

กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น
เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Holistic Development Strategy for Improving Quality of Local
Foods to Enhance Restaurant Business and Sustainable Tourism in
Pattaya, Cholburi Province

เรณูมาศ กุละศิริมา*

นุจิรา รัศมีไพบูลย์**

สุวรรณา พิชัยยงค์วงศ์***

เปรมฤทัย แยมบรรจง***

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยา ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน ทดสอบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย การวิเคราะห์จุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค การสังเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า แนวทางที่มีนัยสำคัญในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ประกอบด้วยการพัฒนาใน 4 มิติ กล่าวคือ 1) การพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวในพัทยา 2) การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นในการท่องเที่ยวในพัทยา 3) การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยา และ 4) การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา

คำสำคัญ : การพัฒนาแบบองค์รวม คุณภาพอาหารท้องถิ่น การประกอบธุรกิจร้านอาหาร การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

* บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

** โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

*** คณะการจัดการธุรกิจอาหาร สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

ABSTRACT

This research using mixed methodology is mainly aimed to propose the holistic development strategies for improving local food quality in order to promote restaurant business and sustainable tourism in Pattaya. The data gatherings were collected by sample survey, in-depth interview, and focus group. Analysis tools used statistics: mean, standard deviation, ANOVA, Sheffe's method for multiple comparison, correlation and regression analysis, SWOT, synthesis, and content analysis. The results revealed that significant guidelines recommended for the holistic development strategy to improve quality of local food to enhance restaurant business and sustainable tourism in Pattaya consisted of 4 dimensions: 1) Developing creative food items for tourists to value added to local food for restaurants in Pattaya 2) Developing restaurant business plan to promote local food for tourism in Pattaya 3) Developing packages for branding and increasing value of Pattaya local food and 4) Developing entrepreneurs' potential using the knowledge management process of Pattaya local wisdom on food.

Keywords: holistic development, quality of local foods, restaurant business, sustainable tourism

บทนำ

“อาหาร” เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว ซึ่งในอดีตนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเลือกรับประทานอาหารที่คุ้นเคยและปลอดภัย แต่นักท่องเที่ยวปัจจุบันมักจะมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ไป โดยถือว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการท่องเที่ยว จากรายงาน Global Report on Food Tourism ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ในปี 2555 กล่าวถึง “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism)” ว่ามีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในระยะเวลาที่หลายปีผ่านมามีการวิจัยที่ค้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางต่างประเทศจะมีการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูง คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายที่แหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด จากแนวโน้มดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการและผู้มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่นหันมาให้ความสำคัญกับอาหารในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและจุดขายทางการตลาด (ชญาธิ์ วังซ้าย, 2560)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนานาชาติ แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนมากต่างใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และมีการสืบทอดต่อกันมานานนับร้อยปี มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่ง

เป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรมตามจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นครั้งแรกเกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากกลับมาเยือนอีกในครั้งต่อไป ดังนั้นหากประเทศไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยพื้นบ้าน ก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุกอีกด้านหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาอาหารควบคู่กับการท่องเที่ยว รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับอาหารไทยของภาครัฐที่ขยายออกไปสู่ระดับสากล (หทัยชนก นิคมบ้านไร่ และรักษพงศ์ วงศาโรจน์, 2558)

นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีความสอดคล้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แนวทางการพัฒนาตามนโยบายประเทศไทย 4.0 รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบ Smart Farming โดยการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ร่วมไปกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร โดยมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ใน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืนนั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรต้อง มุ่งเน้นการบูรณาการขับเคลื่อนทั้งระบบเพื่อให้การกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการปรุง การบริโภค และการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยทั่วโลก ให้มีเกณฑ์มาตรฐาน ในด้านคุณภาพ รสชาติ ความสะอาด และประสิทธิภาพในการให้บริการที่เหมาะสมและเป็นไปในแนวทาง เดียวกัน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมผ่านวัฒนธรรมและการ ท่องเที่ยวด้านอาหารให้ประสบผลสำเร็จโดยเร็ว (สำนักการค้าบริการและการลงทุน, 2560)

