

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตมนุษย์ บรรพชนคนไทยเรียนรู้วัฒนธรรมการกินการอยู่ด้วยภูมิปัญญาอาหารไทยอย่างหลากหลาย อย่างชาญฉลาดและทรงคุณค่า กระทั่งปัจจุบันภูมิปัญญาด้านอาหารไทยได้รับการยอมรับและเผยแพร่ชื่อเสียงของอาหารไทยให้ปรากฏไกลในต่างประเทศ คนไทยโบราณเรียนรู้วิธีการปรุงอาหารจากวิธีการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสรรค์อาหารไทยให้มีส่วนประกอบที่สัมพันธ์กับลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ เรียนรู้การปรุงรสอาหารได้ตามฤดูกาลและพันธุ์พืชผักที่มีในพื้นที่และนำมาปรุงอาหารได้ทุกส่วนทั้งใบ ดอก ราก หัว ผล ภูมิปัญญาในการถนอมอาหาร แปรรูปอาหาร เพื่อถนอมรักษาเก็บไว้บริโภคได้ยาวนาน การบริโภคอาหารเพื่อบำรุงร่างกายและอาหารพื้นบ้าน สมุนไพรส่วนใหญ่ล้วนเป็นยารักษาโรค

ภูมิปัญญาอาหารไทยมีทั้งมิติที่เป็นวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ เช่น การรับประทานอาหาร ผักพื้นบ้านไทยที่แสดงให้เห็นภูมิปัญญาอาหารไทยอันชาญฉลาด หลักแหลม อย่างน้ำพริกกะปิกับปลา ทูทอด รับประทานกับผักลวกจิ้ม เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางสารอาหารครบถ้วน คุณค่าทางโภชนาการ คุณค่าทางยาและสมุนไพรและคุณค่าทางภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรม เกษตรกรย่อมปรับเปลี่ยนพื้นที่การเกษตรมาเพาะปลูกพืชผักพื้นบ้านมากขึ้น ซึ่งจะช่วยอนุรักษ์พันธุ์พืชของท้องถิ่นเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพและสร้างความสมดุลให้แก่ระบบนิเวศ ทำให้ชุมชนพึ่งตนเองได้ในด้านอาหารมากขึ้นและเป็นรากฐานที่สำคัญของธุรกิจชุมชนนำไปสู่การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างบูรณาการ ซึ่งจะช่วยให้ทุกคนในสังคมมีสุขภาพดีทางกาย จิต สังคมและปัญญา

ภูมิปัญญาไทยนอกจากจะให้คุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนแล้ว ยังให้สรรพคุณทางยาและสมุนไพร รวมทั้งสะท้อนมิติของภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น อาหารไทยจึงมีคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทยที่ควรได้รับการเผยแพร่ให้เป็นที่ยอมรับบริโภคทั้งภายในและนอกประเทศ ซึ่งจะช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับชุมชนจนถึงระดับประเทศ การวิจัยและพัฒนาอาหารไทยให้ได้มาตรฐานสากลต้องใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การปรับตัวพฤติกรรมของคนไทยให้หันกลับมากินอาหารไทย และกินแบบวัฒนธรรมไทย จึงน่าจะเป็นทางออกที่สำคัญอีกทางหนึ่งเพราะบรรพบุรุษไทยได้พิสูจน์ระยะเวลาอันยาวนานให้เห็นแล้วว่า การอาศัยเรียนรู้จากภูมิปัญญาการกินอาหารไทยทำให้ห่างไกลจากโรคภัยไข้เจ็บอย่างมหัศจรรย์ (http://twm.swu.ac.th/th/food_content.php)

วัตถุประสงค์ของการบริโภคอาหารไม่เพียงเพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายเท่านั้น แต่มีความหมายที่ซับซ้อนอื่นๆ เช่น ประเพณี การผลิต การอุปโภคบริโภค และความยั่งยืน นอกจากนี้ อาหารยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และประยุกต์ใช้ในเชิงพานิชเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สำหรับภัตตาคารและโรงแรมในสถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย (Hall & Mitchell, 2000) อาหารเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างประสบการณ์ที่มีความน่าตื่นตาตื่นใจในการสำรวจทางวัฒนธรรมและแรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นส่วนสำคัญในขั้นตอนเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Scarpato & Daniel, 2003; Hall & Sharples, 2003) ข้อเท็จจริงที่กล่าวว่า อาหารเป็นคุณลักษณะ

