



การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
THE DEVELOPMENT OF ASSESSMENT CRITERIA IN GASTRONOMIC TOURISM
MANAGEMENT

สิริลักษณ์ เกษรพมามันท์

มหาวิทยาลัยบูรพา

2566



965111980
BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สิริลักษณ์ เกษรพุมานันท์

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

2566

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

THE DEVELOPMENT OF ASSESSMENT CRITERIA IN GASTRONOMIC TOURISM
MANAGEMENT

SIRILUX KESORNPATUMANUNT

A DISSERTATION SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR DOCTOR DEGREE OF PHILOSOPHY
IN RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE
COLLEGE OF RESEARCH METHODOLOGY AND COGNITIVE SCIENCE
BURAPHA UNIVERSITY

2023

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28. / seq: 57

Ans

20m

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปิยะทิพย์ ประดุงพรหม)

Don Hu

Ans

20m

mm M.

نساء

(ดร. ยุทธนา จันทะชิน)

129 - c

วันที่ 17 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2566 และวิทยาการปัญญา

59810016: สาขาวิชา: การวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา; ปร.ด. (การวิจัยและสถิติทาง
วิทยาการปัญญา)

คำสำคัญ: การจัดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, เกณฑ์การประเมิน
สิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์ : การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อาหาร. (THE DEVELOPMENT OF ASSESSMENT CRITERIA IN GASTRONOMIC TOURISM
MANAGEMENT) คณะกรรมการควบคุมคุณภาพนิพนธ์: กนก พานทอง, ปิยะทิพย์ ประดุจพรม ปี พ.ศ.
2566.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อาหาร ด้วยการวิจัยเอกสาร (Document Research) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน
เทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน และจัดลำดับเกณฑ์และตัวบ่งชี้ด้วย
กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) จำนวน 6 คน 2) พัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ด้วยภาษา PHP และ 3) เปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 กลุ่มละ 15 ราย และวิเคราะห์ผลการ
ประเมินด้วยสถิติทดสอบแมน-วิทนีเย

ผลการวิจัยปรากฏว่า

1. การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 10 เกณฑ์
36 ตัวบ่งชี้ และ 111 เกณฑ์การพิจารณา โดยมี 10 เกณฑ์ ดังนี้ 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) เกณฑ์
คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว 4) เกณฑ์ความสะอาดและความ
ปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6)
เกณฑ์สิ่งแวดล้อม 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและ
เครือข่าย และ 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2. โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น มีความ
เหมาะสมที่จะนำไปใช้งานในระดับดีมาก ($M = 4.70$, $SD = 0.50$)

3. การเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยว
ชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี
พ.ศ. 2564 มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



96511980

59810016: MAJOR: RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE; Ph.D.
(RESEARCH AND STATISTICS IN COGNITIVE SCIENCE)

KEYWORDS: TOURISM MANAGEMENT GASTRONOMIC TOURISM ASSESSMENT CRITERIA
SIRILUX KESORNPATUMANUNT : THE DEVELOPMENT OF ASSESSMENT CRITERIA
IN GASTRONOMIC TOURISM MANAGEMENT. ADVISORY COMMITTEE: KANOK PANTHONG,
Ph.D., PIYATHIP PRADUJPROM, Ph.D. 2023.

The objectives of this research were: 1) to develop criteria for assessing gastronomic tourism management using document research, in-depth interviews with nine experts, real-time Delphi techniques with 18 experts; to prioritize criteria and indicators with analytical hierarchy process (AHP) with six experts; 2) to develop an online gastronomic tourism management assessment program using the PHP programming language; 3) to compare the assessment results of gastronomic tourism management of general community tourist attractions with the community tourist attractions that had received the 13th Thai Tourism Awards for the year 2021, 15 cases per group. Man-Whitney U test statistics were used to analyze the assessment results.

The results were as follows:

1. The development of gastronomic tourism management assessment criteria consisted of 10 criteria with 36 indicators, and 111 considered criteria, with 10 criteria as follows: : 1) food product criteria; 2) criteria for the quality of service according to the way of local communities; 3) criteria for tourist attractions; 4) cleanliness and hygiene safety criteria in gastronomic tourism; 5) market promotion and information criteria; 6) environmental criteria; 7) economic criteria; 8) human resource criteria; 9) community cooperation criteria and networks; and 10) criteria for food tourism activities.

2. The developed online gastronomic tourism management assessment program was found suitable for use at a very good level ($M = 4.70$, $SD = 0.50$).

3. The comparison of assessment results of gastronomic tourism management of general community tourist attractions with the community tourist attractions that had received the 13th Thai Tourism Awards for the year 2021 revealed a statistically significant difference at the .01 level.

กิตติกรรมประกาศ

ดุชนิพนธ์เรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารฉบับนี้สำเร็จ ล่วงได้ด้วย ความกรุณาและความช่วยเหลือของผู้ทรงคุณวุฒิหลากหลายสาขาวิชา ผู้วิจัยจึงขอกราบ ขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนก พานทอง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะทิพย์ ประจุพรม ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอดระยะเวลาของการทำวิจัย ขอกราบ ขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.วิดา คำเอม รองศาสตราจารย์ ดร.พูลพงศ์ สุขสว่าง และ ดร. ยุทธนา จันทะชิน ที่ให้ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย ทำให้งานวิจัยมีความ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการให้เป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทุก ท่าน รวมถึงอาจารย์อัศวิน อรรถธรรม คุณวิภาณฎา กุลสุจริต และคุณสาริน แสงเกียรติวงศ์ ที่กรุณาให้ ความอนุเคราะห์และสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูล ตรวจสอบ ให้ความคิดเห็น และคำแนะนำ ผ่าน การสัมภาษณ์และร่วมตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้อย่างมีเมตตาจิตที่ดียิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัวเกษรปทุมานันท์ ครอบครัวลิ้มโนนกุล ครอบครัวว่องโร คุณเดือนเพ็ญ ตัญมิ คุณวันเฉลิม นัตตา คุณชาดา สถาพรพิบูลย์ คุณชัยพร จันทนมุข รวมถึงมิตรภาพที่แสนดีของคุณภาสกรณ วัฒนพฤกษ์ คุณสัมปติ สงวนพวง คุณเอกชัย ขะมานาม และ คุณธันยา เฉลิมวรบุตร รวมถึงผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ให้กำลังใจ สนับสนุน กระตุ้นเตือน และมีคำแนะนำ ที่ดีตลอดระยะเวลาของการทำวิจัย

สุดท้ายนี้คุณค่าและประโยชน์ของดุชนิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูแด่เวทิตาแต่ บุรพจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน ที่ทำให้ผู้วิจัยเป็นผู้ที่มีการศึกษา มาจนถึงตราบเท่าทุกวันนี้

สิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์



96511980

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
กรอบแนวทางการวิจัย.....	7
สมมติฐานของการวิจัย.....	9
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	9
ขอบเขตของการวิจัย.....	9
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	12
บทที่ 2	15
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
ตอนที่ 2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	66
ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และวิธีการให้คะแนน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	89
ตอนที่ 4 เทคนิคเดลฟายแบบ Real Time (RT-Delphi) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	111



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตอนที่ 5 กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	134
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	150
ระยะที่ 1 การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	153
ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์.....	178
ระยะที่ 3 การเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย.....	188
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	193
ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	194
ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	249
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564.....	263
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	309
สรุปผลการวิจัย.....	311
อภิปรายผลการวิจัย.....	313
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	315
ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป	316
บรรณานุกรม.....	318
ภาคผนวก.....	357
ภาคผนวก ก หนังสือรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย	358
ภาคผนวก ข ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย (ผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร).....	360
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	362
ภาคผนวก ง แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	365

ภาคผนวก จ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	369
ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามความคิดเห็นด้วยเทคนิค การวิจัยแบบ Real Time Delphi.....	398
ภาคผนวก ช แนวทางการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1.....	402
ภาคผนวก ซ แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2.....	404
ภาคผนวก ฌ ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2).....	406
ภาคผนวก ญ แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3.....	411
ภาคผนวก ฎ ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3).....	413
ภาคผนวก ฏ ผลการพัฒนาชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ผ่าน การวัดฉันทามติแล้ว	418
ภาคผนวก ฐ รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์.....	439
ภาคผนวก ท แบบสอบถาม: กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์.....	441
ภาคผนวก ฒ ผลการวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์.....	443
ภาคผนวก ณ คู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	446
ภาคผนวก ด ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย (ผู้เชี่ยวชาญในการ ประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ ออนไลน์).....	549
ภาคผนวก ต รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการ จัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์.....	551
ภาคผนวก ถ แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร แบบออนไลน์ (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)	553
ภาคผนวก ท ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบประเมินความเหมาะสมการใช้ โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ).....	555
ภาคผนวก ธ รายชื่อผู้ใช้โปรแกรมในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมิน การ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	557



96511980

ภาคผนวก น แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร แบบออนไลน์.....	560
ภาคผนวก บ รายชื่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ในการเปรียบเทียบผล การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	562
ภาคผนวก ป ผลการวิเคราะห์สถิติทดสอบแมน-วิทนีย์ โดยรวม.....	567
ภาคผนวก ผ ผลการวิเคราะห์สถิติแมน-วิทนีย์ ยู จำแนกตามเกณฑ์	569
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	572



965111980

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 วิธีการให้คะแนนตัวบ่งชี้.....	107
ตารางที่ 2 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินทุนมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรมในมิติที่ 1	107
ตารางที่ 3 การจำแนกระดับทุนมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ	108
ตารางที่ 4 วิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model).....	108
ตารางที่ 5 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินขององค์ประกอบการประเมินด้านที่ 1.....	109
ตารางที่ 6 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ที่มี 4 และ 5 เกณฑ์	110
ตารางที่ 7 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินของมิติการประเมินมิติที่ 1.....	110
ตารางที่ 8 ตัวอย่างระดับการจัดการ SMEs สีเขียว.....	111
ตารางที่ 9 เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	116
ตารางที่ 10 การวัดฉันทามติด้วยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและสถิติเชิงบรรยาย	119
ตารางที่ 11 การวัดฉันทามติด้วยสถิติเชิงอ้างอิง	123
ตารางที่ 12 เกณฑ์มาตรฐานของตัวเลขที่ใช้ในการเปรียบเทียบความสำคัญ	136
ตารางที่ 13 ค่าของดัชนีความสอดคล้องตามขนาดของเมทริกซ์	136
ตารางที่ 14 รายการเอกสารและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ.....	153
ตารางที่ 15 การสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	159
ตารางที่ 16 สรุปผลความความถี่ที่ได้จากประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	163
ตารางที่ 17 คุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก	165
ตารางที่ 18 ขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ	167
ตารางที่ 19 เกณฑ์การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีฟเชต.....	172



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 20 ค่าของดัชนีความสอดคล้องตามขนาดของเมทริกซ์	175
ตารางที่ 21 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณา	176
ตารางที่ 22 การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	178
ตารางที่ 23 ตัวอย่างการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก	190
ตารางที่ 24 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามความคิดเห็นเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	196
ตารางที่ 25 ผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi)	205
ตารางที่ 26 สรุปจำนวนชุดข้อมูลที่ได้จากการส่งเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ RT-Delphi ในแต่ละรอบ	210
ตารางที่ 27 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญในการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	211
ตารางที่ 28 ผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์	213
ตารางที่ 29 ผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้	214
ตารางที่ 30 สรุปเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	220
ตารางที่ 31 ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ผู้ใช้งาน)	261
ตารางที่ 32 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	264
ตารางที่ 33 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำแนกตามตัวบ่งชี้	266
ตารางที่ 34 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามตัวบ่งชี้	269
ตารางที่ 35 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก	273



96511980

ตารางที่ 36 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก 277	
ตารางที่ 37 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์.....	282
ตารางที่ 38 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์.....	284
ตารางที่ 39 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม จำแนกตามแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564.....	290
ตารางที่ 40 ผลการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	292
ตารางที่ 41 จุดที่ควรพัฒนาของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับผู้ประกอบการแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	294
ตารางที่ 42 คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้ประกอบการแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม	301
ตารางที่ 43 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาพรวมของสำหรับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	302
ตารางที่ 44 คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้ประกอบการแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชน จำแนกตามเกณฑ์	303
ตารางที่ 45 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับ รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์	305

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการพัฒนาเกณฑ์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	8
ภาพที่ 2 โครงสร้างลำดับชั้นของ C&I Approach แบบแกนแนวตั้ง.....	94
ภาพที่ 3 โครงสร้างลำดับชั้นของ C&I Approach แบบหลักการเดียว.....	94
ภาพที่ 4 แนวทาง Top-Down and Bottom-Up Approach	96
ภาพที่ 5 โครงสร้างของการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์.....	135
ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบความสำคัญรายคู่	135
ภาพที่ 7 โครงสร้างแผนภูมิลำดับชั้น	138
ภาพที่ 8 แบบแผนการวิจัยการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	150
ภาพที่ 9 ระยะเวลาการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	152
ภาพที่ 10 ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	179
ภาพที่ 11 วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC).....	179
ภาพที่ 12 ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	180
ภาพที่ 13 ความหมายและสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเขียนแผนภาพกระแสน้ำข้อมูล.....	181
ภาพที่ 14 แผนภาพบริบทของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์.....	182
ภาพที่ 15 โครงสร้างหน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	183
ภาพที่ 16 โครงสร้างหน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เข้ารับการประเมิน)	183
ภาพที่ 17 โครงสร้างหน้าจอดำเนินการประเมินของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบบออนไลน์ (เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ เกณฑ์การพิจารณา การบันทึกค่าคะแนน).....	184
ภาพที่ 18 โครงสร้างหน้าจอรายงานผลการประเมินของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารแบบออนไลน์.....	184

ภาพที่ 19 ขั้นตอนการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	188
ภาพที่ 20 หน้าจอหลักโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	249
ภาพที่ 21 หน้าจอแสดงคำชี้แจงการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	250
ภาพที่ 22 หน้าจอแสดงส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการกรอกรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน	250
ภาพที่ 23 หน้าจอแสดงส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	251
ภาพที่ 24 หน้าจอแสดงการยืนยันส่งคำตอบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	252
ภาพที่ 25 หน้าจอแสดงส่วนที่ 3 ผลการประเมิน	253
ภาพที่ 26 หน้าจอแสดงข้อมูลผู้ประเมิน.....	254
ภาพที่ 27 หน้าจอแสดงระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร.....	254
ภาพที่ 28 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม	255
ภาพที่ 29 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์	256
ภาพที่ 30 หน้าจอแสดงจุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้.....	257
ภาพที่ 31 หน้าจอแสดงจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้	258
ภาพที่ 32 หน้าจอแสดงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา.....	259
ภาพที่ 33 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์	283
ภาพที่ 34 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้.....	288
ภาพที่ 35 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	291



96511980

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เป็นแหล่งที่มาของการสร้างรายได้ การสร้างงาน และสร้างธุรกิจต่อเนื่อง ซึ่งจากข้อมูลของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council: WTTC, 2017) ได้เปรียบเทียบผลกระทบต่อค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จากอุตสาหกรรมของไทย พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสามารถสร้างมูลค่าต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเป็นอันดับที่ 3 (ร้อยละ 20.6 ของ GDP) รองจากอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์ และอุตสาหกรรมค้าปลีก (โดยไม่ต้องขายส่ง) และจากการเปรียบเทียบสัดส่วนการจ้างงานของอุตสาหกรรมไทย พบว่า ข้อมูลในปี พ.ศ. 2559 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยสามารถสร้างการจ้างงานให้กับประเทศไทยเป็นอันดับที่ 3 จำนวน 5.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 15.1 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมไทย

จากการรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวไทยประจำปี พ.ศ. 2561 โดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 38.27 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ 2.01 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวไทยเที่ยวในประเทศไทย 164.24 ล้านคน สร้างรายได้ 1,068.18 พันล้านบาท กอปรกับ สำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำสำมะโนทุก 10 ปี ตามข้อเสนอแนะขององค์การสหประชาชาติ เพื่อให้ประเทศมีข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญทางด้านอุตสาหกรรมการผลิตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2554 – 2556 จะจัดทำสำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม พ.ศ. 2555 ซึ่งปรากฏว่าจำนวนการจ้างงานตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในส่วนของกิจกรรมการบริการอาหารในภัตตาคารหรือร้านอาหาร มีจำนวนการจ้างงานสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาเป็นกิจกรรมโรงแรมและรีสอร์ท ซึ่งถือว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาคการบริการที่มีอัตราการจ้างงานสูงที่สุดเมื่อเทียบกับภาคการบริการและการผลิตอื่น ๆ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2012) ได้รายงานว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางต่างประเทศมีการใช้จ่ายในหมวดอาหาร และเครื่องดื่มสูง คิดเป็น 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมักจะมองหาอาหารการกินดี ๆ ทานระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแต่ละสถานที่ที่เดินทางไป โดยถือว่าอาหารเป็นส่วน



หนึ่งของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกและสัมผัสถึงแหล่งท่องเที่ยว
นั้นอย่างลึกซึ้ง (Sense of place) และจากผลการสำรวจของวิชาและสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว
ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) หรือ Asia Pacific Travel Intentions Survey 2010 พบว่า
นักท่องเที่ยวต่างชาติ ร้อยละ 61 สนใจที่จะเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทย เพราะรสชาติอาหาร
และทางเลือกต่าง ๆ เกี่ยวกับการรับประทานอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ไตรมาสที่ 4/2561 ได้รายงานไว้ว่า อาหารไทยเป็นปัจจัย
สำคัญอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย (สภาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561)

อาหารไทยเป็นอาหารประจำชาติที่นับว่าเป็นมรดกสำคัญทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์
ความเป็นมาและมีพัฒนาการมาอย่างต่อเนื่องยาวนาน ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ โดย
มีหลักฐานการกล่าวถึงอาหารไทยผ่านทางศิลาจารึก บันทึกและจดหมายเหตุต่าง ๆ รวมถึงบทพระ
ราชนิพนธ์ที่สำคัญ เช่น บทพระราชนิพนธ์เรื่องไกลบ้าน เป็นต้น (ศรุตา นิตวรากร, 2557) ซึ่งแสดงให้เห็นถึง
ลักษณะสำคัญของอาหารไทยในแต่ละยุคสมัยรวมถึงความหลากหลายของอาหารไทยที่มี
เอกลักษณ์และมีรสชาติเฉพาะตัว อย่างไรก็ตามสถานการณ์ในปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางวิทยาการ
มากขึ้น ส่งผลให้เกิดความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม หากพิจารณาในแง่บวก อาจกล่าวได้ว่า อาหารไทย
ในปัจจุบันได้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น เกิดการประยุกต์ดัดแปลงให้อาหารมี
ความทันสมัยมากยิ่งขึ้น จากข้อมูลขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization
(WTO), 2012) พบว่า ในปัจจุบันอาหารไทยได้รับความนิยมมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารไทยใน
ต่างประเทศเติบโตมากยิ่งขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารของประเทศไทยขยายตัวมากขึ้น อีกทั้ง
อาหารไทยหลายชนิดมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และการประกอบธุรกิจ
ร้านอาหารไทยในต่างประเทศมีการขยายตัวในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ทั้งจากการลงทุนโดย
ผู้ประกอบการชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่ได้รับความนิยม
จากชาวต่างชาติอย่างแพร่หลายไปทั่วโลก

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของโลก องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism
Organization (WTO), 2012) ได้แสดงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งสร้างรายได้ที่มีมูลค่าสูง
ถึง 150,000 ล้านดอลลาร์ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง
อาหารมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส และอิตาลี สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิง
อาหารของประเทศไทย จากรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว Tourism Economic Review พบว่า
ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 456,000 ล้านบาท หรือ
คิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด (พรรณี สวนเพลง และคณะ, 2559)
ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยก็ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายของรัฐ

โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) มีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพทางการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบฟาร์มอัจฉริยะภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศท้องถิ่นด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบการเกษตรและวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบ Authentic Local Tourism พร้อมทั้งสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ จากนโยบายสู่การปฏิบัติ จะเห็นว่ามิกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้ได้แสดงออกมาเป็นรูปร่างอย่างชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ การจัดทำ “มิชลิน ไกด์ กรุงเทพฯ” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับมิชลิน ไกด์ ประเทศไทย การได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน “UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4” ซึ่งถือเป็นงานสัมมนาวิชาการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับนานาชาติครั้งแรกของเอเชีย การจัดมหกรรมอาหาร “Amazing Thai Taste Festival” หรือแคมเปญล่าสุดอย่าง “Eat Local : Locallicious” ประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยว เพื่อชวนคนออกไปลิ้มลองอาหารถิ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการกินซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตคนไทย ตั้งแต่การเลือกสรรวัตถุดิบ เครื่องปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น สมุนไพร เครื่องเทศ ไปจนถึงขั้นตอนการปรุง การจัดวาง และการตกแต่ง ด้วยภูมิปัญญาอันเฉลียวฉลาดของคนไทยในการสร้างสรรค์อาหารเมนูต่าง ๆ นั้น ทำให้อาหารไทยเป็นศิลปะที่มีความงดงาม ตั้งแต่สีสันทันไปจนถึงรสชาติที่อร่อยถูกลิ้น (Thai Food Database) นับได้ว่าอาหารไทยเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะสามารถนำมาใช้ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจและเดินทางมา เพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารและเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศไทย

จากที่ได้กล่าวมาในข้างต้น จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นทางเลือกใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้นในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และ “อาหาร” ยังเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และยังเป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยในแต่ละพื้นที่ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้ “อาหาร” เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความเพลิดเพลินจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างจากท้องถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัย นอกจากนี้ แนวโน้มในอนาคตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกกำลังเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวต้องการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในสถานที่ที่ได้เดินทางไป เพื่อสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งเกิดเป็นการท่องเที่ยวที่อาศัยภูมิปัญญา และวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่สามารถทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง

แต่อาจจะไม่เกิดประโยชน์กับคนในชุมชนท้องถิ่นมากเท่าที่ควร หากขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี (สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โกเศยะโยธิน, 2560)

การท่องเที่ยวไทยเผชิญปัญหาการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยาวนาน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการภูมิทัศน์ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น การลงทุนด้านการท่องเที่ยว เน้นการก่อสร้างมากกว่าการจัดการภูมิทัศน์ และขาดการมีส่วนร่วมของคนชุมชนในท้องถิ่นและหน่วยงานระดับต่าง ๆ ทำให้เกิดผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวและการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้การท่องเที่ยวไทยที่ผ่านมาขาดความยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561, หน้า 42 ; ณรงค์ สมพงษ์, ณัฐพล ร้าไพ และเชิดพงษ์ ชีระจิตต์, 2561)

นอกจากนี้ สิ่งที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปสู่การเป็นจุดหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ ภาพลักษณ์ในแง่ลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารไทย เช่น มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย ราคาสินค้า และการบริการ เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว (ณัฐชรา กิจวิกรานต์, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสสา โกเศยะโยธิน (2560) พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการแก้ไขของการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ชุมชนท้องถิ่นควรนำแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามท้องที่การท่องเที่ยวโลก (WTO) กำหนดมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เนื่องจากเกิดปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยลงโดยการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้นตามอุปสงค์ของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว มีผลทำให้จำนวนของทรัพยากรด้านอาหารลดลง และควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากให้มีความทันสมัย เนื่องจากลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ยังไม่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากเท่าที่ควรจะเป็น กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ สามารถซื้อหาได้ทั่วไป ไม่จำเป็นต้องไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นต้นตำรับหรือมีความเฉพาะทาง รวมถึงการพัฒนาด้านการตลาด ควรจัดให้มีการอบรมการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดให้แก่คนในชุมชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารได้ด้วยตนเองผ่านสื่อต่าง ๆ เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีอย่างเพียงพอ ทั้งในส่วนของการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐ และในส่วนของชุมชนท้องถิ่นเอง ซึ่งทำให้เกิดการขาดโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าถึงได้มากขึ้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับความนิยม มีความเงียบเหงา ร้านค้าต่าง ๆ เปิดให้บริการน้อย ส่งผลให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมาก ผู้ให้บริการจึงไม่มาลงทุนหรือให้บริการตรงจุดนี้ อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารมักอยู่ในที่ที่เดินทางได้ลำบาก เช่น อยู่ในเรือกสวนไร่ นาต่าง ๆ นักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่วนมาก จึงนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัว ส่วนในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจะมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ครบวงจร มีรถโดยสารที่เข้าถึงโดยง่าย

แต่มีความแออัดของนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดขยะมูลฝอยจำนวนมาก อีกทั้งยังไม่มี การดำเนินการ จัดการด้านขยะมูลฝอยที่ดีเพียงพอ รวมถึงกิจกรรมที่ทำบางกิจกรรมทำให้เกิดการรบกวนวิถีชีวิตของ คนในชุมชน เช่น การส่งเสียงดังเมื่อนั่งเรือชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืน หรือการเปิดร้านอาหารกึ่งผับใน ย่านตลาดน้ำ ซึ่งภาครัฐควรส่งเสริมด้านแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมการตลาด การจัดการท่องเที่ยว เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่ไปยัง แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ อีกทั้งการบริการในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการปรับปรุงด้านความสะอาดของ ห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่าง ๆ เช่น ที่พักหรือร้านอาหารต้องมีความสะอาด ควร ปรับปรุงการคมนาคมขนส่งให้มีความสะดวกและเข้าถึงง่าย เนื่องจากสภาพพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ต่าง ๆ เหล่านี้ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย อีกทั้งได้รับความสะดวกและมี ความปลอดภัย ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ปรากฏว่า ในชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีลักษณะของปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านต่าง ๆ ที่คล้าย ๆ กัน ดังนี้ ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วมของคนใน ชุมชนในการบริหารจัดการ ด้านสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ เฉพาะท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการตลาด ยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงทั้งในส่วนของภาครัฐ และในส่วนของชุมชนท้องถิ่นเอง ด้านการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดภูมิทัศน์ การ วางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ด้านการเงินการลงทุน ด้านราคาสินค้า ด้านการให้บริการ ทางการท่องเที่ยว ยังขาดการอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารบางแห่ง ด้านมาตรฐานความสะอาด และด้านความปลอดภัย ปัญหาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการขาดระบบการ บริหารจัดการที่ดีของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยว และยังไม่ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ให้เกิด ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมและแท้จริงตามที่องค์การท่องเที่ยวโลก (WTO) กำหนด เพื่อให้เกิดผลใน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น หากจะแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศ ไทยให้ประสบผลสำเร็จจำเป็นต้องมีการศึกษาจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาของแต่ละชุมชนที่มีการทำ ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการประเมินด้วยวิธีที่ถูกต้องตรงกันและเชื่อถือได้ ซึ่งในปัจจุบันยัง ไม่พบว่ามีแนวทางที่ใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยที่ครอบคลุม และชัดเจน มีเพียงเกณฑ์การประเมินก่อนที่จะเริ่มต้นตัดสินใจทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเท่านั้น และเกณฑ์การประเมินตัวชี้วัดความสำเร็จการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยประเมินกิจกรรมสำหรับ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism

Criteria: GSTC) เพื่อคัดเลือกกิจกรรมที่สร้างสรรค์และนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ยังมีเกณฑ์การให้รางวัลคุณภาพอาหาร หรือร้านอาหารที่อร่อยในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วไปเท่านั้น ทำให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนไม่สามารถนำเกณฑ์ดังกล่าวไปใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้อย่างแท้จริง เนื่องจากในพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ มี สภาพปัญหาที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารที่ครอบคลุมทุกด้านของการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนขึ้น เพื่อสนับสนุนให้ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่จะดำเนินการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถ นำไปใช้ประเมินตนเอง (Self - Assessment) เพื่อให้ทราบจุดแข็ง จุดอ่อนหรือจุดบกพร่องที่ต้อง แก้ไขปรับปรุง เพื่อประกอบการตัดสินใจในการลงทุนและปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้สอดคล้องกับการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ในปัจจุบัน และเป็นการกระจายรายได้ ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ได้อย่างเท่าเทียมกัน ส่งผลทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่าง ต่อเนื่อง และเพื่อสอดคล้องกับแนวคิดประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการ พัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้งานให้กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือผู้ที่มี ส่วนเกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. เพื่อพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์
3. เพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

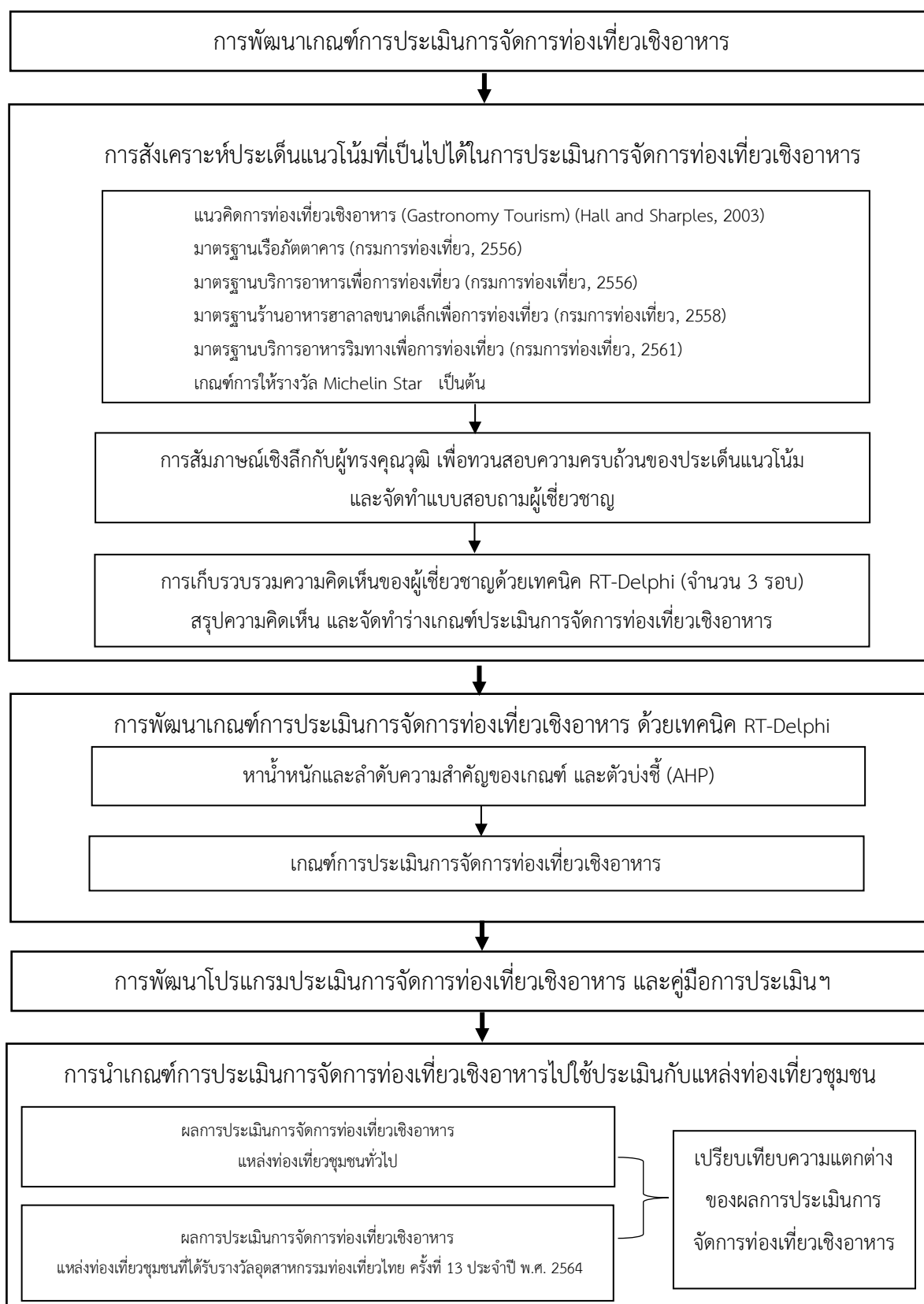


965111980

กรอบแนวทางการวิจัย

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ ผู้วิจัยสังเคราะห์ประเด็น แนวโน้มของเกณฑ์การประเมินจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมาตรฐานเรือภัตตาคาร (กรมการท่องเที่ยว, 2556) มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2556) มาตรฐานร้านอาหาร ฮาลาลขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2558) และมาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2561) และเกณฑ์การให้รางวัล Michelin Star เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจได้ว่าได้ประเด็นแนวโน้มที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีความครอบคลุมในทุกมิติที่เกี่ยวข้องอย่างสมดุล และประเมินได้อย่างเที่ยงตรงมากที่สุด จึงนำประเด็นแนวโน้มมาสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 9 คน และทำการวิเคราะห์ ประเด็นแนวโน้มอีกครั้งก่อนสรุปเป็นแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน พิจารณาโดยใช้ เทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) เพื่อรวบรวมความคิดเห็นนำมาจัดทำเป็นร่าง เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารฉบับร่างจําแนกตามเกณฑ์และตัวบ่งชี้

เมื่อได้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารฉบับร่างแล้ว จึงนำเกณฑ์การ ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้เบื้องต้นไปหาเจ้าหน้าที่กรายเกณฑ์และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 6 คน เปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์และตัวบ่งชี้เป็นรายคู่ทีละคู่ โดยประยุกต์เทคนิคการตัดสินใจด้วยกระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์ จากนั้นนำเกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้พัฒนาดังกล่าวไปจัดทำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารแบบออนไลน์ หลังจากนั้นนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบ ออนไลน์ไปใช้ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดย เลือกจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 เพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่ง เขียนเป็นกรอบแนวทางการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการพัฒนาเกณฑ์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สมมติฐานของการวิจัย

ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีความแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ชัดเจนและครอบคลุมทุกด้าน ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประเมินสถานะการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้ด้วยตนเอง และจากการประเมินทำให้คนในชุมชน หรือผู้ประกอบการทราบถึงจุดบกพร่องที่องค์การ หรือสถานประกอบการต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุง หรือนำผลประเมินไปพัฒนาหรือกำหนดเป็นนโยบาย การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่จะช่วยยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมให้เกิดกับคนในชุมชนท้องถิ่นได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไป
2. ได้โปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อนำไปใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ที่เป็นเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) สำหรับประเมินตนเอง ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเข้าถึง และมีความสะดวกในการใช้งาน บนฐานของการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสมัยใหม่
3. ได้คู่มือการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งให้ผู้ใช้งานได้ศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อให้การประเมินมีความถูกต้อง และสมบูรณ์ขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากการทบทวนเอกสารและศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบไปด้วย
 - 1.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Hall and Sharples, 2003)
 - 1.2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Dickman, 1996)
 - 1.3 ทฤษฎีการประเมิน ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การประเมิน (CIFOR, 1999)
 - 1.4 มาตรฐานเรือภัตตาคาร (กรมการท่องเที่ยว, 2556) มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2556) มาตรฐานร้านอาหารฮาลาลขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2558) และมาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2561) และรางวัล Michelin Star เป็นต้น
 - 1.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ขอบเขตประชากร

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ครอบคลุมประชากรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มที่ 1 การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม จำนวน 9 คน ดังนี้

2.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 5 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัตถุดิบในท้องถิ่นและจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 คน ภาคเหนือ 1 คน ภาคกลาง 1 คน ภาคตะวันออก 1 คน และภาคใต้ 1 คน เพื่อเป็นตัวแทนทั่วประเทศ

2.1.2 กลุ่มผู้มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น จำนวน 4 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์คัดเลือกผู้ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นปราชญ์ชาวบ้านด้านอาหาร หรือด้านแปรรูปอาหาร หรือโภชนาการ หรือเชฟชุมชน ที่มีความสนใจและเต็มใจในการให้ข้อมูล

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ต้องไม่น้อยกว่า 8 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลครบถ้วนอิมตัว (ชาย โพธิ์สิตา, 2550; Nastasi & Schensul, 2005, pp. 177-195)

2.2 กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามความคิดเห็นด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ Real Time-Delphi จำนวน 3 รอบ ประกอบด้วย 5 กลุ่ม ดังนี้

2.2.1 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงานด้านอาหาร หรือการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 5 ปี มีความรู้ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

2.2.2 กลุ่มอาจารย์สอนระดับมหาวิทยาลัย เป็นผู้มีผลงานทางวิชาการ หรือประสบการณ์สอนในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ด้านอาหาร การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 5 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี มีความรู้ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี



2.2.3 กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี ตามความรู้ ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

2.2.4 กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ดังนี้ ภาคกลาง 1 คน ภาคเหนือ 1 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 คน ภาคตะวันออก 1 คน และภาคใต้ 1 คน เพื่อครอบคลุมทั่วประเทศ ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารและได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

2.2.5 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) จำนวน 6 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 18 คน ในข้อที่ 2.2.1-2.2.4

สำหรับกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ Real Time-Delphi จำนวน 3 รอบ ต้องไม่น้อยกว่า 17 คน ซึ่งเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้ค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูลน้อยที่สุด จนอยู่ในระดับ 0.02 ในระดับที่คงที่ ตามขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญของ MacMillan (MacMillan, 1971, p. 11)

2.3 กลุ่มที่ 3 การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ของแบบประเมินความเหมาะสมของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ด้านการวัดผล ที่มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท และมีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี หรือ ด้านการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปีขึ้นไป ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ในการหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจะต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นประเมิน โดยควรใช้อย่างน้อย จำนวน 3 คน แต่ไม่ควรเกิน 10 คน เพราะถือว่าเกินความจำเป็น (Lynn, 1986)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

2.4 กลุ่มที่ 4 กลุ่มการเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 15 ราย กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (หน่วยวัดเป็นคะแนน)

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการท่องเที่ยว (Tourism Management) หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยว หรือการจัดกิจกรรมในการท่องเที่ยว และดำเนินการให้เป็นไปตามแผนโดยมีการจัดองค์การ หรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การบริหารงานบุคคล การอำนวยการ และการควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมทั้งมีการประเมินผลการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงผสมผสานระหว่างเรื่องของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นกับเรื่องของอาหารในท้องถิ่นเข้าด้วยกัน ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้กระบวนการประกอบอาหาร และลิ้มลองอาหารในท้องถิ่น โดยเน้นความสนใจของนักท่องเที่ยวและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของอาหารท้องถิ่น โดยอาหารท้องถิ่นจะทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับอาหารในแต่ละท้องถิ่น และเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