การท่องเที่ยวจะเกิดความยั่งยืนได้โดยคนในท้องถิ่นต้องตระหนักถึงคุณค่าความเป็นตัวตน สามารถสร้าง มูลค่าทางเศรษฐกิจ สืบสาน สืบทอดให้คนรุ่นหลัง เยาวชนคนรุ่นใหม่รักและภาคภูมิใจในสิ่งที่ตนมี โดย กระบวนการมีส่วนร่วมในการคิด ออกแบบ การท่องเที่ยววิถีไทย สร้างมูลค่าผ่านคุณค่า ความเป็นไทย โดย การสร้างมูลค่าเพิ่มนั้นควรมาจากรากฐานวิถีถิ่นไทย อย่างแท้จริง กระบวนการพัฒนาการสร้างคุณค่า มูลค่า ให้กับสินค้าเพื่อท่องเที่ยว รวมถึงอาหารประจำถิ่น สิ่งที่สำคัญที่สุดคือกระบวนการสืบค้น เพื่อให้รู้ถึงรากเหง้า ของความเป็นมา โดยในกระบวนการสืบค้นดังกล่าว ก็สามารถทำได้โดยการทำการวิจัย ค้นคว้าเอกสาร หลักฐาน บ้านที่กต่าง ๆ รวมถึงการพูดคุยกับผู้คนในท้องถิ่น ทำงานร่วมกับคนในชุมชน การขับเคลื่อนการพัฒนา เปลี่ยนแปลงเรื่องใดๆ ก็ตาม ต้องมีผู้ริเริ่ม ผู้นำที่เห็นความสำคัญ ต้องการให้เกิดการพัฒนา มีความจำเป็นที่ ต้องสร้างกลุ่ม ผู้ร่วมริเริ่ม เพื่อให้เกิดการร่วมขับเคลื่อน มวลชน คนในท้องถิ่น คนในชุมชน จากองค์ประกอบ ของการพัฒนาเพื่อความยั่งยืนนั้น หากจะเริ่มต้นด้วยการนำเอาด้านสิ่งแวดล้อม หรือสังคม มานำก็อาจจะไม่ สามารถเห็นผลได้อย่างชัดเจน หรืออาจไม่เร็วนัก ต่างจากการนำการพัฒนาโดยใช้การท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ เป็นเครื่องมือ สร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เป็นตัวขับเคลื่อนการสร้างควมยั่งยืน โดยใช้การท่องเที่ยวเชิง อาหาร เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับท้องถิ่น ชุมชน (อุดม หงส์ชาติกุล, 2560)

แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับอาหารในฐานะองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบายการพัฒนา การท่องเที่ยวรายสาขาด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว และมีความสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยเป็นสินค้าและบริการที่มีโอกาสและศักยภาพสูงในการส่งเสริมให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อันนำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศผ่านการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมและวิถีอันเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวศักยภาพกลุ่มตลาดที่มีความสนใจด้านอาหารให้เดินทางเข้ามาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ๆ ในแต่ละท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ นำมาสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่คนในท้องถิ่นและเศรษฐกิจในภาพรวม รวมทั้งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้านอาหาร (ชญาณีน วังซ้าย, 2560)

“เมืองพัทยา” เป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพัทยายู่ในจังหวัดชลบุรี เป็นเมืองติดทะเลที่มีชายหาดทอดยาว ที่ตั้งใกล้กับกรุงเทพมหานคร มีระบบการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็ว มีสถานที่สำหรับท่องเที่ยวและพักผ่อนให้เลือกเป็นจำนวนมากและหลากหลาย มีโรงแรมระดับ 5 ดาว รวมทั้งโรงแรมที่พักระดับดี อยู่จำนวนมาก มีแหล่งบันเทิง รวมทั้งภัตตาคาร ร้านอาหารขึ้นดีมากมาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวในพัทยามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การบริโภคอาหารจึงถือได้ว่าเป็นความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นโอกาสพิเศษที่จะได้บริโภคอาหารนอกบ้านประสมประสานกับบรรยากาศของการพักผ่อนหย่อนใจ จึงทำให้นักท่องเที่ยวคาดหวังถึงการบริโภคอาหารที่มีรสชาติอร่อย ถูกใจ ถูกหลักอนามัย มีเมนูพิเศษที่ถูกปาก มีบริการต้อนรับที่พิเศษ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองจากภัตตาคาร/ร้านอาหาร โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมักจะเลือกภัตตาคาร/ร้านอาหาร ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมากกว่าจะทดลองร้านอาหารที่ไม่รู้จักหรือไม่มีชื่อเสียง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะพยายามทดลองรับประทานอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของไทย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยจะสนใจเมนูอาหารท้องถิ่นของไทยที่ไม่ค่อยได้รับประทานที่บ้าน (จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา, 2555)

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย. (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุลศิริมา, 2555) พบว่ามีรายการอาหารท้องถิ่นพัทยาลากหลายประเภทที่ควรพัฒนาให้ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในกรณีนี้ มีผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนได้เสนอแนวคิดในเรื่องราวความเป็นมา (Story) ของอาหารท้องถิ่น และการสร้างค่านิยมของคนในท้องถิ่นให้มีความภาคภูมิใจในเรื่องเหล่านี้ควบคู่ไปกับการพัฒนา โดยภาครัฐ ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และชุมชนทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง เพื่อผลักดันให้อาหารท้องถิ่นของพัทยามีคุณภาพและได้มาตรฐานสากล ซึ่งในอนาคตอาจจะนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นพัทยาในรูปแบบ “Pattaya dishes” เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของเมืองพัทยาในทางที่ดีให้ทั่วโลกได้รับรู้ นอกจากนี้ ภาครัฐควรรณรงค์ให้คนท้องถิ่นมีค่านิยมในการรับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ

ในการขับเคลื่อนให้อาหารท้องถิ่นพัทยา (Pattaya Dishes) ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติตามชื่อเสียงของเมืองพัทยา

จากปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่าการยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาให้เกิดประสิทธิผลนั้น ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องร่วมมือกันพัฒนาทุกองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างต่อเนื่อง โดยใช้แนวทางของการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อโดยมุ่งเน้นในการสร้างกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร และการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาในทุกมิติที่เชื่อมโยงกันในเรื่องอาหารท้องถิ่น การประกอบธุรกิจร้านอาหาร และการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน ในการนี้ควรมีมิติต่างๆ อาทิ การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์ การประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับอาหารท้องถิ่น การบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้คาดหวังว่าผลลัพธ์จากการวิจัยจะทำให้คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงผู้บริโภคในท้องถิ่น เป็นการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ด้านอาหารของเมืองพัทยา นอกจากนี้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามแล้ว พัทยายังมีอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และการท่องเที่ยวในเมืองพัทยาให้ยั่งยืนสืบไป และช่วยขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐ “ครัวไทยสู่ครัวโลก” ได้อีกทาง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น
2. เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยา

วิธีการดำเนินการศึกษา

วิธีการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการสำรวจ โดยกำหนดขอบเขตประชากรแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร และกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร

1) ประชากร เป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ผู้จัดการ พ่อครัว/แม่ครัวและพนักงานบริการในร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,165 แห่ง (สำนักปลัดเมืองพัทยา. 2558)

2) ตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ ได้จำนวน 93 ร้าน ในการนี้ได้ปรับเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 100 ร้าน เพื่อให้ได้ตัวอย่างในเขตพื้นที่เมืองพัทยา 4 เขต ได้แก่ พัทยาเหนือ พัทยากลาง พัทยาใต้ และหาดจอมเทียน เขตละ 25 ร้าน และสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบโควต้า (Quota sampling)

กลุ่มนักท่องเที่ยว

1) ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 1,619,451 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 449,204 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 1,170,247 คน (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552)

2) ตัวอย่าง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณ ได้นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนรวม 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) แบบสองขั้นตอน (Two-stage sampling) โดยสุ่มภัตตาคาร/ร้านอาหาร จากแต่ละเขตพื้นที่ในเมืองพัทยาซึ่งแบ่งเป็น 4 เขต โดยวิธีสุ่มแบบโควต้า (Quota sampling) เขตละ 5 ร้าน และ สุ่มนักท่องเที่ยวจากภัตตาคาร/ร้านอาหารที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในขั้นที่ 1 ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ แบบตามความสะดวก (Convenience sampling) กลุ่มละ 200 คน จากจำนวน 5 ร้าน ประมาณร้านละ 40 คน ในแต่ละเขต

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และการสนทนากลุ่มโดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วยผู้บริหารท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชน ด้านการท่องเที่ยว และด้านวัฒนธรรม ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา พ่อครัว/แม่ครัว ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้นำชุมชน/กลุ่มอาชีพ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญอาหารท้องถิ่น ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 30 คน และการสนทนากลุ่มโดยแบ่งเป็น 3 กลุ่มๆ ละ 10 คน

สรุปขอบเขตประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประชากรและตัวอย่างในการวิจัย

ประชากร/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	ขนาดตัวอย่าง	วิธีสุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร	100	Quota sampling	แบบสอบถาม
กลุ่มนักท่องเที่ยว	400	Two-stage sampling	แบบสอบถาม
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐ เอกชนและชุมชน (ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน และครูภูมิปัญญาท้องถิ่น/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่น)	30	Purposive sampling	การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณใช้ค่าสถิติ ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบประเมิน โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าฐานนิยม ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) สถิติเชิงอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe method) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการถดถอย (Correlation and Regression Analysis)

3) ประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของร่างกลยุทธ์จากแบบประเมิน โดยใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสังเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้วิธีการสังเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์เอกสารรายงานผลการวิจัย จากโครงการย่อย การวิเคราะห์ SWOT และการสังเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา จากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ในทุกประเด็นและภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากเหมือนกัน เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่าทุกกลุ่มมีความคิดเห็นตรงกันในอันดับแรก คือเรื่องคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา แต่อันดับรองลงมาต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของทั้งสามกลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และแนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ส่วนที่เหลือไม่แตกต่างกันดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	Mean	SD.	F	p-value
คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	4.02	0.85	1.866	0.156
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	4.00	0.81		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.86	0.77		
แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์	ผู้ประกอบการ	3.87	0.84	1.637	0.196
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.79	0.87		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.69	0.86		
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	3.63	0.92	1.763	0.173
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.82	0.79		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.72	0.84		

แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหาร ท้องถิ่น	ผู้ประกอบการ	3.68	0.82	2.115	0.122
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.75	0.79		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.59	0.78		

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง	Mean	SD.	F	p-value
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	3.61	0.93	2.648*	0.072
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.76	0.89		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.56	0.86		
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	3.82	0.78	2.398*	0.092
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.77	0.83		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.63	0.85		
แนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	3.78	0.90	2.440*	0.088
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	3.87	0.82		
	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	3.69	0.81		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นในเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา และแนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (i)	กลุ่มตัวอย่าง (j)	$\bar{X}_i - \bar{X}_j$	p-value
แนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	-0.15	0.402
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.05	0.888
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.20*	0.080

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	กลุ่มตัวอย่าง (i)	กลุ่มตัวอย่าง (j)	$\bar{X}_i - \bar{X}_j$	p-value
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการฯโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	0.05	0.897
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.19	0.164
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.15	0.212
แนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา	ผู้ประกอบการ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	-0.09	0.665
		นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.09	0.668
	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	0.18*	0.088

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ศึกษา พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญในเรื่องแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา และแนวทางพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา สอดคล้องกับผลการวิจัยของเปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา (2555) เรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย ที่พบว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่สำคัญส่วนใหญ่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ความชอบ และความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงกว่าชาวไทย ยกเว้นความชอบในเรื่องประเภทรายการอาหาร และข้าวไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีวัฒนธรรมการบริโภคที่แตกต่างกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา ได้จากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกที่ระดับค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยความสัมพันธ์ระหว่างแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นกับแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยายู่ในระดับสูงสุด รองลงมาเป็นแนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารกับแนวทางในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา คุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยากับแนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ แนวทางในการพัฒนา

แผนการประกอบธุรกิจร้านอาหารกับแนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหาร อันได้สุดท้ายเป็นระดับความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทธากับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทธา

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

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

จากผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทธา พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์กันเชิงบวกค่อนข้างสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในครั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทธาสอดคล้องตามความเป็นจริงโดยธรรมชาติของทุกตัวแปรมีผลต่อกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทธาให้เกิดประสิทธิผลควรจะดำเนินการพัฒนาแบบองค์รวมนอกจากนี้ มีข้อสังเกตว่าการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทธามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงมากกับการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ($r = 0.820, 0.779$, และ 0.736 ตามลำดับ) ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารอย่างเป็นระบบเพื่อใช้เป็นฐานความรู้ในการพัฒนาทุกมิติสำหรับผู้ประกอบการ ชุมชน และผู้สนใจ

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมือง พบว่า แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD) ขึ้นอยู่กับแนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D₁) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D₂) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D₃) และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D₄) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายตัวแปรตามที่ศึกษา (HD) ได้ร้อยละ 57.00 ดังตารางที่ 5 และตารางที่ 6 ตัวแบบสมการถดถอยที่ได้ คือ

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

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

ตารางที่ 5 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

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

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 6 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา

Predictor	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE.	Beta		
(Constant)	0.580	0.128		4.54**	0.000
แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์(D ₁)	0.245	0.047	0.253	5.23**	0.000
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D ₂)	0.081	0.051	0.081	1.59	0.113
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D ₃)	0.235	0.054	0.223	4.32**	0.000
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น	0.299	0.044	0.297	6.85**	0.000

ด้านอาหาร (D ₄)					
-----------------------------	--	--	--	--	--

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา พบว่า แนวทางในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา (HD) มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา (QF) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายได้ร้อยละ 47.00 ดังตารางที่ 7 และตารางที่ 8 ตัวแบบสมการถดถอยที่ได้ คือ $QF = 1.455 + 0.659HD$ หรือ $QF = 0.685HD$

ตารางที่ 7 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

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

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 8 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

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

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

และพบว่า แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D₁) แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D₂) แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D₃) และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D₄) มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา (QF) ได้ร้อยละ 66.00 ดังตารางที่ 9 และตารางที่ 10 ตัวแบบสมการถดถอยที่ได้ คือ

