

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยจะใช้การวิจัยแบบผสมวิธี คือวิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยหลักการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมและองค์ความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อนำมาสร้างชุดความรู้ที่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบของอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือในจังหวัดต่างๆ แล้วนำองค์ความรู้มาสร้างสื่อบูรณาการ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว 4 องค์ประกอบ คือ

- 1) ตำรับอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ ในเชิงประวัติ วัฒนธรรมและประเพณี
- 2) วิธีการปรุงอาหารและส่วนประกอบ สรรพคุณ ของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ
- 3) อาหารไทยท้องถิ่นที่เหมาะสมกับเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือที่สอดคล้องกับลักษณะท้องถิ่นและฤดูกาล
- 4) คุณค่าอาหารไทยในท้องถิ่นเชิงสุขภาพ

การดำเนินการวิจัยตามรูปแบบการจัดการความรู้ ประกอบไปด้วย 2 กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมที่ 1 การสร้างชุดความรู้อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือกับการท่องเที่ยวภาคเหนือ และ กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาสื่อและการประเมินสื่อบูรณาการอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ

ส่วนวิธีการเก็บข้อมูลนั้นจะเป็นการสร้างกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการดำเนินงานในทุกกระบวนการ โดยกำหนดขั้นตอนการวิจัย ตามรูปแบบการจัดการความรู้ อาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือทั้ง 5 ขั้นตอน ในกรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรและกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมถึงกลุ่มบุคคลซึ่งประกอบด้วย

- 1) ประชาชนในชุมชนได้แก่ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารในชุมชนผู้นำทางการเมืองในระดับท้องถิ่น จำนวน 34 คน
- 2) เจ้าของกิจการร้านอาหารไทยท้องถิ่นในเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือ จำนวน 195 คน
- 3) นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมอาหารและการท่องเที่ยว ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวภาคเหนือ เจ้าของร้าน OTOP องค์กรส่วนท้องถิ่น นักสื่อสารมวลชนนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานอบต. ชมรมอาหารและการท่องเที่ยวในท้องถิ่น จำนวน 36 คน
- 4) ผู้ประกอบการทัวร์และนักธุรกิจท่องเที่ยวภาคเหนือ จาก จำนวน 491 คน

5) นักท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่จังหวัดต่างๆ ของภาคเหนือตอนบนและตอนล่าง ซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทั้ง 2 ส่วน คือนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย และพิษณุโลก จำนวน 1,018 คน

กิจกรรมที่ 1 การสร้างชุดความรู้อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือกับการท่องเที่ยวภาคเหนือ

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาในกิจกรรมที่ 1 ประกอบด้วย

- 1) ผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ โดยการสัมภาษณ์และตอบแบบสอบถามจำนวน 195 คน
- 2) ผู้ประกอบการและนักธุรกิจท่องเที่ยวภาคเหนือ จาก จำนวน 491 คน
- 3) ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านอาหารและการจัดการท่องเที่ยวท้องถิ่นภาคเหนือ จำนวน 14 คน (ดูภาคผนวก ก)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบสอบถามสัมภาษณ์เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งผู้วิจัยกำหนดหัวข้อและประเด็นในการสัมภาษณ์เป็นประเด็นหลักๆ และอาจมีการเพิ่มเติมประเด็นย่อยๆ ที่พิจารณาเห็นว่ามีสำคัญต่อการให้ได้ว่าซึ่งข้อมูลเพิ่มเติมที่มีประโยชน์ต่อการศึกษา

2. เครื่องบันทึกเสียงเป็นเครื่องบันทึกเสียงแบบดิจิทัลสามารถบันทึกเสียงและถ่ายสัญญาณดิจิทัลออกมาเป็นไฟล์ MP3 ซึ่งผู้วิจัยจะดำเนินการถอดคำพูดเป็นแบบถาม-ตอบเพื่อนำมาสรุปผลต่อไป

3. กล้องถ่ายภาพดิจิทัลและกล้องดิจิทัลวิดีโอ เป็นอุปกรณ์ที่ใช้บันทึกภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว วิดีทัศน์ ได้แก่ภาพผู้ถูกสัมภาษณ์ ภาพร้านอาหาร ภาพตัวอย่างอาหาร การให้บริการลูกค้า และสิ่งแวดล้อมโดยรอบร้านอาหาร ตลอดจนภาพเส้นทางการท่องเที่ยว สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยว และ วัฒนธรรมเพื่อนำมาวิเคราะห์ จัดหมวดหมู่ อาหาร ส่วนประกอบอาหารเช่นผัก สมุนไพร