ที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากการคำนึงถึงสภาพภูมิอากาศ ที่พักและทัศนียภาพในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Hu & Ritchie, 1993) โดยเชื่อว่า การบริโภคอาหารจะให้ประสบการณ์ที่น่าจดจำ และเป็นความทรงจำของนักท่องเที่ยวมากกว่าการบริโภคอาหารเพื่อเป็นการพักผ่อนในวันหยุด (Law & Au, 2000; Ravenscroft & Westering, 2002) อาหารเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ผลักดันความต้องการท่องเที่ยว อาหารมีอิทธิพลอย่างมากในการนำเสนอการให้บริการและการต้อนรับนักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว จึงทำให้การบริการด้านอาหารส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญ ที่มีความสัมพันธ์ต่อท้องถิ่นและความต้องการอาหารของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวต้องนำเสนออาหารที่เป็นที่คุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม หากปริมาณวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศอาจถูกทดแทนโดยการผลิตในประเทศ สถานที่ท่องเที่ยวก็สามารถนำเอกลักษณ์โดดเด่นของแหล่งกำเนิดมาเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ (Mak, Lumber, & Eves, 2012. อ้างถึงใน Biazen, 2012, pp. 4-5)

ปัจจุบันการประกอบการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้ก็มีการแข่งขันที่สูงมากมีผู้ประกอบการร้านอาหารน้อยรายที่ประสบความสำเร็จ การที่ธุรกิจร้านอาหารจะประสบความสำเร็จได้นั้นมีปัจจัยหลายประการประกอบประกอบ ได้แก่ (1) อาหารจะต้องมีคุณค่าทางโภชนาการ (2) ลูกค้าน่าคบในชื่อเสียงของร้าน (3) อาหารรสชาติดี (4) มีความสะอาด ปลอดภัยในการบริโภค (5) การจัดร้านมีบรรยากาศที่น่าเข้าไปรับประทาน (6) มีการบริการที่ดี (7) ราคาอาหารเหมาะสมกับคุณค่าที่รับรู้จากลูกค้า ฯลฯ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารนอกจากจะต้องคำนึงถึงหลักการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจำเป็นมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร และใช้หลักการสร้างสรรค์รายการอาหารใหม่ๆ การตกแต่งสถานที่เพื่อให้ผู้บริโภคพึงพอใจ รวมถึงการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารประเภทต่างๆ ให้ทันสมัยได้มาตรฐาน เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

อุตสาหกรรมอาหารเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยจำนวนมาก เนื่องจากมีศักยภาพในด้านของสภาพภูมิอากาศและภูมิประเทศในการเพาะปลูก ทำให้มีวัตถุดิบจำนวนมากสำหรับการนำไปแปรรูปในอุตสาหกรรม จนสามารถส่งออกสินค้าอาหารได้ปีละหลายหมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ปี พ.ศ. 2556 ภาคเอกชนตั้งเป้าหมายการส่งออกอุตสาหกรรมอาหารไว้ที่ 1 ล้านล้านบาท ถึงแม้ว่าตัวเลขส่งออกที่แท้จริงจะได้อาจไม่ถึงเป้า 1 ล้านล้านบาทก็ตาม แต่ตัวเลขใกล้เคียงกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งนับได้ว่าเป็นตัวเลขที่มีมูลค่ามหาศาล ความหลากหลายของประเภทสินค้าอาหารที่ประเทศไทยผลิตได้ในปัจจุบัน ทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมอาหารมีขนาดใหญ่และซับซ้อน โดยทั่วไปจะแบ่งโครงสร้างของอุตสาหกรรมอาหารตามประเภทวัตถุดิบหลัก แต่ภาพรวมของโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารในประเทศไทยสามารถแบ่งตามกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเป็น 8 กลุ่ม ได้แก่

1. วัตถุดิบ จะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรและการผลิตวัตถุดิบตั้งต้นสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอาหาร

2. การแปรรูปขั้นต้น เป็นการนำเอาวัตถุดิบมาแปรรูปโดยอาศัยเทคโนโลยีการผลิตขั้นต้น ซึ่งจะทำให้ได้สินค้าที่ต้องนำไปผ่านการแปรรูปขั้นสูงหรือผ่านการประกอบอาหารก่อนรับประทานและสามารถช่วยยืดอายุการเก็บรักษาได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