อาหาร (Gastronomy) หมายถึง การคัดสรรวัตถุดิบที่ได้จากชุมชนท้องถิ่น แล้วนำมารังสรรค์ประกอบเป็นอาหารคาว หรืออาหารหวาน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นเมนูเด็ดของท้องถิ่น อันเป็นการสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism Management) หมายถึง การดำเนินการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสถึงธรรมชาติในเขตพื้นที่เฉพาะท้องถิ่นผ่านอาหารที่เป็นสื่อกลางในการเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์เฉพาะชุมชนท้องถิ่น โดยผ่านการลิ้มรสอาหารท้องถิ่น การได้เรียนรู้วิธีการปรุงอาหาร และลงมือประกอบ

อาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการบริการ การเข้าถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น การเป็นเจ้าบ้านที่ดี พร้อมทั้งการจัดการทรัพยากร และรักษาความสมดุลของทรัพยากร รักษาเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศทางธรรมชาติ เพื่อไปสู่ความยั่งยืนที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือกันหลายฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Assessment Criteria in Gastronomic Tourism Management) หมายถึง คุณลักษณะ หรือระดับที่ถือว่าเป็นคุณภาพ ความสำเร็จ หรือความเหมาะสมของการดำเนินงาน หรือผลการดำเนินงานที่กำหนดใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย เกณฑ์ (Criteria) ตัวบ่งชี้ (Indicator) และเกณฑ์การพิจารณา (Considered Criteria)

เกณฑ์ (Criteria) หมายถึง องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ (Indicators) หมายถึง คุณลักษณะหรือกิจกรรมสำคัญที่สังเกตได้ภายในเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา (Considered Criteria) หมายถึง ประเด็นการพิจารณาเชิงปริมาณและคุณภาพที่สังเกตได้ตามคุณลักษณะของตัวบ่งชี้ที่กำหนดในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (Online Gastronomic Tourism Management Assessment Program) หมายถึง เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เขียนด้วยโปรแกรมภาษา PHP ใช้โครงสร้างฐานข้อมูลเป็นแบบ MySQL รองรับการทำงานบน Web Browser IE และ Chrome

คู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (Online Gastronomic Tourism Management Assessment Program User Manual) หมายถึง เอกสารรายละเอียด การใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ประกอบด้วย ความสำคัญของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โครงสร้างและวิธีคำนวณคะแนนเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละชุดข้อมูลของเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณา และวิธีการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) หมายถึง รางวัลที่รับรองคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ด้วยมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) ประเภทแหล่งท่องเที่ยว สาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือ สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เพื่อผลักดันให้ผู้ประกอบการยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพ และบริการที่ดี เพื่อยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่ได้มาตรฐาน “การท่องเที่ยวสีขาว”

ที่มีทั้งความสะอาด สะอาด ปลอดภัย เป็นธรรม และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าของสินค้าทางการท่องเที่ยวไทยสู่ระดับสากล

แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป (General Community Tourist Attractions) หมายถึง ชุมชนที่ได้เข้าร่วมโครงการสนับสนุนจากภาครัฐด้านอาหารและการท่องเที่ยว เช่น โครงการพัฒนาเครือข่ายท่องเที่ยวเชิงอาหาร โครงการเซฟชุมชน ฯ โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นต้น ซึ่งเป็นชุมชนที่มีวัดคู่บ้านคู่เมือง อันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ตามวิถีวัฒนธรรมของชุมชน และวัดคู่บ้านคู่เมืองที่สามารถเพาะปลูก หรือจัดหาได้จากในท้องถิ่นนั้น ๆ หรือเป็นร้านอาหาร ที่อยู่ในพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ และมีการบริหารจัดการโดยชุมชนอย่างแท้จริง

แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 (Community Tourist Attractions that received the 13th Thai Tourism Awards for the year 2021) หมายถึง ชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) หรือรางวัลกสิกรรม ประเพณีแหล่งท่องเที่ยว สาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ ซึ่งเป็นชุมชนที่มีแหล่งวัดคู่บ้านคู่เมืองในท้องถิ่น โดยชุมชนท้องถิ่นหรือร้านอาหารในชุมชนท้องถิ่นสามารถนำวัตถุดิบในชุมชนมารังสรรค์ประกอบเป็นอาหารคาว หรือ อาหารหวาน ให้เป็นเมนูเด็ดของท้องถิ่น อันเป็นการสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน แล้วสามารถนำเสนอโดยการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว หรือเป็นชุมชนที่มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น เช่น สาธิตวิธีการทำอาหารท้องถิ่น รับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น



965111980

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ตอนที่ 2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และวิธีการให้คะแนน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ตอนที่ 4 เทคนิคเดลฟายแบบ Real Time (RT-Delphi) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- ตอนที่ 5 กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไขว่คว้ามองหาประสบการณ์ที่แตกต่างมากขึ้น ซึ่งเกิดจากแนวคิดที่ว่าอาหารประจำท้องถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญมากที่สุดในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ (Herrera, Herranz & Arilla, 2012; Chen, 2013) นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร เช่น แหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร งานแสดงอาหาร ตลาดการเกษตร งานแสดงการประกอบอาหาร กิจกรรมชิมอาหาร เป็นต้น (Hall et al., 2003) คุณค่าของอาหารเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อสุขภาพของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก โดย Santich (1996) ได้กล่าวว่าแนวคิดเกี่ยวกับอาหารต่อสุขภาพของผู้บริโภคโดยครอบคลุมนั้นจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ครอบคลุมตั้งแต่วิธีการผลิต การดูแลการจัดเก็บ การขนส่ง การแปรรูป การปรุงและตกแต่ง วิธีการรับประทาน สารอาหาร การย่อยอาหาร ผลกระทบต่อร่างกาย ตัวเลือกอาหาร และขนบธรรมเนียมประเพณีในการรับประทานอาหาร นอกจากนี้คุณค่าทางโภชนาการแล้ว การศึกษาองค์ประกอบของอาหารในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวทางสังคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของ

มนุษย์ สามารถครอบคลุมถึงสังคมวิทยา ภูมิศาสตร์ เกษตรกรรม การท่องเที่ยว การจัดการ เศรษฐศาสตร์การเมือง นโยบาย ประวัติศาสตร์ จิตวิทยา การสื่อสาร สถาปัตยกรรม และปรัชญา จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแนวคิดแบบสหวิทยาการที่สามารถเชื่อมโยงศาสตร์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน สะท้อนความรู้ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ผ่านการบริโภคอาหาร และไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว (Kesimoglu, 2015) หากอาหารท้องถิ่นในแต่ละงานจะสามารถบอกเล่าเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้แก่นักท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวก็จะสามารถสัมผัสถึงประสบการณ์การรับประทานอาหารที่ตราตรึงใจได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร การได้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการรับประทานอาหารด้วยความรื่นรมย์ ก่อให้เกิดความสนุกสนานได้ (Richards, 2003) ดังนั้น เมื่อนำศิลปะอาหารมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว จึงเป็นการออกแบบประสบการณ์ที่กว้างกว่าการรับรู้รสชาติของอาหารที่สามารถสะท้อนการเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ ในท้องถิ่น และถ่ายทอดเป็นประสบการณ์ในการบริโภคอาหารได้ (Kesimoglu, 2015)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทต่างประเทศ

จากการศึกษาทบทวนเอกสาร หนังสือ บทความ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เผยแพร่ในต่างประเทศ พบว่า มีการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นของนักวิชาการที่ให้ความสนใจกับการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยใหม่ ดังนี้

Hall and Mitchell. (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ได้ก่อให้เกิดแรงจูงใจในการที่จะไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ด้านอาหาร ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร หรือแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร และการเข้าร่วมการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร ซึ่งระดับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาษาอังกฤษได้แตกย่อยออกมาเป็น Gastronomic Tourism หรือ Culinary Tourism ซึ่งเป็นความหมายที่มองระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวในเรื่องอาหารเป็นภาพรวม มีความสนใจระดับปานกลาง ซึ่งอาจรวมถึงองค์ประกอบอื่นของแหล่งท่องเที่ยวด้วย เช่น วัฒนธรรมของท้องถิ่น แต่ถ้าคำว่า Cuisine Tourism หรือ Gourmet Tourism คือ การที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจในเรื่องของอาหารเฉพาะเจาะจง เช่น สนใจในเรื่องของอาหารประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น การเข้าร่วมอบรมการประกอบอาหารท้องถิ่น หรือการเข้าร่วมการทำกิจกรรมการประกอบ/ปรุงอาหารท้องถิ่น การร่วมรับประทานอาหารท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีการรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์/อัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ซึ่งในงานวิจัยนี้ให้ความสนใจด้านอาหารของนักท่องเที่ยวเป็นภาพรวม จึงใช้คำว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ Gastronomic Tourism

Urry (2002) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นการท่องเที่ยวในยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปัจจุบัน ลักษณะของ

นักท่องเที่ยวเชิงอาหารจัดเป็นนักท่องเที่ยวอนุรักษ์ในประเภทที่ต้องการความดั้งเดิม ความเรียบง่าย วัฒนธรรมและวิถีในการดำเนินชีวิต (Hall and Sharples, 2003; Buiatti, 2011; Park, Kim & Yeoman, 2019) ซึ่ง Ellisa et al. (2018) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งท่องเที่ยว หรือการเดินทางออกไปยังภูมิภาคที่ผลิตอาหาร เพื่อสำรวจเส้นทางอาหารที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม หรือการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลมาจากความสนใจในอาหารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างประสบการณ์ หรือการเรียนรู้ที่แปลกไปจากเดิมด้วยกิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ที่แสดงกระบวนการผลิตอาหาร ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงกระบวนการสุดท้าย งานเทศกาลอาหาร ร้านอาหาร ร่วมกับการสัมผัสกับรสชาติและคุณภาพของอาหารผ่านการทดลองชิมผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความคิดว่าอาหารและรสชาติของอาหารเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของประเทศ หรือท้องถิ่นที่สำคัญในการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ อีกทั้งยังมีความเห็นในทางเดียวกันว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมานุษยวิทยาทางด้านวัฒนธรรม ด้านการศึกษาและความเข้าใจเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย และการจัดการท่องเที่ยวแบบนี้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน ดังนี้

1. แรงจูงใจ (Motivation) คือ การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม คุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของอาหารที่โดดเด่น การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสร้างความตื่นเต้น และการสร้างคุณค่าเชิงสุขภาพให้แก่นักท่องเที่ยว
2. วัฒนธรรม (Culture) คือ คุณลักษณะที่ปรากฏ รสชาติ ปริมาณการใช้ประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
3. ความแท้ดั้งเดิมของอาหาร (Authenticity) คือ การเชื่อมโยงที่หลากหลายระหว่างสถานที่ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และรสชาติ สำหรับมุมมองของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากรายละเอียดของความเป็นมา/ที่มา สถานที่ และประวัติผู้สร้างสรรค์รายการอาหาร
4. การจัดการและการตลาด (Management and Marketing) คือ การแสดงถึงความน่าเชื่อถือของสถานที่ การสร้างภาพลักษณ์ วิธีการนำเสนอ แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภค
5. การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนของพื้นที่ท่องเที่ยว (Destination Orientation) เช่น การแสดงให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร และอาหารของแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน

Boniface et al. (2003) ได้กล่าวไว้ว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้ใช้อาหารและเครื่องดื่มมาสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ และขยายตลาดออกไปให้มากยิ่งขึ้น แม้ว่าจะยังไม่รู้ถึงพฤติกรรมการซื้ออาหารและเครื่องดื่ม หรือบทบาทต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยรวม

Cohen and Avieli (2004) กล่าวว่า Culinary Tourism เป็นวิธีการที่จะทำให้อาหารท้องถิ่นโดดเด่น และเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายนั้น ควรที่จะได้รับการส่งเสริมกับการท่องเที่ยวเป็น “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ในการจัดการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวบางครั้งอาหารท้องถิ่นอาจได้รับการดัดแปลงเพื่อให้ถูกปากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และในขณะเดียวกันสามารถเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยท้องถิ่นนั้น ๆ อาจได้รับอิทธิพลอาหารของนักท่องเที่ยวและปรับเข้ากับวัฒนธรรม หรือรสชาติของท้องถิ่นได้เช่นกัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

Wolf (2004) กล่าวว่า Culinary Tourism คือ เป้าหมายต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวที่จะค้นหา เพื่อให้ได้รับประสบการณ์ที่มีความสุขกับการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่เฉพาะหรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

Du Rand, Heath, and Alberts (2003) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นรูปแบบทางเลือกของการท่องเที่ยวที่เป็นผลมาจากการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว และเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ และลิ้มรสชาติของอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม

Ignatov and Smith (2006) กล่าวถึง Culinary Tourism ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการซื้อ การบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม การสังเกตและการศึกษาที่เกี่ยวกับการประกอบอาหาร รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

Smith, MacLeod, and Robertson (2010) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากแรงจูงใจในเรื่องที่เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น รวมถึงการได้ลิ้มรสอาหารและเครื่องดื่ม ได้การเรียนรู้กระบวนการผลิตอาหาร ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร หรือได้เรียนรู้วิธีการปรุงอาหาร เป็นต้น

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทประเทศไทย

จากการศึกษาเอกสาร บทความและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่า นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้เริ่มให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้นที่นักวิชาการเริ่มให้ความสนใจต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้

ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร (2555) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือแรงจูงใจอันเกี่ยวกับอาหาร เพื่อเป็นการสัมผัส หรือแสวงหาความรู้ และเก็บเกี่ยวประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมอาหารในแต่ละพื้นที่ควบคู่กับการท่องเที่ยวที่มีความบันเทิงและกิจกรรมสันทนาการ อันก่อให้เกิดจากประสบการณ์การรับประทานอาหาร หรือกิจกรรมที่สัมพันธ์กับอาหาร เฉพาะที่ได้ที่

หนึ่ง การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างอาหารกับธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดี และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เพื่อเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2559) และเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉวี (2561) ได้กล่าวถึง ตัวอย่างกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร ซึ่งทำให้ได้รับประสบการณ์เฉพาะด้านอาหาร เช่น สถานที่เกี่ยวกับการผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์เรียบง่ายทาง วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น อีกทั้ง ญาดา ชอบทำดี และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ได้ กล่าวถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ และ ความเพลิดเพลินระหว่างการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละท้องถิ่น และยังเป็นการ ท่องเที่ยวที่สามารถส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญา รวมถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ด้านอาหารของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข (2560) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยว เชิงอาหารเป็นกิจกรรมที่สามารถแสดงออกถึงภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมในการบริโภคอาหาร ซึ่งเกิด จากความแตกต่างในแต่ละภูมิภาคทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณี รวมถึง ชาติพันธุ์ และศาสนาของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น อันก่อให้เกิดอาชีพและระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่น และเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้แก่คนในท้องถิ่นด้วยการอาศัยทรัพยากรและวัฒนธรรม ที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ สู่การจัดกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง ณนันท แดงสังวาลย์ และประสพชัย พสุพนธ์ (2563) ได้กล่าวถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยที่มีความโดดเด่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบสตรีทฟู้ด การท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบเทศกาลอาหาร และการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น นอกจากนี้ ราณี อิตติชัยกุล (2557) ได้กล่าวถึง ความหมายของการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมาย หรือแรงจูงใจเพื่อประกอบกิจกรรม และมีประสบการณ์หรือลิ้มลองเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจทำกิจกรรมอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย

จากความหมายการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทต่างประเทศและประเทศไทยของ นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปความหมายได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทของต่างประเทศ หมายถึง การท่องเที่ยว หรือการทำ กิจกรรมที่ก่อให้เกิดแรงจูงใจ เช่น การเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปวัฒนธรรมด้านอาหารที่มีอยู่ในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความเชื่อว่า “อาหาร” สามารถสะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทของประเทศไทย หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมาย หรือ การเกิดแรงจูงใจที่จะหาประสบการณ์ใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ด้านอาหารและเครื่องดื่มของ

นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางเพื่อพักผ่อน โดยได้เกิดแรงจูงใจในการมาเยือนที่มาจากลักษณะของอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ของท้องถิ่น และการแสดงออกถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับความหมายโดยรวมนั้น อาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีเป้าหมาย หรือแรงจูงใจที่จะหาประสบการณ์ใหม่ด้วยการลงมือทำกิจกรรมเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ คือ การสัมผัส (เช่น ได้รับประทานอาหารเพื่อสัมผัสเนื้ออาหาร) การมองเห็น (เช่น ได้เห็นหน้าตาอาหาร/การจัดแต่งอาหาร) การได้ยิน (เช่น ได้ยินเสียงการประกอบอาหาร) กลิ่น (เช่น ได้กลิ่นอาหาร) รสสัมผัส (เช่น ได้รับสัมผัสถึงรสชาติของอาหาร) โดยมีอาหารเป็นเครื่องมือที่สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างทรัพยากรทางธรรมชาติ เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในแต่ละพื้นที่ในแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกัน การให้บริการ และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ ซึ่งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2559) ได้อธิบายถึงสาเหตุและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยว่า ประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก คือ 1) ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) หมายถึง ความต้องการที่จะเติมเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร 2) การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) หมายถึง ความต้องการที่จะเรียนรู้อย่างลึกซึ้งกับรากเหง้าของอาหารในชุมชนที่ซึ่งสามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร 3) ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity) หมายถึง ความต้องการที่จะหาความรู้และค้นพบสิ่งใหม่เพื่อป้องกันการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่ 4) การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) หมายถึง ความต้องการแสดงความแตกต่างความโดดเด่นและความเป็นตัวตน และ 5) ความกังวลใจ (Anxiety) หมายถึง ความต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการท่องเที่ยวและหลีกเลี่ยงชีวิตประจำวันด้วยการรับประทานอาหารพื้นเมือง อาหารประจำท้องถิ่น หรืออาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่มีรับประทานเป็นประจำ

ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในบริบทต่างประเทศและบริบทของประเทศไทย พบว่า นักวิชาการ นักวิจัย และองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้มีการกล่าวถึง ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวกับการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถอธิบายการจัดแบ่งได้ 2 ลักษณะดังนี้

1. การจัดแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร สามารถแบ่งได้ 2 ประเภท (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2556) ดังนี้

1) Gastronomic Tourism or Culinary Tourism หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเพื่อสำรวจ หรือเข้าร่วมสัมผัสวิถีการรับประทานอาหาร (Foodway) ที่มีระดับความสนใจด้านอาหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยความสนใจดังกล่าวจะเป็นการเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น เนื่องจากอาหารในแต่ละท้องถิ่นนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งอาจจะรวมถึงความสนใจในองค์ประกอบอื่น ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรมในท้องถิ่น หรืออื่นๆ ร่วมด้วย

2) Cuisine Tourism or Gourmet Tourism หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเพื่อสำรวจ หรือเข้าร่วมสัมผัสวิถีการรับประทานอาหารที่มีระดับความสนใจด้านอาหารมากเป็นพิเศษ หรือเจาะจงอาหารอย่างใดอย่างหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมา

2. การจัดแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามลักษณะกิจกรรมการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ หรือกิจกรรมนันทนาการ ซึ่งในประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่น จำนวน 3 ประเภท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ดังนี้

1) การท่องเที่ยวชิมอาหาร (Food Tours) คือ การจัดการท่องเที่ยวรูปแบบแพ็คเกจทัวร์ (Package Tours) ให้นักท่องเที่ยวได้เลือก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสรสชาติอาหารท้องถิ่น เรียนรู้ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และการประกอบอาหารของพื้นที่ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและเครื่องดื่มเป็นผู้ให้ข้อมูล

2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารรูปแบบเทศกาลอาหาร (Food Festival) คือ เทศกาลอาหารที่จัดขึ้นในแต่ละพื้นที่ โดยทั่วไปนิยมจัดกิจกรรมปีละครั้งหรือมากกว่า เทศกาลอาหารส่วนใหญ่จะกำหนดแนวคิดหลักด้วยการใช้อาหาร วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น หรือประเภทของอาหารในท้องถิ่น มาจัดแสดงและจำหน่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนในชุมชนได้เข้าร่วมทำกิจกรรม หรือจัดขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิต

3) การเรียนทำอาหาร (Cooking Vacation) เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อศึกษาเรียนรู้ถึงวิธีการทำอาหารของชุมชนในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมประเภทนี้ส่วนมากจะมีความสนใจในอาหารท้องถิ่น และมีความต้องการที่จะเรียนรู้พร้อมทั้งปรุงอาหารเหล่านั้นด้วยตนเอง

สรุปได้ว่า การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยเป็นการจัดแบ่งตามแรงจูงใจในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว และการรับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งประกอบไปด้วยวัตถุดิบ อาหาร รวมถึงวัฒนธรรมที่สืบทอดต่อกันมาในท้องถิ่น และกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยของ ภัทรพร พันธุ์ (2558) พบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย สามารถใช้แนวคิดระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์มาเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างกิจกรรมมีตัวอย่าง จำนวน 7 กิจกรรม เช่น 1) การนำชมแหล่งท่องเที่ยวทางอาหาร 2) การเสนอให้ชิม/

รับประทานอาหาร 3) การทดลองทำอาหารของนักท่องเที่ยว 4) การให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร 5) การนำเสนอเรื่องราวความรู้เกี่ยวกับอาหาร 6) การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น เช่น การเรียนทำอาหารไทยในโรงเรียนสอนทำอาหาร ภัตตาคาร หรือร้านอาหาร และ 7) การสร้างความประทับใจอื่น ๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การพานักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมศูนย์หัตถกรรม หรือศูนย์ OTOP ของท้องถิ่นระหว่างการเดินทางประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น (Local Food Destination Image)

วิวัฒน์ จันทรกึ่งทอง (2557) กล่าวว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว (Destination Image) เป็นภาพที่เกิดขึ้นภายในใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวในสถานที่/แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรง หรือเกิดจากการได้ยินผู้อื่นเล่าเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับมุมมอง ความคิดเห็น ความเชื่อและความประทับใจ ลักษณะภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ภาพลักษณ์ด้านองค์กร 2) ภาพลักษณ์ด้านสินค้าและบริการ และ 3) ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในเดินทางมาเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่อดีต ปัจจุบัน รวมถึงอนาคต และยังเป็นสิ่งที่อาจกำหนดการแสดงผลการดำเนินงานของนักท่องเที่ยวไม่ว่าเชิงบวกและเชิงลบของแต่ละคน แต่การแสดงผลภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมความพร้อมได้ก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวพบกับประสบการณ์ที่เป็นภาพประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ภาพที่ปรากฏนั้นจะเป็นภาพในใจที่ดีจนกลายเป็นภาพที่ฝังในความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่ยากจะเปลี่ยนแปลง

Zhang et al. (2014) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis เพื่อสังเคราะห์ผลงานวิจัยเชิงปริมาณที่ศึกษาปัญหาเดียวกันและหาข้อสรุปที่มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือต่อความหมายของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว พบว่า ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว คือ การรับรู้ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากกระบวนการด้านความรู้ ความเชื่อ ความเข้าใจ อารมณ์และการตัดสินใจไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอันมีผลต่อคุณลักษณะ และความประทับใจในสถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรับรู้ ลักษณะทางจิตวิทยา ประสบการณ์ สื่อ แรงจูงใจ ลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจ ระดับ การศึกษา และการตลาดท่องเที่ยว

เจริญชัย เอกมาไพศาล, วรุฒิ ปัญญาภู และวริศ เชาวนศิลป์ (2562) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทาง/แหล่งท่องเที่ยวที่เคยไปซ้ำอีกครั้ง ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของภาพลักษณ์ด้านอาหาร คือ

1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ หรือภาพลักษณ์เชิงความรู้ (Cognitive Image) เป็นภาพลักษณ์ที่รับรู้ได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ และ 2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากอารมณ์และความรู้สึก (Affective Image) คือ อารมณ์ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่ออาหารของจุดหมายปลายทาง/แหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผลการศึกษาดังกล่าว ยังแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยในยุคปัจจุบันว่า ประกอบด้วย 1) อาหารกับวัฒนธรรม หมายถึง อาหารแต่ละจาน สามารถรวบรวมเรื่องราวของภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมการรับประทาน วิธีการนำเสนออาหาร การสร้างสรรค์ให้เกิดการลิ้มรสอาหาร และ 2) ความหลากหลายของรสชาติอาหารที่จะนึกถึงว่าอาหารไทยมีรสชาติจัดจ้าน เผ็ดร้อน รวมถึงเอกลักษณ์อันโดดเด่นของอาหารที่แปลกไปจากอาหารในชาติของตนเอง

เสาวภา ศักยพันธ์ (2548) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่น (Local Food) เป็นอาหารที่มีเฉพาะในท้องถิ่น และเป็นเอกลักษณ์ของอาหารที่นิยมรับประทานกันในกลุ่มคนแต่ละกลุ่ม ที่สามารถปรุงขึ้นจากวัตถุดิบที่หาได้ง่ายภายในท้องถิ่น หรือจากบริเวณใกล้เคียง ทุ่นบ้าน หรือจากไร่และท้องทุ่งนา รวมถึงเป็นอาหารที่มีการรับประทานในท้องถิ่นมานานและมีการสืบทอดต่อ ๆ กันมาจวบจนปัจจุบัน อาหารท้องถิ่นในแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ชนิดของพืชพันธุ์ และเนื้อสัตว์ต่าง ๆ รวมถึงประสบการณ์จากการลองผิดลองถูกในการประกอบอาหารและรสนิยมในการบริโภค

บุษบา ทองอุปการ (2561) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นยังเป็นอาหารที่เกิดจากภูมิปัญญาจากการใช้ทรัพยากรอาหารของคนในชุมชน ซึ่งเกิดจากการปรับตัว การได้องค์ความรู้ รวมถึงการได้รับวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามาผสมผสาน และปรับเป็นองค์ความรู้เฉพาะท้องถิ่น เพื่อดำรงชีพและสร้างความสะดวกสบายให้กับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ซึ่งความสามารถในการจัดการความหลากหลายของทรัพยากรอาหารที่มีอยู่ในชุมชนจะมีความเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรอาหาร 2 ด้าน คือ 1) ด้านภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรอาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น อาหารจากพืชพื้นบ้านที่มาจากความสมบูรณ์ของทรัพยากรในท้องถิ่น และ 2) ด้านภูมิปัญญาในการใช้ทรัพยากรอาหารต่างท้องถิ่น คือ การดัดแปลงวัตถุดิบต่างท้องถิ่นผสมผสานเข้ากับวัตถุดิบพื้นบ้าน จนกลายเป็นอาหารถูกปากและเหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ผ่านการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จนเกิดเป็นภูมิปัญญาที่มีความเชื่อมโยงและผสมกลมกลืนสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ชุมชน

Stepchenkova and Mills (2010) กล่าวว่า การกำหนดลักษณะภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นสหวิทยา เนื่องจากเป็นการประเมินจากมุมมองและความคิดเห็นส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจาก 3 มิติ คือ การประเมินคุณลักษณะแบบองค์รวม (Attribute-Holistic) การประเมินคุณประโยชน์ทางจิตวิทยา (Functional- Psychological) และการประเมินคุณลักษณะพื้นฐานโดยรวม (Common-Unique)

Tasci & Gartner (2007) กล่าวถึง ผลกระทบเชิงบวกของการจัดการภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวมจะส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ 1) ก่อนการท่องเที่ยว เช่น การเกิดโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การวางแผนทางการเงิน และความเต็มใจในการมาเยือน 2) ระหว่างการท่องเที่ยว เช่น การรับรู้ระดับความเพลินเพลินจากกิจกรรมที่เกิดขึ้น และ 3) หลังการท่องเที่ยว เช่น การประเมินสถานที่ท่องเที่ยว การบอกต่อสู่บุคคลที่รู้จัก ความตั้งใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และการวางแผนระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยว

Almeida-García et al. (2020) กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อการรับรู้และการประเมินภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการตัดสินใจมาเยือน คือ การจัดให้มีแหล่งของข้อมูลเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและแรงจูงใจที่กระตุ้นความรู้สึกแก่นักท่องเที่ยว และ Villamediana-Pedrosa et al. (2020) ได้ยกตัวอย่าง เช่น ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่หลากหลาย

Hsu and Scott (2020) กล่าวถึง โอกาสที่เกิดขึ้นหลังจากการแสดงด้านภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวว่า มีความสำคัญในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อมีการได้รับรู้ข้อมูลใหม่อยู่เสมอ

จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดความรู้สึก ความรู้ และความทรงจำ หรือการเกิดเป็นภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น การให้บริการที่เป็นเลิศ คุณค่าการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นและคนในชุมชน สถานที่และสภาพแวดล้อม ดังนี้

ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น (Authenticity of Local Food)

Björk and Kauppinen-Räsänen (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Local food: a source for destination attraction และ Lai, Wang, and Khoo-Lattimore (2019) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง Food and cuisine image in destination branding: Toward a conceptual model พบว่า นักท่องเที่ยวเชิงอาหารส่วนมาก จะมีพฤติกรรมการกลัวอาหารใหม่และความคาดหวังการบริการที่นำไปสู่ประสบการณ์อาหารท้องถิ่น และที่ส่งผลต่อความตั้งใจไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ความแท้ดั้งเดิมของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และการปรุงอาหาร และการรับประทานอาหารแบบครอบครัวหรือที่บ้าน

Coughlan and Hattingh (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Local is lekker! The Search for an Appropriate Food Identity for the Free State Province, South Africa และได้อธิบายถึง

องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการกำหนดอัตลักษณ์ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นเพื่อขยายตลาดและสร้างการรับรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น โดยประกอบด้วย 1) ประวัติและมรดกทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ซึ่งสามารถศึกษาได้จากหนังสือประวัติศาสตร์ และการสัมภาษณ์กับนักประวัติศาสตร์ด้านอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ 2) อาหารและเครื่องดื่มที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น และ 3) ทักษะ หรือความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย

Madaleno, Eusébio, and Varum (2017); Madaleno, Eusébio, and Varum (2018) กล่าวถึง สิ่งที่ช่วยสร้างการรับรู้ความดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นภายในแหล่งท่องเที่ยว คือ การรับรู้ทางประสาทสัมผัสของอาหารท้องถิ่นด้านรสชาติ (Taste) ลักษณะปรากฏของอาหารท้องถิ่นที่น่าสนใจ (Appearance) และความแท้ดั้งเดิมของอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (Authenticity) ของท้องถิ่นอย่างชัดเจน สำหรับประเทศที่ไม่มีอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่ชัดเจน Gordin and Trabskaya (2016) พบว่า แนวทางในการสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นของเมืองเซนต์ปีเตอส์เบิร์ก (St. Petersburg) ว่าควรเป็นการสร้างการรับรู้ด้วยพื้นฐานของมรดกทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ครอบคลุมช่วงเวลาของการพัฒนาเมือง ส่วนประกอบที่ใช้ประกอบอาหารที่มีอยู่บนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมการบริโภคอาหารและศิลปะการประกอบอาหารที่ถ่ายทอดจากอดีต

Castillo-Villar (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Destination image restoration through local gastronomy: the rise of Baja Med cuisine in Tijuana พบว่า กลยุทธ์สำหรับแก้ปัญหาภาพลักษณ์การท่องเที่ยว กรณีเมืองติฮัวนา (Tijuana) คือ การใช้วัฒนธรรมการปรุงอาหารบายาเมด (Baja Med Cuisine) ที่มีการแสดงถึงแหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ของอาหาร (Geographical Origin) และอิทธิพลทางวัฒนธรรม (Cultural Influences) ที่เกิดจากวัฒนธรรม การปรุงอาหารและการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

Amore and Roy (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Blending foodscapes and urban touristscapes: international tourism and city marketing in Indian cities พบว่า ความสำเร็จจากการค้นหาอัตลักษณ์ความแท้ดั้งเดิมของเมืองท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น เพื่อเป็นภาพลักษณ์ส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศอินเดียที่ได้รับความนิยม ทั้งจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น กรุงนิวเดลี ที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมการประกอบอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากราชวงศ์โมกุล (Mughal) เมืองมุมไบ กับการจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นและอาหารออร์แกนิก เมืองมุมไบ มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นริมทาง (Street-Food) ควบคู่กับการเรียนรู้ประสบการณ์ทางศิลปะและเมืองอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงของประเทศ (Bollywood) เมืองโกลกาตาเป็นเมืองที่มีความเป็นสากลเหมาะสำหรับนักชิม

อาหารที่ต้องการการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเบงกาลี (Bengali Cuisine) ที่มีวัฒนธรรมการประกอบอาหารด้วยเครื่องเทศเป็นหลัก

Prasiasa, Kurniady, and Sutono (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Interpreting Local Cuisine as a Tourist Attraction Klungkung City พบว่า นอกจากปัจจัยทางด้านอัตลักษณ์ความแท้ดั้งเดิมของเมือง และวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นแล้ว การเลือกรายการอาหารที่สามารถแสดงถึงความแท้ดั้งเดิม และความหลากหลายของวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารท้องถิ่น จะสามารถสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ความแท้ดั้งเดิมทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศให้เข้ามาใช้บริการได้

Jiménez- Barreto et al. (2020) กล่าวถึง การรับรู้ภาพลักษณ์ความแท้ดั้งเดิมทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นในการเข้าไปใช้บริการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากความแท้ดั้งเดิมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่อธิบายได้ถึงความเป็นวัฒนธรรมทางสังคม ซึ่งทำให้เกิดความเข้าใจในตนเองของนักท่องเที่ยวที่ได้จากการสัมผัสกับความรู้สึกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น ซึ่ง Sidali and Hemmerling (2014) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Developing an authenticity model of traditional food specialties: Does the self-concept of consumers matter? พบว่า ความตั้งใจที่จะรับประทานอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นที่เกิดจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล 2 ส่วน คือ 1) การรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นจากความรู้สึกภายในผู้บริโภค (Subjective Authenticity of Traditional Food) เกิดจากความรู้สึก หรือคุณลักษณะส่วนบุคคลที่หลงใหล และมุ่งมั่นต่อสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และ 2) การรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นบนพื้นฐานของจุดมุ่งหมายส่วนบุคคล (Object based Authenticity of Traditional Food) ซึ่งเป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับคุณสมบัติหรืออัตลักษณ์ที่แท้จริงของอาหารท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวและการคำนึงถึงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความพิเศษของผลิตภัณฑ์ เช่น วิธีการผลิตหรือการใช้ตำรับตำราอาหารแบบดั้งเดิมที่ถ่ายทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษ เพื่อประสิทธิภาพการรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารที่ดี แหล่งท่องเที่ยวยังควรมีการแสดงป้ายเพื่อกำกับคุณภาพหรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หรืออื่น ๆ ซึ่งการแสดงป้ายเพื่อกำกับคุณภาพดังกล่าวยังส่งผลต่อการรับรู้อัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์ของเมือง หรือท้องถิ่นและความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อตรวจสอบแหล่งที่มาของอาหารได้

Fang and Zeng (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง It looks pretty from a distance? The role of familiarity in food perceived authenticity พบว่า การรับรู้ประสบการณ์ความแท้ดั้งเดิมของ

อาหารที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความมุ่งมั่นในการบริโภคอาหาร โดยมีปัจจัยด้านความคุ้นเคยส่วนตัวของผู้บริโภคที่ไม่ชอบบริโภคอาหารสมัยใหม่ หรือกลัวการบริโภคของใหม่ (Neophobia) และปัจจัยด้านประสบการณ์ความคุ้นเคยเกี่ยวกับอาหาร (Experiential Familiarity) ที่ส่งผลทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับ อาหารสูง คาดหวังความแท้จริงเดิมของอาหารในเชิงบวกและเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นได้มากกว่าผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ด้านอาหารที่ต่ำ และเมื่อมีปัจจัยความคุ้นเคยด้านข้อมูลของอาหาร (Informational Familiarity) พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่มีความคุ้นเคยด้านข้อมูลของอาหารจะมีความตั้งใจที่จะบริโภคอาหารท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มผู้บริโภคที่ไม่มีความคุ้นเคยด้านข้อมูล

Hjalager (2003) กล่าวถึง นักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยกล่าวว่าสามารถแบ่งออกเป็น 4 พวกที่สำคัญ คือ Recreational, Diversionary, Existential และ Experimental โดยสามารถสรุปได้ว่า พวก Recreational และ Diversionary Gastronomy Tourist นั้นคือนักท่องเที่ยวพวกไม่ชอบความสงบ ไม่ชอบลองรับประทานอาหารที่ไม่คุ้นเคย ในขณะที่ Existential และ Experimental Gastronomy Tourist คือ นักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชอบลอง ชอบอาหารแปลก ๆ หรือประสบการณ์การรับประทานอาหารแบบใหม่ ๆ อีกทั้งยังกล่าวว่า นักท่องเที่ยวนั้นมีเจตคติและความชอบที่แตกต่างกันในเรื่องของการอาหารว่ามีความชอบหรือไม่ชอบในทิศทางของ Neophobic และ Neophilic ว่าพวก Neophobic คือ พวกที่ไม่ชอบอาหารแปลกไม่คุ้นเคย ในขณะที่พวก Neophilic กลับชอบอาหารแปลก ๆ นักวิชาการ กล่าวว่า ลักษณะดังกล่าวมาจากความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน

Kim, Badu-Baiden, Oh, and Kim (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Effects of African local food consumption experiences on post-tasting behavior พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีประสบการณ์ในการบริโภคอาหารท้องถิ่นที่ดี ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านการรับรู้ความแท้จริงเดิมของอาหาร 2) ด้านการขัดเกลาทางสังคมและการโอ้อวด 3) ด้านคุณภาพของร้านอาหารท้องถิ่น 4) ด้านการเรียนรู้ด้วยวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และ 5) ด้านความหลากหลายของเมนูอาหารและคุณภาพอาหาร โดยผลการวิเคราะห์อิทธิพลของประสบการณ์การบริโภคอาหารท้องถิ่นต่อความขึ้นชอบการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นและความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ประสบการณ์ ความหลากหลายของเมนูอาหารและคุณภาพของอาหาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความขึ้นชอบการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น และประสบการณ์ความหลากหลายของเมนูอาหารยังส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

จากแนวคิดของนักวิชาการข้างต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ความแท้จริงเดิมของอาหารท้องถิ่นเป็นปัจจัยการตอบสนองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่แสดงให้เห็นถึงอาหารท้องถิ่นและวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรใน

ท้องถิ่น โดยความต้องการในการแสวงหาประสบการณ์ และการคาดหวังจากประสบการณ์ความแท้ดั้งเดิมที่ส่งผลต่อความมุ่งมั่นในการเดินทางเข้าไปใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเกิดจากพฤติกรรมส่วนบุคคล จากการรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นที่มาจากความรู้สึกภายในส่วนบุคคลควบคู่กับการรับรู้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นจากพื้นฐานของจุดมุ่งหมายส่วนบุคคล และจากผลการศึกษาในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า การใช้ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่น สามารถนำมาใช้ในการออกแบบกิจกรรมเพื่อเป็นประสบการณ์และความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่น่าจดจำและยังส่งผลต่อพฤติกรรมความมุ่งมั่นที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น (Food Quality & Safety)

Prasiasa, Kurniady, and Sutono (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Interpreting Local Cuisine as a Tourist Attraction Klungkung City พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางรสนิยมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันจะมีความสนใจด้านปริมาณพลังงาน และสารอาหารต่อหน่วยบริโภคมากขึ้น ดังนั้นการพัฒนาอาหารท้องถิ่นและการแสดงข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ ถือเป็นปัจจัยส่งเสริมที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับการส่งเสริม การรับรู้ถึงภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นระดับภูมิภาค และมีพฤติกรรมการใช้จ่ายมากขึ้น

Garner and Ayala (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Regional tourism at the farmers' market: consumers' preferences for local food products และได้เสนอความคิดเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจำหน่ายอาหารท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกที่ปราศจากสารเคมี เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่ออาหารท้องถิ่นว่าเป็นอาหารที่ปราศจากสารเคมีและมีความปลอดภัย และ Lai, Khoo-Lattimore & Wang (2019); Castillo- Villar (2020) กล่าวว่า นอกจากประโยชน์ในเชิงของสุขภาพแล้ว การรับรู้ความปลอดภัยด้านสถานที่ และสภาพสิ่งแวดล้อม เช่น สภาพภายในร้านอาหาร ผู้ให้บริการ และคุณภาพอาหารที่ยังสดใหม่ ส่งผลต่อการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น ด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น (Cognitive Food Image: CFI) ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น

จากแนวคิดและผลการศึกษาข้างต้น สรุปได้ว่า คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่นส่งผลต่อการรับรู้และความเข้าใจต่อภาพลักษณ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ประกอบด้วย คุณภาพทางประสาทสัมผัสของอาหารท้องถิ่นทั้งด้านลักษณะปรากฏ ความสดใหม่ รสชาติของอาหารท้องถิ่น ความสะอาดปลอดภัยจากสารเคมี คุณค่าทางโภชนาการ และสรรพคุณของอาหารท้องถิ่นที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

การให้บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence)

Piramanayagam, Sud, and Seal. (2020) กล่าวว่า กระบวนการให้บริการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในปัจจุบัน จะมีมุ่งเน้นการให้บริการที่สร้างความรู้สึกและการกระตุ้นประสาทสัมผัสต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความเข้าใจ และความทรงจำของนักท่องเที่ยวผ่านการรับรู้ทางระบบประสาทสัมผัสการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้านประสบการณ์อาหารท้องถิ่นยังมีบทบาทสำคัญในการให้ประสบการณ์ที่น่าจดจำ และส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และจากการสำรวจผลการศึกษที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จด้านบริการที่ส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นที่ผ่านมา คือ ด้านกลยุทธ์การจัดการอาหารท้องถิ่นและการให้บริการสำหรับตลาดนักท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่มีความสนใจพิเศษ (Niche Market) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงบวกและประสบการณ์ การจดจำที่ดีของนักท่องเที่ยว ซึ่ง Lee, Kaipainen, and Väänänen (2020) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาการให้บริการด้วยการใช้เทคโนโลยีออกแบบประสบการณ์ท่องเที่ยวออนไลน์ เพื่อส่งเสริมความเพลิดเพลินระหว่างการบริโภคอาหารท้องถิ่นด้วยแอปพลิเคชันการแสดงสื่อ 3 มิติเสมือนจริงบนมือถือ (Mobile Augmented Reality: MAR) ที่เชื่อมโยงกับลักษณะความชอบทางอาหารส่วนบุคคล เช่น ความคุ้นเคยที่เกิดจากประสบการณ์ การทดลองชิม การเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น การค้นหาอาหารรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากการบริโภคในชีวิตประจำวัน และความบันเทิงที่เกิดจากอัตลักษณ์ของอาหารที่นักท่องเที่ยวไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

Mohamed et al. (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Marketing local food and cuisine culture online: a case study of DMO's websites in Egypt พบว่า การสร้างประสบการณ์และแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมเว็บไซต์ ประกอบด้วย การนำเสนอเรื่องราวภูมิหลังของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น และการรับประทาน เช่น การเตรียมวัตถุดิบ การปรุงและอาหารที่มีชื่อเสียง การประชาสัมพันธ์ รายละเอียดการติดต่อและโปรโมชั่นการตลาดของร้านอาหาร และคู่มือแนะนำร้านอาหาร

Björk and Kauppinen-Räsänen (2016) กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับชีวิตประจำวัน และเป็นความคิดสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว แต่ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ คือ การเข้ามาใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในเรื่องของลักษณะอาหาร กรรมวิธีการปรุง และรูปแบบการรับประทานอาหารที่มีลักษณะเฉพาะท้องถิ่น ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการให้บริการจึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

Castillo-Villar (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Destination image restoration through local gastronomy: the rise of Baja Med cuisine in Tijuana พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพ



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

พ่อครัวท้องถิ่นของสถานประกอบการ จำเป็นต้องส่งเสริมให้พ่อครัวมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารท้องถิ่น ด้วยการใช่วัตถุดิบท้องถิ่น ซึ่งกลยุทธ์นี้สามารถช่วยแก้ปัญหาการรับรู้ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นให้ดีขึ้นได้

Kühne et al. (2010); Kvam, Magnus and Stræte (2014); Mitgosoom and Ashton (2019); Kim et al. (2020), Rachão et al. (2019), Chaigasem and Tunming. (2020) ได้ศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของการให้บริการที่มีต่อการเกิดสุนทรียศาสตร์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น พบว่า การกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และการบริการที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ จะส่งผลต่อการรับรู้และความทรงจำภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น เช่น การสร้างสุนทรียศาสตร์ด้วยความหลากหลายของเมนูอาหารท้องถิ่น ความสะอาดและความปลอดภัย ความคุ้มค่าของราคาและหน้าตาของอาหาร การสื่อสารเรื่องราวคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารโดยผู้ปรุง และการแสดงเครื่องหมายรับรองความดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นที่เกิดจากการใช่วัตถุดิบในท้องถิ่นและกรรมวิธีการปรุงแบบแท้ดั้งเดิมหรือเป็นอาหารออร์แกนิกที่ปราศจากการใช้สารเคมีที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และทำให้เป็นการเกษตรที่ยั่งยืน รวมถึงการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการผลิตอาหารท้องถิ่น รวมถึงการต้อนรับอย่างอบอุ่นและเป็นกันเองจากคนในชุมชนจะส่งผลเช่นเดียวกัน

คุณค่าการเรียนรู้ (Learning Value)

Afshardoost and Eshaghi (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis พบว่า การแสดงภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวด้านความรู้และความเข้าใจที่มีภายในสถานที่ท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจไปเข้าไปใช้บริการของแหล่งท่องเที่ยว และส่งผลต่อความตั้งใจแนะนำต่อบุคคลอื่นสูงที่สุด และหากมีการใช้คำศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถที่จะสร้างการรับรู้ที่ดี ทั้งก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทางและหลังการเดินทาง

Jaworska (2017) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Metaphors we travel by: A corpus-assisted study of metaphors in promotional tourism discourse พบว่า มีกลุ่มคำศัพท์ที่สำคัญที่สามารถอธิบายอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดความรู้สึกต้องการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวผ่านระบบประสาทสัมผัสที่หลากหลาย ได้แก่ การมองเห็น การเกิดจินตนาการ และการทดสอบชิมที่จะนำไปสู่ความมุ่งมั่นที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลุ่มคำศัพท์ที่อธิบายประโยชน์ต่อร่างกาย กลุ่มคำศัพท์ที่อธิบายด้านคุณค่าจากธรรมชาติ กลุ่มคำศัพท์ที่อธิบายด้านสี กลุ่มคำศัพท์ที่อธิบายด้านรสชาติของอาหาร และกลุ่มคำศัพท์ที่อธิบายด้านศาสนา

Horng and Tsai (2012); Manhas, Manrai and Manrai (2016); Sthapit, Björk and Coudounaris (2017) ได้ศึกษาวิจัยด้านกลยุทธ์การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการเกิดประสบการณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษากล่าวถึง กลยุทธ์การจัดการแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการเกิดประสบการณ์การเรียนรู้ด้านข้อมูลของอาหารท้องถิ่น จนเป็นความรู้ใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของอาหารท้องถิ่นที่เกิดจากการรวมตัวหรือถูกสร้างสรรค์จากกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น มีการสร้างสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรม ประกอบด้วย อาหารท้องถิ่น หรือการจัดรูปแบบการเรียนรู้ด้วยการรับประทานอาหารท้องถิ่นที่ เชื่อมโยงกับการรับรู้อารมณ์ความรู้สึกที่ดีของนักท่องเที่ยวระหว่างการบริโภค และมีการแต่งกายของ พนักงานที่ให้บริการที่คงรูปแบบความแท้ดั้งเดิมของวัฒนธรรมท้องถิ่น

Björk and Kauppinen-Räsänen (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Local food: a source for destination attraction พบว่า อาหารท้องถิ่นที่ส่งผลต่อการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ภายใน แหล่งท่องเที่ยว โดยกล่าวว่า อาหารท้องถิ่น นอกจากจะ ใช้สำหรับตอบสนองความต้องการทาง ร่างกายของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังสามารถใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ใน การท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น ประกอบด้วย การรับรู้ว่าการรับประทาน อาหารเป็นกิจกรรมพักผ่อนที่มีส่วนทำให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหาร การรับรู้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารก่อนการเดินทาง จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น ครอบครัว รายการโทรทัศน์ และสื่อแนะนำข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแบบออนไลน์

Jiménez-Barreto et al. (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Destination brand authenticity: What an experiential simulacrum! A multigroup analysis of its antecedents and outcomes through official online platforms พบว่า การสร้างประสบการณ์เรียนรู้ที่ดีก่อนการ เดินทาง ด้วยการออกแบบแหล่งข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ จะสามารถตอบสนองการ เปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวได้ดี และ Lai, Wang and Khoo-Lattimore (2019) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง Food and cuisine image in destination branding: Toward a conceptual model พบว่า การส่งเสริมความเข้าใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นด้วยการประชาสัมพันธ์พ่อครัวและ ร้านอาหารท้องถิ่นผ่านสื่อจะสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารและกิจกรรมที่ เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น และจะส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น (Local Food Tourism Activities)

จากผลการศึกษาบทบาทของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่นที่ส่งผลต่อการรับรู้ ความรู้สึกนึกคิดของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น พบว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่น ส่งผลต่อการเกิดความรู้สึกสุนทริยภาพ การพักผ่อน และนันทนาการระหว่างการท่องเที่ยว โดยการ รับรู้ทางสุนทริยภาพการท่องเที่ยวนั้นเป็นความรู้สึกถึงคุณค่าที่ได้รับและความรู้สึกระหว่างการ ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลจนเกิดเป็นประสบการณ์ โดย Amore and Roy (2020) ได้

ศึกษาวิจัยเรื่อง Blending foodscapes and urban touristscapes: international tourism and city marketing in Indian cities พบว่า เครื่องมือที่ช่วยสร้างการเรียนรู้ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นที่ดี ควรมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เช่น การรับประทานอาหารท้องถิ่นที่ผสมผสานระหว่างศิลปะ วัฒนธรรมที่มาจากอัตลักษณ์ของเมือง หรือท้องถิ่น โดยการสร้างเมนูอาหารท้องถิ่นให้เชื่อมโยงกับการรับรู้ทางระบบประสาทสัมผัสที่หลากหลายทั้งในด้านกลิ่น และรสชาติของอาหารท้องถิ่น

Agapito (2020) ได้กล่าวถึงการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น และสถานการณ์ทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน คือ การใช้ความแตกต่างของศาสตร์ในการประกอบอาหารท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว จากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาวิถีชีวิตของคนในชุมชน และการพึ่งพาอาศัยกันด้วยการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเรียนรู้อาหารท้องถิ่นกับการสร้างความร่วมมือระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ผลิตอาหาร

Garner and Ayala (2019) ได้เสนอแนะว่า การจัดงานเทศกาลอาหารท้องถิ่นและการมีกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลายนั้น เป็นแนวทางกิจกรรมสร้างการเรียนรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ดี แต่การจัดกิจกรรมดังกล่าว ควรสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน และความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน

Castillo-Villar (2020) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ของการจัดงานเทศกาลอาหารท้องถิ่น หรืองานแสดงอาหาร สามารถทำให้เกิดความรู้สึกและสัมผัสได้ถึงการพักผ่อน หรือนันทนาการ และหากการจัดกิจกรรมมีการนำเสนอความมีชื่อเสียงของร้านอาหารและพ่อครัวในท้องถิ่น จะทำให้เกิดความรู้สึกและการรับรู้ได้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี และยังสามารถแก้ไขปัญหาการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงลบของแหล่งท่องเที่ยวด้วยอาหารท้องถิ่นได้

อาหารท้องถิ่นและคนในชุมชน (Local Food & People)

Björk and Kauppinen-Räsänen (2016); Afshardoost and Eshaghi (2020) ได้ทำการศึกษาวิจัยในบริบทของอาหารท้องถิ่นและคนในชุมชนกับการเกิดความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ได้กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นเป็นอาหารที่มีการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ภูมิภาค และเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงการสืบทอดทางด้านศิลปะ วัฒนธรรมการประกอบอาหารที่ใช้วัตถุดิบและทางภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

Csurgó and Megyesi (2015) กล่าวว่า บทบาทของภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น และกิจกรรมที่มีผลต่อภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชนและอัตลักษณ์ของแหล่ง

ท่องเที่ยวได้ แต่แนวทางที่สำคัญของการจัดการภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่หลากหลายให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวและสามารถสร้างความรู้สึกถึงแตกต่างด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ชัดเจน การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการภาคเกษตรกรรมกับรัฐบาลในท้องถิ่น และการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีลักษณะการพึ่งพิงของคนในชุมชนอย่างชัดเจน

สถานที่และสภาพแวดล้อม (Place and Environment)

Agapito (2020) ได้ศึกษาเรื่อง The senses in tourism design: A bibliometric review พบว่า การรับรู้อัตลักษณ์ความเป็นรูปธรรม การจัดการ และการแข่งขันทางการตลาด ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น เกิดจากการสัมผัสของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางปัญญาของการรับรู้และความทรงจำของนักท่องเที่ยว จำนวน 3 ส่วน คือ 1) ลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น 2) บุคคล และ 3) สถานที่และสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว จนเกิดเป็นประสบการณ์ที่แตกต่างกัน สำหรับแนวทางการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ทำให้เกิดการรับรู้ทางประสาทสัมผัสที่หลากหลาย และยังเป็นการสร้างความทรงจำและความประทับใจที่ดีของสถานที่ เช่น การสร้างการรับรู้ถึงการเดินทางและความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยการทำความเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวหรือให้คนเป็นศูนย์กลาง เช่น การก่อสร้างสถานที่ที่ให้ความรู้สึกปลอดภัย ความมั่นคง ความครบถ้วนของสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงของผู้มีข้อจำกัดทางร่างกาย ซึ่งควรแสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนอย่างยั่งยืนในรูปแบบที่หลากหลาย และภาพลักษณ์ด้านสถานที่และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น มีบทบาทต่อการรับรู้ถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว

Garner and Ayala (2019) กล่าวว่า การสร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในด้านอัตลักษณ์ของชุมชนที่เชื่อมโยงกับการติดต่อสื่อสารดำเนินการทำกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการอนุรักษ์งานฝีมือที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ทั้งในภูมิภาค และท้องถิ่นอื่น ๆ ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมท่องเที่ยว หรือบริโภคอาหารท้องถิ่น

จากการทบทวนวรรณกรรมและผลการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเกิดภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นที่ดี สามารถสรุปองค์ประกอบของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นในด้านภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ได้จากประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความแท้ดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นและคนในชุมชน สถานที่และสภาพแวดล้อม คุณภาพและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ

อาหารท้องถิ่น และภาพลักษณ์ที่เกิดจากอารมณ์และความรู้สึก คือ อารมณ์และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่ออาหารของจุดหมายปลายทาง/แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การให้บริการที่เป็นเลิศ และคุณค่าการเรียนรู้

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) ได้ระบุว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและความนิยมของคนในโลก ไม่ว่าจะเป็นความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ การเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมผู้สูงอายุ การที่นักท่องเที่ยวเน้นประสบการณ์ และให้ความสำคัญกับความรู้เชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้อุตสาหกรรมของการท่องเที่ยวในอนาคต มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไป และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ยังจะส่งผลกระทบต่อตลาดการท่องเที่ยวทั่วโลกด้วย ซึ่งสามารถแบ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวออกเป็น 13 กลุ่ม ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
2. การท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด (Sea Sun Sand Tourism)
3. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE)
4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
5. การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism)
6. การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism)
7. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)
8. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและความบันเทิง (Entertainment Tourism)
9. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism)
10. การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ (Ecotourism)
11. การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)
12. การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism)
13. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism)

Hall and Sharpels (2003) ให้คำจำกัดความของ Food Tourism ตามระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวไว้ว่า

1. Gourmet/Gastronomic Tourism คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง โดยมีแรงจูงใจเพื่อเยี่ยมชมร้านอาหาร ตลาดสด หรือ โรงผลิตไวน์โดยเฉพาะ และกิจกรรมของนักท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับอาหารเกือบทั้งหมด

2. Culinary Tourism คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจปานกลางในการเยี่ยมชมตลาดสดท้องถิ่น งานเทศกาลอาหาร หรือโรงผลิตไวน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด

3. Rural/Urban Tourism คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยให้ความสนใจในการเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่น เทศกาลอาหาร โรงผลิตไวน์ หรือร้านอาหาร แต่ที่ไปเพียงเพราะเป็นสิ่งที่แตกต่างกันไปในแต่ละสถานที่

4. ประเภทสุดท้าย คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้ให้ความสนใจ หรือไม่มีความสนใจในการเยี่ยมชมร้านอาหารเลย ที่ไปก็เพียงเพราะนักท่องเที่ยวต้องรับประทานอาหารเท่านั้น

กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารและแบบจำลองด้านประสบการณ์ของ

นักท่องเที่ยวกรณีศึกษา : ประเทศไอร์แลนด์

1. พื้นฐานของกรอบการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กรอบการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอาหารแห่งชาติกรณีศึกษา: ประเทศไอร์แลนด์ Failte Ireland (2010) ที่ได้อธิบายในเอกสารนี้ได้รับการพัฒนาตามแบบจำลองเชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Visitor Experiential Model) ดังต่อไปนี้

ตัวแบบจำลองหรือโมเดลนี้จะเกี่ยวกับการทำให้ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องอาหารในไอร์แลนด์ซึ่งเป็นที่ยู้งักกันในระดับสากลโดยเฉพาะใน 3 ด้าน คือ

1.1 คุณภาพและความคุ้มค่า

การสร้างเชื่อมั่นในเรื่องคุณภาพของอาหารและบริการต่อนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับทุก ๆ ร้านให้อยู่ในมาตรฐานที่สูงและแข่งขันด้านราคาได้ นอกจากนี้ คุณภาพที่นักท่องเที่ยวได้รับจากเทศกาล งานแสดงสินค้า และกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารก็มีความสำคัญอีกด้วย

1.2 การที่สามารถซื้อหาได้

การขยายจำนวนและความหลากหลายที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ทางด้านอาหารผ่านกิจกรรมที่ถูกขับเคลื่อนชุมชนเพื่อให้มั่นใจว่าได้มีการผสมผสานการให้บริการที่มีคุณภาพที่ดึงดูดใจ ซึ่งจะช่วยเพิ่มศักยภาพที่นักท่องเที่ยวจะทดลองรับประทานอาหารท้องถิ่น สิ่งนี้จะก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ และแนวทางที่จะทำการตลาดสินค้าท้องถิ่น

1.3 ความเป็นของแท้ดั้งเดิม

การสร้างเชื่อมั่นว่าประสบการณ์ทางอาหารที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจะให้รสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างในความเป็นไอริช จะสะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นจุดหมายปลายทางทางธรรมชาติว่ายังบริสุทธิ์ และเป็นมิตร

เพื่อช่วยให้บรรลุผล จึงต้องมุ่งเน้นกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 3 อย่าง ซึ่งจะใช้การวิจัยด้านความคาดหวังของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจ ส่งเสริมจุดแข็งของตราสินค้า/ผลิตภัณฑ์ และการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการขยายการสนับสนุนไปสู่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โมเดลหรือตัวแบบจำลองด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและกรอบการปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติจะให้ทิศทางที่ชัดเจนสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด และรูปแบบความร่วมมือที่จัดทำขึ้นเพื่อขึ้นนำการพัฒนานี้

จะยังคงดำเนินต่อไปเพื่อก่อให้เกิดการประสานงานที่เหนียวแน่นมากขึ้นและความสม่ำเสมอในปีต่อ ๆ ไป

ทั้งนี้ สามารถสรุปกรอบการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารแห่งชาติในปี ค.ศ. 2011 - 2013 และโครงสร้างกิจกรรมที่จัดขึ้นตามลำดับความสำคัญที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

2. แบบจำลองด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Visitor Experiential Model)

2.1 คุณภาพและความคุ้มค่า (Quality and Value)

2.2 การที่จะสามารถซื้อหาได้ (Availability)

2.3 ความเป็นของแท้ดั้งเดิม (Authenticity)

2.4 การวิจัย การวัด การเปรียบเทียบ (Research and Benchmarking)

2.5 การสนับสนุนธุรกิจและภาคส่วน (Business and Sector Support)

2.6 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ดีขึ้น (Enhanced Visitor Experience)

กรอบการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารแห่งชาติ

กรอบการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารแห่งชาติ ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการขยายความมุ่งมั่นของ Failte Ireland ในการพัฒนาจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวหลักมีความเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยรวมในด้านประสบการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เพื่อทำพันธสัญญาทางการตลาดและสนับสนุนความพยายามที่จะทำให้ไอร์แลนด์มีจุดยืนในเรื่องจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

นอกจากนี้กรอบการปฏิบัติงานยังมีศักยภาพเพื่อจะให้ผลตอบแทนที่จับต้องได้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น โอกาสที่ดีขึ้นสำหรับผู้ผลิต ประสบการณ์ของผู้บริโภคที่ดีขึ้นและการเติบโตโดยรวมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารในรายได้และการจ้างงาน เป็นต้น

การมีเอกลักษณ์และมีความแตกต่าง (Unique and Distinctive) เป็นการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นไอริชที่จะสะท้อนถึงภาพลักษณ์ในความเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงความบริสุทธิ์

การมุ่งเน้นผู้บริโภค (Consumer Focused) เป็นการทำความเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยว จะถือเอาความต้องการเหล่านั้นเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาทั้งหมด

ความเป็นท้องถิ่นและภูมิภาค (Local and Regional) เป็นการให้ประสบการณ์ทางอาหารอย่างแพร่หลายออกไปอย่างกว้างขวางจะทำให้เข้าถึงอาหารท้องถิ่น/ภูมิภาคได้

การรับประกันคุณภาพและความคุ้มค่า (Quality and Value Assured) เป็นการสื่อสารและการส่งเสริมด้วยคุณภาพและความคุ้มค่าตามคำมั่นสัญญา

ความสามารถในการทำกำไรและสร้างที่ยั่งยืน (Profitable and Sustainable) เป็นการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยให้เกิดการเจริญเติบโตในระยะยาว และมีความยั่งยืน

จากกรอบการปฏิบัติที่ถูกออกแบบตามหลักการดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับความแพร่หลาย ความดั้งเดิม คุณภาพและความคุ้มค่าในประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นและภูมิภาค ประสบการณ์ด้านอาหารเหล่านี้จะต้องตอบโจทย์เรื่องความคาดหวังของผู้บริโภค และสะท้อนถึงคุณภาพที่งานวิจัยได้แสดงให้เห็นอย่างต่อเนื่องว่าทำให้วันหยุดพักผ่อนในไอร์แลนด์มีความเป็นเอกลักษณ์ และได้ถูกขนานนามว่า วัฒนธรรม ผู้คน และสภาพแวดล้อมอันบริสุทธิ์ การเน้นย้ำอย่างมากในเรื่องการขยายประเภทและขอบเขตของประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ถูกกระตุ้นจากความคุ้มค่าสำหรับนักท่องเที่ยว ที่ซึ่งจะทำให้พวกเขาได้สัมผัสกับอาหารของไอร์แลนด์ ผู้คน และสถานที่

1. การตลาดและการส่งเสริมการตลาดที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น: การสร้างและสนับสนุนวิธีการที่มีอยู่ในการส่งเสริมการตลาดที่ชัดเจนและสม่ำเสมอจากนักท่องเที่ยวทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ โดยอ้างอิงถึงความหลากหลายของประสบการณ์อาหารที่มีอยู่

2. การพัฒนาชื่อเสียงของอาหารที่มีคุณภาพและความคุ้มค่า: ผลจากทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนที่ได้มาจากการปฏิบัติงานและผ่านการประสานงานกิจกรรมที่ดีขึ้นจะก่อให้เกิดผลสูงสุด

3. จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่เพิ่มขึ้น โดยผ่านการสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ดีขึ้น และจากการจัดหา การสนับสนุนเป้าหมายสำหรับผู้ดำเนินงานที่กำลังจัดการกับปัญหาต่าง ๆ เช่น ความสามารถในการแข่งขัน ความสามารถในการทำกำไร และการสร้างความยั่งยืน รวมถึงการช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงและคุ้มค่าแก่ผู้บริโภค

4. ความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น ซึ่งแม้ว่าจะไม่ได้รับผลตอบแทนในทันที แต่เป้าหมายที่ยิ่งใหญ่กว่าของตลาดทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบกับการส่งเสริมประสบการณ์ด้านอาหารที่น่าจดจำ จะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายใช้สอยในระยะยาว สิ่งเหล่านี้จะมีผลกระทบเชิงบวกต่อระดับการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมนี้ด้วย

วิสัยทัศน์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในไอร์แลนด์

กรอบการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องในฐานะที่ส่งเสริมประสบการณ์ทางอาหารที่น่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยวถูกชี้นำตามวิสัยทัศน์ใหม่ ดังนี้

“ไอร์แลนด์จะเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวในเรื่องประสบการณ์ทางอาหารท้องถิ่นและภูมิภาคด้านความแพร่หลายในการซื้อหา คุณภาพ และความคุ้มค่า ที่จะรำลึกถึงสัมผัสที่มีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม และความมีไมตรีจิต”

กิจกรรมและวัตถุประสงค์หลัก

การตระหนักถึงวิสัยทัศน์จำเป็นต้องมีความเป็นเจ้าของร่วมกันในการจัดการกับมาตรการประเภทต่าง ๆ ในกิจกรรม 5 ด้านที่จะทำหน้าที่เป็นจุดมุ่งเน้นเชิงยุทธศาสตร์สำหรับความพยายามใน

การพัฒนาทั้งหมด กิจกรรมเหล่านี้มุ่งมั่นที่จะตอบสนองต่อความท้าทายและโอกาสที่สำคัญที่ระบุได้จากการวิเคราะห์ SWOT ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ณ ปัจจุบัน

ตัวอย่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในต่างประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศเกาหลีใต้ (Gastronomy Tourism in Korea)

เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแถบเอเชียที่น่าสนใจ คงหนีไม่พ้นประเทศเกาหลีใต้ เพราะมีความโดดเด่นทั้งรสชาติ รูปลักษณ์ รูปแบบการนำเสนอ โดยผสมผสานเรื่องวัฒนธรรมไว้ได้อย่างลงตัว ทั้งยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำอาหารเกาหลี เพื่อเรียนรู้ขั้นตอนการทำ ตั้งแต่เริ่มต้นจนเสิร์ฟบนโต๊ะอาหาร

จัดทัวร์ท่องเที่ยวเชิงอาหาร

โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งพ่อครัว ดารา นักร้อง และนักแสดงเข้าร่วมส่งเสริมด้วย ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก เพราะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวทานอาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นของประเทศเกาหลีใต้ตามรอยคนดังจำนวนมากต่อปี นอกจากนี้ยังใช้รายการทีวีเข้ามาช่วยส่งเสริมอีกแรงก็ยิ่งทำให้อาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นของประเทศเกาหลีใต้ในหลายพื้นที่โด่งดังขึ้นมา

ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จ

ความพยายามของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พร้อมผลักดันกฎหมาย และจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบหลัก มีความร่วมมืออย่างเหนียวแน่นระหว่างภาครัฐและเอกชน ชูให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าส่งออก เน้นการสร้างตราสินค้าและการตลาด ซึ่งความเชี่ยวชาญในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศเกาหลีใต้อยู่ที่การบริหารประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experiential Management) ที่ให้ความสำคัญกับวิธีการบริหารประสบการณ์บนโต๊ะอาหาร เช่น การเสิร์ฟ การแต่งกาย จาน ชาม รวมไปถึงการประกอบอาหารที่เน้นความสวยงามตามรากเหง้าในอดีต

ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศเกาหลีใต้

เรียนรู้วิถีชีวิตคนเกาหลีใต้ผ่านตลาดโบราณควังจั้ง

ตลาดควังจั้ง เปิดมายาวนานกว่า 100 ปี เป็นตลาดที่มีความร่วมสมัยผสมผสานระหว่างความเก่ากับความใหม่ที่ลงตัว การไปเดินในตลาดจะเห็นภาพของวัฒนธรรมด้านการแต่งกาย ด้านอาหาร สิ่งแวดล้อม และประวัติศาสตร์ในช่วงเวลาหนึ่งของเกาหลี ระหว่างเดินชมตลาดก็จะเห็นพ่อค้าแม่ค้าทำกิจกรรมจัดเตรียมอาหาร ปิ้งอาหาร และค้าขายสิ่งต่าง ๆ รวมถึงการเดินทางมาของลูกค้า เพื่อมาเลือกซื้อสินค้า การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างพ่อค้าแม่ค้ากับลูกค้า กลายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของ Living Museum หรือพิพิธภัณฑ์มีชีวิต ถือเป็นการได้เห็นวัฒนธรรมด้านอาหารการกินของชาวเกาหลีอย่างใกล้ชิด พร้อมลองชิมอาหารขึ้นชื่อมากมาย เช่น ข้าวห่อสาหร่าย (คิมบับ-kimbub)

แพนเค้ก หรือพิซซ่าเกาหลี (พินแดต็อก-bindaetteok) ก๋วยเตี๋ยวเกาหลี (กุกชู-gugus) รวมถึงอาหารทะเลแบบสด ๆ แบบทอด แบบลวก เป็นต้น

เรียนรู้เมนูประจำชาติ อร่อยมีประโยชน์

ไก่ตุ๋นโสม หรือซัมเกทัง ของจีนชื่อดังแต่ยุคสมัยราชวงศ์โซซอนมีต้นตำรับมาจากในวัง เป็นหนึ่งในอาหารเกาหลีที่มีต้นตำรับอันยาวนาน มีลักษณะเป็นซूपต้มใส่ไก่ โดยจะยัดสมุนไพรชนิดต่าง ๆ เช่น ข้าวเหนียว พริกไทยแดง รากโสม เกล็ด พุทราจีน กระเทียม เข้าไปในตัวไก่ ทานพร้อมเครื่องเคียง อย่างเส้นบะหมี่ หรือเส้นขนมจีน

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศญี่ปุ่น (Gastronomy Tourism in Japan)

ประเทศญี่ปุ่นถือเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ควรค่าแก่การเดินทางไปแห่งหนึ่งของโลก เพราะนอกจากความหลากหลายของอาหารและรสชาติที่อร่อยแล้ว อาหารญี่ปุ่นยังมีศิลปะที่สวยงาม มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ และประเพณีการกินที่พิถีพิถันอีกด้วย

ในปี ค.ศ 2013 อาหารญี่ปุ่นดั้งเดิมได้รับการยอมรับจาก UNESCO ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ และอาหารญี่ปุ่นยังมีชื่อเสียงโด่งดังขึ้นเรื่อย ๆ ไม่เพียงแค่ซูชิ และราเมนเท่านั้น แต่ยังมีอาหารอื่น ๆ ที่นิยม เช่น ซาซุ ซาซุ ข้าวหน้าเนื้อ เป็นต้น ทั้งยังเริ่มที่จะได้รับความนิยมหน้าสถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดังในเรื่องอาหารอย่างอิตาลีและฝรั่งเศสด้วย

ตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในญี่ปุ่น

พบกับประสบการณ์ด้านอาหารการกินที่หลากหลายไม่รู้จบในญี่ปุ่น

ทานอาหารชุดแบบญี่ปุ่นที่เมืองเกียวโต

อาหารชุดของญี่ปุ่นจะเรียกว่า เคียวไคเซกิ (Kyokaiseki) ถือเป็นสุดยอดอาหารชั้นสูงของประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการยกย่องให้เป็นอาหาร ที่ปรุงขึ้นอย่างประณีตที่สุด โดยจะใช้วัตถุดิบสดใหม่ตามฤดูกาลและจัดวางอย่างสวยงาม

ทัวร์ชิมอาหารที่นาโงย่า

อาหารนาโงย่านั้นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากอาหารของเมืองอื่น ๆ ในญี่ปุ่น นอกจากจะมีรสชาติอร่อยแล้ว ยังมีเสน่ห์และมีหลากหลายชนิดให้เลือกทาน เช่น ‘ข้าวหน้าปลาไหลฮิตสึมาบุชิ’ (Hitsumabushi) เมนูที่เป็นสัญลักษณ์ของนาโงยามาจนถึงปัจจุบัน มีวิธีการรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์โดยจะตักแบ่งข้าวและปลาไหลจากโถข้าวที่เรียกว่า ‘ฮิตสึ’ มาใส่ในชาม ชามที่ 1 จะรับประทานแบบธรรมดา ชามที่ 2 ใส่เครื่องเทศ เช่น วาซาบิ หอม สหรัย ฯลฯ และ ชามที่ 3 ใส่หน้าซาวะเซียวทำเป็นข้าวต้มกินครั้งเดียวอร่อยได้ถึง 3 แบบ

เรียนรู้วิธีการชงชาและดื่มชา

ชาเป็นเครื่องดื่มที่ชาวญี่ปุ่นนิยมดื่มกันโดยเฉพาะชาเขียว นักท่องเที่ยวสามารถมาเรียนรู้สายพันธุ์หลักของชาที่ชาวญี่ปุ่นนิยมดื่ม เช่น โฮจิฉะ (ชาเขียวคั่ว) คอมบุฉะ (ชาที่ทำจากสาหร่ายทะเล) เป็นต้น พร้อมดื่มด่ำกับชาสอรรอยและเรียนรู้พิธีชงชาที่สวยงาม

เดินตลาดชมวัฒนธรรม

เดินตลาดดื่มด่ำไปกับวัฒนธรรมด้านอาหารของญี่ปุ่น เช่น ตลาดปลาซึกิจิ (Tsukiji) ในโตเกียว สถานที่ที่เหมาะสำหรับคนที่หลงรักอาหาร ช่างภาพ และคนที่รักการเดินตลาด ในช่วงเช้าจะมีปลาสดและปลาอื่น ๆ มากมายให้ได้เลือกชิม หรือช่วงสายจะมีร้านซูชิที่ใช้วัตถุดิบสดใหม่ให้เลือกทานหลายร้าน

ชิมและเรียนรู้การทำสาเก

เรียนรู้สาเกประเภทต่าง ๆ ผ่านการทดลองชิม และเยี่ยมชมโรงผลิตสาเก โดยในระหว่างที่ชมโรงผลิตก็จะได้เห็นโรงผลิตขึ้นอย่างไร พร้อมกับได้เรียนรู้วิธีการทำด้วย

คลาสสอนทำอาหารญี่ปุ่น

เรียนรู้เมนูดั้งเดิมอย่างแท้จริง เช่น การทำซูชิ การทำเส้นโซบะ การเลือกใช้วัตถุดิบอย่างใส่ใจ วิธีการปรุงอาหารแบบดั้งเดิม เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศฝรั่งเศส (Gastronomy Tourism in France)

นอกจากบรรยากาศที่โรแมนติกแล้ว เรื่องอาหารการกินก็โด่งดังไม่แพ้กัน เพราะชาวฝรั่งเศสให้ความสำคัญและใส่ใจกับการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก จนอาหารฝรั่งเศสได้รับการยกย่องจากองค์การ UNESCO ให้ขึ้นทำเนียบมรดกโลกเป็นรายชื่อแรกในรายการมรดกโลกด้านวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร

ใส่ใจพิถีพิถันในการรับประทานอาหาร

ชาวฝรั่งเศสให้ความสำคัญกับเรื่องรับประทานอาหารอย่างจริงจัง โดยมีการกำหนดรายละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนการปรุงที่ใช้เวลาค่อนข้างนานและมีความละเอียดละไม ใช้วัตถุดิบชั้นดีเป็นหลัก รวมถึงการจัดโต๊ะอาหาร การวางแก้วไวน์ แก้วน้ำเปล่า ตำแหน่งวางมีด จาน จนถึงการจัดจานกับอาหารชนิดต่าง ๆ ที่เหมาะสมกัน ทั้งยังจัดให้ ‘การรับประทานอาหาร’ เป็นงานอดิเรกประจำประเทศอย่างหนึ่งอีกด้วย

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในฝรั่งเศส

ทัวร์ชิมอาหารที่เมือง Champagne

เมืองเก่าแก่ของฝรั่งเศสที่ขึ้นชื่อในเรื่องผลิตแชมเปญที่ดีที่สุด ทริปปะเริ่มต้นด้วยการเยี่ยมชมห้องเก็บแชมเปญที่งดงามใน Reims และเพลิดเพลินไปกับมื้ออาหารในร้านอาหารข้างทางเล็กๆ หรือ bistro สไตล์ฝรั่งเศส พร้อมนั่งจิบแชมเปญและเยี่ยมชมประภาคารที่ Vezelay ซึ่งมองเห็นสวน

อื่นๆหลายไร่ นอกจากนี้ยังมีการสอนทำแชมเปญและเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของโรงผลิตแชมเปญที่
หรูหราที่สุด เช่น Moet and Chandon, Pommery, Mercier เป็นต้น