4. เครื่องวัดพิกัดที่ตั้งร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว (GPS) เป็นเครื่องมือที่ใช้ตรวจวัดตำแหน่งที่ตั้งของร้านอาหารในระบบ DD (Decimal Degree) ซึ่งสามารถอ่านค่าเป็น ละติจูด (Latitude) และ ค่าลองจิจูด (Longitude) เพื่อนำไปใส่ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และสร้างโปรแกรมค้นหาตำแหน่งร้านอาหารและสถานที่ท่องเที่ยว บนเว็บไซต์และ แอปพลิเคชันบนสมาร์ทโฟน-แท็บเล็ตต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลกิจกรรมที่ 1

ผู้วิจัยจะใช้การวิจัยแบบผสมวิธี คือวิธีวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยหลักการจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วมและองค์ความรู้จากปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อนำมาสร้างชุดความรู้ที่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบของอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือในจังหวัดต่างๆ แล้วนำองค์ความรู้มาสร้างสื่อบูรณาการ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว 4 องค์ประกอบ คือ

- 1) ตำรับอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ ในเชิงประวัติ วัฒนธรรมและประเพณี
- 2) วิธีการปรุงอาหารและส่วนประกอบ สรรพคุณ ของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ
- 3) อาหารไทยท้องถิ่นที่เหมาะสมกับเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือที่สอดคล้องกับลักษณะท้องถิ่นและฤดูกาล
- 4) คุณค่าอาหารไทยในท้องถิ่นเชิงสุขภาพ

การเก็บข้อมูลจะเป็นการสร้างกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ในการดำเนินงานในทุกกระบวนการ โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินงาน ตามรูปแบบการจัดการความรู้อาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือ ดังนี้

ขั้นที่ 1 การค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ (Explore & Capture)เป็นกระบวนการเริ่มต้นของกิจกรรมการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการแสวงหา และการจัดหา (Explore) และการสร้างและการยึดจับหรือได้มาซึ่งความรู้ (Capture) กิจกรรมดังกล่าวได้แก่การสำรวจและศึกษาเอกสารด้านการท่องเที่ยวและอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ โดยทำการสำรวจข้อมูลด้านอาหารไทยในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนต่างๆ และการทำความเข้าใจสถานการณ์อาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวปัจจุบัน โดยมีกิจกรรมดังต่อไปนี้

- 1.1 สำรวจเอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นอาหารท้องถิ่นภาคเหนือใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ความเป็นอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ 3 ด้าน ดังนี้
 - 1. ความเป็นอาหารที่มีความเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของทางภาคเหนือ
 - 2. ความเป็นอาหารที่มีตำนาน หรือ ความเป็นมาของชนเผ่าท้องถิ่นกิน เป็นอาหารที่มีการสืบทอดการกินมานานจนถูกยอมรับเป็นอาหารท้องถิ่น และมีการทำจำหน่ายสืบทอดกันมา
 - 3. ความเป็นอาหารที่มีส่วนผสมของเครื่องปรุง หรือ ผักท้องถิ่นเป็นสำคัญ

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจตำรับอาหารภาคเหนือ 14 จังหวัด โดยการสำรวจแบบเจาะลึกจากนักวิชาการ นักธุรกิจด้านอาหาร ได้แก่คณาจารย์ผู้สอนทางด้านอาหารในมหาวิทยาลัยในเขตภาคเหนือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับการยอมรับ และ ประชาชนในท้องถิ่นได้แก่ปราชญ์ชาวบ้าน ที่มีความรู้ทางด้านอาหารท้องถิ่นและเจ้าของร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ 14 จังหวัด โดยวิธีสอบถามหากกลุ่มบุคคลเป้าหมายโดยใช้เทคนิคสโนวบอล(Snowball technique)

1.2 สำรวจพิกัดตำแหน่งที่ตั้งร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวโดยใช้เครื่องมือหาพิกัด (GPS) ณ ที่ตั้งในจังหวัดต่างๆ ภาคเหนือทั้ง 14 จังหวัด แล้วสร้างตารางแสดงรายละเอียดร้านอาหารและที่ตั้ง เพื่อนำไปใช้ในการสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันให้นักท่องเที่ยวค้นหาตำแหน่งร้านอาหารต่อไป

1.3 ศึกษาบริษัทท่องเที่ยวไทยกับการใช้อาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือ
ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมรายชื่อบริษัทท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไทย และสัมภาษณ์เจ้าของบริษัทเกี่ยวกับการจัดเมนูอาหารท้องถิ่นในเส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือมาใช้ในการจัดบริการตามเส้นทางท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการนำมาใช้ประกอบในการจัดการองค์ความรู้ต่อไป