3. การแปรรูปขั้นสูง เป็นการนำเอาวัตถุดิบสดหรือวัตถุดิบที่ผ่านการแปรรูปขั้นต้นมาผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อหรือยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรคหรือทำให้อาหารเน่าเสีย เพื่อยืดอายุการเก็บรักษาอาหารไว้ ซึ่งจะต้องอาศัยเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต

4. การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพ เป็นส่วนสำคัญในการควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อให้ได้สินค้าอาหารที่มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

5. บรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุอาหาร ซึ่งจะต้องมีความสวยงามและมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการรักษาคุณภาพของสินค้าอาหารไว้ด้วย

6. การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาและออกแบบสินค้าอาหารรูปแบบใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย

7. การตลาด เป็นการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด รวมถึงการให้บริการสินค้าอาหารกับผู้บริโภค

8. ระบบโลจิสติกส์ เป็นส่วนสนับสนุนในด้านของการขนส่งวัตถุดิบและสินค้าอาหารในแต่ละกระบวนการ ทั้งนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงประเภทของสินค้าที่ขนส่งและระบบการควบคุมสภาพแวดล้อมระหว่างขนส่งที่เหมาะสม เพื่อคงคุณค่าของสินค้าไว้

ในปี 2558 ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้คาดการณ์ว่า ต้นทุนในการขยายสาขาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดให้กลยุทธ์การขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารเปลี่ยนแปลงไป โดยมองว่ากลยุทธ์การขยายสาขาของเซ่นร้านอาหารในปี 2558 จะให้ความสำคัญกับการคัดเลือกทำเลที่ตั้งที่จะขยายสาขามากขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง โดยต้องเป็นพื้นที่ที่มีการกระจุกตัวของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการแข่งขันของธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ยังไม่รุนแรงมากนัก รวมถึงยังให้ความสำคัญกับการคัดเลือกแบรนด์ร้านอาหารให้เหมาะสมกับกำลังซื้อของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ที่จะขยายสาขามากขึ้น อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบอาหารที่แปลกใหม่และสอดคล้องกับรูปแบบการรับประทานอาหารนอกบ้านของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอีกด้วย เพื่อให้เม็ดเงินการลงทุนขยายธุรกิจร้านอาหารเป็นไปอย่างคุ้มค่าสูงสุด

นอกจากนี้ ในปี 2558 ยังมีการเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่ เช่น ธุรกิจเครื่องดื่ม ธุรกิจจัดจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจผลิตอาหาร เป็นต้น ที่ต่างหันมารุกในธุรกิจร้านอาหารมากขึ้น โดยกลยุทธ์การขยายธุรกิจจะเป็นการเจาะช่องว่างในตลาดและนำเสนออาหารสัญชาติใหม่ๆ รวมไปถึงนำเสนออาหารในรูปแบบที่แตกต่างเพื่อเป็นตัวเลือกรูปแบบใหม่ๆ ใดก็ตาม การเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารรายใหม่ ท่ามกลางสภาวะการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทยในปี 2558 ที่ยังเติบโตในกรอบจำกัด ส่งผลให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยเป็นไปอย่างรุนแรง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เซ่นร้านอาหาร จึงเริ่มขยาย

การลงทุนธุรกิจร้านอาหารไปยังประเทศสมาชิกอาเซียน เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมาร์ เวียดนาม สปป.ลาว เป็นต้น

สำหรับร้านอาหารทั่วไป คาดการณ์ว่า จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 267,000 - 275,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 2.9 - 5.9 จากในปี 2557 ส่งผลให้ในปี 2558 นี้ ธุรกิจร้านอาหารครอบคลุมถึงร้านอาหารและร้านอาหารทั่วไป น่าจะมีมูลค่าตลาดอยู่ในกรอบ 375,000 - 385,000 ล้านบาท เติบโตอยู่ในกรอบร้อยละ 4.0 - 6.8 จากในปี 2557 กล่าวได้ว่า ในปี 2558 นี้ ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร โดยที่ผ่านมา ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่จะเลือกนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้ารอที่จะเลือกรับประทานอาหารที่ร้านอาหารเฉพาะ ในช่วงการจัดโปรโมชั่นในรูปแบบการมอบส่วนลดเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีทางเลือกในการนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบอื่นๆได้ ผ่านการให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ เช่น รสชาติอาหาร ความแตกต่างและความหลากหลายของอาหาร การตกแต่งร้าน การให้บริการ เป็นต้น โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อคนต่อครั้งสูงขึ้น ขยายฐานลูกค้าไปในวงกว้างมากขึ้น รวมถึงดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 30 ธันวาคม 2557, Online.)