เดินเที่ยวรับประทานของอร่อยที่ย่าน Montmartre

ย่านดังที่มีบรรยากาศแสนโรแมนติก ทั้งยังมีเส้นทางเดินที่งดงามราวกับภาพวาด
นอกเหนือจากบรรยากาศที่สวยงามแล้ว ยังมีร้านขายอาหารพื้นเมือง/อาหารท้องถิ่นมากมายที่ขึ้นชื่อ
ว่าดีที่สุดในอีกด้วย เช่น ร้านไส้กรอกแห้ง ร้านชีสนมสด ร้านขนมปังที่ทำอย่างพิถีพิถัน ร้านน้ำมัน
มะกอกจากทางใต้ของฝรั่งเศส และร้านเบเกอรี่รสเยี่ยม เป็นต้น

เข้าคลาสเรียนทำอาหารฝรั่งเศสชื่อดัง

มีหลักสูตรมากมาย ทั้งแบบจัดมาให้แล้วหรืออยากจะเลือกเรียนเฉพาะเมนูที่ชื่นชอบก็ได้
เช่น

- ครัว์ซอง (Croissant) ขนมอบชนิดหนึ่งที่กรอบ ชุ่มเนย
- คีช (Quiche) อาหารจานอบชนิดหนึ่งที่มีส่วนประกอบหลัก คือ ไข่ นม หรือ ครีม
- ซูเฟล (Souffle) เค้กชนิดหนึ่ง ที่มีเนื้อเบาฟูนุ่ม ใช้เสิร์ฟเป็นของหวานหรืออาหารว่าง
- มาการอง (Macaron) ขนมที่มีต้นกำเนิดมาจากฝรั่งเศส ทำจากไข่ขาว อัลมอนต์

บดละเอียดและน้ำตาล นำไปอบเป็นชิ้นกลม ๆ สอดไส้ตรงกลางด้วยครีม ถือเป็นขนมที่ชาวยุโรปให้
ความนิยมมายาวนาน มักกินเป็นอาหารว่างคู่กับชาหรือกาแฟ

เรียนรู้วัฒนธรรมการทานอาหาร

ทั้งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม มารยาทในการรับประทานอาหารของชาวฝรั่งเศส เช่น
อาหารเข้ามักจะเป็นครัว์ซอง หรือขนมปังแบบต่าง ๆ ส่วนอาหารเย็นจะเป็นอาหารมื้อหลักเพื่อที่
สมาชิกในครอบครัวจะได้ใช้เวลาอยู่ด้วยกัน เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศสเปน (Gastronomy Tourism in Spain)

ชื่อเสียงของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสเปนมาจากความหลากหลายของภูมิภาคไม่ว่าจะ
เป็นอาหารเมดิเตอร์เรเนียน หรือวัฒนธรรมทาปา* เป็นต้น ซึ่งผลสำรวจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ในปี ค.ศ. 2014 จากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ได้จัดอันดับให้สเปนเป็นประเทศที่น่าไปเที่ยวมากที่สุดใน
ยุโรป เพราะคุณภาพของอาหารและศาสตร์แห่งการทำอาหาร

อาหารสเปนได้รับการประกาศจากองค์การ UNESCO ให้เป็นมรดกภูมิปัญญาทาง
วัฒนธรรมของมนุษยชาติ ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงอาหารสุขภาพแต่เป็นวัฒนธรรมที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทาง
สังคม การเคารพท้องถิ่น ความหลากหลายทางชีวภาพ การอนุรักษ์กิจกรรมพื้นบ้านดั้งเดิมที่สัมพันธ์
กับเกษตรกรรมและการประมง

Tasting Spain คือ กลุ่มหน่วยงานท้องถิ่น เทศบาล โรงแรม ร้านอาหาร เชฟ ผู้ผลิต
อาหารเชิงเกษตร ที่รวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่ง Tasting Spain อยู่ภายใต้

กรอบแนวคิดของแผนการท่องเที่ยวสเปน ปี ค.ศ 2020 (The Spanish Tourism Plan Horizon 2020) ที่เน้นเรื่องการส่งเสริมและสร้างเครือข่ายใหม่ของสินค้าที่สามารถสร้างความโดดเด่น เพิ่มมูลค่าและเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างกัน

ในเว็บไซต์ Tasting Spain มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับอาหารสเปน การค้นหารสชาติของอาหารในภูมิภาคต่าง ๆ โดยการแนะนำของเชฟระดับโลก การเดินทางที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวชิมอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนานจากการเดินทางท่องเที่ยวในสเปนในรูปแบบที่แตกต่างออกไป

การท่องเที่ยวเชิงอาหารประเทศสเปน ให้ความสำคัญกับ

1. การนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์พื้นที่
2. มุ่งเน้นการสร้างสินค้าการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์บนพื้นฐานของคุณภาพและลักษณะเฉพาะของพื้นที่นั้น
3. ใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมการขายและการตลาดร่วมกัน
4. พยายามเพิ่มระดับความพึงพอใจของความต้องการ
5. สร้างเครือข่ายในพื้นที่
6. มุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมในภาพรวมของพื้นที่

ตัวอย่างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในสเปน

Wine Routes: The Wine Routes of the Spanish Association of Wine-Producing Towns and Cities (ACEVIN)

เริ่มต้นจากเดินทางไปสถานที่ปลูกองุ่นเพื่อทำไวน์ ซึ่งเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในภูมิภาคที่เป็นแหล่งผลิตไวน์ นักท่องเที่ยวจะได้เยี่ยมชมโรงทำเหล้าองุ่น ค้นพบเคล็ดลับกระบวนการผลิตไวน์ และพักในที่พักที่อยู่ท่ามกลางไร่องุ่น เรียนรู้เกี่ยวกับการชิมไวน์ ค้นพบวิธีการจับคู่อาหารกับไวน์

วัฒนธรรมทาปาส คือ อาหารว่างหรืออาหารเรียกน้ำย่อยที่เสิร์ฟพร้อมไวน์หรือเบียร์ ทานระหว่างมื้ออาหาร มีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น หัวหอมและมะกอกย่างเสียบไม้ ทูน่าเสิร์ฟเป็นก้อน แชนวิชชิ้นเล็ก ฯลฯ ซึ่งอาหารชนิดนี้ มีในบาร์และคาเฟ่โดยทั่วไปในประเทศสเปน

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นดินแดนที่มีทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะผลผลิตทางการเกษตรที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก และยังมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวว่ามีสถานที่ที่เต็มไปด้วยความสวยงาม ปัจจุบันประเทศไทยได้ริเริ่มแนวคิดใหม่เพื่อเชื่อมโยงสองคุณค่าที่โดดเด่นนี้เข้าด้วยกัน โดยการเพิ่มมูลค่าทรัพยากรทางการเกษตรให้เป็นสินทรัพย์ทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และยังสามารถเป็นผู้นำเรื่อง ‘การบริโภคอาหารอย่างยั่งยืน’ หรือ Sustainable Consumption ซึ่งเป็น



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ประเด็นที่กำลังได้รับความสนใจในระดับนานาชาติ ที่สำคัญ ‘เสน่ห์ปลายจวัก’ นั้น ถือเป็นเสน่ห์ และลักษณะที่โดดเด่นที่ขาดไม่ได้ของคนไทย และเป็นสิ่งซึ่งใช้ในการสร้างสัมพันธ์ไมตรีของคนไทยที่ทำให้ผู้อื่นหลงใหลชื่นชม คงไม่มีวิธีการใดที่จะสามารถบอกเล่ามรดกความเป็นไทยได้ดี และมีประสิทธิภาพมากไปกว่าการบอกเล่าผ่านทางศิลปะความวิจิตรงดงามของอาหารไทย

ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดให้ธุรกิจอาหารไทย จัดอยู่ในกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage) ในประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยยึดกรอบขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD) เป็นเกณฑ์ในการจัดหมวดหมู่ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังจัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาความสร้างสรรค์ของตนเองผ่านการติดต่อสื่อสารกับผู้คนในท้องถิ่นและวิถีชีวิตที่สร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรมอาหาร เช่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การฝึกอบรมการทำและประเมินคุณภาพอาหาร เทศกาลอาหาร เส้นทางเที่ยวชิมอาหาร และการสร้างเอกลักษณ์ที่สัมพันธ์กับอาหาร เป็นต้น

จากการสำรวจ 50 อันดับอาหารที่ได้รับความนิยมที่สุดในปี พ.ศ. 2554 โดยเว็บไซต์ CNN Go ปรากฏว่าอาหารไทยได้รับความนิยมติดอันดับหลายเมนู ซึ่งเมนู ‘แกงมัสมั่นไก่ของไทย’ ได้รับการยกย่องให้เป็นอาหารที่อร่อยที่สุดในโลก เป็นอันดับหนึ่ง นอกจากนี้ บิลเกตส์ มหาเศรษฐีอันดับหนึ่งของโลกก็ชื่นชอบอาหารไทย โดยให้เหตุผลว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติอร่อยและอุดมไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการ ทั้งนี้ ยังมีอาหารไทยอีกมากมายที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในแวดวงการท่องเที่ยว

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

ไร่คุณมน จังหวัดกาญจนบุรี

‘ไร่คุณมน’ ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองกุ่ม อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นสวนการเกษตรแบบผสมผสาน มีสวนผักปลอดสารพิษ และยังเป็นโรงงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น น้ำนมข้าวโพด ท็อฟฟีนัมข้าวโพด ฯลฯ ซึ่งจะมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ วิถีชีวิตพอเพียงและการพึ่งพาตนเองของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยว

สัมผัสและเรียนรู้วิถีชุมชนในธรรมชาติ

ชมไร่ข้าวโพด เก็บข้าวโพดสดจากไร่

เรียนรู้วิถีชีวิตชาวไร่ ตะลุยเก็บข้าวโพดหวานสด ๆ จากไร่ เรียนรู้การปลูกข้าวโพด การตัดฝักข้าวโพด การปอกเปลือกข้าวโพด และลงมือเก็บข้าวโพดที่สุกพร้อมรับประทาน ชิมข้าวโพดหวานสดๆ ข้าวโพดแฉ่ำ (ข้าวโพดอ่อนหัวเล็ก ๆ เท่านั้น) หน่อไม้ฝรั่งรสหวาน

ทำไอศกรีมน้ำนมข้าวโพด

เรียนรู้และลงมือทำไอศกรีมน้ำนมข้าวโพดแบบภูมิปัญญาชาวบ้านที่ใช้เครื่องปั่นไอศกรีมแบบภูมิปัญญาไทย และลองชิมไอศกรีมน้ำนมข้าวโพดที่ได้ทำด้วยฝีมือตัวเอง ที่มีรสชาติหอมหวานแบบไทย ๆ อร่อยชื่นใจ และคลายร้อนได้ดี

เรียนรู้วิธีสกัดน้ำมันงา

ศึกษากระบวนการสกัดน้ำมันโดยกรรมวิธีสกัดเย็นที่สามารถคงคุณค่าของน้ำมันงาได้อย่างครบถ้วน นับว่าเป็นวิธีการที่ทรงคุณค่าจากภูมิปัญญาไทย

ห่อลูกประคบงาดำบด

เรียนรู้การห่อลูกประคบงาดำบดที่เต็มไปด้วยสรรพคุณต่าง ๆ ถือเป็นภูมิปัญญาด้านสมุนไพรอีกอย่างหนึ่งด้วยการสกัดงาเป็นน้ำมันงาแล้วนำไปผสมกับสมุนไพรชนิดอื่น ๆ จนได้ออกมาเป็นลูกประคบที่มีสรรพคุณในทางยา ถือเป็น การสืบสานวิถีแพทย์แผนไทยที่ทรงคุณค่ายิ่ง

ชมการผลิตน้ำส้มควันไม้และเตาเผาอิฐเตะ

เรียนรู้วิถีชีวิตของคนไทยสมัยก่อนที่มีความผูกพันกับธรรมชาติ ตลอดจนภูมิปัญญาโบราณที่เผาถ่านเพื่อนำมาเป็นเชื้อเพลิง อย่างการเผาถ่านด้วย ‘เตาอิฐเตะ’ ที่จะได้ถ่านไร้ควันคุณภาพดี และน้ำส้มควันไม้ที่ได้จากการเผาถ่าน สามารถนำมาใช้เป็นปุ๋ย และสารป้องกันศัตรูพืชได้

สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม

สถานที่ที่เหมาะสมสำหรับมาพักผ่อนและท่องเที่ยว โดยมีกิจกรรมมากมายที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ด้วยตัวเองเกี่ยวกับวิถีชีวิตธรรมชาติแบบอย่างของประเทศไทย เช่น การทำผลิตภัณฑ์สมุนไพรธรรมชาติ การทานอาหารเพื่อสุขภาพ ตลาดเกษตรกรปลอดสารพิษ ฯลฯ

กิจกรรมที่น่าสนใจในสวนสามพราน

ล่องน้ำลุยสวน นั่งเรือแจวข้ามแม่น้ำไปสัมผัสกับวิถีชาวสวน ชมนาบัว แปลงผักและผลไม้ปลอดสารพิษ ลองพายเรือในร่องสวน ดื่มน้ำมะพร้าวสด ๆ จากต้น ชิมผลไม้ในสวนตามฤดูกาล และผัก ผลไม้ที่นำมาทำเป็นอาหารว่างแสนอร่อย ลิ้มรสชาสมุนไพรเพื่อสุขภาพสูตรเฉพาะของชาวบ้าน

เข้าครัวเรียนทำอาหารไทย เรียนทำอาหารไทยท่ามกลางบรรยากาศสบาย ๆ แบบไทย ๆ เช่น ใต้ถุนเรือนอยุธยา เรือนแพริมแม่น้ำ หรือระเบียงริมน้ำ ซึ่งจะได้เรียนรู้ความสมดุลของรสชาติและความมหัศจรรย์ในส่วนผสมของอาหารไทยที่มีสรรพคุณส่งเสริมสุขภาพมีคุณค่าทางโภชนาการครบครัน

แวะเดินเที่ยวที่ตลาดสุขใจ ศูนย์รวมสินค้าเกษตรอินทรีย์และอาหารแปรรูป จากเกษตรกรที่ทำการเกษตรแบบอินทรีย์และผู้ผลิตสินค้าแปรรูปชุมชนบริเวณใกล้เคียง สวนสามพราน ซึ่งสินค้าจะมีการตรวจสอบคุณภาพของผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์แปรรูปอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าส่วน

ใหญ่จะเป็นผักสด ผลไม้ปลอดสารตามฤดูกาล ไข่ไก่ อาหารขนมไทยต่าง ๆ ข้าวอินทรีย์หลากหลายพันธุ์ ฯลฯ

เที่ยวชมหมู่บ้านไทย เรียนรู้วัฒนธรรมไทยผ่านประสบการณ์ตรงด้วยการลงมือทำ เช่น ลงมือทำขนมกล้วยปิ้งด้วยตัวเอง สานใบมะพร้าวเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ แกะสลักผลไม้และร้อยมาลัยกล้วยไม้ ฝึกงานหัตถศิลป์ปั้นดินด้วยเครื่องมือโบราณสนุกกับการรำกระบี่กระบอง ฯลฯ

บ้านริมคลองโฮมสเตย์ จังหวัดสมุทรสงคราม

ชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณริมคลองผีหลอกที่เชื่อมต่อไปถึงตลาดน้ำอัมพวา เป็นชุมชนที่ได้รวบรวมและร้อยพันเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง โดยเปิดต้อนรับให้เข้ามาสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบชาวบ้านริมคลอง พร้อมเรียนรู้คุณค่าของพืชประจำท้องถิ่นอย่างมะพร้าว ผ่านการทำกิจกรรมต่าง ๆ

เที่ยวชมเส้นทางตำนานมะพร้าว

เคียนน้ำตาลมะพร้าว

เที่ยวชมสวนมะพร้าวของชาวบ้าน ลองชิมน้ำตาลสด ๆ จากต้นมะพร้าว ปั่นต้นมะพร้าวไปเก็บน้ำตาลมะพร้าว แล้วนำไปโรงเคียนน้ำตาลมะพร้าว เรียนรู้วิธีทำน้ำตาลมะพร้าวและทดลองทำน้ำตาลมะพร้าว และลองชิมน้ำตาลมะพร้าวที่ทำด้วยฝีมือตัวเอง

ทำขนมไทยจากน้ำตาลมะพร้าว

สนุกไปกับการทำขนมไทยโบราณ เช่น ขนมต้ม ขนมกล้วย ขนมใส่ไส้ เป็นต้น เรียนรู้เทคนิคขั้นตอนการทำที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ความพิเศษที่อร่อยไม่เหมือนที่ไหนเพราะใช้น้ำตาลมะพร้าวสด ๆ จากสวน ทำให้หอม หวาน มัน และได้ลงมือชุดมะพร้าวเองจากกระต่ายชุดมะพร้าวโบราณ และลองชิมขนมไทยโบราณที่ทำด้วยฝีมือตัวเองที่ต้องตั้งใจ

จักสานใบมะพร้าว

เรียนรู้การทำจักสานจากใบมะพร้าว เช่น การสานหมวกหรือกระเช้าจากทางมะพร้าว ซึ่งสามารถนำกลับไปใช้ต่อ หรือนำไปเป็นของฝากที่ไม่เหมือนใครก็ได้

ลงมือทำเกษตรสวนครัวปลอดสารพิษ

ที่นี่มีสวนเกษตรที่ปลูกแบบปลอดสารพิษ สามารถมาเรียนรู้วิธีการปลูก พร้อมทั้งเรียนรู้การทำปุ๋ยหมักอินทรีย์ที่ช่วยให้ผักเติบโตได้ดี พอเข้าใจการปลูกผักแล้วก็สามารถลงมือเก็บผัก เพื่อไปเรียนรู้การทำอาหารไทยต่อไป

ทำอาหารไทยสูตรโบราณ

เรียนรู้การทำอาหารไทยสูตรโบราณที่แสนอร่อย มีเมนูหลากหลายให้ได้ลงมือทำ เช่น น้ำพริกปลาทุบ ผักต้ม แกงซี่เหล็ก แกงยอดมะขาม เป็นต้น ล้วนแต่เป็นเมนูท้องถิ่นง่าย ๆ ที่อุดมไปด้วยประโยชน์แก่ธรรมชาติที่ไม่ธรรมดา

ส่องเรือชมวิถีชีวิต

สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านริมคลอง พร้อมกับเที่ยวชมป่าชายเลนคลองโคกนุ ต่อดำไปกับธรรมชาติที่ยังคงงดงาม หรือจะเลือกนั่งเรือชมทิวทัศน์ห้วยยามค่ำคืนก็สวยงาม

จากที่กล่าวมาข้างต้น ตัวอย่างการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในต่างประเทศและตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย จะเห็นได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในต่างประเทศนั้น จะเน้นการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการตลาด แต่การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยจะเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารแต่ยังขาดการส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว การบอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารผ่านวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น นั้นแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไทยยังขาดระบบบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ดี ควรมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต

ตัวอย่างแบบประเมินการตัดสินใจก่อนการลงทุนทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหาร

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (2559) ได้พิจารณาแนวคิดในการทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งในและต่างประเทศ ให้ผู้ที่กำลังสนใจและอยากลงมือทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าก่อนที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้ได้ลองตรวจสอบพิจารณา ก่อนการตัดสินใจว่าจะสามารถการลงทุนทำธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารได้หรือไม่

- ☐ เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่
- ☐ สามารถเริ่มต้นและทำงานอย่างต่อเนื่องในโครงการระยะยาวได้หรือไม่
- ☐ สามารถยอมรับความรับผิดชอบทั้งหมด
- ☐ สามารถทำงานยาวนานทั้งวันและทำงาน 7 วันต่อสัปดาห์
- ☐ มีความพร้อมด้านสุขภาพในการทำงาน
- ☐ หากท่านไม่อยู่หรือลา เพื่อนร่วมงานสามารถทำงานแทนท่านได้หรือไม่
- ☐ มีภาวะผู้นำและเป็นนักจัดการหรือไม่
- ☐ ตัดสินใจบนพื้นฐานของเหตุผลหรือไม่
- ☐ สามารถร่วมงานกับคนอื่น ๆ ได้
- ☐ เป็นคนประนีประนอมและเป็นผู้ฟังที่ดีหรือไม่
- ☐ มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือไม่
- ☐ คุณมีความรู้ในการเริ่มต้นธุรกิจหรือไม่

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาชุมชนที่เกี่ยวข้องให้เกิดความยั่งยืนในการดำเนินชีวิตของชุมชนโดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกลมกลืนและสัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในเชิงการเรียนรู้ การทดลอง เพื่อให้ได้มาซึ่งประสบการณ์จากสิ่งที่มีอยู่และเป็นจริงในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของ UNESCO (2006) ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่านประสบการณ์ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ การเติบโตของการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นในทุก ๆ ปีนักท่องเที่ยวเดินทางเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ โดยบริโภคทรัพยากรต่าง ๆ จากแหล่งท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ มีจำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ยิ่งจะได้รับผลกระทบมากเป็นพิเศษ ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่หลั่งไหลเข้ามา หากไม่ได้วางแผนการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวอย่างเป็นระบบ อาจจะทำให้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวนั้นตกต่ำลง ส่งผลกระทบถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ก่อให้เกิดผลทางด้านลบ และสุดท้ายทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นหมดคุณค่าในที่สุด (Russo, 2002) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเปรียบเสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีตัวตนจับต้องได้ (Tangible product) จึงมีโอกาสที่จะสูญสลายและหมดไป หากมีการใช้ทรัพยากรไปอย่างต่อเนื่อง (Prentice & Andersen, 2003) แนวคิดของการขายประสบการณ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวเป็นดั่งสินค้า เป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาใช้เนื่องจากประสบการณ์การท่องเที่ยวนั้นสามารถสร้างใหม่ขึ้นได้เรื่อย ๆ เสมือนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่มีวันหมด

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดย Raymond และ Richards โดยให้คำนิยามไว้ว่า การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรคของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคำนิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพันกับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การร่วมในการทำงานฝีมือทำอาหาร หรือมีส่วนในการสร้างสรรค์งานศิลปะของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น (Richards & Raymond, 2000) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการใช้อยู่ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่น การเดินร่ำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะเชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้น ๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆ ได้ (Romana, 2013) โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไป ดังเช่นลักษณะของการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ที่หากถูกใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมด สูญสลาย เสื่อมคุณค่าไปในที่สุด ดังนั้น ในการศึกษาที่จะพัฒนา สร้างคุณค่าให้แก่

แหล่งท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้นั้น จึงควรมีลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถแสดงองค์ประกอบของคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่ (Richards, 2010)

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทำศิลปะคอมพิวเตอร์ไฟลันนาจังหวัดเชียงใหม่ โดยสามารถสร้างทักษะด้านการประดิษฐ์คอมพิวเตอร์เป็นศิลปะพื้นบ้านให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ทักษะเพิ่มเติมจากการมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมดังกล่าว

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลัก คือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า โดยที่ไม่เปิดเผยทรัพยากรจากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อนำมาเป็นสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้แต่คงไว้ซึ่งประสบการณ์และทักษะ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะกลายเป็นสินค้าทดแทนที่ทรงคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูง เป็นสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ง่าย ชุมชนสามารถใช้วิถีชุมชนที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันนำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ ส่งผลให้วัฒนธรรมชุมชนมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่นโดยที่นักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมซึ่งเป็นวิถีประจำวัน หรือวัฒนธรรมของชุมชนซึ่งสามารถแบ่งปันและสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ทั้งชุมชน และแก่นักท่องเที่ยว

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ย่อมมีความแตกต่าง แต่ละชุมชนมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถดึงมาเป็นเอกลักษณ์ และพัฒนาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และนำเสนอให้นักท่องเที่ยว และเกิดประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งของวัฒนธรรมในชุมชน และชุมชนจะรักษาไว้สืบต่อไป

ตัวอย่างกิจกรรมสร้างสรรค์ในต่างประเทศ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศญี่ปุ่น

Kanazawa เป็นเมืองหลวงของจังหวัด Ishikawa ประเทศญี่ปุ่น เป็นเมืองชั้นนำด้านการท่องเที่ยวโดย UNESCO แต่งตั้งให้เมือง Kanazawa เป็นหนึ่งในประเทศเครือข่าย Creative Cities Network ในกลุ่มของงานฝีมือและศิลปะพื้นบ้าน

สัมผัสประสบการณ์ที่บ้านแบบแท้ดั้งเดิม

ชิมและลงมือต้มสาเก เพลิดเพลินไปกับการเรียนรู้การต้มสาเก และชิมสาเกที่มีรสชาติ

เยี่ยม

ลองทำทองคำเปลว เรียนรู้การทำทองคำเปลวที่มีคุณภาพสูง

เล่นซามิเซ็น เครื่องดนตรีสำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับเขตเกอิชา

ลองหัดทำงานหัตถกรรมด้วยตัวเอง

โทโบ โซจู (เวิร์คช็อปเครื่องเคลือบ) ทดลองเขียนสี วาดลวดลายลงบนเครื่องเคลือบดูหา

นิในบรรยากาศสบาย

นางา-มาจิ ยูเซนคัง (ศูนย์ผ้าไหมยูเซน) เรียนรู้การลงสีผ้าไหม และวิธีการสวมชุดกิโมโน

เรียนรู้วัฒนธรรมอาหารแบบ Kaga

ราเมนหมายเลข 8 หรือฮะจิบังราเมนที่คนไทย เราคุ้นเคย เคล็ดลับของความอร่อย คือ ปริมาณผัก น้ำซุปที่เคี่ยวจากกระดูกหมูและไก่

ลิ้มรสขนมหวานญี่ปุ่น เรียนรู้วิธีการทำขนมจากเมืองที่ขึ้นชื่อว่าเป็นแหล่งผลิตขนมที่ดี ที่สุดในญี่ปุ่นสมัยเอโดะ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศสเปน

เมืองบาร์เซโลน่า ประเทศสเปน เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยความหลากหลายและเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม อาหาร และความงดงามทางศิลปะ

กิจกรรมแนะนำ

ทดลองทำงานศิลปะ ตั้งแต่เวิร์คช็อปทำของชำร่วย หรือการประดิษฐ์กระเบื้องตามสไตล์ อันตอนี เกาดี (Antonio Gaudí) สถาปนิกชื่อดังชาวสเปนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สนุกกับการเดินซัลซ่า เรียนรู้การเต้นแบบซัลซ่าที่มีลีลาสุดเซ็กซี่

เดินเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรม กิจกรรมพาเที่ยวรอบเมืองพร้อมช่างภาพมืออาชีพที่จะสอน นักท่องเที่ยวไปถ่ายภาพสถานที่ และผู้คนภายในเมือง เพื่อให้ได้ภาพความทรงจำที่เหนือคำบรรยาย กลับไป

เรียนรู้การปรุงอาหารแบบท้องถิ่น ศึกษาวิธีการปรุงอาหารตามแบบฉบับกาตาลูญญา (Catalunya)

อนึ่ง หากอยากแลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรมโดยตรงจากคนท้องถิ่นแบบ ไกลชิด ขอแนะนำให้อนพักรโฮมสเตย์ของคนท้องถิ่น เพราะพวกเขาต้องการแลกเปลี่ยนเรื่องราวทาง วัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยวเช่นกัน



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศบราซิล

Porto Alegre เป็นเมืองทางตอนใต้ของประเทศบราซิล ที่มีการผสมผสานทางวัฒนธรรมมากมาย

สัมผัสกับวิถีคาวบอยแห่งบราซิล

ประชากรส่วนใหญ่ในเมืองนี้ คือ ‘ชาวเกาโช’ (Gaúcho) ที่มีวิถีชีวิตคล้ายกับคาวบอยในอเมริกาเหนือ นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าไปเรียนรู้วิถีชีวิตและศิลปวัฒนธรรมของชาวเกาโชที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ที่น่าหลงใหล

กิจกรรมแนะนำ

งานหัตถกรรม เรียนรู้วิธีการเย็บปักผ้าลวดลายมันดาลา (Mandalas) ลวดลายดอกไม้ที่งดงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ทดลองทำอาหารท้องถิ่น เรียนรู้สูตรลับในการเตรียมเมนูชูรัสโซ่ (Churrasco) บาร์บีคิวสไตล์บราซิล หรือจะเป็นชีมาเฮา (Chimarrao) เครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพของชาวพื้นเมือง

ตัวอย่างกิจกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย

เรียนรู้วิถีชีวิตมุสลิมจาก บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

ชุมชนที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น ‘ชุมชนสองศาสนา สามวัฒนธรรม’ ที่อยู่ร่วมกันได้อย่างสามัคคีกลมกลืนระหว่างชาวไทยมุสลิม ไทยพุทธ และไทยเชื้อสายจีน ชุมชนแห่งนี้จะเปิดประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวในเรื่องวิถีชีวิตมุสลิมจากผ่านวัฒนธรรมอาหารของชุมชน โดยมี คุณสุรัตนา ภูมิมาโนช เป็นผู้แนะนำให้นักท่องเที่ยวได้พบกับผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญของชุมชนเพื่อร่วมเรียนรู้ และทำความเข้าใจมรดกวัฒนธรรมและวิถีชีวิตอย่างใกล้ชิด

สนุกกับการลงมือทำ

งมหอยปากเปิด หอยที่มีรูปร่างคล้ายปากเปิด งมแล้วลองทำเมนูผัดเผ็ดและชิมรสชาติฝีมือของตัวเอง

ทำข้าวเกรียบยาหน้า ดึงตังเมกรอบ เรียนรู้วิธีการทำขนมรสอร่อยที่เป็น ภูมิปัญญาของชุมชน

เย็บอบบ้านน้ำเขียว งานฝีมือที่ทำจากใบจาก มีขั้นตอนการทำที่ประณีตและสวยงาม

เรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้านด่านซ้าย ด่านซ้าย จังหวัดเลย

ด่านซ้ายเป็นเมืองในหุบเขา ที่อยู่ระหว่างรอยต่อของวัฒนธรรมล้านช้าง ล้านนา และสยาม จึงมีวัฒนธรรม ความเชื่อที่ผสมผสานและมีลักษณะจำเพาะ โดยเฉพาะอาหารมีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

แม่คำพัน อ่อนอุทัย ครูภูมิปัญญาไทย รุ่นที่ 7 ด้านโภชนาการ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการทำอาหารจะเป็นผู้ให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ “การกินอยู่อย่างคนด่านซ้ายไทยเลย”

สนุกกับการลงมือทำ

ลงมือปรุงสำหรับพื้นบ้านเมืองด่านซ้าย เช่น ส้มตำ น้ำผักสะทอน แก้วปลา

เรียนรู้การทำน้ำผักสะทอน น้ำที่เป็นส่วนประกอบของเครื่องปรุงรสเพิ่มความอร่อยให้ทุกเมนู ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวด่านซ้าย

จากตัวอย่างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะพบว่ากิจกรรมที่เกี่ยวข้องอาหารเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นการบอกเล่าเรื่องราววัฒนธรรม และเรียนรู้วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของคนในชุมชนท้องถิ่นนั้น ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีดังนี้

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, ธราทิพย์ เกิดสุวรรณ, จิรัชยา ปรีชาชน และอำนาจ รักษาพล (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจประเภทอาหาร การตัดสินใจเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ของผู้ประกอบการ กระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในตลาดใต้เคี่ยม เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 300 ชุด และแบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จำนวน 30 ชุด วิเคราะห์ผลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS วิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ ผลวิจัย พบว่าอาหารในตลาดใต้เคี่ยมมี 3 ประเภท คือ อาหารทะเลอาหารท้องถิ่น และอาหารคาวหวานพร้อมรับประทาน เนื่องจากอำเภอละแมอยู่ติดทะเลอ่าวไทยจึงทำให้มีอาหารทะเลอุดมสมบูรณ์ อาหารที่โดดเด่น คือ น้ำสมุนไพรรอบอกไม้ไฟ ผลไม้หลากหลายชนิดจากสวนเกษตรกร สำหรับการตัดสินใจเลือกบรรจุภัณฑ์ตลาดใต้เคี่ยม ผู้ประกอบการใช้กระบอกไม้ไผ่ ใบตอง และกะลามะพร้าว เนื่องจากเป็นวัสดุท้องถิ่น การตัดสินใจเลือกอาหารจัดจำหน่ายจะคำนึงถึงอาหารที่มีความโดดเด่นและเป็นอาหารที่หาทานยากในปัจจุบันยังคงหาวัตถุดิบในท้องถิ่นได้และผู้ประกอบการมีความถนัด ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนตลาดใต้เคี่ยม พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุธรรมชาติแทนวัสดุพลาสติก (ค่าเฉลี่ย = 4.47) บรรจุภัณฑ์มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย = 4.36) และไม่มีการจำหน่ายแอลกอฮอล์ (ค่าเฉลี่ย = 4.34) ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จต่อการพัฒนาตลาดใต้เคี่ยมเพื่อการท่องเที่ยว คือ กระบวนการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม โดยคณะกรรมการที่มีศักยภาพดูแลอย่างใกล้ชิด ตั้งกฎระเบียบให้ผู้ประกอบการปฏิบัติเป็นแนวทางเดียวกัน อาหารที่จำหน่ายต้องใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เป็นอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและหลากหลาย และจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับหมู่บ้าน จำนวน 47 หมู่บ้าน ทำให้ได้รับการส่งเสริมเป็น “ตลาดต้องชม” โดยกระทรวงพาณิชย์

สรีตา พันธุ์เทียน, ทรงคุณ จันทกร และมารีสา โกเศยะโยธิน (2560) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสังเกต สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสมุทรสงคราม และจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มจังหวัดในเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ผลการวิจัยโดยการสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาทำให้รูปแบบการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์อาหาร พบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ได้ เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มเด็กและครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดยกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เหล่านี้สามารถจัดขึ้นโดยภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ หรือใช้ความร่วมมือในการจัดการร่วมกัน อีกทั้งในส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของฝาก สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวโดยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ร้านขายอาหารใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นในการประกอบอาหารให้เป็นเอกลักษณ์ หรือ สถานที่พักมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มาพักถึงกิจกรรมด้านอาหารในท้องถิ่น และจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบพักค้างร่วมกัน เป็นต้น โดยกิจกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ นี้ สามารถใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนทรัพยากร และแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชน และสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชุมชน และประเทศต่อไปได้

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี พบว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และคุณค่าทางโภชนาการ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ด้านการกลับมาซื้อซ้ำได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และ ความคิดสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์ที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการปกป้องภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่น ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ และผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ด้านความเชื่อมั่นได้แก่ ความเหมาะสมของราคา และความเป็นเอกลักษณ์ โดยรวมแล้วแนวทางใน

การพัฒนาแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีควรมุ่งเน้นด้านความเป็นเอกลักษณ์ ความคิดสร้างสรรค์ คุณค่าด้านโภชนาการและความเหมาะสมของราคา ตามลำดับ

ณัฐกานต์ พงษ์สรนันท์ และอดิษฐ์ บาตรา (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวอาหารแบบคาร์บอนต่ำโดยมะพร้าว เกาะสมุย ประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพนี้มุ่งเน้นเพื่อสร้างรูปแบบเมนูอาหารตามแนวคิดคาร์บอนต่ำ ประกอบด้วย การจัดซื้อ (Purchasing) การเตรียมและประกอบอาหาร (Preparation) และการนำเสนอ (Presentation) หรือ 3Ps ให้แก่เกาะสมุย ซึ่งเป็นเกาะ 1 ใน 10 ที่มีชื่อเสียงสำหรับนักท่องเที่ยวนานาชาติ โดยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ของการท่องเที่ยวอาหาร และการบริหารจัดการแบบคาร์บอนต่ำ ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในกลุ่มมีส่วนเกี่ยวข้องของห่วงโซ่อุปทาน เช่น เชฟ เกษตรกรท้องถิ่น ผู้ขาย และพ่อค้าคนกลาง หลังจากนั้นจึงมีการออกแบบเมนูอาหารคาร์บอนต่ำซึ่งผ่านการตรวจสอบโดยเชฟที่ทำงานในโรงแรมชั้นนำบนเกาะสมุยและเข้าร่วมสมาคมเชฟเกาะสมุย เครื่องมือดังกล่าวส่งให้เชฟอาชีพผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง เพื่อสร้างเมนูอาหารคาร์บอนต่ำให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนเกาะสมุย งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์แบบการกำหนดรหัสของข้อมูล โดยมีโปรแกรม NVivo11 ด้วยวิธีการนิรนัย ผลในการศึกษาได้บูรณาการสินค้ามะพร้าวท้องถิ่น ห่วงโซ่อุปทานของมะพร้าวสมุย เกณฑ์ในการจัดการแบบคาร์บอนต่ำ เพื่อออกแบบเมนูตามแนวคิดคาร์บอนต่ำ ไปจนถึงหนังสือสอนทำอาหารคาร์บอนต่ำ ซึ่งรวมถึงการจัดซื้อ การเตรียมและประกอบอาหาร อีกทั้งการนำเสนอ

กิงกนก เสาวภาวงศ์, จิราธร ถิ่นอ่อน และณัฐนรี สมิต (2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่าง อุตุ้ง เมืองมิชิซาวะจังหวัดกุนมะ ประเทศญี่ปุ่น และข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมและเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน อาหารเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาหารมีความผูกพันกับสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่น อุตุ้ง เป็นอาหารประเภทเส้นที่ทำจากแป้งสาลี ในเมืองมิชิซาวะเมืองเล็ก ๆ ในจังหวัดกุนมะ ตอนกลางประเทศญี่ปุ่นมีการสืบทอดกรรมวิธีการประกอบอาหารประเภทอุตุ้งมายาวนานกว่า 400 ปีและยังคงเอกลักษณ์ของกรรมวิธี และกระบวนการผลิตจนถึงปัจจุบัน ทำให้มิชิซาวะอุตุ้งมีชื่อเสียงติดหนึ่งในสามของอุตุ้งที่ดีที่สุดในญี่ปุ่น ข้าวซอย เป็นอาหารประเภทเส้น ซึ่งเกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมอาหารของชาวจีนฮ่อ และชาวล้านนา ที่มีการปรับปรุงตามยุคสมัย ข้าวซอยเป็นอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ ทั้งสองพื้นที่ล้วนมีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับสูง แต่ทว่ามีบริบทที่ต่างกัน โดยจุดแข็งของเมืองมิชิซาวะคือ การรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของอาหาร และจุดแข็งของเมืองเชียงใหม่ เป็นเมืองที่เป็นแหล่ง

ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ แม้ว่าบริบทของทั้งสองเมืองจะมีความแตกต่างกันอย่างมาก แต่หากนำจุดแข็งของมิชิซาวะมาปรับใช้ในบริบทที่เหมาะสมกับพื้นที่ สังคม และวัฒนธรรมของเมือง เชียงใหม่จะส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทข้าวซอย ในพื้นที่อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ได้เป็นอย่างดี และจากการศึกษาเปรียบเทียบสามารถวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่ได้ ดังนี้ 1) ควรมีการคงเอกลักษณ์ของข้าวซอย 2) ควรมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการข้าว ซอยเพื่อกำหนดทิศทาง และวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของอาหารประเภทข้าวซอย ร่วมกัน 3) ภาครัฐควรจัดอบรม และให้ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารแก่ผู้ประกอบการด้านอาหาร 4) ส่งเสริมความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารของข้าวซอยแต่ละร้าน 5) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้วัตถุดิบ ในท้องถิ่น 6) ควรมีการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารประเภทข้าวซอยในพื้นที่อำเภอเมือง เชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งเชื่อมโยงวัฒนธรรมท้องถิ่น

จุฑามาศ พิรพัชระ, สมนึก วิสุทธิแพทย์, ธีรวิทย์ บุญยโสภณ และทวิศักดิ์ รูปสิงห์ (2561) ได้ ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา องค์ประกอบที่ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร และเพื่อพัฒนารูปแบบและคู่มือการใช้ รูปแบบการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านอาหาร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง และ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ องค์ประกอบเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร มี 8 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการภายใน กลยุทธ์ การจัดการการตลาด ค่านิยมร่วม การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การจัดการความรู้ คุณภาพการ ให้บริการ และ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และพบว่า ทั้ง 8 องค์ประกอบส่งผลต่อศักยภาพของ ผู้ประกอบการด้านความเป็นผู้ประกอบการ การบริหารจัดการ ความรู้และเทคโนโลยี อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($P < 0.05$) โดยร่วมพหุคูณศักยภาพทั้ง 3 ด้าน ได้ร้อยละ 50.50 62.20 และ 49.40 ตามลำดับ และ 6 องค์ประกอบ ส่งผลต่อศักยภาพผู้ประกอบการ ด้านการตลาดธุรกิจบริการ และร่วมพหุคูณศักยภาพด้านนี้ได้ร้อยละ 52.30 รูปแบบการพัฒนา ผู้ประกอบการธุรกิจ

ญาดา ขอบทำดี และนรินทร์ สังข์รักษา (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการท่องเที่ยวเชิง อาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัสรสชาติอาหารพื้นถิ่น เรียนรู้ถึง ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้าน อาหารและเครื่องดื่มของแต่ละท้องถิ่นเป็นผู้อธิบายสิ่งต่าง ๆ และอาจจะมีคู่มือกิจกรรมหรือการลงมือ ปฏิบัติร่วมด้วย การสังเคราะห์รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก

ประกอบด้วย องค์ประกอบย่อย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนท้องถิ่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรม อาหารการกิน กิจกรรม และเทคโนโลยีสังคม และองค์ประกอบรวม 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ศักยภาพของพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชน ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

ปณณทัต กัลยา และกนกอร ศิริฐิติ (2562) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร เพื่อเป็นนวัตกรรมในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นของบ้านปางถ้ำ อำเภอลำปาง จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร เพื่อเป็นนวัตกรรมในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ออกแบบการวิจัยแบบการปฏิบัติการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมเทคนิค AIC ประชากรในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบ้านปางถ้ำ อำเภอลำปาง ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร จำนวน 72 คน โดยอาศัยเครื่องมือเชิงคุณภาพ คือ การประชุมกลุ่มย่อย การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ส่วนเครื่องมือเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม ผลการวิจัย พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับการให้ความร่วมมือ ส่วนผลการทำนวยกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมมากที่สุด จากการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลที่สุด คือ กิจกรรมขันโตกดินเนอร์ การสาธิตการทำอาหาร และการเรียนรู้สมุนไพร ตามลำดับ

ชัยนันต์ ไชยเสน (2563) ได้ศึกษาอาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์เส้นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต พบว่า จังหวัดภูเก็ตต้องพัฒนาอาหารริมทางให้มีเสน่ห์และอัตลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอาหารริมทางต้องมีความเข้าใจและมีการวางแผนการจัดการโดยใช้รูปแบบ “STREET FOODS Model” ซึ่งประกอบด้วย Sanitation and Safety (ความสะอาดและปลอดภัย) Taste (รสชาติ) Research and Innovation (การค้นคว้าและนวัตกรรม) Exceed to Service (ความประทับใจด้านการบริการ) Environmental Friendly (เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม) Thainess (เอกลักษณ์ความเป็นไทย) Food Identity (เอกลักษณ์ด้านอาหาร) Online Marketing (การใช้สื่อการตลาดออนไลน์) Organize (การบริหารจัดการ) Do it (ลงมือปฏิบัติ) และ Supporting (การสนับสนุน) และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนอย่างเป็นระบบและกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนยกระดับมาตรฐานการให้บริการและสร้างเสน่ห์ให้อาหารริมทางภูเก็ตพัฒนาควบคู่ไปกับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวระดับโลกและภูเก็ตเมืองอาหารเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

นิชมน ภมร และ พชร ดันติวิภาวิน (2563) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารพื้นบ้านของชุมชนในท้องถิ่นภาคเหนือตอนบน และเพื่อศึกษาการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย ในการสร้างความมั่นคง



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / revc: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ทางด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบน เพื่อเชิงพาณิชย์ การเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยใช้ระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัย การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นักวิชาการด้านอาหาร นักวิชาการด้านสาธารณสุข นักวิชาการด้านวัฒนธรรม และตัวแทนชุมชนที่เป็นผู้รู้อาหารพื้นเมือง และกิจกรรมเผยแพร่องค์ความรู้ด้านอาหารพื้นเมืองด้วยการเลือกแบบเจาะจง ใน 3 จังหวัดภาคเหนือ ประกอบด้วย จังหวัดเชียงราย จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน รวมจำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และแบบประเมินความรู้เรื่องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) จากกระแสการไหลบ่าของวัฒนธรรมข้ามชาติดังที่มักปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน การถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเหนือ คนในครอบครัวจึงมีส่วนสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารให้แก่สมาชิกในครอบครัวของตนเอง เพื่อรักษาสืบทอดวัฒนธรรมอาหารล้านนาอีกทางหนึ่ง นอกจากนี้ ยังทำให้สมาชิกในชุมชนมีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของภาวะโลกที่ส่งผลกระทบต่อคนในท้องถิ่นอีกด้วย ฉะนั้นสิ่งเหล่านี้จะดำรงอยู่หรือสูญหายไปหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ ครอบครัวและชุมชน รวมไปถึงคนในรุ่นต่อ ๆ มาด้วย 2) ลักษณะของการถ่ายทอดความรู้ด้านอาหารพื้นเมือง/พื้นบ้าน/ท้องถิ่น การเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนของภาคเหนือตอนบนของไทย จำเป็นต้องสร้างความมั่นคงด้านอาหารตามรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารพื้นบ้านดั้งเดิมที่เหมาะสมกับบริบทและสภาพวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนชาวเหนือ 3) การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารพื้นบ้านเป็นองค์ความรู้ที่สั่งสมมาแต่ละท้องถิ่นในแต่ละยุค โดยความรู้เหล่านั้นมักอยู่ในรูปแบบฝังลึกในตัวบุคคล ถ้าไม่มีการถ่ายทอดก็จะสูญหายไปกับบุคคลเหล่านั้น ดังนั้น องค์ความรู้ด้านอาหารพื้นบ้าน จึงสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นออกมาเป็นความรู้แบบชัดแจ้งเพื่อนำไปพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยที่ไม่ทิ้งความอาหารเหนือของไทย

ภุริ ชุณหะวัณ และชวลีย์ ณ ถลาง (2564) ได้ศึกษาวิจัยเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์กับระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (10 P's) ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยทำการศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ของจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง จำนวน 400 คน ซึ่งพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก และปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดบริการ (10P's) เพื่อส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในบางหัวข้อ เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ต่อไป

Hormg and Tsai (2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Government Website for Promoting East Asian Culinary : a Cross - National Analysis พบว่า ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมมากขึ้น และถือว่าเป็นส่วนการส่งเสริมด้านการตลาดของเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination Marketing) ดังนั้นรัฐบาลเองจัดเป็นลำดับต้น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านสื่อประชาสัมพันธ์หรือช่องทางต่าง ๆ ที่มี และหนึ่งในช่องทางเหล่านั้นก็คือทางเว็บไซต์ของทางรัฐบาลจัดเป็นแหล่งข้อมูลลำดับต้น ๆ ที่คนจะเข้าไปศึกษาหาข้อมูลที่สำคัญ นอกจากนี้แล้วนั้นข้อมูลหรือข้อความที่ออกจากเว็บไซต์ของทางรัฐบาลยังจัดว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถืออ้างอิงได้ ทั้งยังสร้างความมั่นใจแก่ผู้อ่านหรือผู้ที่ต้องการความรู้อีกช่องทางหนึ่ง ดังนั้นหากทางภาครัฐบาลให้ความสำคัญและความสำคัญในการที่จะประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านเว็บไซต์ของตนเองนั้นก็จะได้ว่ารัฐบาลได้มีส่วนในการขับเคลื่อนแหล่งท่องเที่ยว การสร้างความน่าเชื่อถือ การสร้างความมั่นใจทั้งต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวและต่อผู้ประกอบการที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ซึ่งจัดเป็นภูมิภาคที่มีความโดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรมการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพราะเว็บไซต์ของทางรัฐบาลถือเป็นปรากฏการณ์แรกในเรื่องการตลาดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นั่นเอง โดยงานวิจัยในครั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องการศึกษาประเทศ 6 ประเทศต้นแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านวัฒนธรรมการบริโภคอาหาร อันได้แก่ ประเทศฮ่องกง ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลี ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไต้หวัน และประเทศไทย

Sims (2010) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Putting Place on the Menu: The Negotiation of Locality in UK Food Tourism, from Production to Consumption จากภาคการผลิตสู่ภาคการบริโภค พบว่า บทความวิจัยนี้ใช้กรณีศึกษาด้านท่องเที่ยวของ Lake District และ Exmoor เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “อาหารท้องถิ่น” และการท่องเที่ยวในชนบทอย่างยั่งยืนในสหราชอาณาจักรมีการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพกับนักท่องเที่ยว ผู้ผลิตอาหาร และร้านอาหาร เจ้าของผับและภัตตาคาร ผู้วิจัยใช้วิธีการที่อยู่บนพื้นฐานของห่วงโซ่การผลิตสินค้า (Commodity Chain) เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความเข้าใจที่ยั่งยืนและที่เป็นรูปธรรมของ “ท้องถิ่น” ที่เกิดขึ้นตลอดห่วงโซ่อาหารของนักท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ถูกแสดงให้เห็นว่าเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการใกล้เคียงความไม่สมดุลกันระหว่างการผลิตอาหารและการบริโภคที่เป็นอุดมคติกับที่เป็นเชิงปฏิบัติ ซึ่งเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ทั่วทั้งห่วงโซ่อาหาร ข้อเสนอดังกล่าวถูกแสดงให้เห็นว่ามีความสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจของเราในเรื่องความเชื่อมโยงระหว่าง “อาหารท้องถิ่น” และการท่องเที่ยวชนบทอย่างยั่งยืน จะต้องใส่ใจกับค่านิยมและความเป็นไปได้

ในทางปฏิบัติที่ขับเคลื่อนในส่วนของการร่วมสมัยทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่การผลิตจนถึงการบริโภค

López-Guzmán and Sánchez-Cañizares (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Culinary Tourism in Córdoba (Spain) พบว่า การท่องเที่ยวไวน์และการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้เกิดขึ้นเพื่ออรรถรสในการท่องเที่ยวจากประสบการณ์สัมผัสทุกส่วน การท่องเที่ยวไวน์สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวให้มีประสบการณ์จากทุกประสบการณ์คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส (Getz, 2000) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็เช่นกัน รูปแบบของอาหาร และการรับประทานอาหารต่าง ๆ รวมทั้งไวน์เป็นส่วนสำคัญของประวัติศาสตร์ทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อมของเมืองและผู้คนที่ย้ายถิ่นที่นั่น สะท้อนถึงชีวิตในพื้นที่ต่าง ๆ การสนับสนุนขนบธรรมเนียมในท้องถิ่นและความทันสมัยในเขตเมือง อาหารจะเป็นรากเหง้าของขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ประเภทของนักท่องเที่ยวที่มีเหตุผลในการเดินทางมาสู่จุดหมายปลายทางบางแห่งเพื่อสัมผัสกับความสุขจากอาหารท้องถิ่นนั้น ๆ พื้นที่ในการทำวิจัยคือ Cordoba ประเทศสเปน โดยระเบียบวิธีวิจัยหรือวิธีการดำเนินการวิจัยใช้ประชากร คือ ร้านอาหารและภัตตาคารที่ให้บริการอาหารท้องถิ่นในเมือง Cordoba ประเทศสเปน โดยจะกลุ่มตัวอย่าง สุ่มนักท่องเที่ยวจากสถานบริการอาหาร 1 จาก 10 แห่งที่แตกต่างกันในแต่ละวัน ในบรรดาสถานบริการอาหารเหล่านี้จาก 4 แห่งเป็นภัตตาคาร 3 แห่ง เป็นโรงเตี๊ยม (Taverns) และ อีก 3 แห่ง แบบผสมผสานระหว่างภัตตาคารและโรงเตี๊ยม (Taverns) มีวิธีการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 213 ฉบับ โดยแจกจ่ายแบบสุ่มให้แก่นักท่องเที่ยวชาวสเปนและชาวต่างชาติในช่วงตุลาคม - พฤศจิกายน 2009 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เทคนิคการวิเคราะห์แบบ Uni-Variant และ Bi-Variant (ตารางการแจกแจง, การทดสอบความแตกต่างแบบไคสแควร์ และสหสัมพันธ์) โดยผลการวิจัยยังบอกด้วยว่าผลที่ได้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกับอาหารท้องถิ่นสูงมาก โดยเฉพาะกับสองเมนูพิเศษ salmorejo และ rabo de toro อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญอย่างมาก คือ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภัตตาคารที่เรียกว่า taverns และ tapas เสรีพออาหารหลากหลายและมีวิธีการเสิร์ฟตามธรรมเนียมดั้งเดิม คือ เสิร์ฟปริมาณน้อย ๆ ในพื้นที่ Andalusia

Burusukul et al. (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Understanding Tourists Patronage of Thailand Foodservice Establishments : an Exploratory Decisional Attribute Approach พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะเป็นกลางในการเลือกบริการด้านอาหารลักษณะหลักๆ ประกอบด้วย ความคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์อาหารในการเลือกร้านอาหารแฟรนไชส์ระหว่างประเทศ สถานที่ตั้ง และความต้องการที่จะได้ลิ้มรสอาหารไทยแท้ ๆ จากร้านอาหารท้องถิ่นและสถานที่สำหรับรับประทานอาหารในที่พัก จากการคำนึงถึงความสะอาด นักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในการเลือกสถานที่ โดยเฉพาะร้านอาหารข้างถนนและตระหนักถึงโครงการ “Clean Food Good Taste”

(CFGT) ต่ำ นักท่องเที่ยวรับรู้มาตรฐานด้านสุขลักษณะโดยรวมของประเทศไทยซึ่งสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่นและร้านอาหารข้างถนน

Mak et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Globalisation and Food Consumption in Tourism พบว่า ความเข้าใจโดยทั่ว ๆ ไปเกี่ยวกับโลกาภิวัตน์ในฐานะที่เป็นภัยคุกคามต่ออัตลักษณ์ด้านการรับประทานอาหารของท้องถิ่นถูกเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้แง่มุมอื่นของมันในฐานะที่เป็นแรงกระตุ้นที่เปิดโอกาสใหม่ ๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นและอัตลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้นมาใหม่ มุมมองและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับโลกาภิวัตน์ถูกนำมาพิจารณาเพื่อสร้างกรอบการทำงานเชิงทฤษฎีในการศึกษา มิติที่สำคัญในด้านปริมาณการบริโภคอาหารในการท่องเที่ยวถูกนำมาขยายความและผลกระทบต่าง ๆ ของโลกาภิวัตน์ในเรื่องอาหารที่รองรับและปริมาณการบริโภคอาหารได้ถูกนำมาอภิปราย โมเดลหรือตัวแบบเชิงแนวคิดถูกพัฒนาขึ้นด้วยความพยายามที่จะอธิบายอิทธิพลของโลกาภิวัตน์ต่อปริมาณการบริโภคอาหารในด้านการท่องเที่ยว การศึกษานี้รวมเอามุมมองของวัฒนธรรมสากลไว้ด้วยโลกาภิวัตน์สามารถเป็นแรงกระตุ้นในการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงธรรมเนียมและเอกลักษณ์ต่างในด้านบริโภคอาหารของท้องถิ่นได้ ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว (Factors Influencing Tourist Food Consumption) พบว่า การวิจัยนี้ได้พยายามที่จะระบุถึงปัจจัยที่ส่งผลอย่างชัดเจนต่อปริมาณการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว โดยทำการทบทวนงานวิจัยที่มีอยู่ในด้านการบริการต้อนรับและการท่องเที่ยว และสังเคราะห์ความรู้เชิงลึกจากงานวิจัยด้านปริมาณการบริโภคอาหารและสังคมวิทยา ได้มีการระบุถึงปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมและทางจิตวิทยาที่มีอิทธิพลต่อปริมาณการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวดังนี้ อิทธิพลด้านวัฒนธรรม/ความเชื่อทางศาสนา ปัจจัยทางสังคม-ประชากรศาสตร์ ลักษณะเฉพาะของบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ผลจากการสัมผัส/ประสบการณ์ในอดีต และปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้น สิ่งที่ได้พบได้แสดงให้เห็นเพิ่มเติมว่าปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นสามารถถูกจำแนกเป็น 5 มิติ คือ เชิงสัญลักษณ์ เชิงที่เป็นข้อผูกพัน ความแตกต่างที่ชัดเจน การขยายตัว และความพอใจ ความไม่สมบูรณ์ของงานวิจัยในเรื่องการตรวจสอบปริมาณการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบนั้น วิธีการหลาย ๆ อย่างจึงถูกนำมาใช้ในการวิจัยนี้ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจโดยรวมปรากฏการณ์ที่ซึ่งก่อให้เกิดพื้นฐานเพื่อการวิจัยและการวางแผนงานอย่างละเอียดในเชิงแนวคิดในอนาคต

Lan et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Promoting Food Tourism with Kansei Cuisine Design พบว่า การหาปัจจัยที่เป็นส่วนประกอบที่ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้เป็นแก่นของการออกแบบของคันไซ ทำนองเดียวกันวิธีที่คาดหวังไว้วิธีการหนึ่งที่สามารถสร้างสรรคอาหารท้องถิ่นคือ รวมเอาคุณลักษณะที่สำคัญของอาหารนานาชาติที่มีชื่อเสียงเข้ามาใช้กับอาหารท้องถิ่นเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวช่วยทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว บทความวิจัยนี้เสนอกรอบการประเมินโดยใช้กระบวนการโครงข่ายเชิงการวิเคราะห์ Analytic Network Process (ANP) และวิธี Borda Count



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / revc: 21042566 07:02:28 / seq: 57

Method เพื่อเลือกอาหารจานเด่นที่เป็นอาหารที่ผสมผสานแบบฮักก้า/ฮักเกี้ยน-คันไซที่สร้างสรรค์ (Innovative Hakka-Kaiseki Hybrid Cuisine) สำหรับภัตตาคารอาหารแบบฮักก้าท้องถิ่นในไต้หวัน กลุ่มตัดสินใจ เลือก “เต้าหู้กุ้ง” เป็นอาหารจานเด่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ผลปรากฏว่าคุณลักษณะแบบคันไซมีความเหนือกว่าของแบบฮักก้า ในบรรดาคุณลักษณะทั้งหลาย ด้านรูปร่างมีความโดดเด่นที่สุด ตามด้วยสี วัตถุดิบ และรสชาติ มีคำแนะนำด้านอาหารที่เป็นประโยชน์เพื่อช่วยให้ประหยัดทั้งหลายพัฒนาอาหารต่าง ๆ แบบคันไซมากขึ้น

Cheng et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Tea Tourism Development in Xinyang, China Stakeholders' View พบว่า ชายังคงเป็นเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมทั่วโลกอยู่เรื่อยมา เนื่องจากตลาดการท่องเที่ยวใหม่ที่เฉพาะ (Niche Market) ได้ถูกพัฒนาในประเทศจีนและประเทศอื่น ๆ หลายประเทศเป็นเวลาหลายทศวรรษ แต่งานวิจัยทางด้านวิชาการล่าช้ากว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชา บทความวิจัยนี้มุ่งเน้นมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว และบทบาทและข้อห่วงใยที่สำคัญอย่างยิ่งยวดในกรณีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชาในซินหยาง ตอนกลางของประเทศจีน ได้มีการสัมภาษณ์และใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิดในปี ค.ศ. 2007 และ ค.ศ. 2008 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพชี้ให้เห็นถึงสิ่งต่อไปนี้

1. ในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชาในซินหยางประสบความสำเร็จทั้งหมดทั้ง ๆ ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจการชาหลาย ๆ แห่ง และมีการวางแผนการตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชาไว้เป็นอย่างดี และความร่วมมือกับระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ ในซินหยางนั้นเป็นเรื่องจำเป็นต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชา

- 2) รัฐบาลท้องถิ่นเจ้าของไร่ชา สื่อสารมวลชน บริษัทนำเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจการชาถูกพิจารณาว่าเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักด้วยบทบาทที่แตกต่างกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชา

- 3) ความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความสำคัญมากกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชา ความหมายโดยนัยของสิ่งที่ค้นพบถูกนำมาอภิปรายกับมุมมองเพื่อให้เกิดข้อเสนอแนะต่าง ๆ

Channey and Ryan (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Analyzing the Evolution of Singapore's World Gourmet Summit: an Example of Gastronomic Tourism พบว่า วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้คือเพื่อที่จะอธิบายถึงวิวัฒนาการของงาน World Gourmet Summit (WGS) ที่ได้รับการส่งเสริมในประเทศสิงคโปร์ และปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงานนี้ ปัจจัยต่าง ๆ ถูกบูรณาการเข้าไปในกรอบการวิเคราะห์งาน World Gourmet Summit ถูกพัฒนาขึ้นโดยเชฟโรงแรม และภัตตาคารต่าง ๆ ในสิงคโปร์ด้วยการสนับสนุนของผู้บริหารทางการท่องเที่ยว



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ของสิงคโปร์ (STB) และกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของแฟ้มสะสมงานทางด้านงานเทศกาลและท่องเที่ยวที่น่าสนใจเป็นพิเศษของสิงคโปร์ เว็บเพจงานเทศกาลมีคำมั่นสัญญาว่า “หมู่ดาวแห่งโลกอาหารมีที่ชายฝั่งสิงคโปร์ของเรา” งานวิจัยแบ่งได้เป็น 4 ส่วน ส่วนแรกจะทบทวนและอภิปรายการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ส่วนที่สองอธิบายการเกิดขึ้นของอาหารเอเชียใหม่ ๆ และรากฐานของอาหารนั้นๆ ในประเทศสิงคโปร์ ในขณะที่ส่วนที่สามอธิบายบทบาทของอาหารที่ได้รับการส่งเสริมในประเทศสิงคโปร์ โดยอ้างถึงการพัฒนา World Gourmet Summit โดยเฉพาะ จากการอธิบายเกี่ยวกับเหตุการณ์ และส่วนสุดท้ายของงานวิจัยนี้ระบุถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้นี้เป็นสิ่งที่ประสบความสำเร็จ ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย การประมาณงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ และความสามารถของงานเทศกาลเพื่อในการสร้างตัวตนขึ้นมาใหม่ในแต่ละปีโดยการสร้างภาพลักษณ์ที่เติบโตอย่างน่าภาคภูมิใจ

Seo and Yun (2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Multi-dimensional scale to measure destination food image: case of Korean food โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนามาตรการวัดหลายมิติสำหรับภาพลักษณ์อาหารปลายทางโดยใช้อาหารเกาหลี ดำเนินการศึกษาทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มสนทนา (Focus group interviews) เพื่อทำการศึกษาคูณลักษณะที่สำคัญที่ยังไม่พบจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการจัดลำดับว่ามีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีจำนวนมาก ได้แก่ นักท่องเที่ยวอเมริกัน ญี่ปุ่น และจีนเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 357 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเองเป็นองค์ประกอบภาพความรู้ความเข้าใจ (Cognitive image) ของข้อความถามเกี่ยวกับอาหารเกาหลี จำนวน 81 รายการ โดยใช้สเกลการวัด 7 ระดับประเภท Likert ตั้งแต่ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 7 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และภาพด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective image) ของข้อความถามเกี่ยวกับอาหารเกาหลี จำนวน 5 รายการ ใช้สเกลการวัดความแตกต่างของความหมาย ตั้งแต่ -3 ถึง +3 โดยวางคำคุณศัพท์ตรงข้ามที่ปลายตรงข้ามของสเปกตรัม (Spectrum) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Exploratory factor analysis และ Confirmatory factor analysis ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนามาตรวัดส่งผลต่อภาพอาหารปลายทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive food image) ประกอบด้วย ความปลอดภัยและคุณภาพของอาหาร (Food safety and Quality) ความน่าดึงดูดใจของอาหาร (Attractiveness of food) ประโยชน์ต่อสุขภาพของอาหาร (Health benefits of food) วัฒนธรรมอาหาร (Food culture) ศิลปะการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ (Unique culinary arts) และภาพอาหารปลายทางด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective food image) ประกอบด้วย Discontented-contented, Unfulfilled-fulfilled, Unpleasant-pleasant, Not enjoyable-enjoyable, Gloomy-exciting

Jiménez-Beltrán et al. (2016) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความรู้ด้านการ

ท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศแถบยุโรปโดยเฉพาะในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะการรับประทานอาหาร (Gastronomy) วัฒนธรรม (Culture) และการท่องเที่ยว (Tourism) เนื่องจาก การวิจัยมุ่งเน้นไปที่เมืองคอร์โดบา ประเทศสเปน วิธีดำเนินการวิจัยโดยการสำรวจความคิดเห็นกับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่รับประทานอาหารกลางวันหรือรับประทานอาหารที่ร้านอาหารต่าง ๆ ใน พื้นที่ประวัติศาสตร์และมีเมนูอาหารหลักที่เป็นผลิตภัณฑ์การทำอาหารทั่วไปของเมือง โดยใช้ แนวคิดของทาปาส (tapas) เช่น การนำเสนออาหารที่เป็นชิ้นส่วนเล็ก ๆ พอดีคำในการรับประทาน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบที่ดีต่อสุขภาพของการรับประทานอาหารเป็นมิติหลัก พบว่า มีการจัดตั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 3 ประเภท (นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม และนักท่องเที่ยวทั่วไป) ที่ได้นำมาพิจารณาถึงความสมเหตุสมผลและการใช้ประโยชน์ สำหรับการแบ่งส่วนตลาด ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของสถานที่และความพึงพอใจที่ได้จากการรับประทานอาหารของเมืองคอร์โดบา บทความนี้ได้นำเสนอแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเนื่องจากหนึ่งใน ข้อสรุปที่สำคัญ คือ ความสามารถในการทำอาหารของท้องถิ่นที่เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจในท้องถิ่นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างการเกษตร ท้องถิ่นและการท่องเที่ยว การเสริมสร้างสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจนด้วยสองวิธีที่ต่างกัน: การเพิ่มระดับ ของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกและการจำหน่ายในท้องถิ่น ในทำนองเดียวกัน เป็นสิ่งจำเป็นที่จะรับประกัน ความเคารพต่อประเพณีและคุณค่าที่สร้างขึ้นโดยชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของอย่างแท้จริง ในความเป็น จริง การใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในท้องถิ่นและตามฤดูกาล (เป็นการให้ความเคารพต่อสิ่งแวดล้อม มากขึ้น) และมรดกทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดของทาปาสในเมืองคอร์โดบา ถือว่าเป็น องค์ประกอบที่มีคุณค่ามาก เป็นที่แน่นอนว่าการแบ่งส่วนตลาดเป็นวิธีการที่นักท่องเที่ยวเลือกบริโภค อาหาร (รวมถึง ทาปาส (tapas)) เพื่อให้สามารถใช้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม และเพื่อให้แน่ใจว่าการเติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนของวิธีการประกอบอาหารในท้องถิ่นต่อไปได้

Hwang et al. (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Exploration of the successful glocalization of ethnic food: a case of Korean food โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจศักยภาพ ในการประสบความสำเร็จในการทำให้อาหารเกาหลีเป็นชนกลุ่มน้อยที่ประสบความสำเร็จผ่านการ สำรวจสาเหตุของการเลือกอาหารเกาหลี ปัจจัยความสำเร็จของร้านอาหารเกาหลี และปัจจัยที่มีผล ต่อตัวแปรผลลัพธ์ของความพึงพอใจของลูกค้า ความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมใหม่อีกครั้ง และเปลี่ยน ภาพลักษณ์ของเกาหลี เก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าร้านอาหารเกาหลี จำนวน 265 คนในสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงเหตุผลที่เลือกรับประทานอาหารเกาหลี ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสุขภาพ (Healthy Factor) ปัจจัยด้านแปลกใหม่และหลากหลาย (Novel and Diverse Factor) และปัจจัย ทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Factor) ส่วนปัจจัยสู่ความสำเร็จสำหรับร้านอาหารเกาหลี

ประกอบด้วย ง่ายและสะดวก (Easy and Convenient) ความสะอาดและสุขอนามัย (Cleanliness and Sanitation) ความตระหนัก (Awareness) และอาหารและวัฒนธรรม (Food and Culture) ซึ่งปัจจัยด้านแปลกใหม่และหลากหลาย พบว่า มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจของลูกค้า ความตั้งใจในการกลับมาเยี่ยมใหม่อีกครั้งและภาพลักษณ์ของเกาหลีอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรม พบว่า มีผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าและภาพลักษณ์ของเกาหลี

Chen and Huang (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Local food in China: a viable destination attraction โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประเมินศักยภาพของอาหารท้องถิ่นของจีนที่จะแสดงจากมุมมองของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยตรวจสอบและจัดประเภทนักท่องเที่ยวในประเทศเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และประเมินผลของแรงจูงใจที่มีต่อการมีส่วนร่วมของอาหาร ความพึงพอใจในอาหาร และความสนใจเชิงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร นอกจากนี้ยังได้ทำการประเมินอิทธิพลของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวด้วย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามทำการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจีน จำนวน 1,353 คน ใน 8 จุดหมายปลายทางที่กระจายไปตามภูมิภาคประเทศหรือภูมิภาคเดียวในประเทศจีน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์ Cluster Analysis โดยใช้ a non-hierarchical K-means clustering algorithm การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) และ independent t-tests ผลการวิจัย พบว่า การวิเคราะห์กลุ่มแบ่งตลาดนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยวแบบไม่สนใจด้านอาหารเป็นพิเศษ (Disinterested Food Tourists) นักท่องเที่ยวอาหารโดยบังเอิญ (Accidental Food Tourists) และนักท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ให้ความสนใจด้านอาหารเป็นพิเศษ (Committed Food Tourists) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เพศ มีอิทธิพลต่อระดับความสนใจ และการมีส่วนร่วมในอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนปัจจัยด้านประชากรศาสตร์อื่น ๆ เช่น อายุ และระดับการศึกษาไม่ปรากฏว่ามีอิทธิพลต่อระดับความสนใจ และการมีส่วนร่วมในอาหารท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศ

Choe and Kim (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Development and validation of a multidimensional tourist's local food consumption value (TLFCV) scale โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบมาตรวัดของค่านิยมการบริโภคอาหารในท้องถิ่นจากมุมมองของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อค่านิยมการบริโภคของนักท่องเที่ยวมี 7 องค์ประกอบ โดยองค์ประกอบด้านการชิมอาหารท้องถิ่น ด้านความตั้งใจในการซื้อ และด้านภาพลักษณ์ทางอาหาร ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค

Mehul Krishna Kumar (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Gastronomic tourism - A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands พบว่า จุดแข็งในการท่องเที่ยวเชิงอาหารหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ ได้แก่ ความหลากหลายในจานอาหาร (38.1) คุณภาพของอาหาร (ร้อยละ 23.0) บรรยากาศ (ร้อยละ 19.0) การต้อนรับ (ร้อยละ 12.7) ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย (ร้อยละ 4.8) สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 2.4) ส่วนจุดอ่อนในการท่องเที่ยวเชิงอาหารหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ ได้แก่ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้อยละ 34.9) คุณภาพของอาหารน้อยและราคาสูง (ร้อยละ 24.6) พฤติกรรมพนักงานไม่เป็นมืออาชีพ (ร้อยละ 10.3) ขาดความหลากหลายในจานอาหาร (ร้อยละ 9.5) ขาดเรื่องความสะดวก (ร้อยละ 7.9) นอกจากนี้ ผลจากการสำรวจแสดงให้เห็นว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ยังขาดการส่งเสริมด้านการตลาด (ร้อยละ 42.6) มากที่สุด รองลงมา การจัดเทศกาลอาหาร (ร้อยละ 20.4) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด (ร้อยละ 17.6) การอาหารท้องถิ่น (ร้อยละ 16.7) และการฝึกอบรม (ร้อยละ 2.8) ทั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ต่อไป

Kim and Choe (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Testing an attribute benefit-value-intention (ABVI) model of local food consumption as perceived by foreign tourists โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบรูปแบบคุณลักษณะ – ผลประโยชน์ – คุณค่า – ความสนใจ (ABVI) ของการบริโภคอาหารท้องถิ่นตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบบจำลองถูกออกแบบมาเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างคุณลักษณะของอาหารในท้องถิ่น (Local food attributes ผลประโยชน์ตามการรับรู้ (Perceived benefits) มูลค่าการบริโภค (Consumption value) และความสนใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral intentions) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในฮ่องกงเป็นจำนวน 1,323 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ Exploratory factor analysis และ Confirmatory factor analysis ผลการศึกษา พบว่า คุณภาพของอาหาร ความแปลกใหม่ของอาหาร” และคุณภาพของร้านอาหาร ส่งผลกระทบบ่อยมากต่ออารมณ์ และผลประโยชน์ทางความรู้ความเข้าใจ ผลประโยชน์ทางอารมณ์ มีผลกระทบอย่างสำคัญต่อมูลค่าการบริโภค และความสนใจเชิงพฤติกรรม ในขณะที่ผลประโยชน์ทางความรู้ความเข้าใจมีอิทธิพลต่อมูลค่าการบริโภคเท่านั้น

Bertan (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism พบว่า บรรยากาศ บุคลากร วัตถุดิบ การนำเสนออาหารและเครื่องดื่ม รวมถึง ผลิตภัณฑ์อาหาร/สินค้าของร้านอาหาร มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งร้านอาหารต้องให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้

Martín, Román, López-Guzmán Guzmán, and Moral-Cuadra (2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง A fuzzy segmentation study of gastronomical experience โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์

ประสบการณ์การรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (นักท่องเที่ยวและนักศึกษานักศึกษา) ที่มาเยือนกอร์โดบา (Córdoba) แหล่งมรดกโลกที่โดดเด่นของสเปน ด้วยวิธีแบ่งส่วนแบบฟิชชีคลัสเตอร์ ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงการมีอยู่ของนักท่องเที่ยว 3 กลุ่มที่ชื่อว่า กลุ่มนักชิม (foodies) กลุ่มที่ไม่ใช่นักชิม (non-foodies) และกลุ่มที่เป็นคนกลาง (intermediaries) โดยพิจารณาบนพื้นฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่มเกี่ยวกับประสบการณ์การรับประทานอาหารท้องถิ่น สามารถสรุปได้ว่า ความรู้เดิมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น เช่น Salmorejo, Rabo de Toro y Flamenquín เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีความเป็นไปได้สูงของกลุ่มนักชิม (foodies) ในขณะเดียวกันกลุ่มที่ไม่ใช่นักชิม (non-foodies) ยังขาดความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ส่วนข้อมูลเชิงลึกที่น่าสนใจเหมาะสำหรับผู้กำหนดนโยบาย นักการตลาดปลายทาง และผู้ประกอบการร้านอาหาร

Kliestik, Kostkova, and Pellesova (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Global Aspects of the Gastronomic Trends and Innovations โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแนวโน้มการรับประทานอาหาร และนวัตกรรมทางเลือกใหม่ ข้อเสนอของร้านอาหารในสาธารณรัฐเช็กและการยอมรับของลูกค้า ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การตลาดและนวัตกรรมขององค์กร ความสำเร็จทางเศรษฐกิจและความน่าดึงดูดใจของข้อเสนอให้กับลูกค้า โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ระหว่างผู้ให้บริการด้านอาหารและลูกค้า ซึ่งเป็นการสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงคุณภาพของการบริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภคจากมุมมองของผู้ให้บริการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการทดสอบความเป็นอิสระของ Chi quadrade สำหรับการประเมินคำถามการวิจัยและสมมติฐาน และเปรียบเทียบผลการวิจัยที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสังเคราะห์ข้อสรุปการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า การระบุแนวโน้มใหม่สามารถเป็นได้แรงบันดาลใจสำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และในการแนะนำนวัตกรรมบริการ ซึ่งคำจำกัดความของแนวโน้มด้านอาหารที่สำคัญของบริษัทด้านอาหารของเช็กสามารถนำไปใช้กับธุรกิจด้านการทำอาหารได้ สำหรับสถานประกอบการและจุดหมายปลายทางสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจแก่ลูกค้าและการเข้าร่วมของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้น



965111980

ตอนที่ 2 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประเทศไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกว่า เป็นหนึ่งในจุดหมายที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ควรมาสัมผัส ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ณ เดือนเมษายน พ.ศ. 2561 ขยายตัวจากช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2560 ร้อยละ 16.07 โดยรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศขยายตัวร้อยละ 17.55 และรายได้ของนักท่องเที่ยวไทยขยายตัวร้อยละ 12.21 ทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยมีความเจริญเติบโต ซึ่งรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยว ภาครัฐเล็งเห็นถึงการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชาวบ้านโดยตรงจากการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อให้เม็ดเงินจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ลงไปสู่เศรษฐกิจฐานรากของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ต้องการให้เศรษฐกิจฐานรากขับเคลื่อนประเทศ (ศศิชา หอมตมลทิล, 2561)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว จึงมีการพัฒนาเพื่อให้เป็นวิธีการจัดการการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เข้ามามีส่วนในการจัดการ สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจของชุมชนไปพร้อมกัน การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism) เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่ภาคชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของชุมชน โดยคำนึงถึงความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม อยู่บนหลักการหรือฐานคิดที่ชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว การนำทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตของชุมชนมาใช้ เพื่อเป็นปัจจัยหรือต้นทุนในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น (มณฑาวดี พูลเกิด, 2553)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีลักษณะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการท่องเที่ยวตามแหล่งชุมชนของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจได้มีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชนหรือการรักษาวิถีชุมชนดั้งเดิม แต่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน เพื่อให้วิถีชุมชนดั้งเดิมไม่ถูกกระทบหรือถูกทำให้เลือนหายไป รวมถึงเป็นการรักษาทรัพยากรต่างๆ ภายในชุมชนให้มีความยั่งยืนต่อไปได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงหมายถึงการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยเป็นการท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในชุมชนนั้นๆ ด้วย เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมที่เข้ามา