ขั้นที่ 2 การระบุและจำแนกความรู้ (Identify & Organize) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการพิจารณา ตรวจสอบ พร้อมทั้งวิเคราะห์แยกแยะความรู้ (Identify) และการจัดระบบและระเบียบความรู้ (Organize) กิจกรรมในขั้นตอนนี้คือ การจัดกิจกรรมชุมชนคนสนใจ (Communities of Interests: Cols) และการทำกิจกรรมทบทวนก่อนปฏิบัติ (Before Action Review: B-A-R) ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวใช้การจัดเวทีเสวนาระหว่างนักวิชาการด้านอาหารและด้านการประชาสัมพันธ์ และการระดมความคิดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1 การจัดองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือเชิงวัฒนธรรม จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวตามฤดูกาลทั้ง 12 เดือนของ 14 จังหวัดภาคเหนือ เป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดการด้านธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยพิจารณาวัตถุดิบตามฤดูกาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละจังหวัด เพื่อนำมาจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เน้นการส่งเสริมคุณค่าทางอาหารภาคเหนือ โดยเน้นการศึกษาการปฏิบัติที่ดีที่สุด (Best practice) ความเป็นจุดเด่น / จุดขายของร้านอาหารเพื่อการต่อยอดเชิงการค้า เป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดการด้านธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวต่อไป

2.2 จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อหาข้อสรุปจากข้อ 2.1 โดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารและการท่องเที่ยวในภาคเหนือ พิจารณาให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือ เพื่อหาข้อสรุปทำเป็นชุดความรู้เส้นทางอาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อไป

2.3 กำหนดเส้นทางของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือเพื่อพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในวิถี Gastronomy Tourism เป็น 5 เส้นทาง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ภาคเหนือ 14 จังหวัด คือ ภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดแม่ฮ่องสอน จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพะเยา จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน

จังหวัดแพร่และจังหวัดน่าน ภาคเหนือตอนล่าง 6 จังหวัด ได้แก่ อาหารท้องถิ่นในจังหวัดสุโขทัย จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดตาก จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดเพชรบูรณ์

2. เก็บรวบรวมข้อมูลขั้นต้นจากผู้รู้ด้วยการสอบถามแบบ Snowball technique แล้วคณะผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลด้วยการขั้บรณยต์และสัมภาษณ์จนกระทั่งได้ข้อมูลมากพอ

3. จัดกลุ่มข้อมูลแล้วทำ Focus group จำนวน 2 ครั้ง คือ ครั้งที่ 1 ดำเนินการที่ร้านอิมสุข จังหวัดเชียงใหม่ และครั้งที่ 2 ที่โรงแรมวังจันทร์ริเวอร์วิวของมหาวิทยาลัยราชภัฏจังหวัดพิษณุโลก เพื่อสอบถามข้อมูลจากการสำรวจและได้จัดกลุ่มไว้ และรับฟังข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

4. วิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงาน

กิจกรรมที่ 2 การพัฒนาและการประเมินสื่อประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายในการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายในการสร้างสื่อและจัดกิจกรรมในชุมชน ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้นำชุมชนและปราชญ์ชาวบ้านได้มาจากการเลือก โดยพิจารณาตามคุณสมบัติที่เหมาะสม คือมีประสบการณ์ความรู้ ด้านอาหารท้องถิ่น การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีเกี่ยวกับอาหารการกินในท้องถิ่นมาอย่างน้อยไม่ต่ำกว่าสิบปี ได้จำนวนกลุ่มเป้าหมาย 34 คน โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ใน 2 จังหวัดคือ

1) จังหวัดเชียงราย จำนวน 2 สถานที่คือ

- มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อ.เมือง จ.เชียงราย จำนวนผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 5 คน ประกอบด้วยกรรมการสภาวัฒนธรรม ปราชญ์ชาวบ้านในพื้นที่ เจ้าของร้านอาหารเหนือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม

- เทศบาลตำบลเวียงเชียงแสน จำนวนผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 7 คน ปราชญ์ชาวบ้าน

2) จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 สถานที่คือ

- วัดศรีสุพรรณ ตั้งอยู่ที่ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ จำนวนผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 5 คน ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน

- องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว ตั้งอยู่ที่ตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จำนวนผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 6 คน ประกอบด้วย นักวิชาการ ประธานวัฒนธรรมบายนศรีแม่ครูประกอบพิธีกรรม กรรมการสภาวัฒนธรรม

- หมู่บ้านชุมชนไทลื้อตั้งอยู่ที่ ต.เชิงดอย อำเภอดอยสะเก็ดจำนวนผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารจำนวน 11 ท่าน ประกอบด้วย ประธานแม่บ้าน ประธานกลุ่มทอผ้า

2. กลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้สื่อ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมาย 14 จังหวัดภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญ(accidental sampling)โดยการที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว พบกับผู้เก็บข้อมูลโดยบังเอิญในสถานที่เก็บข้อมูล 3 จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคเหนือจังหวัด เชียงใหม่และเชียงรายในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และ จังหวัดพิษณุโลกในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ณ ช่วงเวลา ที่มีการเก็บข้อมูลซึ่งเป็นผู้ที่เต็มใจเข้าร่วมทดลองใช้สื่อและให้ข้อมูลมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,018 คน ดังนี้

1) จังหวัดเชียงรายทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 286 คน ระหว่างวันที่ 6-7,13-14, 20-23 เดือนกรกฎาคม พ.ศ 2556 โดยมี 3 สถานที่คือ 1.สนามบินแม่ฟ้าหลวง 2.บ้านคำ บ้านอาจารย์ถวัลย์ ดัชนี 3.โรงแรมเวียงอินทร์

2) จังหวัดพิษณุโลกทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 344คนระหว่างวันที่ 13-14, 20-23 เดือนกรกฎาคม พ.ศ .2556 โดยทำการเก็บแบบสอบถามกับ กลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 สถานที่คือ 1.สนามบินพิษณุโลก 2.วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร 3. โรงแรม ท็อปแลนด์

3) จังหวัดเชียงใหม่ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 388คนระหว่างวันที่ 20-23 กรกฎาคม พ.ศ .2556 โดยทำการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 3 สถานที่คือ 1.สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ 2.อุทยานหลวงราชพฤกษ์ และ 3.สถานีขนส่งผู้โดยสารอาเขต

3. กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักวิชาการด้านอาหารและการท่องเที่ยว ผู้บริหารจากองค์การส่งเสริมการ ท่องเที่ยว นักสื่อสารมวลชน และผู้นำชุมชน ในการจัดประชุมกลุ่มย่อย 2 ครั้ง จำนวน 22 คน ณ โรงแรม ปางสวนแก้ว อ.เมืองเชียงใหม่ จ.เชียงใหม่ และ ห้องประชุม สถาบันคั่นคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามความคิดเห็นแบบปลายเปิด สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการโฟกัสกรุป
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure) สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิที่อยู่ในพื้นที่วิจัย
3. แบบประเมินคุณภาพสื่ออาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ
4. แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ สำหรับนักท่องเที่ยว
5. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ 4 ประเภท คือ สื่อเว็บไซต์ สื่อวีดิทัศน์ สื่อโปรแกรมแอปพลิเคชันสำหรับคอมพิวเตอร์พกพา (Tablet) และ สมาร์ทโฟน (Smart Phone) และสื่อ สิ่งพิมพ์

การสร้างเครื่องมือวิจัย

- 1.กำหนดประเด็นในการออกแบบประเมินและแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูลการวิจัย
- 2.ดำเนินการออกแบบประเมินและแบบสอบถามตามประเด็นที่กำหนดโดยใช้เป็นแบบ Rating Scale และแบบปลายเปิด
- 3.ทดลองใช้ประเมินและแบบสอบถามและปรับปรุงข้อบกพร่องเกี่ยวกับการใช้ภาษา และ ข้อบกพร่องต่างๆก่อนนำไปใช้จริง
4. สื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ ดำเนินการดังนี้
 - 4.1 รวบรวมองค์ความรู้ที่ได้จากการสำรวจในกระบวนการจัดการความรู้ในขั้นตอนที่ 1 และ 2 ผ่านการโฟกัสกรุปของผู้ทรงคุณวุฒิของผู้เชี่ยวชาญ และความคิดเห็นของนักวิจัย แล้วปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา
 - 4.2 สร้างสตอรี่บอร์ดสื่อประเภทต่างๆทั้ง 4 ชนิด
 - 4.3 ส่งสตอรี่บอร์ดให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะ
 - 4.4 แก้ไขสตอรี่บอร์ด แล้วส่งให้เจ้าหน้าที่เทคนิคของบริษัทที่เป็น Outsource ร่วมกันผลิตสื่อต้นแบบ
 - 4.5 นำสื่อต้นแบบมาผ่านการตรวจสอบคณะผู้วิจัย และ ผู้เชี่ยวชาญ 2 คน เพื่อประเมินสื่อ
 - 4.6 นำสื่อที่แก้ไขแล้วไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บข้อมูลงานวิจัย