ปัญหา/อุปสรรคผู้ประกอบการอาหารไทย จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ควรพิจารณาแยกเป็น 2 กลุ่ม (วารสารกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 56 ฉบับเดือนมีนาคม - เมษายน 2557, หน้า 34: โครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารไทย) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ปัญหาของผู้ประกอบการอาหาร OTOP:

1. สินค้ายังขาดเอกลักษณ์ของสินค้าและส่วนใหญ่มีการลอกเลียนแบบสินค้ากันเป็นจำนวนมาก
2. ปริมาณการผลิตไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุนเทคโนโลยี ทำให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าใหม่ได้ตามที่ต้องการ
3. คุณภาพสินค้าในการผลิตแต่ละรอบมีคุณภาพไม่คงที่และไม่ได้ตามมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยระดับสูง เช่น GMP
4. ปริมาณการส่งผลิตขั้นต่ำของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์อาหารมีการกำหนดปริมาณไว้ค่อนข้างสูง
5. ขาดเทคโนโลยีการผลิตและเครื่องจักรผลิตอาหารใหม่ๆ
6. ทักษะคติของผู้ประกอบการรุ่นเก่าจะไม่สนับสนุนการลงทุนและพัฒนาเชิงสร้างสรรค์แบบใหม่

กลุ่มที่ 2 ปัญหาของผู้ประกอบการอาหาร SMEs:

1. ปริมาณการสั่งวัตถุดิบขั้นต่ำจากผู้ผลิตกำหนดไว้ในปริมาณที่ค่อนข้างสูง จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสินค้าชนิดใหม่
2. ผู้ประกอบการมีเงินทุนจำกัด ทำให้ไม่กล้าลงทุนในการพัฒนาสินค้า
3. ผู้ประกอบการขาดการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

4. ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยี หรือไม่สามารถติดต่อผู้เชี่ยวชาญหรือคณาจารย์ในการขอคำปรึกษาสำหรับการแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาสินค้าใหม่ได้

5. ผู้ประกอบการขาดความรู้ทางการตลาดและแนวโน้มของอุตสาหกรรม ทำให้ไม่สามารถพัฒนาสินค้าอาหารตามความต้องการผู้บริโภคได้

6. ผู้ประกอบการไม่รู้จักหน่วยงานภาครัฐต่างๆ และ/หรือไม่สามารถขอความช่วยเหลือจากภาครัฐในการดำเนินธุรกิจได้

การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร นอกเหนือจากด้านความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการธุรกิจ การจัดเมนูอาหาร การปรุงอาหาร การจัดการครัว และภัตตาคารเพื่อให้อาหารและบริการที่ดีที่สุดตามความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการมีอาชีพควรมีความเชี่ยวชาญในการนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างจากอาหารท้องถิ่นอื่นๆ จัดเป็นกลยุทธ์ทางตลาดที่สำคัญที่ช่วยส่งเสริมการประกอบธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่พบว่ามีเป้าหมายในการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรื่นรมย์ในรูปแบบต่างๆ กัน ทั้งนี้รวมถึงการรับประทานอาหารท้องถิ่นไทยที่ได้รับความนิยม อาทิ ผัดไทย ต้มยำ แกงเขียวหวาน และส้มตำ เป็นต้น

พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก มีนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากพัทยายูไม่ไกลกรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวก มีโรงแรมระดับ 5 ดาว รวมทั้งโรงแรมที่พักระดับดี อยู่จำนวนมาก มีแหล่งบันเทิง รวมทั้งภัตตาคาร ร้านอาหารขึ้นติ่มากมาย จากการศึกษาของศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (กรุงเทพโพลส์, 2547) พบว่า เมืองหลักของการท่องเที่ยว คือ กรุงเทพฯ (82.7%) รองลงมาคือ พัทยา (13.5%) จากสถิติของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2552 พบว่ามีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพัทยา มีจำนวนทั้งสิ้น 1,619,451 คน เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 449, 204 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 1,170,247 คนเนื่องจากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในพัทยาจำนวนมาก การบริโภคอาหารถือได้ว่าเป็นความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการบริโภคอาหารนั้น นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นโอกาสพิเศษที่จะได้บริโภคอาหารนอกบ้านประสมประสานกับบรรยากาศของการพักผ่อนหย่อนใจ จึงทำให้นักท่องเที่ยวคาดหวังถึงการบริโภคอาหารที่มีรสชาติอร่อย ถูกใจ ถูกหลักอนามัย มีเมนูพิเศษที่ถูกปาก มีบริการต้อนรับที่พิเศษ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองจากภัตตาคาร/ร้านอาหาร โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมักจะเลือกภัตตาคาร/ร้านอาหาร ที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักมากกว่าจะทดลองร้านอาหารที่ไม่รู้จักหรือไม่มีความเสี่ยง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะพยายามทดลองรับประทานอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของไทย

อาหารท้องถิ่นพัทยาที่ขึ้นชื่อส่วนใหญ่เป็นรายการอาหารที่ประกอบจากอาหารทะเล เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวว่าอาหารทะเลของเมืองพัทยาหลากหลาย สด รสชาติอร่อย และมีกลิ่นหอม ทั้งนี้เป็นผลจากการพัฒนาเมืองพัทยาตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2554-2563) โดยใช้ยุทธศาสตร์หลักด้านเศรษฐกิจ ในยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 ปรับปรุงโครงสร้างการผลิต เพื่อเพิ่มผลิตภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการบนพื้นฐานความรู้และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในส่วนนี้ ผู้บริหารเมืองพัทยาได้กำหนดแนวทางในการพัฒนาเป็นการพัฒนา

เศรษฐกิจแบบพอเพียงและส่งเสริมการใช้และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยการส่งเสริมให้มีการพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างรากฐานของชุมชนให้แข็งแรงโดยเน้นไปที่การส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนากลุ่มอาชีพต่างๆ ตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว นอกจากนี้ยังมี ยุทธศาสตร์ย่อยอื่นๆ ที่ช่วยผลักดันเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง อาทิ การพัฒนาศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจ บนฐานรากด้วยการพัฒนาองค์กรการเงินของชุมชนให้เข้มแข็ง การเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ เร่งรัดมาตรการและจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว การ ส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เป็นต้น

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนารายการอาหารท้องถิ่นไทยของภัตตาคาร/ร้านอาหารสำหรับ นักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาพัทยา จังหวัดชลบุรี (เปรมฤทัย แยมบรรจง และเรณูมาศ กุละศิริมา, 2555) พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วนได้ให้ข้อคิดในเรื่องราวความเป็นมา (Story) ของอาหารท้องถิ่น และการ สร้างค่านิยมของคนในท้องถิ่นให้มีความภาคภูมิใจในเรื่องเหล่านี้ควบคู่ไปกับการพัฒนา นอกจากนี้ บางส่วนมีความเห็นว่าทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ผู้บริหารท้องถิ่นผู้ประกอบการและชุมชนต้องร่วมมือ กันอย่างจริงจังเพื่อผลักดันให้อาหารท้องถิ่นของพัทยาเป็นที่รู้จักและยอมรับ ซึ่งในอนาคตอาจจะ นำเสนอรายการอาหารแนะนำในรูป “อาหารท้องถิ่นพัทยา (Pattaya dishes)” เป็นการสร้าง ภาพลักษณ์พัทยาในทางที่ดีให้ทั่วโลกได้รับรู้ ในการนี้ผู้วิจัยได้รายงานผลการวิจัยในส่วนข้อเสนอแนะ ตามแนวความคิดของผู้ให้ข้อมูลสำคัญของท้องถิ่น โดยสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. อาหารท้องถิ่นบางรายการกำลังสูญหายไป หรือหาได้ยากขึ้นเนื่องจากวิถีชีวิตใน ท้องถิ่นหาได้ยากขึ้นเนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมชุมชนเปลี่ยนไปมาก ตัวอย่างเช่น ปลาหัว ปลาฉลามหู ดำ มีจำนวนลดลง ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรหาแนวทางในการรักษาสิ่งแวดล้อมชุมชน และ อนุรักษ์สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. เยาวชนหรือคนรุ่นใหม่ยอมรับวัฒนธรรมการกินจากต่างชาติทำให้อาหารท้องถิ่นไม่เป็นที่ นิยม ในการนี้ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างค่านิยมให้คนท้องถิ่นทุกรุ่นได้เกิดความภาคภูมิใจ และตระหนักถึงคุณค่าภูมิปัญญาอาหาร

