี่ยวข้องควรตระหนักถึงความสำคัญ และให้การสนับสนุนทั้งในด้านการเงินและด้านวิชาการ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และการจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้อาหารล้าหน้ามีความยั่งยืนอยู่กับชุมชนต่อไป

สมมติฐานการวิจัย

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติต่อวิธีดำเนินการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสาร วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด โดยเชื่อมโยงตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการตอบคำถามการวิจัยเพื่อหาแนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับคุณภาพอาหารเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับร้านอาหารและภัตตาคารในเขตพื้นที่พัทยา ดังภาพกรอบแนวคิดต่อไปนี้