การเก็บและบันทึกข้อมูลกำหนดเป็นขั้นตอนการจัดการความรู้ ในกิจกรรมที่ 2 ตามขั้นตอนที่ 3 ถึงขั้นตอนที่5 ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 3 การแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ความรู้ (Exchange & Apply) เป็นกระบวนการนำเอาความรู้ที่หาได้มาจากการระบุและจำแนกความรู้มาแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มหรือชุมชน (Exchange) ด้วยการฝึกกระทำหรือนำไปประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) โดยเป็นกิจกรรมสำคัญที่ทำให้ความรู้แฝงเร้น (Tacit knowledge) ภายในตัวบุคคลได้สามารถถ่ายทอดและปรับเปลี่ยนให้กลายเป็นความรู้ชัดแจ้ง (Explicit knowledge) ออกสู่ภายนอกหรือคนอื่นๆ ได้ในที่สุด กิจกรรมในขั้นตอนนี้เป็นการจัดกิจกรรมทบทวนหลังปฏิบัติ (After Action Review: A-A-R) โดยการเปิดใจและการเรียนรู้หลังการทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเสร็จสิ้นลงเพื่อถอดเป็นบทเรียน (Lesson learned และ จัดการฝึกอบรม/ สัมมนาร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนประกอบไปด้วยกิจกรรมดังนี้

3.1 การจัดโฟกัสกรุ๊ปร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิครั้งที่1 ที่เป็นนักวิชาการท้องถิ่น สื่อมวลชน นักเทคโนโลยีการศึกษา และองค์กรทางการท่องเที่ยว ผู้แทนชุมชน และ เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว-ร้านอาหาร ผู้ประกอบอาหาร-เชฟและนักวิจัยโครงการ ในวันที่ 9 เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2556 ณ ห้องประชุม โรงแรมโลตัสปางสวนแก้ว จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 12 คน (แสดงรายชื่อในภาคผนวก ก)

3.2 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการเดินทางไปพบผู้นำชุมชน ผู้บริหาร นักวิชาการ ราษฎรชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ วัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และ พืชการด้านการกิน ทำกิจกรรมระหว่างนักวิจัยและชุมชนด้วยกันเอง ที่จังหวัดเชียงราย และ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 35 คน ระหว่างวันที่ 20-28 เมษายน พ.ศ. 2556 ดังนี้

วันที่ 20 เมษายน พ.ศ.2556 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย อ.เมือง จังหวัดเชียงราย มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 7 คน

วันที่ 21 เมษายน พ.ศ.2556 ณ เทศบาลตำบลเชียงแสน อ.เชียงแสน จังหวัดเชียงราย มีผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 5 คน

วันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2556 ณ วัดศรีสุพรรณ อ.เมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 5 คน

วันที่ 27 เมษายน พ.ศ.2556 ณ อบต.ดอนแก้ว อ.แม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 7 คน

วันที่ 28 เมษายน พ.ศ.2556 ณ ชุมชนไถลื้อ ต. เชียงดอย อ. ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 11 คน

ขั้นที่ 4 การถ่ายโอนและแบ่งปันความรู้ (Transfer & Share) เป็นกระบวนการหลังจากการนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้แล้ว มาถ่ายโอนความรู้ร่วมกัน (Transfer) และการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันกัน(Share)ในขั้นตอนนี้จะมีการจัดกิจกรรมชุมชนคนปฏิบัติ (Communities of Practice: CoPs) โดยทำการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่น จำนวน 7 กรณีศึกษา เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน และการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วยสื่อ 4 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสมาร์ทโฟน โดยจะนำเทคโนโลยีเว็บและสื่อเครือข่ายสังคมเข้ามาช่วยในขั้นนี้ด้วย

4.1 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคณะผู้วิจัยได้ร่วมกับโครงการที่ 1 ในการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหาองค์ความรู้ที่ได้ มากำหนดเป็นขอบข่ายในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ การอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยวางแผนผลิตร่วมกันและมอบให้เจ้าหน้าที่ทาง

เทคนิคของบริษัทซึ่งเป็นแบบ Out sources ในการสร้างสื่อทางเทคนิค ตั้งแต่เดือนมกราคม-สิงหาคม ดังนี้ (ดูภาคผนวกที่)

1) เว็บไซต์ www.thailocalcuisine.com

2) วิดีทัศน์ 5 เส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือ คือ เส้นทางที่ 1 ประตูล้านนา เส้นทางที่ 2 หน้าต่างแดนเหนือ เส้นทางที่ 3 ไร่พระชมเวียง เส้นทางที่ 4 เมืองสงบที่ดงาม เส้นทางที่ 5 ชายแดนไรพรมแดน

3) โปรแกรมแอปพลิเคชัน Thailocalcuisine.comสร้างเป็นแอปพลิเคชันด้วยภาษา X-Code แล้วอัปโหลดโปรแกรมขึ้นไว้บน Appstore ของ บริษัทแอปเปิ้ล เพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆดาวน์โหลดไปใช้ติดตั้งใน สมาร์ทโฟน iphoneและ ipadที่ใช้ระบบปฏิบัติการ iOSต่อไป

4) สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่นำไปเผยแพร่เพื่อนำมาใช้ในการใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ตลอดจนแจ้งวัตถุประสงค์และวิธีใช้สื่อต่างๆของโครงการวิจัย