3. ชุมชนและโรงเรียนควรมีแหล่งศูนย์การเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเอื้อให้เกิดการเรียนรู้ และถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

4. มีรายการอาหารท้องถิ่นอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา และบางส่วนที่ยังไม่ได้ มีการสำรวจ ชุมชนควรมีการรวบรวมข้อมูลอาหารท้องถิ่นเหล่านี้ไว้เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

5. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ควรช่วยสนับสนุนให้มีการนำเสนอรายการอาหาร ท้องถิ่นเป็นรายการอาหารแนะนำ

6. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ควรให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมา (story) และ ประโยชน์ ของอาหารท้องถิ่นแก่พนักงานเพื่อให้สามารถแนะนำคุณค่าทางโภชนาการและวิธีการกิน อาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยว

7. ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และภาคีเครือข่ายควรให้ความร่วมมือในการสนับสนุนให้มีการ ยกกระตือรือร้นอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

8. ผู้บริหารท้องถิ่นควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการส่งเสริมเพื่อพัฒนาและยกระดับอาหารท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยผ่านของกิจกรรมที่สำคัญต่าง ๆ ในท้องถิ่น

9. ภาครัฐควรรณรงค์ให้คนท้องถิ่นมีค่านิยมในการรับประทานอาหารท้องถิ่นซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนให้อาหารท้องถิ่น (Pattaya Dishes) ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติตามชื่อเสียงของเมืองพัทยา

ผู้วิจัยได้พิจารณาประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เห็นว่าปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาคุณภาพอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยาให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คือ ศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ซึ่งเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อนยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นได้สำเร็จ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีศักยภาพในด้านความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญในเรื่องอาหารท้องถิ่นอย่างแท้จริง ในการนี้ ควรใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนดำเนินการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบอย่างต่อเนื่อง การวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารโดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารตามโครงการนี้จะเกิดประโยชน์โดยตรงต่อผู้ประกอบการ และทำให้ภาพลักษณ์เมืองพัทยา นอกจากจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามแล้ว พัทยายังมีอาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ส่งเสริมให้เมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำถามการวิจัย

1. ทัศนคติของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารท้องถิ่น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว และแนวโน้มและปัจจัยที่ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร เป็นอย่างไร

2. ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยามีศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจมากน้อยเพียงใด มีความรู้และทักษะเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นพัทยาหรือไม่ อย่างไร และมีปัญหา/อุปสรรคในการประกอบธุรกิจอะไรบ้าง

3. กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยาในปัจจุบันมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบหรือไม่ และมีการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยาเพื่อการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารอย่างไร

4. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยาโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารควรดำเนินการอย่างไร

5. แนวทางในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยาโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร เพื่อการพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยาที่เหมาะสมควรดำเนินการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อ:

1. สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่อง ทักษะคติต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่น ศักยภาพในการประกอบการและปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจ การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและปัจจัยสนับสนุนในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา พฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้ออาหาร และทัศนคติต่อภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารและโภชนาการ
2. ศึกษาบริบทเมืองพัทยา แนวโน้มในการประกอบธุรกิจ และปัญหา/อุปสรรคของผู้ประกอบการในเมืองพัทยาในการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร
3. สร้างกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา
4. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยาโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
5. หาแนวทางในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารในเมืองพัทยาโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร เพื่อพัฒนาแบบองค์รวมเพื่อยกระดับคุณภาพอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคารและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเขตพัทยา

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methodology research) โดยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนวิจัย (Planning) ปฏิบัติตามแผน (Acting) เก็บรวบรวมข้อมูล (Observing) และสะท้อนความรู้ ข้อค้นพบ ข้อสังเกต (Reflecting) เป็นหลักในการดำเนินงานวิจัย โดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management) เป็นเครื่องมือในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Indigenous Knowledge) ด้านอาหารเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