สนับสนุนอาชีพหลักหรือวิถีดั้งเดิมของชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตเดิมหรือทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่เดิม (ศศิชา หมดมลทิล, 2561)

การพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1. ศักยภาพคน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่คนในชุมชนต้องรู้จักวิถีชีวิตดั้งเดิมของตนเองให้ดีก่อน เพื่อให้มีความพร้อมในการให้ข้อมูล และคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ ซึ่งถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของชุมชน เนื่องจากชุมชนต้องมีการร่วมกันคิดวางแผนการดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรในการจัดการทรัพยากรและวัฒนธรรม โดยผ่านกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยที่ชุมชนจะมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ คำนึงถึงสภาพปัญหาและผลกระทบจากการท่องเที่ยวก่อนที่จะดำเนินการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนจึงต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นองค์กร เพื่อเป็นตัวแทนในการจัดการประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

2. ศักยภาพพื้นที่ ซึ่งหมายความรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา คนในชุมชนต้องรู้จักรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการในพื้นที่ด้วย การทำแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือ การนำเสนอจุดเด่นของชุมชน ดังนั้น คนในชุมชนจึงต้องรู้จักคุณค่าของพื้นที่และวัฒนธรรมในชุมชน โดยคนในชุมชนควรมีการสำรวจลักษณะทางกายภาพของแหล่งธรรมชาติ พื้นที่ ได้มีการศึกษาและเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชน

3. ศักยภาพด้านการจัดการ ชุมชนจะต้องมีผู้นำซึ่งคนในชุมชนให้การยอมรับ มีความคิดมีวิสัยทัศน์ มีความความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความพร้อมในการประสานงานให้ความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดแนวทางหรือกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง จึงควรประเมินความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เช่น เป็นการดำเนินงานร่วมกันของทุกภาคส่วน เพื่อส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง โดยร่วมกันกำหนดเป้าหมายหรือทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการการท่องเที่ยว หรือความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวว่าเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกระบวนการในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้ชุมชน ให้ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวและในขณะเดียวกัน มีส่วนของการเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีบทบาท

ในการพัฒนาคุณภาพของการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อน ความสนุกสนาน และความบันเทิง หากมีการพัฒนารูปแบบของการท่องเที่ยวให้ที่เป็นสถานที่ในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ และมีการเคารพชุมชนหรือคนในท้องถิ่น (ณัฏฐพัชร มณีโรจน์, 2560)

วิสัยทัศน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนหลายแห่งได้มีการดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวเอง ซึ่งมีรูปแบบการตัดสินใจด้วยการกำหนดวิสัยทัศน์ 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังภายนอก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อปัญหาที่ชุมชนประสบอยู่ และคาดหวังว่าจะได้ผู้ที่มีความเข้าใจ และร่วมมือกันแก้ปัญหาต่างๆ อันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น

2. การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ชุมชนจึงต้องมีการรวมกันเข้ามามีการจัดการ เพื่อให้หนักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎกติกาของชุมชน การวางระเบียบแบบแผนเพื่อจัดสรรผลประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อมิให้เกิดผลกระทบมากกว่าความสามารถในการจัดการของชุมชน

3. การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการในการเรียนรู้ของคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และสิ่งแวดล้อม ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นเพียงประโยชน์ที่ได้เพิ่มเติมจากกระบวนการเรียนรู้จากการท่องเที่ยว

ทั้ง 3 รูปแบบข้างต้น มีหลักการมาจากชุมชนที่มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของตนเอง พร้อมจะเผยแพร่ไปยังภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด นอกจากนี้ชุมชนยังต้องการความเข้าใจ และความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวให้เคารพกฎ กติกา ที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

วัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์มาจากการกำหนดตามวิสัยทัศน์ที่ชุมชนร่วมกันจัดทำขึ้น และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรมให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เน้นคน เป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นกิจกรรมเชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่น ๆ ที่ต้องเอื้อต่อการเรียนรู้กันและกัน เช่น การท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชมชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของชุมชนการประมงขนาดเล็ก ที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ทรัพยากรชายฝั่งด้วย



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

2. เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมให้คนในชุมชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ได้เข้าใจในคุณค่าขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และประเพณีของชุมชนให้พื้นึ้นได้ในอนาคต
3. เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน เกิดความพร้อมที่จะได้รับผลกระทบทางการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการเพื่อลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็นระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข
4. เพื่อเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตไปยังภายนอกชุมชน

หลักการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีหลักการดังนี้

วีรยา มีสวัสดิกุล (2552) เสนอแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตน ไปพร้อมกับด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนต่างๆ ซึ่งตามบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว จึงควรมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง มีการพินิจพิเคราะห์สภาพปัญหาและผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้าน และชุมชนมีส่วนร่วมตัดสินใจลงมติที่ดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร
2. สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการออกความคิด ร่วมกันวางแผน การทำกิจกรรม การติดตามและประเมินผล การเรียนรู้ และรับประโยชน์ร่วมกัน
3. ชุมชนต้องมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรืออาจเป็นองค์กรชุมชนเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล เพื่อให้มีกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกได้ทั้งหมดหรือให้มากที่สุด และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน
4. รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงถึงการอยู่ร่วมกันอย่างมีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียม ความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์ และลดผลกระทบในเชิงลบ
5. มีกฎกติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถควบคุมดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้
6. ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนและชาวบ้าน รวมทั้งนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงาน การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

7. การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีการกำหนดที่มาจากข้อตกลงร่วมกันภายในของคนในชุมชน เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม และการพิจารณาร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว

8. มีการแบ่งรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ไปใช้สนับสนุนการพัฒนาชุมชน และการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชน

9. การท่องเที่ยว มีใช่อาชีพหลักของคนในชุมชน โดยจะต้องคงอาชีพหลักของชุมชนไว้ เพราะหากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว อาจมีผลเป็นการเปลี่ยนแปลงชีวิต จิตวิญญาณและวิถีดั้งเดิมของชุมชน

10. องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะรับมือกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินขีดความสามารถในการจัดการ ซึ่งหากมองในแง่ความพร้อมของชุมชน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะสามารถดำเนินการไปได้ด้วยดีนั้น ต้องพิจารณาจากภายนอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถแบ่งออกได้ 3 รูปแบบ

1. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวปกติทั่วไปของชุมชน
2. การศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ มีทั้งการบรรยาย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อให้ผู้มาศึกษาดูงานได้เข้าใจ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทหรือวัตถุประสงค์ของการศึกษาดูงาน
3. จิตอาสา ซึ่งเป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับอาสาสมัครที่ต้องการทำกิจกรรมเพื่อประโยชน์ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

องค์ประกอบหลักของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือ ชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีการพึ่งพาใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. ด้านองค์กรชุมชน คือ ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ มีความรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. ด้านการจัดการ คือ ชุมชนมีกฎระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวสามารถเชื่อมโยงไปพร้อมกันกับการพัฒนาชุมชนโดยภาพรวม โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และมีกองทุนที่ใช้ในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
4. ด้านการเรียนรู้ คือ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการเรียนรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีระบบการจัดการที่เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่าง

ชาวบ้านกับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน มีการสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน

ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน มี 4 ประการ ได้แก่

1. มีส่วนสนับสนุนการจัดการทรัพยากรธรรมชาติโดยชุมชน ซึ่งความอยู่รอดของชุมชนขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรธรรมชาติวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น มีความเชื่อมโยงผูกพันกับทรัพยากร ดิน น้ำ ป่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน เป็นการสร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนในชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญา และในการจัดการทรัพยากร สามารถสื่อสารปัญหาเกี่ยวกับข้อขัดแย้งในการแย่งชิงทรัพยากรไปยังภายนอกให้ได้รับรู้ มีการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวผู้มาท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ มีการจัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชน มีการสร้างความร่วมมือของหน่วยงานในการทำงานเป็นพันธมิตรร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. มีส่วนสนับสนุนการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่บอกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชุมชน ดังนั้น ความเข้มแข็งของชุมชนจะทำให้ชุมชนสามารถปรับตัวให้อยู่ในสังคม โดยที่ยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมและปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับยุคสมัย มีการสืบทอดสู่คนรุ่นหลังได้อย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการสร้างความ ภาคภูมิใจให้กับชาวบ้าน ในการนำเสนอ สิ่งที่แสดงออกซึ่งภูมิปัญญาของคนชุมชน ให้นักท่องเที่ยวหรือคนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกัน กำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมใดที่ชุมชนพร้อมที่จะนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และมีแนวทางในการปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งการที่นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาแลกเปลี่ยน และเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น เป็นสิ่งกระตุ้นให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจ และกระตือรือร้นในการนำเสนอข้อมูล สามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้แก่นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวผู้มาเยือน และทำให้เยาวชนคนรุ่นหลังเล็งเห็นคุณค่าของชุมชนตนเอง
3. มีส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน ให้เกิดความภาคภูมิใจในความเป็นท้องถิ่นหรือชาติพันธุ์ของตน เกิดความร่วมมือและความสามัคคีของคนในชุมชน ได้รับโอกาสจากสังคมหรือได้รับการยอมรับจากคนภายนอก ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการดำรงไว้ซึ่งความเป็นชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะช่วยให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมและกำหนดบทบาทของชุมชนต่อการท่องเที่ยว มีกระบวนการในการจัดการความรู้ภายในชุมชน มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ ๆ ให้กับคนในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว และคนภายนอก มีความเชื่อมั่นให้คนในชุมชนในการนำเสนอปัญหาและความต้องการให้แก่หน่วยงานภาครัฐ

หรือภาคเอกชน มีการนำเสนอบอกเล่าประสบการณ์และความสำเร็จในการพัฒนาให้แก่ผู้ที่มาศึกษาดูงาน ซึ่งเป็นการพัฒนาและให้การศึกษาแก่บุคคลภายนอกด้วย

4. มีส่วนสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและคุณภาพชีวิตคนท้องถิ่น ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดคนภายนอกให้เข้ามาเรียนรู้ภายในชุมชน สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน คือ วิถีชีวิตที่มีความแตกต่างและวัฒนธรรมดั้งเดิม สิ่งที่น่าสนใจ คือ วิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีการดำรงชีวิตที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นรายได้เสริม ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงที่อยู่อาศัย เก็บบอมไว้ใช้ยามขาดแคลน ใช้เป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาความเจ็บป่วย หรือใช้เป็นทุนการศึกษาให้กับลูกหลาน โดยคนในชุมชนยังคงดำเนินวิถีชีวิตดั้งเดิม หรือเป็นการสร้างทางเลือกในการสร้างรายได้หรืออาชีพเสริมให้กับครอบครัว ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างงานให้กับคนในชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเกี่ยวกับความสะอาดและสุขอนามัยของชุมชน นอกจากนี้ เมื่อชุมชนเริ่มเป็นที่รู้จักก็จะมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาสนับสนุน การที่การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม จะทำให้คนในชุมชนไม่คาดหวังที่จะพึ่งพารายได้หลักจากการท่องเที่ยว และสามารถดำรงวิถีชีวิตได้อย่างปกติต่อเนื่องไม่ว่าจะมีนักท่องเที่ยว มาเที่ยวหรือไม่ก็ตาม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัลลภ วรรณโอสธ (2564) ได้ค้นหาคุณลักษณะของปัจจัยที่ส่งเสริมให้การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบผลสำเร็จ ได้ทั้งหมด 18 ปัจจัยและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1. การส่งเสริมจากผู้มีส่วนร่วม คนในชุมชนต้องมีการร่วมมือกันอย่างจริงจัง ลักษณะของการมีส่วนร่วมดังกล่าวจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมโดยจะต้องเริ่มต้นจากชุมชนอันเป็นเจ้าของสถานที่และเจ้าของวัฒนธรรม เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการต่าง ๆ ทำให้การจัดการการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช (2561) ได้ศึกษาปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ข้อมูลปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน แสดงว่า เมื่อชุมชนบ้านโพนมีปัจจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนสูงขึ้นจะส่งผลให้ผลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับที่สูงขึ้น และ ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทฤณ (2560) ได้ศึกษาการจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคาม พบว่า การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น และจังหวัดมหาสารคามมีแนวปฏิบัติที่แตกต่างกันเนื่องจากมีแนวปฏิบัติและการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนแตกต่างกันตามอัตลักษณ์ ตามความโดดเด่นของทรัพยากรภูมิปัญญาทอผ้า

และนาฏสุตา เขมสิริ (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน : กรณีจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรี พบว่า การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน จะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนร่วม เช่น ผู้นำท้องถิ่น คนในชุมชน และควรเป็นการพัฒนาที่มีความยั่งยืน ตามแนวทางของการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่กล่าวว่า การพัฒนาควรมีความสมดุลระหว่างความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถของทรัพยากรการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. การติดต่อสื่อสาร การดำเนินกิจกรรมของชุมชนท่องเที่ยว จะต้องมีการติดต่อประสานงานระหว่างสมาชิกในชุมชน มีการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนรับรู้ โดยมีความเกี่ยวข้องกับจิตใจอารมณ์และความรู้สึก มีความรับผิดชอบร่วมกัน นอกจากนี้ ยังต้องมีช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อให้สมาชิกในชุมชนทุกคนสามารถรับข่าวสารได้อย่างครบถ้วน สมบูรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (2560) ได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อกระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน คือ ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกผ่านช่องทางแอปพลิเคชันไลน์ การแจ้งตรง การบอกต่อ การโทรศัพท์ การประชุมต่าง ๆ และประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์ (2560) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง พบว่า ประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมีการนำหลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก โดยรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อ มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว คือ การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม และอรนุช โกศล และโชคชัย สุทธาเวช (2556) ได้ศึกษาการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มตัว ในปี พ.ศ. 2558 จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องเตรียมความพร้อมในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้เพิ่มขึ้น ดังนั้น ควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทางด้านการจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ เช่น เผยแพร่ข้อมูล ผ่านทางสื่อออนไลน์เกี่ยวกับการแต่งกายที่เหมาะสมกับกิจกรรม ที่มาและประโยชน์ของวัตถุดิบ ที่นำมาทำขนมหรือประกอบอาหารประจำท้องถิ่น

3. การเมืองท้องถิ่น ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลักของภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม ตามทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ โดยผู้นำชุมชนท้องถิ่นจะต้องให้ความสนใจในเรื่องราวของชุมชน ตลอดจนการให้ความสำคัญของชุมชน พร้อมทั้งจะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นภายใน

ชุมชนและพร้อมสนับสนุนทันทีเมื่อชุมชนได้ร้องขอ สอดคล้องกับงานวิจัยของวิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์ (2550) ได้กล่าวถึง ความจำเป็นของภาครัฐที่จำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ต้องเข้ามาสนับสนุนส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความพร้อมอย่างแท้จริงเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับชุมชนต่อไป คมลักษณ์ สงทิพย์ (2557) ได้ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำ วัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า การสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่รัฐที่จะเป็นตัวกลางระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ โดยปฏิบัติงานมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก และธนพล จันทร์เรืองฤทธิ์ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอมะนัง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ในการพัฒนาชุมชนริมน้ำจันทบูรให้เป็นพื้นที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องเกิดขึ้นจากการสนับสนุนของผู้นำชุมชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการร้านค้าและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในชุมชน

4. ภาวะผู้นำ ผู้นำของชุมชนมีศักยภาพและความรับผิดชอบในการนำชุมชนเพื่อให้เกิดการพัฒนา และมีการนำองค์ความรู้ใหม่ ๆ เข้ามาเผยแพร่ให้คนในชุมชนรับรู้ และผู้นำของชุมชนเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ผู้นำจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผ่านการเข้าร่วมประชุมและอบรมเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืน ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน มีผู้นำที่มีความมุ่งมั่น มีความรู้ความสามารถและความเข้าใจบริบทในการจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการสร้างความร่วมมือทั้งในระดับแนวตั้งและแนวนอน บัณฑิต อ่อนดำ (2536) ได้ศึกษากระบวนการปรับปรุงและพัฒนากลุ่ม/องค์กรประชาชนเชียงใหม่ ที่กล่าวว่า ถ้าประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ แล้วประชาชนจะเต็มใจให้ความร่วมมือหรือมีพันธมิตรในเรื่องนั้น ๆ ทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมให้สำเร็จลุล่วงได้ ดังนั้น ผู้นำจึงต้องหาวิธีการในการสร้างวิธีให้คนในชุมชนให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่าง ๆ จิระพงษ์ เรืองกุล และวิทยา นามเสาร์ (2563) ได้ศึกษาสมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในไทย พบว่า สมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ มี 7 ประการ คือ แรงขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชน ความไว้วางใจ การมีวิสัยทัศน์ ความสามารถทางการบริหาร ทักษะ การสื่อสาร ความสามารถทางการตลาดและความสามารถในการสร้างเครือข่าย

5. เครือข่ายองค์กร ชุมชนท่องเที่ยวมีการสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน และมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างชุมชน เพื่อให้มีการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวที่ดีขึ้น เครือข่ายของชุมชนมีการแบ่งแยกหน้าที่ที่ชัดเจน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับภาคีที่เกี่ยวข้องในชุมชน เพื่อนำข้อมูลมา

ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของจรินทร์ อาสาทรง (2552) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดน้ำเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนและเกิดการบูรณาการความร่วมมือกับภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในลักษณะเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว ปรียาภรณ์ เนียมนง และคณะ (2555) พบว่า การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดเพื่อฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาช่วยเหลือ เป็นที่ปรึกษาและสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อพัฒนาตลาดน้ำอัมพวาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน ปวีณา งามประภาส (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านมะหลาง อำเภอมะเข่ จังหวัดลำปาง พบว่า แนวทางการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวของชุมชนมะหลางเกิดประสิทธิภาพ ได้แก่ การส่งเสริมงบประมาณและองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการ การดำเนินงานด้านสิทธิในที่ทำกิน และการเชื่อมประสานการดำเนินงานกับชุมชนท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

6. ทรัพยากรท้องถิ่น ชุมชนท่องเที่ยวมีทรัพยากรสำหรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน สามารถอนุรักษ์ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น โบราณสถาน สิ่งปลูกสร้าง เครื่องแต่งกาย เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่มีความค่าทางด้านประวัติศาสตร์ ด้านจิตใจของคนในชุมชน โดยทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านี้ จะสะท้อนให้เห็นคุณค่าทางสังคม เพราะทำให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความเป็นชาติพันธุ์ของตน สร้างความสามัคคีและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2561) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า จังหวัดศรีสะเกษเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ที่มีความหลากหลาย จึงทำให้มีความแตกต่างทางวัฒนธรรมและวัฒนธรรม และถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ธีระ สิ้นเดชา และอดิศักดิ์ แสงสนิท (2558) ได้ศึกษาองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าองค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจะมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นมิตรไมตรี และด้านสิ่งดึงดูดใจ อย่างมีนัยสำคัญ สงกรานต์ เชื้อนธนะ (2556) ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน พบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ มีลักษณะชวนตาชวนใจ มีเสน่ห์สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมเยือนที่ชุมชน

7. ทักษะความรู้ สมาชิกของชุมชนท่องเที่ยวสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ของชุมชน ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว และสามารถแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของชุมชนของตนกับชุมชนใกล้เคียง คนในชุมชนถ่ายทอดความรู้จากฐานสู่ฐาน รวมถึงทักษะการดำเนินชีวิตตามวิถีของชุมชน ลักษณะ เกยุราพันธ์ (2558) ได้ศึกษาการพัฒนาารูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก พบว่า แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก ที่สำคัญได้แก่ การส่งเสริมบุคลากรทุกระดับได้รับการอบรมให้มีความรู้ และสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าของวัฒนธรรมชาวไทยพวน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ส่งเสริมการเรียนรู้และการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รัตน์ บัสนธ์ (2537) ได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง พบว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่ชาวบ้านได้เรียนรู้และสั่งสมประสบการณ์ รวมถึงถ่ายทอดสืบกันต่อมา ภูมิปัญญาเป็นเรื่องที่สั่งสมกันมาตั้งแต่อดีตกาล เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคน ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม โดยผ่านกระบวนการทางจารีต ประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ ราชบัณฑิตยสถาน (2546) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภูมิปัญญาไทยหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน ว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากการกระทำและสืบทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชน และนำมาปรับปรุง เลือกรสร หรือประยุกต์ให้เกิดประโยชน์

8. กิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ชุมชนจึงสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อจัดทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ เป็นกิจกรรมที่ไม่ทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อนักท่องเที่ยวและผู้จัดกิจกรรม ฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2561) ได้ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเป็นการอนุรักษ์ชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ จำแนกได้ 4 ประการ คือ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการดำเนินการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม วิศรา สมเกียรติกุล และคณะ (2561) ได้ศึกษาการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ในอดีตที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวอดินิยมที่ไม่มีกิจกรรมให้เรียนรู้ แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป กล่าวคือ ต้องการที่จะเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวมากขึ้น จันทรจิรา สุขบรรจง (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวต้องการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่ม

มากขึ้น จึงเกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

9. การบริการการท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยวมีบริการการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างสะดวก การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย คนในชุมชนรู้จักกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนตนเอง เป็นบริการพื้นฐานที่ชุมชนสามารถจะให้บริการได้จากทรัพยากรที่มีอยู่ พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเกษียณ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและด้านสภาพแวดล้อม มีความสะดวกสบาย และการบริการที่เป็นมิตร เฉลิมชัย อัสวโกศิ (2550) ได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ต่อการท่องเที่ยว อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย พบว่า ด้านการคมนาคมขนส่งและความสะดวก ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว วนิชพร จันทรักษา (2551) ได้ศึกษาปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

10. การประชาสัมพันธ์ เมื่อนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ชุมชน คนในชุมชนสามารถประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนได้ การประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นได้มากกว่า 1 ช่องทาง และข้อมูลการประชาสัมพันธ์มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ กันตถณ แก้วสง่า และนิศาชล จ่านศรี (2558) ได้ศึกษาการจัดการองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การค้นหาองค์ความรู้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ด้านการตลาดการท่องเที่ยว โดยบุคลากรด้านการท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น มัคคุเทศก์ เจ้าของธุรกิจการท่องเที่ยวต่าง ๆ หน่วยงานภาครัฐ หรือชุมชนท้องถิ่น มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเบื้องต้น สามารถบอกเส้นทางการท่องเที่ยว แนะนำแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ เนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ ทั้งนี้ บุคลากรทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับดีมาก เพราะเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี ช่วยกันรักษาความสะอาด ยิ้มแย้มแจ่มใส คอยให้คำแนะนำนักท่องเที่ยว กฤษดา ชุ่นอัย (2552) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านหลวงเหนือ ตำบลหลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า วิธีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต การบอกต่อจากคนใกล้ชิดหรือคนรู้จัก นพพร จันทรนาชู และคณะ (2560) ได้ศึกษารูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จะต้องดำเนินงานร่วมกันในลักษณะ

ของเครือข่าย รวมทั้งมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ การสืบค้นข้อมูล สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกชุมชน และสามารถสร้างความรู้ และนวัตกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

11. ด้านเงินทุนสนับสนุน ชุมชนท่องเที่ยวได้รับเงินสนับสนุนการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องอย่างเพียงพอ และได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากภาคเอกชนเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว โดยชุมชนมีเงินหมุนเวียนเพียงพอที่จะจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ธณิศวัลกุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559) ได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ : กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า สิ่งที่เป็นปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์สิรินธร มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านงบประมาณ ด้านบทบาทและภารกิจ และด้านคุณภาพการให้บริการ ซึ่งในด้านงบประมาณ พบว่ามีจำกัดเฉพาะเพื่อการศึกษาวิจัย อนุรักษ์ เก็บรวบรวมตัวอย่างซากไดโนเสาร์ ขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก อิศริย์ ภักดีศรีแพง (2557) พบว่า ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา แม้จะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในความรับผิดชอบ แต่มีนโยบายและแผนงานในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการสนับสนุนการจัดกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ ที่ถูกบรรจุไว้ในปฏิทินการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาส่งเสริมเป็นลำดับต้น แต่เมื่อเทียบกับงบประมาณที่มีอยู่กับพื้นที่รับผิดชอบ จำนวน 32 อำเภอ ถือว่ายังไม่พอเพียง จึงทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เป็นรูปธรรมเท่าที่ควร อัครพงศ์ อ้นทอง และอริยา เผาเครื่อง (2564) ได้ศึกษาทุนของชุมชนและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนผลตอบแทนสูงกว่าต้นทุนการดำเนินงานบวกกับค่าแรง และมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของรายรับ ดังนั้น หากกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีข้อเสียหลักที่ต้องลงทุนใหม่ ชาวบ้านยังคงได้รับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่คุ้มกับการลงทุนในกิจกรรมนั้น ๆ

12. โครงสร้างการบริหาร ชุมชนท่องเที่ยวมีการจัดโครงสร้างการบริหารและแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน โดยแต่ละคนรับทราบถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง และคณะกรรมการบริหารได้รับความไว้วางใจจากสมาชิกในชุมชน การเลือกคณะกรรมการต้องมาจากเสียงส่วนใหญ่ของชุมชน และสามารถตรวจสอบการทำงานได้ เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ทุกกลุ่มมีการจัดการโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจน แต่ยังขาดกระบวนการของการวางแผนการท่องเที่ยว ยังมีความต้องการพึ่งพาหน่วยงานภายนอก ทั้งในด้านงบประมาณและความช่วยเหลือต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการของกลุ่มสามารถดำเนินการได้ด้วยด้วยความเรียบร้อยและยังดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวจนถึงปัจจุบัน World Tourism Organization (2001) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน นำมาซึ่งผลประโยชน์และปัญหาต่าง ๆ ให้แก่ชุมชน หากมีการวางแผนพัฒนาและการจัดการที่ดี การท่องเที่ยว



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

จะทำให้เกิดอาชีพในชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ และทำให้เกิดการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ส่งผลทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น พงนา สวนศรี (2541) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง หากจัดระบบการจัดการไม่ดี ขาดความโปร่งใส อาจก่อให้เกิดการขาดความร่วมมือ ชุมชนขาดความเข้มแข็ง และเกิดผลกระทบ ซึ่งเป็นการทำลายตัวเอง

13. นักท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ โดยมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมตลอดทั้งปี และกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว จะสามารถเรียนรู้วิถีชุมชนท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนได้ กันตถณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี (2558) ได้ศึกษาการจัดการองค์ความรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กระบวนการจัดการความรู้ใช้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอำเภอพิมายได้เป็นอย่างดี ในการค้นหาองค์ความรู้สามารถจำแนกความรู้ได้หลาย ๆ ด้าน เช่น ด้านนักท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก คือ นักเรียน นักศึกษา และวัยทำงาน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ของที่ระลึกจะต้องเป็นสินค้าที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยว เพื่อดึงดูดและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว Richards (2010) กล่าวว่า ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้ ไปสู่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ หรือเปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุ ไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์”

14. การฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพ ชุมชนท่องเที่ยวมีการจัดโครงการอบรมเพื่อพัฒนาและให้ความรู้แก่คนในชุมชน และสามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองจากการเข้าฝึกอบรมที่ชุมชนจัดขึ้น โดยหลังจากอบรมแล้วมีการพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้นหรือสามารถเสนอข้อคิดเห็นต่างๆ เพื่อให้ชุมชนไปปรับและพัฒนาได้ ชุลิรัตน์ จันทรเชื้อ (2551) ได้ศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาสมรรถนะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า สมรรถนะการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จำเป็นต้องฝึกอบรมเพื่อให้สามารถดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง และประสบผลสำเร็จ มี 3 ด้าน คือ สมรรถนะในด้านการประสานงานและจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน สมรรถนะในด้านการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและปฏิบัติตามแผนที่มีผลกระทบด้านลบน้อยที่สุด และสมรรถนะในด้านการบริการนักท่องเที่ยว ปทุมพร วรพิงศ์ (2552) ได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืน พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืนจะต้องให้บุคลากรในชุมชนได้รับการฝึกอบรม เพื่อสร้างทักษะ ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยให้บุคลากรในชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอหัวข้อที่ต้องการเรียนรู้และมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการฝึกอบรม ชีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์ (2556) ได้ศึกษาการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม : เยาวชนคนเก่งอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์

พบว่า ความจำเป็นด้านเนื้อหาและองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว คือ ด้านความปลอดภัยและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้แก่เยาวชนอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่มีหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัย ให้มีความรู้ความสามารถและมีทักษะในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้อย่างทันท่วงที

15. คนในชุมชน สมาชิกของชุมชนรับรู้ถึงรายละเอียดของกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชน มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ตระหนักว่าตนเองเป็นเจ้าของชุมชนและทรัพยากรของชุมชนท่องเที่ยว สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2540) กล่าวว่า ความผูกพันต่อชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาชุมชน คนในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาและนำความเจริญมาสู่ท้องถิ่น ในทางตรงกันข้าม หากไม่มีคนในชุมชนก็จะทำให้ท้องถิ่นไม่สามารถเจริญรุ่งเรืองได้ ไชยลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (2556) กล่าวว่า ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกขั้นตอน เริ่มตั้งแต่การรวมกลุ่มคนที่สนใจดำเนินงาน การสำรวจ และการศึกษาความเป็นไปได้ การกำหนด เป้าหมาย การดำเนินงานร่วมกัน การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่โดดเด่นของชุมชน ฤชณา พิงฟู และ ทิพย์วัลย์ สุรินยา (2560) ศึกษาเกี่ยวกับความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม ความผูกพันต่อชุมชน กับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประชาชน ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ประชาชนมีความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอยู่ในระดับสูง ประชาชนทราบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมในชุมชน เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และควรให้ความรู้ด้านวัฒนธรรมของชุมชนแก่นักท่องเที่ยว โดยปราชญ์ชุมชนจะเป็นผู้นำของคนในชุมชนในการเผยแพร่และปลูกฝังความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในการพัฒนาชุมชน

16. การสร้างสรรค์ ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างสรรค์ และมีการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมไปตามเหตุการณ์ของโลกในยุคปัจจุบัน เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเสนอแนวความคิดในการจัด กิจกรรมท่องเที่ยว และปรับเปลี่ยนกิจกรรมให้เหมาะสม ลักษณะ เกยุราพันธ์และคณะ (2564) ได้ ศึกษาวัฒนธรรมไทยลาวครั้ง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า รูปแบบการศึกษาวัฒนธรรมไทยลาวครั้ง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนา เรียกว่า รูปแบบการศึกษาวัฒนธรรมไทยลาวครั้งเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบ ได้แก่ ชุมชนลาวครั้ง อัตลักษณ์ของชุมชนลาวครั้ง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างสรรค์ชุมชนแห่งการเรียนรู้ การอนุรักษ์และการพึ่งตนเอง ลักษณะ เกยุราพันธ์ (2558) ศึกษาการพัฒนาแบบการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวน เพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก พบว่า การพัฒนาแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายกที่สำคัญ ได้แก่ การพัฒนาและส่งเสริมบุคลากรทุกระดับด้วยการอบรม

ให้มีความรู้ สร้างความตระหนัก ให้รู้คุณค่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการเรียนรู้ที่หลากหลาย การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องมีการจัดตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบ การจัดทำ ป้ายแหล่งท่องเที่ยว และมีการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเพื่อส่งเสริมการพัฒนารูปแบบการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก ให้มี ประสิทธิภาพ และสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

17. การตระหนักถึงผลกระทบ คนในชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวตระหนักถึงผลกระทบ จากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และหาทางป้องกันผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรม โดย ร่วมมือกันในการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมของชุมชน ลดการเกิดผลกระทบต่อชุมชนท่องเที่ยวให้ได้ มากที่สุด รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2545) กล่าวว่า คนในชุมชนควรตระหนักถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ มีผลกระทบวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน รวมทั้งควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมการ ท่องเที่ยวตามนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ปี พ.ศ. 2555 - 2559) ซึ่งชุมชนสามารถอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและคงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งมีขีดความสามารถในการสร้างงานสร้าง รายได้และมีวิธีการถ่ายทอดไปยังคนรุ่นหลัง ทำให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ได้อย่างยั่งยืน

18. การแบ่งปันระหว่างคนในชุมชน การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแบ่งปันทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อ สนับสนุนกิจกรรมท่องเที่ยว คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของการแบ่งปันสิ่งต่างๆ ให้กับชุมชน ของตน ชุมชนอื่นข้างเคียง และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือน การแบ่งปันต้องอยู่บนพื้นฐานที่ไม่ทำให้ ตนเองและชุมชนเดือดร้อน รสสุคนธ์ เนาวบุตร และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) ศึกษาแนวทางการจัด การศึกษาเรียนรู้ร่วมพหุวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนบ้านป่าละอู อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า กระบวนการและเงื่อนไขในการจัดการศึกษาพหุวัฒนธรรมสืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมใน ชุมชนที่เป็นชุมชนช่วยเหลือกันและกัน มีการเพิ่มอาชีพเสริม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมมือกันอนุรักษ์ วัฒนธรรมของชุมชน ศิลปชัย ศรีเกียรติ (2541) กล่าวว่า วัฒนธรรมเกิดจากกลุ่มชนที่มีการประพฤติ ปฏิบัติแบ่งปันร่วมกันในชุมชน วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้ พรทิพย์ เจริญกิจไพศาล (2553) ศึกษาเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี พบว่า มีการเน้นเรื่องการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของ ชุมชนชาวมอญ เพื่ออนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็น รูปแบบการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการโดยคนในชุมชนในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนที่คนในชุมชน เป็นเจ้าของ มีการวางแผนการจัดสรรทรัพยากรและคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างยั่งยืน มีความ ภูมิใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเองที่พร้อมจะสื่อต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็น เครื่องมือในการถ่ายทอด การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนทำให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญ

ในการร่วมมือกันในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ตระหนักถึงความสำคัญในการอนุรักษ์วิถีชีวิตของชุมชนไม่ให้เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา โดยปัจจัยที่มีผลทำให้การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประสบความสำเร็จ ประกอบไปด้วย 18 ด้านดังกล่าวข้างต้น

องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนตามนิยาม คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ (2556) อธิบายว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1996) มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วน ญัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ได้พัฒนาองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 8 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว พันทาสังคม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ วิธีการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การดำรงอยู่ด้วยการพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน รวมถึงการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เสริมพลังทางวัฒนธรรม บ้านพัก ที่พัก สืบสาน ตลอดจนสร้างความภาคภูมิใจให้กับเจ้าของภูมิปัญญาและชุมชน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (More Participate than Observe) โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญา หรือแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hands - on Experience) เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งในประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

3. องค์กรชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา จัดตั้งกลุ่มในชุมชนที่เข้มแข็ง ประสานงานกันอย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจอันดีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านพักหรือจัดทำฐานข้อมูลของครูภูมิปัญญา ปราชญ์ชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย เช่น สถานที่ วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพต่าง ๆ และยินดีที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นรากเหง้าของตนเอง ตลอดจนมีความพร้อมใจกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4. การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมแบบร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมินผล และร่วมรับผลประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ และรับผิดชอบร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยว

รวมถึงการสร้างความรู้สึกในการเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชนซึ่งสมาชิกทุกคนมีส่วนได้รับผลกระทบทางบวกและทางลบ ทั้งทางตรงและอ้อม

5. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งต่าง ๆ มีไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ได้แก่ บริการขนส่ง และการเดินทาง ห้องน้ำสาธารณะ ที่พัก ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน (Homestay) ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายที่ระลึก รวมถึงข่าวสารข้อมูลท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว

6. การจัดการอย่างยั่งยืน การบริหารการท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วย 1) การวางแผนการท่องเที่ยวกำหนดเป้าหมาย/แผนงาน 2) การจัดสรรงาน ทรัพยากร และกำหนดความสัมพันธ์ของงานต่าง ๆ เพื่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวจัดทำโครงสร้างชุมชน กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงาน ระบุขอบเขตหน้าที่ และจัดคนเข้ารับผิดชอบงาน 3) การกำกับ การปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ และ 4) การควบคุมเป็นการติดตาม ตรวจสอบ แก้ไข ข้อบกพร่อง ประเมินผลเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงการกำหนดกฎกติกาในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างกลไกในการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข จัดสรรผลประโยชน์กระจายสู่สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม กำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม และจัดสรรเงินจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาชุมชน รวมถึงความยั่งยืนในมิติของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ 1) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจชุมชน และท้องถิ่น 2) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมต่อชุมชน และนักท่องเที่ยว และ 3) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ รวมถึงการท่องเที่ยวต้องช่วย บันทึก อนุรักษ์ พันธุ์ วัฒนธรรม รวมถึงการสืบทอด เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของคนในชุมชน

7. สร้างการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับสมาชิกในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือสมาชิกในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มาเยือน รวมถึงการสร้างการตระหนักรู้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ รวมถึงการส่งเสริม อนุรักษ์ พันธุ์ สืบทอดประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทั้งในส่วนของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว

8. พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน การท่องเที่ยวต้องสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ได้แก่ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว รายได้จากสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว บ้านเรือน และแหล่งท่องเที่ยวสะอาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกในชุมชนก็ได้รับประโยชน์ไปด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