4.2 นำสื่อต้นแบบที่ผลิตแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อจำนวน 3 คน ตรวจสอบ เพื่อให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงทางเทคนิค ปรากฏว่า มีประเด็นที่จะต้องแก้ไขเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันที่ยังไม่มีลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือ ตัวหนังสือและสัญลักษณ์ที่ปรากฏในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันยังไม่มีมีความโดดเด่น ชักจูงใจให้มีการเข้าใช้ จึงได้นำไปเป็นข้อมูลในการส่งให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายเทคนิคนำไปประมวลเพื่อแก้ไขสื่อทั้ง 3 ประเภทต่อไป

4.3 การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชนหลังจากการสร้างสื่อต้นแบบทั้ง 4 ชนิดนี้แล้ว คณะผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงที่ สถานที่ท่องเที่ยว 3 จังหวัด คือจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และพิษณุโลก ระหว่างวันที่ 6-23 เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2556 จำนวน 6 ครั้ง จำนวน 1,018 คน ดังต่อไปนี้

ครั้งที่ 1-3 ทำการทดลองสื่อ ที่จังหวัดเชียงราย เป็นเวลา 6 วันคือระหว่างวันที่ 6-7, 13-14, 20-21 กรกฎาคม 2556 ณ ทำอากาศยานแม่ฟ้าหลวงจังหวัดเชียงราย 6 วัน บ้านอาจารย์ถวัลย์ ดัชนี (บ้านดำ) 4 วัน โรงแรมเวียงอินทร์ 4 วัน มีผู้เข้าร่วมทดลอง 286 คน

ครั้งที่ 4-5 ทำการทดลองสื่อที่ จังหวัดพิษณุโลก เป็นเวลา 4 วัน ระหว่างวันที่ 13-14 และ 20-21 กรกฎาคม 2556 ณ ทำอากาศยานจังหวัดพิษณุโลก 4 วัน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร 4 วัน และ โรงแรมท็อปแลนด์ 4 วัน มีผู้ร่วมทดลอง 344 คน

ครั้งที่ 6 ทำการทดลองสื่อที่ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเวลา 4 วัน ระหว่างวันที่ 20-23 กรกฎาคม 2556 ณ ทำอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ 4 วัน อุทยานหลวงราชพฤกษ์ 4 วันและสถานีขนส่งจังหวัดเชียงใหม่ 4 วัน มีผู้ร่วมทดลอง 388 คน

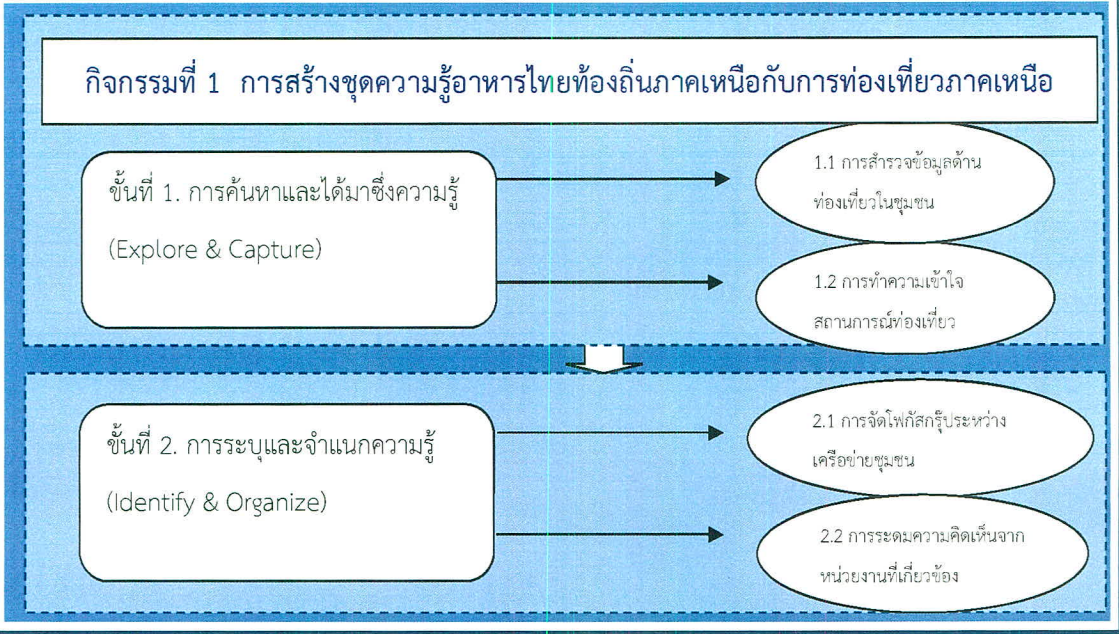
การทดลองแต่ละครั้งผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ สำหรับกลุ่มตัวอย่าง แล้วทำการวิเคราะห์เพื่อประเมินสื่อ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาข้อเสนอแนะ จุดดี และจุดบกพร่อง เพื่อนำมาแก้ไขสื่อแต่ละประเภทให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ขั้นที่ 5 การเก็บและสะสมความรู้ (Collect & Store) เป็นกระบวนการสุดท้ายของกิจกรรมการจัดการความรู้ โดยนำเอาความรู้ที่ได้จากการถ่ายโอนและแบ่งปันความรู้ แล้วนำมาทบทวนแล้วจัดเก็บ (Collect) และสะสมความรู้ไว้ (Store) ในลักษณะของบทเรียน กรณีศึกษา องค์ความรู้หรือภูมิปัญญา กิจกรรมในขั้นตอนนี้ การรวบรวมวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practice) โดยทำการเสวนาประชาพิจารณ์องค์ความรู้ และการพัฒนาเป็นเว็บไซต์ฐานอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน

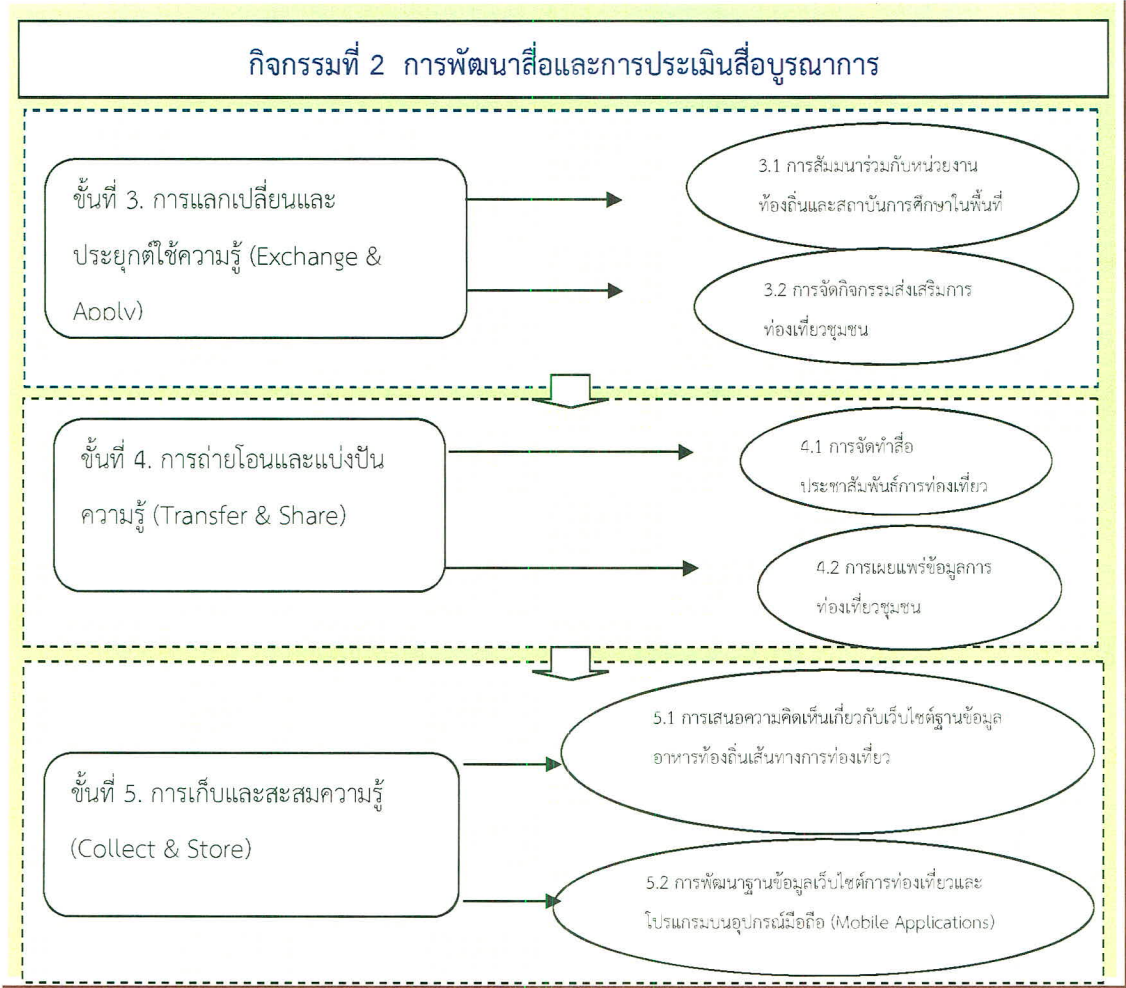
5.1 การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเว็บไซต์ฐานข้อมูลอาหารท้องถิ่นเส้นทางการท่องเที่ยวคณะผู้วิจัยได้จัดประชุมโฟกัสกรุป ครั้งที่ 2 ณ สถาบันคันคว่ำและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ใช้องค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวภาคเหนือ จำนวนทั้งหมด 10 คน ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารจาก คณะเกษตร 2 คน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ 1 คน เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อและเทคโนโลยีการศึกษาจาก คณะเกษตรและคณะศึกษาศาสตร์ 2 คน นักวิจัย 5 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จาก สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2 คน และ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารจากบริษัทการบินไทย 1 คน (ดูภาคผนวก ก)