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

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

ตารางที่ 9 ค่าสถิติวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

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

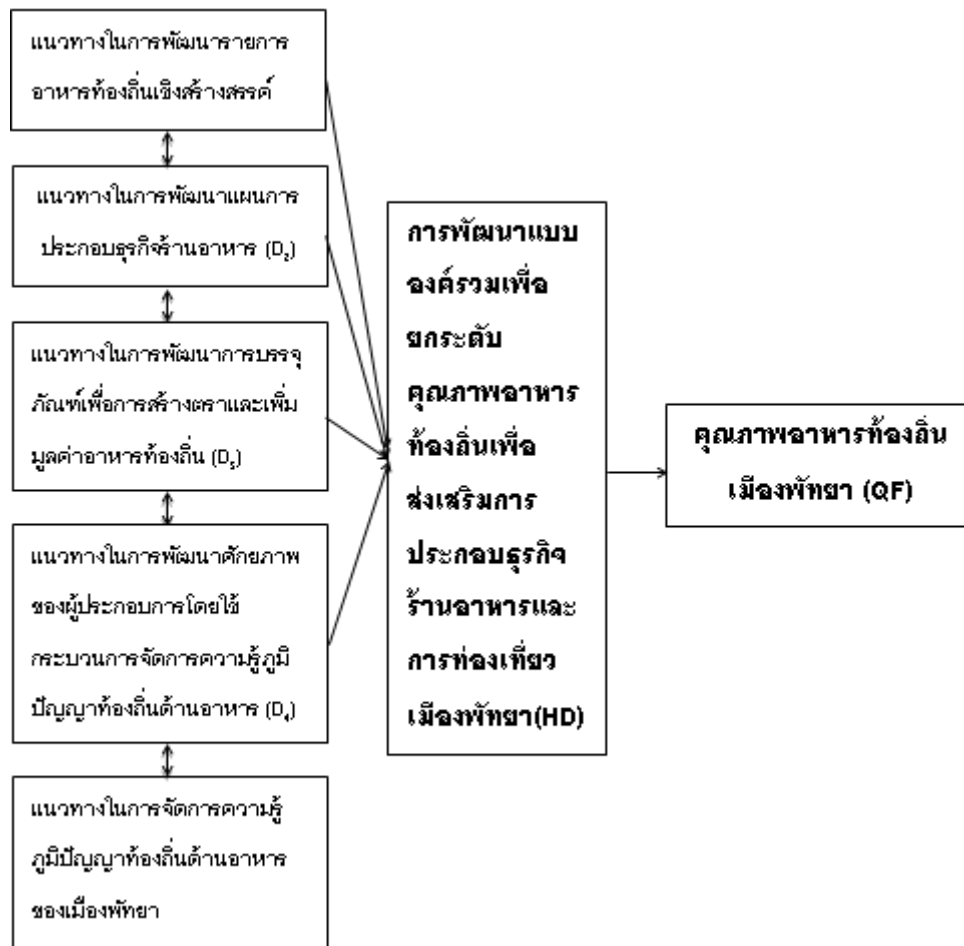
** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 10 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

Predictors	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE.	Beta		
(Constant)	0.760	0.109		6.96**	0.000
แนวทางในการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ (D ₁)	0.423	0.040	0.454	10.55**	0.000
แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร (D ₂)	0.154	0.044	0.161	3.53**	0.000
แนวทางในการพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น (D ₃)	0.257	0.046	0.254	5.54**	0.000
แนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร (D ₄)	0.019	0.037	0.020	0.52	0.606

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา ได้จากผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยาและตัวแบบสมการถดถอยที่กล่าวข้างต้น สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทธยา

กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทธยา ได้จากการสังเคราะห์ผลวิจัยเชิงปริมาณ ผลการทดสอบสมมติฐาน ผลวิจัยเชิงคุณภาพและการสนทนากลุ่มเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและเป็นไปได้ของกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทธยา ได้กลยุทธ์การพัฒนาใน 4 มิติ โดยมีแนวทางในการดำเนินงานไปพร้อมๆ กัน สรุปได้ดังตาราง ที่ 11

ตาราง ที่ 11 กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบ
ธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา

กลยุทธ์ 4 มิติ	กลยุทธ์ย่อย
กลยุทธ์ที่ 1: การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา	1. ควบคุมคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารท้องถิ่นพัทยา 2. คัดสรรวัตถุดิบท้องถิ่น และเครื่องปรุงที่มีคุณภาพ 3. ยกระดับตำรับมาตรฐานอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับ 4. ใช้เทคนิคการประกอบอาหารเฉพาะท้องถิ่น 5. ออกแบบ จัดตกแต่งอาหาร และจัดเสิร์ฟตามรูปแบบท้องถิ่น 6. จัดกิจกรรมส่งเสริมการประกอบอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์
กลยุทธ์ที่ 2: การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารสำหรับอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพัทยา	1. จัดทำแผนธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ 2. พัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา 3. ส่งเสริมการตลาดเพื่อนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นเป็นรายการพิเศษ 4. ควบคุมคุณภาพการผลิตและการบริการให้ได้มาตรฐาน
กลยุทธ์ที่ 3: การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพัทยา จังหวัดชลบุรี	1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. คัดสรรบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับอาหารท้องถิ่นพัทยา 3. เพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นโดยใช้บรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ชุมชน 4. สร้างตราสินค้าเพื่อรับรองคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัทยา

ตาราง ที่ 11 กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา (ต่อ)

กลยุทธ์ 4 มิติ	กลยุทธ์ย่อย
กลยุทธ์ที่ 4: การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร	1. พัฒนาทีมงานการจัดการความรู้ภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา 2. พัฒนาฐานข้อมูลและระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 3. พัฒนาระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 4. พัฒนาแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 5. ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาดในการประกอบธุรกิจอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ บ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่า การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหารและการท่องเที่ยวเมืองพัทยามีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ พบว่าการพัฒนารายอาหารท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ แนวทางในการพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น และแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร มีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกัน ดังนั้น ในการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาวิธีการที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในการสร้างกลยุทธ์ใน 4 มิติ จึงเป็นข้อเท็จจริงสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงปริมาณ

กลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองพัทยา เป็นผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์หลัก เกิดจากกระบวนการพัฒนาในทุกมิติที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ “อาหารท้องถิ่น และการบริการ” การดำเนินกิจการ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า และศักยภาพของผู้ประกอบการ ในครั้งนี้ จะเห็นได้ว่าทุกมิติมีความเกี่ยวข้องกันและมีผลต่อคุณภาพอาหารท้องถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาแบบองค์รวม กล่าวคือ มีการดำเนินงานเพื่อพัฒนาอาหารท้องถิ่นพัทยารอบด้านและต่อเนื่อง โดยความร่วมมือร่วมใจของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนตรงกัน และสอดคล้องกับผลวิจัยของเรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ (2555) ในการวิจัยเรื่องแผนเชิงกล

ยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ในส่วนของกลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และส่วนประสมผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างคุณค่าด้านความคุ้มค่า กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์การบริหารจัดการ

สำหรับแนวทางในการดำเนินการพัฒนาใน 4 มิติ อภิปรายผลดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนารายการอาหารเชิงสร้างสรรค์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นสำหรับร้านอาหาร/ภัตตาคารในพัทยา สอดคล้องกับผลการวิจัยของเปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย ในบทสรุปส่วนหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า แนวทางในการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพของอาหารท้องถิ่นควรมุ่งเน้นในเรื่อง 1) คุณภาพอาหารตามมาตรฐานสากล โดยการคัดเลือกวัตถุดิบและเครื่องปรุงในท้องถิ่น ที่มีความสดใหม่ สะอาด และปลอดภัย 2) กรรมวิธีการปรุงอาหารเป็นแบบต้นตำรับดั้งเดิมของท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวความเป็นมา (story) ของรายการอาหารแต่ละชนิดได้ 3) ควบคุมความคงที่ของรสชาติอาหารให้เป็นแบบต้นตำรับสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ปรับลดความจัดจ้านหรือเผ็ดร้อนให้เหมาะสมสำหรับชาวต่างชาติ และ 4) นำเสนออาหารท้องถิ่นควบคู่กับวัฒนธรรมการกินแบบไทย การจัดตกแต่งรูปแบบการนำเสนอให้สวยงามน่ารับประทาน การให้บริการและการจัดเสิร์ฟที่ประทับใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว

สอดคล้องกับผลการวิจัยของหทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงษ์ วงศาโรจน์ (2558) เรื่อง ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน ในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง ควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของอาหารพื้นเมืองให้มากขึ้น เพื่อเป็นการสร้างจุดแข็งของการท่องเที่ยว โดยนำเสนออาหารพื้นเมืองเป็นจุดขายของการท่องเที่ยว (1.2) และควรมีรายการอาหารพื้นเมืองให้หลากหลายชนิด เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม (1.7) ในด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรกำหนดมาตรฐานคุณภาพของอาหารพื้นเมือง โดยใช้เครื่องหมายรับประกัน เช่น รางวัล หรือใบประกาศเกียรติคุณ เช่น ป้ายอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) เพื่อช่วยในการส่งเสริมการขายให้กับนักท่องเที่ยว (2.1) และควรให้ความสำคัญกับรายการอาหารพื้นเมืองโดยควรอธิบายถึงส่วนประกอบ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ และเน้นประเด็นไปที่อาหารพื้นเมืองเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ปรุงด้วยผักพื้นบ้าน (2.2) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของธัญมัย เจียรกุล ญัฐพล พนมเลิศมงคล และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2557) เรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในด้านการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการต้องสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และรักษารสชาติดั้งเดิมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย

กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาแผนการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร เพื่อการท่องเที่ยวในพหุวิทยา สอดคล้องกับผลการวิจัยของหทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2558) ได้เสนอว่าควรร่วมมือกันในการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมืองให้เป็นร้านอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐาน โดยการจัดทำตัวชี้วัดเพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา (3.1-3.3) และในด้านการบริการ ควรฝึกอบรมให้ความรู้ประชาชนเกี่ยวกับอาหารพื้นเมือง เพื่อให้คนในชุมชนหรือพนักงานที่ให้บริการในร้านอาหารสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองน่าน และสามารถแนะนำอาหารพื้นเมืองแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้รับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด (4.1) และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลให้มีทักษะ มีมาตรฐานการบริการ และมีความสามารถในการทำงานให้สามารถบริการได้รวดเร็ว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง (4.2) ในด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันในการสนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมืองให้เป็นร้านอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐาน โดยการจัดทำตัวชี้วัดเพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว (5.1) ควรสร้างเอกลักษณ์ของร้านอาหารพื้นเมืองทั้งการจัดตกแต่ง บรรยากาศ และสภาพแวดล้อมของร้านอาหาร เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง (5.2) และควรจัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน เพื่อความสะดวกในการเข้าถึงร้านอาหารพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว (5.3)

สอดคล้องกับผลการวิจัยของธันยมัย เจียรกุล ญัฐพล พนมเลิศมงคล และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2557) ที่พบว่า ในด้านการดำเนินการผลิต ต้องมีการวางแผนการจัดหาวัตถุดิบที่แม่นยำมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต มีหน่วยงานวิจัยและพัฒนาสินค้า และมีการควบคุมคุณภาพการผลิตทุกขั้นตอน และด้านการเงินและบริหารความเสี่ยงทางการเงิน ควรมีการจัดหาเงินทุนจากแหล่งเงินทุนต้นทุนต่ำ มีการกำหนดแผนการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว และบริหารความเสี่ยงจากอัตราแลกเปลี่ยน ตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ เลือกใช้ช่องทางจำหน่ายที่ครอบคลุม และ

ให้ความสำคัญการสื่อสารการตลาดทุกรูปแบบ

กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาการบรรจุภัณฑ์เพื่อการสร้างตราและเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่นพหุวิทยา จังหวัดชลบุรี สอดคล้องกับผลการวิจัยของธันยมัย เจียรกุล ญัฐพล พนมเลิศมงคล และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ (2557) ส่วนหนึ่งพบว่า ผู้ประกอบการต้องสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รักษาชาติดั้งเดิมและเอกลักษณ์ความเป็นไทย และมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย และสอดคล้องกับผลการวิจัยของหทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรัชพงศ์ วงศาโรจน์ (2558) ซึ่งพบว่า ในด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง สนับสนุนส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารพื้นเมืองให้เป็นร้านอาหารปลอดภัย ได้มาตรฐาน โดยการจัดทำตัวชี้วัดเพื่อประเมินร้านอาหารพื้นเมืองและให้การรับรอง เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือแก่นักท่องเที่ยว (5.1)

กลยุทธ์ที่ 4 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารในพหุวิทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร สอดคล้องกับผลวิจัยของเปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา (2555) ใน

บทสรุปส่วนหนึ่งได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นจะประสบผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการ ผู้บริหารท้องถิ่น และชุมชนทุกภาคส่วนต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้อาหารท้องถิ่นพัฒนาเป็นที่รู้จัก ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับในที่สุด เช่นเดียวกับอาหารไทยท้องถิ่นอื่น สำหรับผู้ประกอบการอาจช่วยบรรณคดีโดยเพิ่มรายการอาหารท้องถิ่น ให้พนักงานบริการหรือไกด์แนะนำลูกค้า/นักท่องเที่ยวได้ลองรับประทาน และชุมชนท้องถิ่นช่วยอนุรักษ์อาหารท้องถิ่น โดยครุภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นสู่อนุชนรุ่นหลังสืบไป

สอดคล้องกับผลการวิจัยของหทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2558) พบว่าในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองควรส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้รู้สึกหวงแหนและเห็นคุณค่า เพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง (1.3) รวบรวมสูตรอาหารพื้นเมืองน่านจากบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ทางด้านอาหารพื้นเมืองน่าน เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาหารพื้นเมืองให้มีอัตลักษณ์คงอยู่สืบต่อไป (1.4) และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรประกอบอาหารให้รสชาติของอาหารได้มาตรฐานและสม่ำเสมอ และคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง ไม่ควรปรับเปลี่ยนรสชาติตามกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อคงเอกลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองไว้ (1.6) ในด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองยังควรให้ความสำคัญกับรายการอาหารพื้นเมืองโดยควรอธิบายถึงส่วนประกอบ วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ และเน้นประเด็นไปที่อาหารพื้นเมืองเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ ประยุกต์ใช้ผักพื้นบ้าน (2.2) และในด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด กลุ่มสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองควรร่วมมือกันจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง (6.1) ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดน่านให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารพื้นเมืองมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารพื้นบ้าน การนำอาหารพื้นเมืองมาจำหน่ายในถนนคนเดิน เป็นต้น รวมไปถึงการจัดการประกวดอาหารพื้นเมือง การจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารพื้นเมือง เพื่อเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารพื้นเมือง (6.2) ควรดำเนินการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและสร้างเครือข่ายระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมือง (6.4)

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรดำเนินการดังนี้
 - 1) กำหนดนโยบายให้มีการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัฒนาตามแนวทางที่นำเสนอใน 4 มิติ
 - 2) นำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติควมมีการจัดทำแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นพัฒนา

3) จัดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ ในการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยาทดเนื่อง

4) ส่งเสริมให้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา และมีการประกาศเชิดชูเกียรติภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นที่ได้มาตรฐาน

5) ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาชุมชนโดยประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

6) สนับสนุน/ส่งเสริมผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ให้มีการจัดทำแผนธุรกิจโดยมุ่งเน้นเรื่องอาหารท้องถิ่น

7) จัดทำฐานข้อมูลเรื่องอาหารท้องถิ่นพัทยา เพื่อให้ชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้สะดวกรวดเร็ว

8) ประชาสัมพันธ์เรื่องราวความเป็นมาและคุณค่าของอาหารท้องถิ่นพัทยา ให้นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปได้รับรู้

9) ประยุกต์ใช้แนวคิดในการพัฒนาแบบองค์รวมในมิติอื่น ๆ ที่เหมาะสม

10) ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ทุกภาคส่วนได้รับรู้และเข้าใจถึงแนวคิดในการพัฒนาแบบองค์รวม และสามารถนำไปปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร ชุมชน และกลุ่มอาชีพ ควรดำเนินการดังนี้

1) ใช้เป็นแนวทางในพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคในท้องถิ่น

2) นำผลการวิจัยในมิติต่างๆ ทุกมิติ ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการดำเนินกิจการ

3) ให้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนในการพัฒนาแบบองค์รวม และดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของพัทยา และสนับสนุนการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการขยายขอบเขตการวิจัยเพื่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้ครอบคลุมในระดับ ภูมิภาค และระดับประเทศ

2) ทำการวิจัยต่อยอดโดยการวิจัยเพื่อพัฒนาแผนกลยุทธ์การพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นสำหรับการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร

3) ควรมีการวิจัยเชิงลึกในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารไทย และวิจัยเพื่อพัฒนาการประกอบธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

บรรณานุกรม

- จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์ และปณิศา มีจินดา. (2555). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับภัตตรา โดยการพัฒนาการรายการอาหารท้องถิ่นไทยและการส่งเสริมการตลาดของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ชญานิน วังซ้าย. (2560). *Food will Keep Us Alive*. 13 สิงหาคม 2561. <https://etatjournal.files.wordpress.com/2017/01/tat12017-rev2.pdf>.
- ธัญมัย เจียรกุล, ธีรพล พนมเลิศมงคล และสุทธินันท์ พรหมสุวรรณ. (2557). ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องปรุงรสไทยเพื่อเข้าสู่ตลาดการแข่งขันในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*. 6(2), 55-74.
- เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา. (2555). การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- เรณูมาศ กุละศิริมา และคณะ. (2555). แผนเชิงกลยุทธ์ในการสร้างคุณค่าตราให้แข็งแกร่งในการประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารเพื่อสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- สำนักปลัดเมืองพัทยา. (2558). *ข้อมูลพื้นฐาน*. 16 มกราคม 2559. <http://www.pattaya.go.th/city-information>
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). *รายงานประจำปี*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.
- สำนักการค้าบริการและการลงทุน. (2560). *การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารGastronomy Destination) ของไทย*. 13 สิงหาคม 2561. <http://dtn.go.th/images/86/services/Gastronomy.pdf>.
- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรักษพงษ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*. 11(1), 37-53.
- อุดม หงส์ชาติกุล. (2560). *Thailand as a Gastronomy Destination*. 13 สิงหาคม 2561. <http://news.mbamagazine.net/index.php/people/intelligent-network/item/231-thailand-as-a-gastronomy-destination>.