ปวีรพรต สมนึก (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ 1) แสดงให้เห็นพัฒนาการของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูที่เน้นในด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น 2) เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการอนุรักษ์วัฒนธรรม และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยในการดำเนินงานที่นำไปสู่ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภู โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องของชุมชน การสัมภาษณ์แกนนำและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภู ตลอดจนการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภู ผลปรากฏว่า 1) ภูมิปัญญาของตนเองชาวบ้านตามวิถีชีวิตของชาวภูไท จนทำให้แกนนำชุมชนได้เกิดแนวคิดและเริ่มทำโฮมสเตย์ในหมู่บ้านขึ้น แต่ปรากฏว่าผลการทำโฮมสเตย์ล้มเหลว เพราะไม่มีสิ่งดึงดูดใจของผู้คน หรือนักท่องเที่ยว จนกระทั่งหมู่บ้านได้รับรางวัลหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีศักยภาพที่พร้อมให้บริการกับนักท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง 2) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านภูนั้น ใช้โครงสร้างของกรรมกรหมู่บ้านเข้ามา และแบ่งบทบาทหน้าที่ตามความเหมาะสมออกเป็น 6 ฝ่ายด้วยกัน โดยมีกิจกรรมแหล่งเรียนรู้ชุมชน แบ่งออกเป็น 6 ฐาน สำหรับกลไกการจัดการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมชุมชนบ้านภูนั้น มีการดำเนินการ 1) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยผ่านศูนย์เรียนรู้ชุมชนบ้านภู 2) ด้านการส่งเสริมอาชีพด้านศิลปวัฒนธรรม โดยชุมชนได้รวมกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่ออนุรักษ์ฟื้นฟู และ 3) ด้านการส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม โดยผ่านวัดซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน ปัจจัยในการดำเนินการที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ 1) ความต้องการและความสามัคคีของชุมชน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด สมาชิกทุกคนร่วมมือกันให้ความสำคัญกับเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับผู้มาเยือน โดยจะเน้นถึงความสามารถและทักษะของแต่ละบุคคลในการดำเนินกิจกรรม 2) การมีจิตสำนึกและภูมิใจในบ้านเกิดที่มีเอกลักษณ์ที่เป็นแบบฉบับของชาวภูไทที่มีวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายมีจิตใจโอบอ้อมอารี และต้องการให้บ้านเกิดของตนเป็นที่รู้จักจากผู้คนต่างวัฒนธรรม จึงมีจิตใจรักบริการกับผู้มาเยือนอย่างฉันทมิตร และ 3) การรู้จักเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งด้านการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้เข้มแข็งพร้อมที่จะเป็นผู้ให้บริการที่ดี ตลอดจนการปรับปรุงต้นทุนทางวัฒนธรรมภูไทที่ดึงดูดใจคงอยู่ และผ่านการสืบทอดต่อไปอย่างยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานอย่างต่อเนื่อง จนทำให้วัฒนธรรมเกิดการบ่มเพาะอย่างเป็นรูปธรรม

บุญเกียรติ ไทรชมภู (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพื้นที่คุ้มบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยวและรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพพื้นที่และชนิดของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ผลิตบริเวณคุ้มบางกะเจ้า



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีคุณค่าเพิ่มมากขึ้นจากเดิมให้สามารถรองรับการให้บริการกับชุมชนของอาเซียน วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มถูกนำไปใช้ 36 ผู้แทนของผู้นำชุมชนและผู้ผลิต แบ่งการอภิปรายกลุ่มออกเป็น 6 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ในประเด็นที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากชุมชน รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนจากนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถามด้วย ผลปรากฏว่า

1) สภาพพื้นที่และชนิดของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาในพื้นที่สี่เขาค้างบางกระเจ้า ชุมชนประกอบอาชีพทำสวนผลไม้ สืบทอดภูมิปัญญามาแต่โบราณ สภาพพื้นที่สี่เขาค้างบางกระเจ้ามีพืชพรรณธัญญาหารอุดมสมบูรณ์ มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญา จำนวนรวมทั้งสิ้น 83 ราย จำแนกเป็น 6 กลุ่ม คือ ขนมหวาน อาหารคาว ผลิตภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ ผลไม้ งานประดิษฐ์และการเลี้ยงขยายพันธุ์ปลากัด

2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มีคุณค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมสามารถรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน คือ 1) การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่เป็นตัวแทนความเป็นพื้นที่สี่เขาค้างบางกระเจ้า มีกระบวนการผลิตหรือพัฒนาต่อยอดโดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ สื่อสารความเป็นอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรมที่ได้รับการคัดเลือกเป็นของฝากจากค้างบางกระเจ้าสู่ประชาคมอาเซียน 2) ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์ จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ คือ เสื้อพิมพ์ภาพวัฒนธรรมไทย มอญ น้ำตาลมะพร้าว ม้าโยกไม้ สมุนไพรพริกขี้หนู เครื่องประดับจากวัสดุธรรมชาติ และเรือสำปั้นจำลอง 3) ความเป็นเอกลักษณ์นำลักษณะความเป็นพื้นที่สี่เขาค้างบางกระเจ้า วัด ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตริมแม่น้ำ และสะพานภูมิพล และมาจัดทำเป็นตราสัญลักษณ์ เพื่อแสดงความเป็นตัวตนของชุมชน 4) พัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการ พัฒนารูปแบบสลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ให้สะดวก มีประโยชน์ใช้สอยสวยงาม และ 5) ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่ากลุ่มประชากรให้ความเห็นด้วยระดับมากในทุกประเด็น ข้อเสนอแนะจากการวิจัยควรรวมกลุ่มกันเพิ่มมากขึ้น จัดตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และทรัพยากรร่วมกันที่มีรูปแบบการจัดการผลิตและการตลาดให้ได้เหมาะสมและสนองความต้องการ เพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้สามารถจำหน่ายได้ทุกวัน มีคณะกรรมการตรวจสอบ ประเมินผล ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นระยะ เพื่อให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับมากขึ้นต่อไป

สุธรรมมา นิติเกษตรสุนทร (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในประเทศไทย วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาลักษณะของการท่องเที่ยวชุมชนและปัจจัยที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงชุมชนประสบความสำเร็จ และเพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนจากมุมมองของชาวบ้านในพื้นที่ โดยเปรียบเทียบตัวอย่างตลาดโบราณที่ประสบความสำเร็จ 2 แห่ง คือ ตลาดโบราณร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี และตลาดโบราณร้อยปีคลองสวน จังหวัดฉะเชิงเทราและเพื่อเสนอแนวทางปฏิบัติให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ ในประเทศไทยสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน ผลปรากฏว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อ

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนของสามชุกและคลองสวนมีความแตกต่างกัน โดยความร่วมมือร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ความเป็นเจ้าของชุมชน ความรับผิดชอบร่วมกัน การแบ่งปันทรัพยากรความเป็นผู้นำและความสามารถในการจัดการ ความเป็นอัตลักษณ์ และความโดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นมีความสำคัญต่อความสำเร็จของตลาดโบราณสามชุกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในทางตรงข้าม ความมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ความเป็นเจ้าของชุมชน ความรับผิดชอบร่วมกัน ความเป็นผู้นำและความสามารถในการจัดการ การสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ความเป็นอัตลักษณ์ และความโดดเด่นจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นเป็นปัจจัยกำหนดความสำเร็จของตลาดเก่าคลองสวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์และพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

ปนต์ อัครชัย (2559) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทอง มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาอัตลักษณ์อันโดดเด่นของชุมชนเทศบาลฯ ในด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน เพราะอัตลักษณ์อันโดดเด่นของสถานที่นั้นเป็นคุณค่าเชิงลึกของชุมชนที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อนำมาประชาสัมพันธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ผลปรากฏว่า ชุมชนเทศบาลมี 4 อัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เกิดจากประวัติศาสตร์ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ชุมชนเทศบาล สามารถนำมาเป็นคุณค่าเชิงลึกของชุมชนเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนได้ 4 อัตลักษณ์ที่โดดเด่นนี้ประกอบด้วยอัตลักษณ์ที่หนึ่ง ทางด้านประวัติศาสตร์ชุมชน ชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทองเป็นชุมชนโบราณที่มีความเป็นมาตั้งแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาสืบเนื่องมาถึงปัจจุบัน อัตลักษณ์ที่สองและสามทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในชุมชน ชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทองเป็นชุมชนที่มีความภาคภูมิใจในบรรพบุรุษของตน ซึ่งบรรพบุรุษของชุมชนเป็น “วีรบุรุษ” และของชาติชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทอง เป็นชุมชนที่แสดงถึงสายสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมไทย – จีนอย่างแน่นแฟ้น อัตลักษณ์ที่สี่ทางด้านภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทอง เป็นแหล่งชุมชนทำทองมานานกว่า 100 ปี จึงเป็นที่มาของคำว่า “ศาลเจ้าโรงทอง”

สัจจา ไกรศรีรัตน์ และวรวิทย์ สุเมธ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาเอกลักษณ์ตราสินค้าสำหรับตลาดชุมชนโบราณในฐานะแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดร้อยปีสามชุก และตลาดเก่าห้อง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอแนวทางการพัฒนาเอกลักษณ์ตราสินค้าให้กับตลาดชุมชนโบราณในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวจากกรณีศึกษาตลาดร้อยปีสามชุกและตลาดเก่าห้อง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็น คณะกรรมการบริหารตลาดผู้ประกอบการในตลาด เจ้าหน้าที่ของภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวใน

พื้นที่ นักวิชาการ และนักท่องเที่ยว จำนวน 45 คน ผลปรากฏว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของตลาดชุมชนโบราณ ได้แก่ เรือไม้ค้าขายแบบเก่า สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้าง อาหารพื้นถิ่น แบบสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของอดีต บรรยากาศย้อนยุคดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนโดยเฉพาะกลุ่มคนเมืองที่อยากหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของสังคมไปหาบรรยากาศของชนบท และการค้าแบบดั้งเดิม ส่วนแนวทางการพัฒนาเอกลักษณ์ตราสินค้า ให้กับชุมชนโบราณ ในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวควรดำเนินการโดยยึดหลักพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ 1) บรรยากาศของความดั้งเดิม 2) มีเรื่องราว เรื่องเล่า และ 3) มีความเป็นท้องถิ่น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวประสบความสำเร็จจากความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอัตลักษณ์ตราสินค้าในฐานะของแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค อัตลักษณ์เชิงแข่งขัน (Competitive Identity) เป็นลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีความพิเศษแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น การค้นหาอัตลักษณ์จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างความแตกต่าง มีการค้นหาปัจจัย หรือองค์ประกอบ ผลรวมของคุณลักษณะที่ทำให้อัตลักษณ์ปรากฏเด่นชัด ผลรวมของคุณลักษณะอัตลักษณ์เชิงแข่งขัน และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ชุมชนสามารถสร้างความแตกต่างด้วยภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ คือ ลักษณะอันเป็นการเฉพาะไม่เหมือนใครหนึ่งเดียว และลักษณะสภาพแวดล้อมอื่น ๆ มาใช้ในการสร้างความแตกต่าง ชุมชนมีการวิเคราะห์ตนเองนำไปสู่การค้นหาอัตลักษณ์เชิงแข่งขันของชุมชนและนำไปสู่การออกแบบการสื่อสารการตลาด และมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

เพทหาย บำรุงจิตต์ และคณะ (2549) ได้เสนอหลักเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว โดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือ เขต 2 เชียงราย ได้จัดทำหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพ ซึ่งมีอยู่ 6 หลักเกณฑ์ ประกอบด้วยดังต่อไปนี้

1. เส้นทาง และสภาพการเข้าถึง ได้แก่
 - 1.1 มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับถนนสายหลัก ถนนสายรอง
 - 1.2 ลักษณะผิวถนน สามารถใช้การคมนาคมได้ตลอดปี
 - 1.3 มียานพาหนะรับจ้าง รถประจำทางรับจ้าง เรือรับจ้าง บริการนักท่องเที่ยว

เดินทางเข้าออกได้สะดวก

- 1.4 ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง ป้ายบอกแหล่งท่องเที่ยว หมายเลขถนน ทางหลวงแผ่นดิน

2. ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่

- 2.1 ความสมบูรณ์ของทรัพยากร หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติจะต้องยังคง

มีสภาพธรรมชาติมีการเปลี่ยนแปลงโดยฝีมือมนุษย์น้อยมาก ถึงแม้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ ต้องยังคงสภาพที่มีการบูรณะ ซ่อมแซม คงสภาพเดิม หรือใกล้เคียงมากที่สุด

2.2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งยังดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2.3 มีความหลากหลายทางชีวภาพ มีลักษณะสุนทรีย์ภาพ และความงดงามในศิลปะครบถ้วน ผู้ไปเยี่ยมชมได้รับความรู้และความเพลิดเพลินต่อสิ่งเหล่านั้น

2.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านความรู้ ภูมิปัญญาทางประวัติศาสตร์ทางสังคม และอื่นๆ

3. ตลาด หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมในแต่ละปี มีจำนวนมากน้อยเพียงใด ปริมาณนักท่องเที่ยวบ่งบอกถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผสมผสานกัน

3.1 การมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจนเป็นที่รู้จักทั้งตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ

3.2 ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้าเยี่ยมชมในแต่ละปี

3.3 ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางอาจช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรณีการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งนิยมเดินทางเป็นหมู่คณะ

3.4 ลักษณะของตลาดแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด

3.5 นักท่องเที่ยวมาเที่ยวตามฤดูกาล หรือเดินทางไปท่องเที่ยวตลอดปี

4. โครงสร้างพื้นฐานภายในแหล่งท่องเที่ยว

4.1 สภาพถนน การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 บริการไฟฟ้า ประปา แหล่งน้ำสะอาด

4.3 บริการโทรศัพท์สาธารณะในแหล่งท่องเที่ยว หรือมีสัญญาณในการใช้โทรศัพท์มือถือ

4.4 สถานที่จอดรถ ยานพาหนะต่าง ๆ เพียงพอหรือไม่

4.5 บริการห้องสุขา รวมทั้งการรักษาความสะอาด มีการให้บริการอย่างเพียงพอหรือไม่

5. บริการต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยวการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

5.1 ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย

5.2 มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อนักท่องเที่ยวจะได้ทราบข้อมูลความรู้เบื้องต้นในการเยี่ยมชม ทั้งมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว

5.3 ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของอาคาร ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกมีการจัดการในเรื่องของความสะอาดและการกำจัดน้ำทิ้งต่าง ๆ

5.4 มีป้ายเตือนนักท่องเที่ยว ในกรณีที่มีแหล่งอันตราย

5.5 มีความร่วมมือของชุมชนในท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว รวมทั้งผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจต่อชุมชน

6. การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

6.1 มีระบบการกำจัดขยะมูลฝอยและการรักษาความสะอาด

6.2 มีระบบการกำจัดน้ำเสีย หรือน้ำทิ้งจากอาคารอย่างถูกต้อง

6.3 มีคุณภาพของอากาศที่ดี

6.4 การจัดการคุณภาพเสียง โดยไม่มีเสียงดังจากบริเวณข้างเคียง

6.5 ความเปราะบางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีต่อการเปลี่ยนแปลง

จากระบบภายนอก

ตอนที่ 3 แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และวิธีการให้คะแนน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของเกณฑ์ พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ ได้ให้ความหมายคำว่า “เกณฑ์” หมายถึง หลักการหรือมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อประเมินค่าเรื่องใดเรื่องหนึ่งว่า มีคุณสมบัติตามที่ต้องการหรือไม่ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556, หน้า 99)

การกำหนดเกณฑ์การประเมินต้องให้เหมาะสมและสอดคล้องกับเป้าหมายในการประเมิน ควรพิจารณาบริบท และช่วงระยะที่ทำการประเมินเป็นสำคัญ เช่น การประเมินผลความคืบหน้าของโครงการ ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละโครงการ ควรใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ตามมาตรฐานการปฏิบัติของโครงการนั้นๆ แต่การประเมินในขั้นของการสรุปผลหลังการดำเนินโครงการ ควรใช้เกณฑ์สัมพัทธ์เพื่อให้ทราบถึงมาตรฐานของโครงการ เมื่อเปรียบเทียบกับโครงการอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2554, หน้า 94)

1. เกณฑ์ (Criterion) เป็นมาตรฐาน (Standard) ของสิ่งที่ตัดสินโดยสามารถตรวจสอบการดำเนินการตามหลักการนั้น นอกจากนี้ ยังแสดงถึงองค์ประกอบ (Element) ที่แตกต่างกัน โดยเป็นองค์ประกอบ หรือชุดของเงื่อนไข หรือกระบวนการ (Set of Condition or Processes) ในสิ่งที่ต้องการประเมิน เกณฑ์จึงถือว่าเป็นหลักการลำดับที่สอง (Second Order) ที่ขยายความหมาย และการดำเนินการใดๆ ให้สอดคล้องตามหลักการ โดยปราศจากการวัดผลโดยตรง ในที่นี้เกณฑ์จึงเป็นจุดกึ่งกลาง (Intermediate Point) ระหว่างข้อมูลที่ได้มาจากตัวบ่งชี้กับผลที่ดีความได้จากหลักการ นอกจากนี้ เกณฑ์ที่ดีควรสะท้อนความรู้ (Knowledge) คือ การสะสมหรือการรวมกันของข้อมูล

เกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนถึงหลักการนั้นๆ ได้ ซึ่งสามารถจำแนกเกณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2554, หน้า 95)

1.1 เกณฑ์สัมพัทธ์ (Relative Criterion) เป็นเกณฑ์ที่พัฒนามาจากประสบการณ์ในการเปรียบเทียบผลระหว่างโครงการ หรือเปรียบเทียบผลที่เคยทำมาแล้ว หรือเปรียบเทียบกับปกติวิสัย (Norm) ของการจัดโครงการโดยทั่วไป

1.2 เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criterion) เป็นเกณฑ์ที่พัฒนามาจากหลักเหตุผลเกี่ยวกับมาตรฐานของสิ่งนั้น หรือความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับทางวิชาชีพ หรือคุณภาพของสิ่งนั้นอันเป็นที่ยอมรับของผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ โดยศิริชัย กาญจนวาสี (2554, หน้า 84-86) กล่าวไว้ว่าคุณลักษณะของเกณฑ์ที่ดีต้องมี 5 คุณลักษณะ ดังนี้

1.2.1 ความตรง (Validity) ตรงตามคุณลักษณะที่จะวัดทั้งในความตรงประเด็น (Relevant) และความเป็นตัวแทน (Representative)

1.2.2 ความเที่ยง (Reliability) ตัวบ่งชี้จะต้องมีความน่าเชื่อถือ คงเส้นคงวามีความเป็นปรนัย (Objective) และมีความคลาดเคลื่อนต่ำ (Minimum Error)

1.2.3 ความเป็นกลาง (Neutrality) ปราศจากความลำเอียง (Bias) ไม่โน้มเอียงไป ทางใดทางหนึ่ง

1.2.4 ความไว (Sensitivity) ต่อคุณลักษณะที่จะวัด สามารถแสดงความผันแปร หรือความแตกต่างระหว่างหน่วยวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจน

1.2.5 สะดวกในการนำไปใช้ (Practicality) ตัวบ่งชี้จะต้องเก็บข้อมูลง่าย (Availability) และแปลความหมายง่าย (Interpretability) สามารถให้ค่าการวัดที่มีจุดสูงสุดและต่ำสุด ซึ่งจะทำให้เข้าใจง่ายและสามารถสร้างเกณฑ์การตัดสินคุณภาพได้ง่าย

2. ตัวบ่งชี้ (Indicators)

ความหมายสำหรับคำว่า Indicator ได้ถูกแปลไว้หลากหลาย เช่น ดัชนีชี้วัด ดัชนีบ่งชี้ ตัวชี้วัด เครื่องชี้วัด หรือตัวบ่งชี้ เป็นต้น (เชาว์อินโย, 2555, หน้า 167) ในงานวิจัยนี้ ขอใช้คำว่า “ตัวบ่งชี้” ซึ่งหมายถึง ตัวประกอบ ตัวแปร หรือค่าที่สังเกตได้ ที่ใช้บ่งชี้สถานภาพ หรือตัวสะท้อน ลักษณะของทรัพยากรการดำเนินงานหรือผลการดำเนินงาน (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2554, หน้า 82)

จากนิยามตัวบ่งชี้ (Indicators) จากแหล่งอ้างอิงต่างๆ สามารถสรุปเป็นความหมายตัวบ่งชี้ หมายถึง ลักษณะสำคัญที่สังเกตได้ที่ใช้บ่งบอกสถานภาพของการดำเนินงานของแต่ละมาตรฐาน หรือองค์ประกอบของเกณฑ์ที่ต้องการจะวัด

2.1 ลักษณะของตัวบ่งชี้ สามารถสรุปได้ 5 ประการ (เชาว์ อินโย, 2553, หน้า 170-171) ได้แก่

2.1.1 ตัวบ่งชี้ต้องเป็นสารสนเทศที่อธิบายเกี่ยวกับสถานการณ์ ที่ต้องการศึกษาอย่างกว้างๆ ไม่จำเป็นต้องให้สารสนเทศที่ละเอียด ถูกต้อง แม่นยำ

2.1.2 ตัวบ่งชี้มีลักษณะเป็นตัวแปรรวม สร้างขึ้นจากการรวมตัวแปร (Variable) ให้เป็นสารสนเทศแต่ละด้าน ประกอบกันเป็นภาพกว้างๆ ของสิ่งที่จะศึกษาหรือในระดับที่กำลังอธิบาย

2.1.3 ค่าของตัวบ่งชี้แสดงถึงปริมาณ และการแปลความหมายต้องมีการเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ในตอนพัฒนาตัวบ่งชี้

2.1.4 ค่าของตัวบ่งชี้เป็นค่าชั่วคราว ต้องให้สารสนเทศ ณ จุดเวลา และสถานที่ที่ ช่วงเวลาเฉพาะ เมื่อนำตัวบ่งชี้จากช่วงเวลาหลายจุดมาเทียบกัน จะต้องแสดงสภาพการเปลี่ยนแปลงของสิ่งที่ต้องการศึกษาได้

2.1.5 ตัวบ่งชี้เป็นหน่วยพื้นฐานสำหรับการพัฒนาทฤษฎีนำไปสู่การสร้างทฤษฎี อย่างมีกระบวนการเป็นขั้นตอน มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับศาสตร์ทุกสาขา

2.2 ประเภทของตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้สามารถจำแนกได้หลายประเภทตามเกณฑ์ลักษณะต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2555, หน้า 183-185)

2.2.1 จำแนกตามเกณฑ์ตัวบ่งชี้เชิงระบบ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ด้านปัจจัยนำเข้า (Input Indicators) ตัวบ่งชี้ด้านกระบวนการ (Process Indicators) และตัวบ่งชี้ด้านผลผลิต (Output Indicators)

2.2.2 จำแนกตามวิธีการสร้าง ได้แก่ ตัวบ่งชี้ที่เป็นตัวแทน (Representative Indicators) ตัวบ่งชี้แยกหรือตัวบ่งชี้เดี่ยว (Disaggregate Indicators) และตัวบ่งชี้ประกอบหรือตัวบ่งชี้อรวม (Composite Indicators)

2.2.3 จำแนกตามวิธีการแปลผลหรือการตีความหมาย ได้แก่ ตัวบ่งชี้แบบอิงกลุ่ม (Norm-Reference) ตัวบ่งชี้แบบอิงตนเอง (Self-Reference) และตัวบ่งชี้แบบอิงเกณฑ์ (Criterion- Reference)

2.2.4 จำแนกตามลักษณะสเกลการวัดหรือค่าที่ได้จากตัวบ่งชี้ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ที่วัด เป็นค่าสัมบูรณ์ (Absolute Measurement) และตัวบ่งชี้ที่วัดเป็นค่าสัมพัทธ์หรืออัตราส่วน (Relative or Ratio Measurement)

2.2.5 จำแนกตามลักษณะการนิยามของตัวบ่งชี้ ได้แก่ ตัวบ่งชี้แบบอัตนัย (Subjective Indicators) และตัวบ่งชี้แบบปรนัย (Objective Indicators)

2.2.6 จำแนกตามช่วงเวลา ได้แก่ ตัวบ่งชี้ที่แสดงค่าในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Measurement of Stocks) และตัวบ่งชี้ที่แสดงการเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา (Measurement of Flows)

2.2.7 จำแนกตามค่าของตัวบ่งชี้ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ที่แสดงค่าในเชิงปริมาณ (Quantitative Data) และตัวบ่งชี้ที่แสดงในเชิงคุณลักษณะ (Qualitative Data)

ดังนั้น ตัวบ่งชี้ที่ดีต้องสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการได้ชัดเจน มีความตรง (Validity) ถูกต้อง ครบคลุม และสะท้อนคุณภาพของโครงการได้เป็นอย่างดี ทำให้ผลการประเมินถูกต้อง แม่นยำ ผู้ใช้ผลจากการประเมินสามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาได้ตรงประเด็น ทันเวลา หรือตัดสินใจได้ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ หากตัวบ่งชี้ที่ไม่มีความชัดเจน ไม่ครอบคลุม ก็ส่งผลให้การวัดขาดความตรง (Validity) และขาดความเที่ยง (Reliability) ผลการประเมินก็จะผิดพลาด ไม่สามารถสะท้อนคุณภาพโครงการ หรือส่งผลให้การพัฒนาโครงการผิดวัตถุประสงค์ หรือนำไปสู่การตัดสินใจที่ผิดพลาด และทำให้เกิดความเสียหายได้

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเกณฑ์การประเมินและตัวบ่งชี้ ความสำคัญและลักษณะของเกณฑ์การประเมินที่ดี

Bilella et al. (2016, p. 9) ได้กำหนดมาตรฐานของเกณฑ์การประเมินตามแนวคิดของ คณะกรรมการมาตรฐานร่วมสำหรับการประเมินทางการศึกษา (Joint Committee on Standards for Educational Evaluation: JCSEE) มีลักษณะดังนี้

1. การประเมิน (Evaluation) ต้องครอบคลุมถึงบริบทการประเมิน รวมถึงการกำหนด วัตถุประสงค์ของการประเมิน การตั้งคำถามการประเมิน การพิจารณาวิธีการ (Methodology) ที่มีความตรง (Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) การมีส่วนร่วมในการประเมินของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิธีการสรุปผล การนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง การรายงานและการสื่อสารถึงผลการประเมินอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การดำเนินการที่เหมาะสม (Adequate Evaluability) ต้องครอบคลุมถึงการจัดการ ประเมินอย่างมีประสิทธิภาพ มีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน มีความสอดคล้องกับบริบทของสังคม และสามารถทำได้จริง
3. การปฏิบัติตามหลักจริยธรรมและกฎหมาย (Evaluation Carried out According to Ethical and Legal Principles) มีความครอบคลุมถึงการเคารพหลักมนุษยชน ความเป็นอิสระ ความโปร่งใส ถูกต้องตามกฎหมาย
4. ความเข้าใจในวัฒนธรรม (Adequate Cultural Understanding) ต้องครอบคลุมถึงความเสมอภาคและความเป็นธรรม เคารพสิทธิทางวัฒนธรรม คำนึงถึงลักษณะทางวัฒนธรรม
5. ความสอดคล้องและการใช้ประโยชน์ได้ (Relevance and Utility) ต้องครอบคลุมถึงการมีส่วนร่วม โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกัน ผลการประเมินที่ได้รับชัดเจน และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง มีการสื่อสารและรายงานผลการประเมินที่เหมาะสม และต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่จะได้รับ

แนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (Criteria and Indicator Approach) หรือ C&I Approach เป็นเครื่องมือหนึ่งที่แสดงข้อมูล (Information) ความรู้ (Knowledge) ที่ครอบคลุมทุกประเด็นเนื้อหาอย่างเฉพาะเจาะจง (Specific) ในเชิงลึกแบบลำดับชั้น (Hierarchy) ประกอบด้วยชุดข้อมูล 4 ระดับ (Set of Data) ได้แก่ หลักการ (Principle) เกณฑ์ (Criteria) ตัวบ่งชี้ (Indicator) และตัวตรวจสอบ (Verifier) เป็นตัวแทนชุดข้อมูลของหลักการ ส่วนชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ใช้ในการกำหนดมโนทัศน์ (Conceptualize) ในการประเมิน (Evaluate) ในการเฝ้าติดตาม (Monitor) และเป็นการสนับสนุนการจัดการ (Support) ส่วนชุดข้อมูลของตัวตรวจสอบจะกำหนดลักษณะเฉพาะเจาะจงของข้อมูลและสารสนเทศให้ครบถ้วน จึงได้กำหนดเป็นแนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (C&I Approach) ขึ้น ซึ่งแนวทางนี้ได้รับความสนใจและถูกนำไปใช้อย่างแพร่หลาย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยโครงสร้าง C&I Approach เป็นระบบในการประเมิน (Assessment Framework)

3. โครงสร้างของ C&I Approach

C&I Approach เป็นเครื่องมือการประเมินเชิงลำดับชั้น (Hierarchy of Assessment Tool) มีโครงสร้าง 4 ระดับ คือ หลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ มีความหมาย ดังนี้

หลักการ (Principle) เป็นโครงสร้างชั้นบนสุดที่แสดงความจริงพื้นฐาน (Fundamental Truths) หรือกฎ (Law) ของเหตุผล (Reason) หรือการกระทำ (Action) ที่สะท้อนภาพของอุดมคติ (Ideal) ของปัญญา (Wisdom) ที่ถูกกำหนดโดยทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดหลักที่อ้างอิงกับสังคม ค่านิยม และประเพณี ตลอดจนความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน

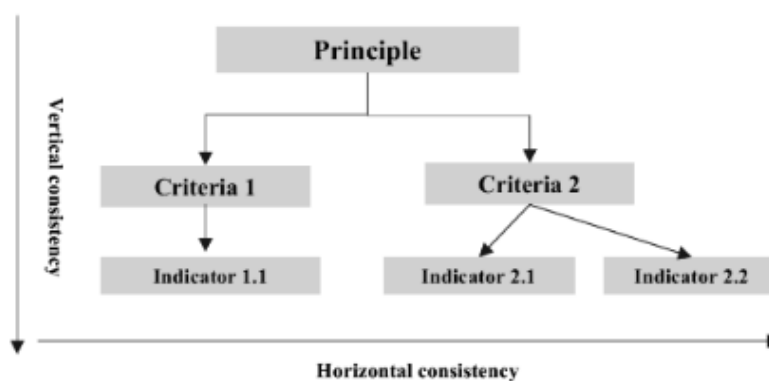
เกณฑ์ Criterion) เป็นมาตรฐาน (Standard) เกณฑ์จึงถือว่าเป็นหลักการลำดับที่สอง (Second Order) ที่ขยายความหมาย และการดำเนินการใดๆ ให้สอดคล้องตามหลักการของสิ่งที่จะตัดสินโดยสามารถตรวจสอบการดำเนินการตามหลักการนั้น

ตัวบ่งชี้ (Indicator) เป็นตัวแปรหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง เพื่ออนุมานคุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการประเมินตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และตัวบ่งชี้ควรเป็นข้อความที่มีความหมายเดียว (Single Meaningful Message)

ตัวตรวจสอบ (Verifier) เป็นลักษณะจำเพาะของข้อมูล (Specificity Data) ที่ระบุรายละเอียดเฉพาะของตัวบ่งชี้ว่าเป็นข้อมูลอะไรบ้าง

CIFOR (1999, p.7) ได้กำหนดโครงสร้างของ C&I Approach เป็น 2 ลักษณะตามแนวตั้ง (Vertical) และแนวนอน (Horizontal) โดยมีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ (Scientific) เพื่อตรวจสอบหรือประเมินสภาพ (Health Check) ในสิ่งที่ต้องการมุ่งศึกษา ดังนี้

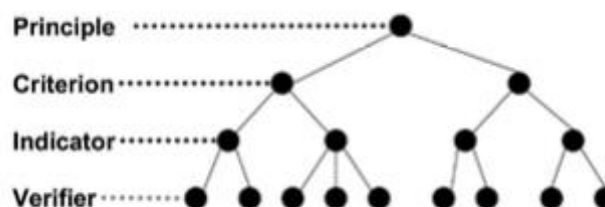
3.1 C&I Approach ตามแกนแนวตั้ง เป็นลักษณะโครงสร้างแบบลำดับชั้น (Hierarchical Structure) 4 ระดับ ประกอบด้วย ชุดข้อมูล (Set of Data) ของหลักการ (Principle) เกณฑ์ (Criterion) ตัวบ่งชี้ (Indicator) และตัวตรวจสอบ (Verifier) ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 โครงสร้างลำดับชั้นของ C&I Approach แบบแกนแนวตั้ง

ที่มา : Kappelle (2006, p. 425)

3.2 C&I Approach ตามแกนนอน ระบุจำนวนชุดข้อมูลในแต่ละระดับของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบว่าประกอบด้วยกี่ชุด ข้อมูลอะไรบ้าง ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โครงสร้างลำดับชั้นของ C&I Approach แบบหลักการเดียว

ที่มา : Pokorny and Adams (2003, p. 20)

3.3 โครงสร้างลำดับชั้นของ C&I Approach (Van Bueren & Blom, 1997, pp. 18-25; CIFOR, 1999, pp. 7-12; Namkoong et al., 2002, pp. 39-40)

3.3.1 หลักการ (Principle) เป็นโครงสร้างชั้นบนสุดที่แสดงความจริงพื้นฐาน (Fundamental Truths) หรือกฎ (Law) ของเหตุผล (Reason) หรือการกระทำ (Action) ที่สะท้อนภาพของอุดมคติ (Ideal) ของปัญญา (Wisdom) ที่ถูกกำหนดโดยทั่วไปเกี่ยวกับแนวคิดหลักที่อ้างอิงกับสังคม ค่านิยมและประเพณี ตลอดจนความรู้ทางวิทยาศาสตร์ที่สามารถอธิบายได้อย่างชัดเจน เช่น

หลักการการพัฒนาที่ยั่งยืน เช่น หลักการในบริบทของการจัดการป่าอย่างยั่งยืน (Ford, Anderson, Nitschke, Bennett, & Williams, 2017) เป็นต้น

3.3.2 เกณฑ์ (Criterion) เป็นมาตรฐาน (Standard) ของสิ่งที่ตัดสินโดยสามารถตรวจสอบการดำเนินการตามหลักการนั้น ๆ นอกจากนี้ ยังแสดงถึงองค์ประกอบ (Element) ที่แตกต่างกัน โดยเป็นองค์ประกอบ หรือชุดของเงื่อนไข หรือกระบวนการ (Set of Condition or Processes) ในสิ่งที่ต้องการประเมินเกณฑ์จึงถือว่าเป็นหลักการลำดับที่สอง (Second Order) ที่ขยายความหมาย และการดำเนินการใดๆ ให้สอดคล้องตามหลักการ โดยปราศจากการวัดผลโดยตรง ในที่นี้ เกณฑ์จึงเป็นจุดกึ่งกลาง (Intermediate Point) ระหว่างข้อมูลที่ได้มาจากตัวบ่งชี้กับผลที่ดีความได้จากหลักการ นอกจากนี้ เกณฑ์ที่ดีควรสะท้อนความรู้ (Knowledge) คือ การสะสมหรือการรวมกันของข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อสะท้อนถึงหลักการนั้น ๆ ได้

3.3.3 ตัวบ่งชี้ (Indicator) เป็นตัวแปรหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้อง เพื่ออนุมานคุณลักษณะของสิ่งที่ต้องการประเมินตามเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ และตัวบ่งชี้ควรเป็นข้อความที่มีความหมายเดียว (Single Meaningful Message) หมายถึง ข้อมูลที่มีหนึ่งองค์ประกอบ แล้วรวมเป็นองค์ประกอบข้อมูล (Data Element) ที่มีความสัมพันธ์กับเกณฑ์ตามที่ได้กำหนดไว้

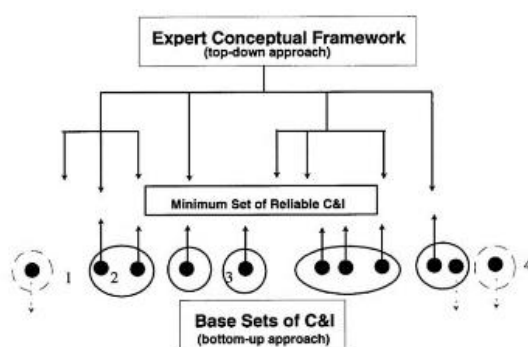
3.3.4 ตัวตรวจสอบ (Verifier) เป็นลักษณะจำเพาะของข้อมูล (Specificity Data) ที่ระบุรายละเอียดเฉพาะของตัวบ่งชี้ว่าเป็นข้อมูลอะไรบ้าง ซึ่งการกำหนดตัวตรวจสอบก็เพื่อให้ง่ายต่อการเตรียมข้อมูลเพื่อประเมินแต่ละตัวบ่งชี้

4. แนวทางการพัฒนาโครงสร้าง C&I Approach

C&I Approach ที่ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารอบการประเมินการดำเนินการที่ต้องการศึกษาอย่างเป็นระบบจากแนวคิด (Conceptual) สู่การปฏิบัติ (Operation) ซึ่งการพัฒนารอบการประเมินตามแนวทาง C&I Approach จะครอบคลุมแนวคิด และการนำไปปฏิบัติได้ทั้ง 4 ระดับ (หลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ) ตามโครงสร้างของ C&I Approach เสนอแบบ Top-Down and Bottom-Up Approach ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนารอบการประเมิน ดังนี้ Prabhu et al. (1996, pp. 20-22)

4.1 Top-Down Approach คือ การกำหนดกรอบการศึกษา (Conceptual Framework) เพื่อระบุชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบตามแนวทาง C&I Approach จากการประมวลความรู้ประสบการณ์และการตัดสินใจจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert) จนเป็นข้อสรุป (Consensus) ซึ่งสรุปได้ว่า Top-Down Approach เป็นกระบวนการขั้นต้นของการกำหนดแนวคิด หลักการ หรือนโยบาย จากการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ให้ออกมาเป็นเป้าหมายการดำเนินการเชิงรูปธรรม

4.2 Bottom-Up Approach คือ การพิจารณาแบบย้อนกลับเพื่อตรวจสอบตั้งแต่ตัวตรวจสอบ ตัวบ่งชี้ เกณฑ์ และหลักการ ว่าครอบคลุมและครอบคลุมทุกเนื้อหาตามประเด็นที่กำหนดไว้ในเกณฑ์หรือไม่ อย่างไร ดังนั้น สิ่งสำคัญของแนวทาง Top-Down and Bottom-Up Approach ก็เพื่อจัดความคิดที่โลเล (Oscillate) ในขั้นตอนการพัฒนาและกำหนดชุดข้อมูล (หลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ) เนื้อหาจะต้องครอบคลุมทุกประเด็น ตัดเนื้อหาที่ไม่เกี่ยวข้อง เพื่อให้กระชับและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ตามแนวทาง C&I Approach ที่กำหนดไว้ ควรพิจารณาถึงจำนวนหรือปริมาณของชุดข้อมูลไม่ควรมากเกินไป หรือกำหนดให้น้อยที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ เพื่อความสะดวกในการบันทึก รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล หลีกเลี่ยงความผิดพลาดในการสรุปผลสรุปได้ว่า Bottom-Up Approach เป็นกระบวนการออกแบบ วางแผน และการนำผลลัพธ์ที่ได้จาก Top-Down Approach ไปสู่การปฏิบัติ ด้วยการพิจารณาร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียว่า มีความเหมาะสมสอดคล้องกับบริบทหรือพื้นที่ที่ศึกษาหรือไม่