5.2 การพัฒนาฐานข้อมูลเว็บไซต์การท่องเที่ยวและโปรแกรมบนอุปกรณ์มือถือ (Mobile Applications) คณะผู้วิจัยได้บันทึกข้อมูลจากการจัดโฟกัสกรุป และข้อมูลจากการทดลองสื่อ นำมาแก้ไขปรับปรุงฐานข้อมูลองค์ความรู้และปรับปรุงเนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์ 4 ครั้ง ก่อนที่จะนำความรู้มาจัดเก็บเผยแพร่จริงต่อไป

การจัดการความรู้ทั้ง 5 ขั้นตอนนี้สามารถสรุปเป็นขั้นตอนและกิจกรรมตามรูปแบบการจัดการความรู้อาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวภาคเหนือดังแผนภูมิต่อไปนี้



ภาพที่ 3-1 แสดงกิจกรรมในการจัดการความรู้ กิจกรรมที่ 1 ขั้นตอนที่ 1 และ 2



ภาพที่ 3-2 แสดงกิจกรรมการจัดการความรู้ ในกิจกรรมที่ 2 ขั้นตอนที่ 3- 5

กิจกรรมที่ 1 เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี คือ การวิจัยเชิงปริมาณโดยวิธีการสำรวจและการวิจัยเชิงคุณภาพดังนี้

1. วิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือของบริษัททัวร์จากเอกสาร Brochure และรายการนำเที่ยวอื่น ๆ ที่มีการจัดให้มีการใช้อาหารและเครื่องดื่มเป็นจุดขาย

1.1 พิจารณารายการอาหารและเครื่องดื่มที่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติและชาวไทยนิยมบริโภค

1.2 สำรวจความชอบ / การยอมรับอาหารในภาคเหนือ 2 ประเด็น คือ 1) อาหารตำรับภาคเหนือ กับ 2) อาหารอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยม

1.3 สำรวจความพร้อมด้านสุขาภิบาลอาหารของร้านอาหารในภาคเหนือ โดยการสังเกต

2. สำรวจตำรับอาหารภาคเหนือ 14 จังหวัด โดยการสำรวจแบบเจาะลึกจากคณาจารย์ผู้สอนทางด้านอาหารในสถาบันราชภัฏในเขตภาคเหนือ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับการยอมรับและ ประชาชนชาวบ้าน ที่มีความรู้ทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม (สอบถามหากกลุ่มบุคคลเป้าหมายโดยใช้ Snowball technique) เพื่อจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวทั้ง 12 เดือนของทุกจังหวัด โดยพิจารณาวัตถุดิบตามฤดูกาล ความเชื่อทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละจังหวัดเพื่อนำมาจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เน้นการส่งเสริมคุณค่าทางอาหารภาคเหนือโดยเน้นหา (Best practice) ความเป็นจุดเด่น / จุดขายเพื่อการต่อยอดเชิงการค้า ต่อไป

3. จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือโดยใช้อาหารและเครื่องดื่มเป็นจุดขาย 14 จังหวัดทั้ง 12 เดือน

4. Focus group เพื่อหาข้อสรุปจากข้อ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิในภาคเหนือ จากแขนงต่างๆ เพื่อหาข้อสรุป

ตารางที่ 3-1 สรุปขั้นตอนและกิจกรรม การเก็บข้อมูลการประเมิน และกลุ่มเป้าหมายของ กิจกรรมที่ 1-2

ขั้นตอนการจัดการความรู้	กิจกรรม KM และ PAR	การเก็บข้อมูลและการประเมิน	กลุ่มเป้าหมาย
1. การค้นหาและการตรวจสอบการได้มาซึ่งความรู้	1.1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานด้านอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว	-การสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากกลุ่มต่างๆจากกรอบความคิดด้านอาหารและการท่องเที่ยว 4 ด้าน	1) ประชาชนในชุมชน 2) เจ้าของกิจการ 3) นักวิชาการ 4) นักท่องเที่ยว
	1.2 การทำความเข้าใจสถานการณ์ทางด้านอาหารท้องถิ่นในชุมชน	- การศึกษาเฉพาะกรณีเกี่ยวกับปัญหา และความ	1) ประชาชนในชุมชน 2) เจ้าของกิจการ