1. ขอบเขตเนื้อหา

กำหนดตัวแปร/ประเด็นสำคัญในการวิจัย ดังนี้

- 1) ภูมิหลังของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- 2) ศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารของเมืองพัทยา
- 4) กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
- 5) ทักษะคติและพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่น

- 6) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว
- 7) แนวโน้มการประกอบธุรกิจร้านอาหาร/ภัตตาคาร
- 8) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร

2. ขอบเขตประชากร

ประชากรสำหรับการวิจัยเรื่องนี้ประกอบด้วย ประชาชนและนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในพัทยา ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา ครูภูมิปัญญาท้องถิ่นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน/กลุ่มอาชีพ และผู้บริหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

3. ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาทำการวิจัย 12 เดือน (1 ตุลาคม 2557 – 30 กันยายน 2559)

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร หมายถึง เจ้าของ ผู้บริหาร หรือผู้จัดการร้านอาหารหรือภัตตาคารที่มีการจดทะเบียนการค้าและดำเนินการอยู่ในเมืองพัทยา

ศักยภาพของผู้ประกอบการ หมายถึง ระดับความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ/ทักษะหรือสมรรถนะของบุคคลในการบริหารจัดการธุรกิจได้บรรลุผลตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับงานวิจัยนี้ ศักยภาพของผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคาร ประกอบด้วยความสามารถใน 6 ด้าน: ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการให้บริการ ด้านการควบคุม/ตรวจสอบ ด้านการเงิน และด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ความสามารถหรือสมรรถนะ รวมถึงการเสริมสร้างทัศนคติ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ให้ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร คือ ความรู้ ความสามารถหรือทักษะเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้าน อาทิ การปรุงอาหาร การเก็บรักษา/การถนอมอาหาร รวมถึงการแปรรูป ซึ่งใช้วัตถุดิบและเครื่องปรุงส่วนใหญ่ที่มีอยู่ในของชุมชนท้องถิ่นที่มีการบริโภคในการดำรงชีวิตประจำวัน เป็นความรู้ที่ได้สั่งสมไว้สืบทอดและปฏิบัติต่อกันมา เกิดจากการเรียนรู้จากคนรุ่นหนึ่งสืบทอดไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งผ่านทางการถ่ายทอดแบบต่าง ๆ ซึ่งอาจจะมีการปรับตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ระบบนิเวศน์ หรือสิ่งแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้พัฒนาการสืบสานกันมา ภูมิปัญญาจึงเป็นทั้งภูมิปัญญาดั้งเดิมอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่ ภูมิปัญญาที่มาจากภายนอก และภูมิปัญญาใหม่

การจัดการความรู้ เป็นกระบวนการในการนำความรู้ที่มีอยู่หรือเรียนรู้มาให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร โดยผ่านกระบวนการต่างๆ อย่างเป็นระบบ เช่น การสร้าง รวบรวม แลกเปลี่ยน และใช้ความรู้ เป็นต้น เป็นการทำให้ความรู้ที่อยู่ในตัวคนหรือความรู้แฝงให้เป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรืออาจหมายถึงความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ ทัศนคติเป็นสิ่งที่มามีอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ

พฤติกรรมการบริโภค หมายถึง พฤติกรรมการกระทำและการตัดสินใจของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อ การใช้สินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร และข้อค้นพบต่างๆ ที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์โดยตรงในการพัฒนาเมืองพัทยาตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองพัทยา 10 ปี
2. ผู้บริหารเมืองพัทยาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภาครัฐและเอกชนใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติเพื่อส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ในเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร
3. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ และปรับกลยุทธ์ในการพัฒนากิจการของตนเอง
4. ภาครัฐ เอกชน ชุมชนและกลุ่มอาชีพด้านอาหารประเภทต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ สามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการประกอบธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารท้องถิ่น เป็นการสร้างรายได้เพิ่ม และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้ดียิ่งขึ้น
5. ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์เชิงวิชาการ ในการเผยแพร่ในวารสาร หรืองานประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ
6. นักวิจัยหรือผู้สนใจสามารถนำไปเป็นแนวทางในการวิจัยเพื่อพัฒนาต่อยอด หรือขยายผล/ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