ภาพที่ 4 แนวทาง Top-Down and Bottom-Up Approach

ที่มา: Prabhu et al. (1996, p. 21)

Ritchie et al. (2000, pp. 19-39) ได้พัฒนากอบการประเมินการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainability of Community Managed Forests: SCMF) สามารถสรุปได้ 8 ขั้นตอน ดังนี้

1. การทบทวนภูมิหลัง (Background Review) คือ การพิจารณาและทบทวนภูมิหลัง ด้วยกระบวนการกลั่นกรอง (Filter Process) ที่จะต้องดำเนินการใน 4 ประเด็น คือ

1.1 กำหนดชุดข้อมูล (Sets of C&I) ว่ามีประเด็นใดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาบ้าง

1.2 กำหนดความสำคัญ (Prioritized) ของแต่ละประเด็นในชุดข้อมูลตามความจำเป็นที่วิพากษ์ (Critical)

1.3 การหารือ (Consultation) กับบุคคลในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องในประเด็นที่ศึกษา ด้วยวิธีชุมชนมีส่วนร่วม (Participatory Rural Appraisal: PRA) เลือกประเด็นที่สามารถดำเนินการและกำหนดชุดข้อมูลได้

1.4 การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) กับผู้มีส่วนร่วม (Participants) ทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ปรับให้เข้ากับสถานการณ์ (Participatory and Adaptive Approaches) การมีส่วนร่วมจะเป็นการปรับตัวอย่างเหมาะสมในการอยู่ร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อสร้างกระบวนการแบ่งปันความรู้ (Process of Knowledge Sharing) การเรียนรู้ (Learning) และตระหนักรู้ (Awareness) ในสิ่งที่ต้องการพัฒนา มีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อความเข้าใจ (Understanding) และความเห็นชอบ (Agreement) มีการตัดสินใจ (Decision-making) ร่วมกัน

2. การเตรียมการ (Preparing to Develop and Use C&I) ซึ่งเป็นการตั้งคำถามเพื่อตรวจสอบรายการต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มต้นศึกษา เช่น การกำหนดบุคคล (Who) สถานที่ (Where) ปัจจัยแวดล้อมของพื้นที่ (Local Condition)

3. การกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ว่าบุคคลใดบ้างที่จะต้องเข้ามาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการศึกษา ประกอบด้วย บุคคลทั้งภายใน ภายนอกพื้นที่ที่ต้องการศึกษา ต้องพิจารณาว่าบุคคลเหล่านี้ต้องมีส่วนได้ส่วนเสียกับประเด็นที่ต้องการศึกษา พัฒนาการประเมินเกณฑ์ และตัวบ่งชี้หรือไม่

4. การเริ่มต้นการพัฒนา C&I (Starting Point) เป็นการจัดทำร่างกรอบชุดข้อมูลที่ต้องศึกษาพัฒนาขึ้นตาม C&I Approach รวมทั้งการกำหนดมาตรฐาน (Standard) ในการประเมิน เพื่อให้สอดคล้องกับตามความต้องการของชุมชนหรือพื้นที่ที่ต้องการศึกษา

5. การพัฒนา C&I (Developing C&I) ชุดข้อมูล (หลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ) ของผู้มีส่วนร่วม (Participatory Approach) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น การจัดประชุมกลุ่ม การประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาข้อตกลงในประเด็นต่างๆ แล้วกำหนดเป็นกรอบ (Framework) หลักการ (Principles) ภายใต้ข้อเท็จจริงพื้นฐาน (Fundamental Truth) และเกณฑ์ (Criteria) ซึ่งเปรียบเป็นเสาหลัก (Pillar) ของแต่ละหลักการสู่การดำเนินการและพัฒนาเป็นตัวบ่งชี้ (Indicators) ประเมินตัดสินร่วมกับการระบุลักษณะเฉพาะของข้อมูล (Specific Data) เช่น หน่วย จำนวน ประเภท ที่มา และวิธีการประเมินข้อมูลนั้น ๆ ในรูปของตัวตรวจสอบ (Verifiers) ของแต่ละตัวบ่งชี้ ตัวบ่งชี้แต่ละตัวอาจจะมีตัวตรวจสอบเท่ากับ 1 หรือมากกว่าได้ โดยพิจารณาจำนวนชุดข้อมูลทั้งหมดต้องเป็นจำนวนที่พอเพียง และครอบคลุมในประเด็นสำคัญที่ต้องศึกษา (Enough and Cover) ไม่น้อยหรือมากเกินไป จึงต้องกำหนดวัตถุประสงค์ไว้อย่างชัดเจนตั้งแต่แรก ในการพัฒนาตามแนวทาง C&I Approach

6. การกลั่นกรอง C&I (Filtering The C&I) หลังจากได้กรอบของ C&I ที่ประกอบด้วยชุดข้อมูลข้างต้นแล้ว ต้องมีการทบทวนโครงสร้างของชุดข้อมูลทั้งหมดอีกครั้ง ด้วยการคัดเลือกองค์ประกอบที่ดีที่สุด (Best One) ด้วยแนวทางการพิจารณาตัวบ่งชี้หลัก (Key Indicators) ครอบคลุมสามารถค้นหาและรวบรวมข้อมูล รวมถึงแปลความหมายของข้อมูลได้ง่ายสะดวก และข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ (Reliable) ต้องมั่นใจว่า C&I ที่ได้พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพในทุกช่วงเวลา (Time Effective) ได้รับการยอมรับ (Agree) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในวงกว้าง สามารถศึกษาต่อการนำไปใช้ และทำความเข้าใจ

7. การประเมิน C&I (C&I Assessment) ที่ได้พัฒนาขึ้นนี้ไปให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ประเมินความเหมาะสม พิจารณาถึงช่องโหว่ (Gap) ความไม่สอดคล้อง (Inconsistency) และความไม่เข้าใจ (Misunderstanding) ของ C&I ในแต่ละประเด็น ด้วยการให้คะแนนประเมิน (Rating) รวมถึงข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อแก้ไขปรับปรุงในแต่ละประเด็น

8. การนำไปใช้ (Implement) หลังจากที่ได้พัฒนา C&I ตามโครงสร้างของ C&I เสร็จสมบูรณ์แล้ว คุณลักษณะของโครงสร้าง C&I Approach

ณัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ์ (2562, หน้า 90-91) ได้สรุปคุณลักษณะของโครงสร้าง C&I Approach ไว้ 9 ประการ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์กัน (Relevance) ของชุดข้อมูลตามโครงสร้างของ C&I Approach ทั้งหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ ควรมีการกำหนดประเด็นและเนื้อหาที่ต้องการศึกษาให้สอดคล้องและสัมพันธ์กัน
2. การกำหนดจุดมุ่งหมายการประเมินของ C&I Approach ควรกำหนดกรอบให้ชัดเจน ปราศจากความกำกวม (Unambiguously Related to The Assessment Goal)
3. การกำหนดนิยามให้ถูกต้อง (Precisely Defined) โดยการใช้คำที่เข้าใจง่าย เพื่อหลีกเลี่ยงการเข้าใจผิดในประเด็นต่าง ๆ ตามที่ระบุไว้ใน C&I Approach
4. ลักษณะจำเพาะในแต่ละประเด็น (Diagnostically Specific) เช่น การกำหนดตัวตรวจสอบ ควรเป็นข้อมูลเฉพาะเจาะจงและสามารถตีความ (Interpretation) ถึงตัวบ่งชี้ในเชิงลึกได้
5. การสืบค้น บันทึก และการแปลความหมายข้อมูลได้ง่าย (Easy to Detect, Record and Interpret)
6. มีความเที่ยง (Reliability) สามารถนำไปประเมินและสรุปผลที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์หรือตรงกับสิ่งที่ต้องการประเมิน
7. มีความไว (Sensitive) ต่อคุณลักษณะที่ต้องการประเมิน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องละเอียด และชัดเจน

8. การสรุปหรือรวมข้อมูลเข้าด้วยกันได้ (Summary or Integrative Measure) จำนวนของตัวบ่งชี้ต้องสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้าง C&I Approach สิ่งที่ต้องการประเมินได้ทั้งระบบ

9. สร้างความน่าสนใจแก่ผู้ใช้ (Appealing to Users) มีการยอมรับ มีความสนใจ และมีความพอใจ ของผู้ใช้งานที่นำไปประเมิน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดแจ้ง (2557) ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิจัยแบบ Ethnographic Delphi Futures Research โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต การบริการ และการใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศของภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็ง และความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ทำการประเมิน จำนวน 10 แห่ง เพื่อเปรียบเทียบการใช้เกณฑ์การประเมิน โดยมีการวิจัยอยู่ 2 ขั้นตอน ดังนี้ 1) พัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน ใช้เทคนิคการวิจัยแบบ EDFR มีขั้นตอนย่อยที่ 1 คือ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สังเคราะห์แนวโน้มความเป็นไปได้ตามแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบขององค์การ (CIPODO) ขั้นตอนย่อยที่ 2 ดำเนินการวิจัย EDFR กับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน ที่มีประสบการณ์ด้านวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 รอบ เป็นคณาจารย์สอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน เป็นผู้บริหารวิสาหกิจ ชุมชนที่ได้รางวัลเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 5 ดาว จำนวน 5 คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4 คน และผู้นำชุมชนหรือผู้บริหารท้องถิ่นที่ได้รับรางวัล ดีเด่น จำนวน 3 คน สรุปค้นพบมี 3 ขั้นตอนย่อยที่ 3 ร่างเกณฑ์การประเมิน และตัวบ่งชี้ สร้างคู่มือการใช้ เกณฑ์ 2) เปรียบเทียบการใช้เกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิตินอนพารามेटริก ด้วยสถิติทดสอบแมน-วิทนีย ยู (Mann-Witney U Test) ระหว่างวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน กับวิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า จากการวิจัยได้เกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน 6 เกณฑ์มาตรฐาน 20 ตัวบ่งชี้ และ 65 เกณฑ์พิจารณา

ลลิตา พลสุวรรณ และนิศากร สมสุข (2558) ได้ศึกษาการจัดลำดับความสำคัญของเกณฑ์เพื่อประเมินคุณภาพและการบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย ในการกำหนดน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ โดยใช้กระบวนการลำดับขั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) โดยพัฒนาแบบสอบถามจากการสังเคราะห์เอกสารจากเครื่องมือ SERVQUAL ที่มีเกณฑ์การประเมินคุณภาพในการบริการ 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมในการบริการ (Tangible) ความน่าเชื่อถือและไว้วางใจ (Reliability) การตอบสนองในการให้บริการ (Responsiveness) การสร้างความมั่นใจในการให้บริการ (Assurance) และความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) มาวิเคราะห์ด้วยสถิติ t -test จากการตอบ แบบสอบถามได้ 18 เกณฑ์ ใน 5 มิติ



96511980

และใช้เกณฑ์ดังกล่าวสอบถามผู้โดยสารสายการบินต้นทุนต่ำ เพื่อจัดลำดับความสำคัญด้วย กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ โดยเกณฑ์ที่ผู้โดยสารชาวไทยให้ความสำคัญ คือ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ และเครื่องบินทันสมัยมีคุณภาพ ส่วนผู้โดยสารชาวต่างชาติให้ความสำคัญ คือ การให้ความสนใจกับปัญหาของลูกค้า และการบริการที่ปราศจากข้อผิดพลาดบกพร่อง เนื่องจากคุณภาพของการบริการ ถือเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจที่สามารถตอบสนองความต้องการ นำไปสู่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาลำดับความสำคัญของเกณฑ์ เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการบริการ

Barzekar, Aziz, Mariapan, Ismail, and Hosseini (2011) ได้สร้างเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ในการตรวจสอบความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่ลุ่มน้ำเขตจังหวัดโดเฮซา และเซเฮซา ประเทศอิหร่าน การศึกษาในครั้งนี้ ถูกออกแบบเพื่อระบุเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (C&I) ครอบคลุมสาเหตุที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปัจจัยทางด้านสังคมนิเวศวิทยา วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อให้มั่นใจว่าการจัดการป่าไม้ได้อย่างยั่งยืน จากเครื่องมือที่ได้พัฒนาขึ้นตามแนวทาง C&I Approach เนื่องจากพื้นที่บริเวณนี้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ สวยงาม อีกทั้งยังได้รับความนิยม มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้อย่างยั่งยืน ตามกรอบแนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ที่ได้พัฒนาขึ้น โดยมีการนำเทคนิคการวิจัยเดลฟาย (Delphi) มาประกอบการศึกษาเพื่อหาฉันทามติ (Consensus) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 รอบ ในหลายช่วงเวลา โดยเริ่มต้นการศึกษาด้วยการสำรวจลักษณะพื้นที่ภาคสนาม จากนั้นกำหนดผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านที่แตกต่างกัน จำนวน 10 คน สำหรับการทำเดลฟาย จำนวน 3 รอบ เริ่มจากผู้วิจัยส่งแบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) ให้แก่ผู้เชี่ยวชาญเสนอความคิดเห็น ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) ในรอบที่ 1 จากนั้น จัดทำแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อส่งให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินชุดข้อมูลอีกครั้ง เพื่อหาฉันทามติในการทำเดลฟายในรอบที่ 2 โดยกำหนดเกณฑ์พิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ยที่ต้องมีค่ามากกว่า 3.50 (Mean > 3.50) ผลสรุปฉันทามติในรอบที่สอง ได้ 9 เกณฑ์ 61 ตัวบ่งชี้ ครอบคลุมตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับด้านนิเวศวิทยา 21 ตัวบ่งชี้ ด้านเศรษฐกิจ 8 ตัวบ่งชี้ ด้านสังคม 21 ตัวบ่งชี้ ด้านวัฒนธรรม 6 ตัวบ่งชี้ และด้านองค์กร 5 ตัวบ่งชี้

Franke, Steyn, Ranger, and Haverkort (2011) ศึกษาและพัฒนาเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ใช้สำหรับความยั่งยืนในการผลิตมันสำปะหลังบริเวณ Sandveld ทางตอนใต้ของทวีปแอฟริกาที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Hotspot) และเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงในเขตร้อนของโลก โดยปกติ เกษตรกรปลูกมันฝรั่งตลอดปี มักจะได้ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 40-45 ตันต่อเฮกตาร์ ซึ่งในการศึกษานี้ จะศึกษาเกี่ยวกับเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการล้างที่ดิน เกณฑ์การชลประทาน

การปล่อยมลพิษอื่น ๆ เพื่อให้การใช้ที่ดินได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความแตกต่างด้านผลผลิตมันสำปะหลังให้น้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ผลผลิตมันสำปะหลัง 36 ถึง 58 เมกะตันต่อ 10 เฮกตาร์ แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ระยะ เริ่มจาก ระยะที่ 1) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับเกษตรกร จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรที่ผลิตมันฝรั่งทั้งหมด รวมทั้งการสำรวจพื้นที่ภาคสนาม ระยะที่ 2) การกำหนดตัวชี้วัดความยั่งยืน (Sustainability Indicators) ตามแนวทาง C&I Approach ระยะที่ 3) สรุปผลการรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ว่าข้อมูลทั้งหมด มีความสอดคล้องกับเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่กำหนดขึ้นหรือไม่ โดยผลจากการวิจัยสามารถสรุปชุดข้อมูลเบื้องต้น ได้ 4 หลักการ คือ หลักการที่ 1) หลักการที่ดิน (Land) พิจารณาจากประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์ที่ดินหรือผลผลิตต่อพื้นที่ในหนึ่งฤดูกาลเพาะปลูก (Land Use Efficiency: LUE) ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 3 ตัวบ่งชี้ หลักการที่ 2) หลักการน้ำ (Water) พิจารณาจากประสิทธิภาพการใช้น้ำฝน และการใช้น้ำชลประทาน (Water Use Efficiency: WUE) ประกอบด้วย 1 เกณฑ์ 3 ตัวบ่งชี้ หลักการที่ 3) หลักการสารเคมี (Chemicals) พิจารณาจากจำนวนสารเคมีที่เติมลงไปดิน (Biocide Use Efficiency: BUE) ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 3 ตัวบ่งชี้ และหลักการที่ 4) หลักการพลังงาน (Energy) พิจารณาจากประสิทธิภาพการใช้พลังงานในการดำเนินงาน (Energy Use Efficiency: EUE) ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 3 ตัวบ่งชี้ แสดงให้เห็นว่า ชุดข้อมูลตามแนวทางเกณฑ์และตัวบ่งชี้ สามารถนำมากำหนดเป็นดัชนีชี้วัดความสามารถและการพัฒนาการเพาะปลูกมันสำปะหลังในบริเวณทุ่งหญ้าทางตอนใต้ของทวีปแอฟริกาได้อย่างยั่งยืน

Khadka and Vacik (2012) ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์และตัวชี้วัดเพื่อความยั่งยืนการจัดการป่าไม้ (SFM) ในประเทศเนปาล ตามแนวทาง C&I Approach เปรียบเทียบการดำเนินการระหว่าง Top-down Approach (TD) ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert-Led) กับ Bottom-Up Approach (BU) ซึ่งเป็นการดำเนินการโดยชุมชน (Community-Led) ผ่านกระบวนการทำเดลฟาย กระบวนการ TD ใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 121 คน ที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานจริง ที่เคยบังคับใช้กฎหมายภายในประเทศ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐ (NGO) อาจารย์ระดับมหาวิทยาลัย องค์กร/สมาคมอิสระ สถาบันวิจัย และองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ได้ตัวบ่งชี้ 72 ตัว ในรอบที่ 1 เมื่อนำมาพิจารณาความเหมาะสมของข้อมูล 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความสัมพันธ์ (Relevancy) การปฏิบัติได้ (Practicality) ความสำคัญ (Importance) และอิทธิพล (Influence) ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ กำหนดให้มีอัตราการตอบสนองที่มากกว่าร้อยละ 57 นั้น จึงผ่าน ได้ตัวบ่งชี้ 53 ตัว ในรอบที่ 2 ในส่วนแนวทางของ BU มีผู้เข้าร่วม จำนวน 48 คน จากกลุ่มคนหลายชนชั้นที่เข้าร่วมในการพัฒนา C&I ในระดับท้องถิ่น จากกลุ่มคนวรรณะจัณฑาล (Dalit) กลุ่มผู้หญิงยากจน กลุ่มผู้บริหารองค์กรธุรกิจ กลุ่มผู้หญิงวรรณะพราหมณ์ (Brahmin) กลุ่มบุคคลทั่วไป และกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

โดยจัดกิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการตามแบบแผนกระบวนการแบบมีส่วนร่วม (Participation Process) แล้วให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้าร่วมกิจกรรม สรุปประเด็นสำคัญต่างๆ ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าในแต่ละประเด็น เมื่อผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลแล้ว จึงนำมาวิเคราะห์ค่าสถิติแบบนอนพาราเมตริก โดยเปรียบเทียบค่ามัธยฐาน (Median) ด้วยการทดสอบของครัสคาล-วัลลิส (Kruskal-Wallis Test) จากนั้นนำข้อมูลมาจัดลำดับความสำคัญอีกครั้งด้วยวิธีการวิเคราะห์แบบหลายเกณฑ์ (Multi-Criteria Analysis) ตลอดระยะเวลา 3 วัน จนได้ 8 หลักการ 33 เกณฑ์ และ 97 ตัวบ่งชี้ และเมื่อใช้กระบวนการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่าง TD กับ BU ได้ข้อสรุปเหลือ 8 เกณฑ์ 47 ตัวบ่งชี้ สำหรับในขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัยนำตัวบ่งชี้ที่ได้จากทั้ง 2 แนวทางมาวิเคราะห์เปรียบเทียบเพื่อสรุปเป็นเกณฑ์และตัวบ่งชี้ที่สมบูรณ์อีกครั้ง ด้วยการทดสอบแบบพบหรือไม่พบ (Presence-Absence Test) และสามารถสรุปผลการพัฒนาเกณฑ์และตัวบ่งชี้การประเมินการจัดการป่าชุมชนอย่างยั่งยืนในประเทศเนปาลได้ 8 เกณฑ์ และ 35 ตัวบ่งชี้

Kurka and Blackwood (2013) ศึกษาเกณฑ์และตัวชี้วัดความยั่งยืนแบบมีส่วนร่วม สำหรับการพัฒนาพลังงานชีวภาพด้วย C&I Approach โดยนักวิจัยผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานชีวภาพ ระดับภูมิภาคในฟอรัมที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายคน ถูกนำไปใช้ในภูมิภาคสก็อตแลนด์ ด้วยกระบวนการในการวิจัยแบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ทบทวนวรรณกรรมการพัฒนาพลังงานชีวภาพอย่างยั่งยืน (Identification of Sustainability C&I in Literature) เพื่อกำหนดเกณฑ์และตัวบ่งชี้ (2) กำหนดเกณฑ์สำหรับการเลือกเกณฑ์และตัวบ่งชี้จากวรรณกรรม ด้วยกระบวนการคัดกรอง (Filtering Process) เป็น 2 หัวข้อ คือ การประเมินด้านความยั่งยืน (Sustainability Assessment) และการประเมินด้านพลังงานและพลังงานชีวภาพ (Energy and Bioenergy Assessment) สรุปเป็นชุดข้อมูลเบื้องต้นได้ 4 หลักการ คือ หลักการสิ่งแวดล้อม หลักการเศรษฐกิจ หลักการเทคนิค และ หลักการสังคม ได้ 16 เกณฑ์ และ 16 ตัวบ่งชี้ นำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาพลังงานชีวภาพพิจารณาและคัดเลือกชุดข้อมูล โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณาและคัดเลือกไว้ 6 ด้าน คือ ด้านความสัมพันธ์กับเนื้อหา (Relevance) ด้านการปฏิบัติได้จริง (Practicality) ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability) ด้านความเป็นอิสระ (Independency) ด้านความสามารถในการเปรียบเทียบ (Comparability) และด้านมีความเรียบง่าย (Simplicity) ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนเพื่อจัดทำเป็นชุดข้อมูลใหม่อีกครั้ง (3) การคัดเลือกเกณฑ์และตัวบ่งชี้สุดท้าย (Final Selection) ดำเนินการโดยจัดการประชุมอภิปราย (Forum) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย (Multi-Stakeholder Forum) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพลังงานชีวภาพอย่างยั่งยืน ได้แก่ ผู้ประกอบการโรงเลื่อย ผู้ผลิตพลังงานชีวภาพ องค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการใช้พลังงานชีวภาพ องค์กรด้านการปกป้องสิ่งแวดล้อม (4) สรุปเกณฑ์การประเมินการพัฒนาพลังงานชีวภาพอย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ 4 หลักการ ได้แก่ หลักการสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ หลักการเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ หลักการ

เทคนิคเฉพาะ ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ และหลักการสังคม ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ รวมเป็น 9 เกณฑ์ 9 ตัวบ่งชี้ และ 9 ตัวตรวจสอบ

Teitelbaum (2014) ศึกษาพัฒนาเกณฑ์และตัวบ่งชี้การประเมินป่าชุมชนในประเทศแคนาดา กรอบการทำงานจะเน้นไปที่แนวคิด 3 ประการ คือ วัตถุประสงค์พื้นฐานของป่าชุมชน การมีส่วนร่วมในการกำกับดูแลผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น และการใช้ประโยชน์จากป่าหลายชนิด ตามแนวทาง C&I Approach ครอบคลุมพื้นที่ป่าชุมชน 4 แห่งจาก 3 จังหวัด เปรียบเทียบกลุ่มผลประโยชน์กับรัฐบาลท้องถิ่น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการพิจารณาภายใต้กรอบการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Governance) ประโยชน์ทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น (Local Economic Benefit) และการใช้ประโยชน์จากป่าที่หลากหลาย (Multiple Forest Use) จากหน่วยงานที่กำกับดูแลป่าชุมชนในแต่ละพื้นที่ (Community Forest Organization) โดยดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน Top-Down and Bottom-Up Approach จัดทำเป็นร่างเกณฑ์ และตัวบ่งชี้การประเมินป่าชุมชน จากนั้นได้จัดกิจกรรมการมีส่วนร่วม (Participation Activities) ด้วยการประชุมแบบเผชิญหน้า (Face to Face Meeting) และการสัมภาษณ์ (Interview) กับเจ้าหน้าที่ชำนาญการที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานของหน่วยงานที่กำกับดูแลพื้นที่ป่าชุมชนทั้ง 4 แห่ง ไม่น้อยกว่า 5 ปี รวม 16 คน เพื่อพิจารณาเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ตามกรอบการวิจัย และประเมินความเหมาะสมของแต่ละชุดข้อมูล พิจารณาคัดเลือกเฉพาะรายการที่ได้รับการยอมรับ และเห็นด้วยในระดับมากที่สุด สามารถสรุปเกณฑ์และตัวบ่งชี้การประเมินป่าชุมชนของประเทศแคนาดา ได้เป็น 3 หลักการ 14 เกณฑ์ และ 29 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ หลักการการบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมกับท้องถิ่นมี 6 เกณฑ์ 12 ตัวบ่งชี้ หลักการผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นมี 4 เกณฑ์ 10 ตัวบ่งชี้ และ หลักการการใช้ประโยชน์จากป่าที่หลากหลายมี 4 เกณฑ์ 7 ตัวบ่งชี้

Domingues, Pires, Caeiro, and Ramos (2015) ศึกษาการกำหนดเกณฑ์ และตัวบ่งชี้สำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืนของหน่วยงานบริการสาธารณะส่วนท้องถิ่น (Local Public Service Sustainability) เนื่องจากรัฐบาลท้องถิ่นมีความใกล้ชิดกับประชาชน และเคลื่อนไหวเร็วกว่าภาครัฐอื่น ๆ โดยไม่คำนึงถึงการบูรณาการตามหลักความยั่งยืนในการดำเนินงาน และกลยุทธ์ (Strategy) ดังนั้น การพัฒนารอบแนวคิด ในการกำหนดกรอบการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีขั้นตอนการพัฒนาเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การระบุคุณลักษณะ ขอบเขตของการบริการสาธารณะเพื่อกำหนดขอบข่ายที่จำเป็นในการให้บริการ (Scope) ด้านกิจกรรมการบริการชุมชนตามพันธกิจ (Mission) ในการประเมินความยั่งยืนและผลกระทบ (Sustainable & Impact) และการประเมินความยั่งยืนในการปฏิบัติการ (Sustainable Practice) พิจารณาจากปัจจัยการนำเข้า (Input) จากกระบวนการ (Process) จากปัจจัยนำออก (Output) และจากผลลัพธ์ (Outcome) เป็นรูปแบบการดำเนินงาน ศึกษาเชิงสำรวจ ระยะที่ 2 การพัฒนาเกณฑ์และตัวบ่งชี้ โดยนำแนวคิดของระเบียบฉลากสิ่งแวดล้อม

ของคณะกรรมการยุโรป หรือ EU Ecolabel รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ GRI (Global Reporting Initiative) และแนวทาง C&I Approach ร่วมกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการให้บริการสาธารณะส่วนท้องถิ่นมาพัฒนา ทั้งนี้ สามารถแบ่งชุดข้อมูลได้ 3 หลักการ 24 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ หลักการที่ 1 การจัดการและการป้องกันสิ่งแวดล้อม (Environmental Protection and Management) ประกอบด้วย 4 เกณฑ์ 24 ตัวบ่งชี้ หลักการที่ 2 มุมมองด้านเศรษฐกิจ (Economic Aspect) ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 5 ตัวบ่งชี้ และหลักการที่ 3 จริยธรรมและการตอบสนองทางสังคม (Ethic and Social Responsibility) ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 7 ตัวบ่งชี้ และระยะที่ 3 การตรวจสอบเกณฑ์และตัวบ่งชี้

Phondani, Bhatta, Elsarrage, and Alhorra (2016, pp. 381-384) ศึกษาเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของระบบการประเมินความยั่งยืนของพื้นที่เพาะปลูกของชาวพื้นเมืองในประเทศกาตาร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างระบบการประเมินความยั่งยืนของภาครัฐ (GSAS) ของพืชสายพันธุ์พื้นเมือง 50 ชนิดที่ได้รับการจัดลำดับความสำคัญและจัดกลุ่มตามพารามิเตอร์ต่างๆ ดังนี้ ความทนต่อสภาพอากาศ (อุณหภูมิ, ความชื้น, และปริมาณน้ำฝน) โดยมีค่า (ระบบนิเวศ, ประหยัด, และยา) ขนาดมาตรฐาน (ขนาด 50 ซม. และมากกว่า 50 ซม.) และความต้องการน้ำ (ชั้นปานกลาง และแห้ง) ด้วยลักษณะทางภูมิประเทศของกาตาร์ที่ค่อนข้างแห้งแล้ง และมีฝนตกน้อย จึงส่งผลต่อการเกษตรกรรมและคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ การสร้างและพัฒนาสิ่งแวดล้อม ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุดจากทรัพยากร โดยนำแนวทาง C&I Approach มาศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสำรวจสภาพพื้นที่การเพาะปลูก สรุปประเด็นที่ได้จากการสำรวจเป็นเกณฑ์และตัวบ่งชี้ นำไปสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำเกษตรกรรม ประกอบด้วย ประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ได้ศึกษา คนเลี้ยงแกะ คนเลี้ยงอูฐ ผู้ใช้แรงงาน นักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญ เกษตรกรการปลูกพืชในร่ม นักสถาปัตยกรรม และนักวิชาการเกษตร เพื่อประเมินลำดับความสำคัญของข้อมูลแต่ละกลุ่มตามโครงสร้างของ C&I Approach สามารถสรุปผลการวิจัย โดยกำหนดชุดข้อมูลการพัฒนาเกณฑ์และตัวบ่งชี้ความยั่งยืนของพื้นที่ เพื่อกาเพาะปลูกของชาวพื้นเมือง โดยพิจารณาคะแนนที่มีระดับความสำคัญสูงสุด มี 5 หลักการ 12 เกณฑ์ 47 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ หลักการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 14 ตัวบ่งชี้ หลักการความยั่งยืนด้านสังคม ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 11 ตัวบ่งชี้ หลักการความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 2 เกณฑ์ 7 ตัวบ่งชี้ หลักการความยั่งยืนด้านมนุษย์ ประกอบด้วย 3 เกณฑ์ 12 ตัวบ่งชี้ และหลักการความยั่งยืนด้านนโยบายภาครัฐ ประกอบด้วย 1 เกณฑ์ 5 ตัวบ่งชี้

Ashok, Tewari, Behera, and Majumdar (2017, pp. 24-41) ศึกษาการพัฒนากรอบการประเมินความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่สวนชีวาลัย ยอดเขาคันชังจุงก้า ผังตะวันตกของรัฐสิกขิม ประเทศอินเดีย โดยโดยมีหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ วัดความยั่งยืนด้าน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยประยุกต์เกณฑ์การประเมินความยั่งยืนของป่าไม้ และการท่องเที่ยว เป็น เกณฑ์เบื้องต้น ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรม ตามด้วยการศึกษาการมีส่วนร่วมของรัฐสภิกขิม ใน ประเทศอินเดีย ใช้การวิจัยแบบเดลฟาย ได้ 4 หลักการ 8 เกณฑ์ 58 ตัวบ่งชี้ และ 58 ตัวตรวจสอบ ตามแนวทาง C&I Approach และดำเนินการตาม Top-Down & Bottom-Up Approach โดยมี ขั้นตอนการวิจัย ดังนี้ 1) ทำการสำรวจภาคสนาม คือ เขตพื้นที่สงวนชีวลัย ยอดเขาคันชังจุงก้า ที่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) การกำหนดผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยตาม กระบวนการมีส่วนร่วม จำนวน 24 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ 14 คน เป็นผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ 10 คน ที่มีประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด รวมถึง NGOs, CBOs ผู้ให้บริการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว (Tourism Market and Tour Operators) เป็นต้น 3) การดำเนินการพัฒนากรอบการประเมินมี 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถระบุ (Identification) ได้ 8 หลักการ 65 ตัวบ่งชี้ แล้วจึงดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อรับทราบปัญหาและข้อ กังวลของชุมชนท้องถิ่น จากนั้น ทำการศึกษาด้วยวิธีการมีส่วนร่วม (Participatory Method) 2 รอบ กับผู้เชี่ยวชาญ 24 คน ด้วยวิธี APPA Training ตามแบบวงจร 4D (Discovery, Dream, Design and Delivery) ดังกล่าว ได้ 8 หลักการ 70 ตัวบ่งชี้ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างยั่งยืน ระยะที่ 2 สร้างแนวความคิด (Conceptualized) เพื่อกำหนดชุดข้อมูลของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และตัวตรวจสอบ ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟาย (Delphi) จำนวน 3 รอบจาก ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาฉันทามติ ในรอบแรกเป็นการประเมินระดับความสำคัญ (Important Level) ของ ชุดข้อมูลขั้นต้นดังกล่าว ในรอบที่ 2 นำชุดข้อมูล ที่ได้จากการทำเดลฟายในรอบแรก มาประเมิน ความสำคัญแบบมาตราส่วนประมาณค่า 8 ระดับอีกครั้ง และในรอบที่ 3 จนได้ 8 หลักการ 58 ตัวบ่งชี้ ระยะที่ 3 เป็นการพัฒนาแนวปฏิบัติ (Operationalization) จากการทำเดลฟายในรอบที่ 3 เพื่อหา ฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้วยการประเมินระดับความสำคัญและวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องด้วย การทดสอบ Chi-square และ Goodness of Fit ที่ระดับ 0.95 ผลการพัฒนารอบการกรอบการ ประเมินการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนนี้ สามารถสรุปชุดข้อมูล ประกอบด้วย 4 หลักการ 8 เกณฑ์ 58 ตัวบ่งชี้ และ 58 ตัวตรวจสอบ ได้แก่ หลักการที่ 1 การป้องกันทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม หลักการที่ 2 ประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจสู่ชุมชน หลักการที่ 3 ความตระหนักรู้ และ ความสามารถในการสร้างสิ่งแวดล้อม และ หลักการที่ 4 ความเหมาะสมด้านการท่องเที่ยว

Ford et al. (2017, pp. 141-157) ศึกษาการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน (Sustainable Forest Management: SFM) กับแนวคิดทางจิตวิทยา (Psychological Concept) มาพัฒนารอบ การประเมินการจัดการป่าไม้ในประเทศออสเตรเลีย ตามแนวทาง C&I Approach และ Bottom-Up โดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 36 คน สมาชิกของประชาชนทั่วไป และกลุ่มผู้มีส่วนได้



ส่วนเสีย ในรัฐวิสาหกิจ และ Top-Down Approach โดยนำแนวคิดทางจิตวิทยา ผสานกับความรู้ด้านระบบนิเวศ มาดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสิ่งแวดล้อมแสดงให้เห็นถึงการรับรู้เชิงคุณค่าทางจิตวิทยาของมนุษย์ (Psychological Concept of Value) กระบวนการพัฒนากรอบการประเมินการจัดการป่าไม้ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ทบทวนวรรณกรรมที่เชื่อมโยงแนวคิดทางจิตวิทยาสังคมและสิ่งแวดล้อม (ค่านิยมและตัวชี้วัดตามลำดับ) เพื่อความเข้าใจด้านจิตวิทยาการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน สามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยว่า จิตวิทยาเป็นอัตวิสัยทางปัญญา หรือการรับรู้ของบุคคล (People's Subjective Cognition or Perception) 2) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสังคมที่เกี่ยวข้องด้านจิตวิทยา โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อกำหนดเกณฑ์และคุณลักษณะตัวบ่งชี้ที่มีค่าด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม (Participant Process) การทำแผนที่ความรู้ความเข้าใจ โดยจัดกิจกรรมสัมภาษณ์แบบ 3CM (Conceptual Content Cognitive Mapping) โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน เขียนความสำคัญของสิ่งแวดล้อมลงในการ์ด (Card) แยกกันอย่างอิสระ จากนั้น ให้แบ่งการ์ดออกเป็นกลุ่ม และลำดับความสำคัญของการ์ดแต่ละกลุ่มด้วย และได้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทุกคนด้วย 3 คำว่า ทำไมจึงแบ่งการ์ดออกเป็นกลุ่มอย่างนั้น กับผู้เชี่ยวชาญ 5 กลุ่ม ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอลล์ (Snowball Sampling) ประกอบด้วย กลุ่มการอนุรักษ์ธรรมชาติ จำนวน 13 คน กลุ่มกิจกรรมสันติภาพ จำนวน 18 คน กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน กลุ่มผู้พิทักษ์ป้องกันไฟป่า จำนวน 7 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านป่าไม้ จำนวน 7 คน รวมทั้งหมดจำนวน 61 คน 3) การแปลความหมายและพัฒนากรอบการประเมินการจัดการป่าไม้ดำเนินการโดยรวมรวมข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 ประกอบด้วย คุณลักษณะคุณค่าจากการ์ดคำตอบ และข้อมูลการสัมภาษณ์ แล้วนำมาจัดกลุ่มข้อมูลสำหรับข้อมูลที่ได้ทั้งหมด ทั้งนี้ สามารถแบ่งกลุ่ม ข้อมูลเบื้องต้นได้ 4 กลุ่ม คือ ข้อมูลเชิงชีววิทยา (Biophysical) ข้อมูลเชิงสังคมและจิตวิทยา (Social-Psychological) ข้อมูลการวางแผนและการจัดการ (Planning Management) และข้อมูลด้านเศรษฐกิจ (Economic) วิเคราะห์และเทียบเคียงความแตกต่างกับกรอบการจัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน แล้วนำไปทดลองประเมินจริงในพื้นที่ป่าของรัฐวิสาหกิจ ประเทศออสเตรเลีย เพื่อประเมินความสอดคล้องของกรอบการประเมินที่พัฒนาขึ้น และหลังจากพิจารณากลุ่มข้อมูลใหม่แล้ว ได้นำไปปรับแก้กรอบการประเมินดังกล่าวให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ผลการศึกษาสามารถสรุปกลุ่มข้อมูลใหม่ของกรอบการประเมินเพื่อกำหนดคุณลักษณะคุณค่าของป่าไม้ได้ 7 กลุ่ม คือ (1) สภาพทางธรรมชาติ (Natural) รวมทั้งระบบชีวภาพ (2) ประสบการณ์ด้านคุณค่าของป่าไม้ต่อสังคม (Experiential) (3) การใช้ประโยชน์จากป่าไม้ (Productive) (4) การพักผ่อน กิจกรรมจากป่าไม้ (Setting) (5) สังคมและเศรษฐกิจ (Social/Economic) (6) การเรียนรู้จากป่า (Learning) และ (7) วัฒนธรรมที่อยู่ร่วมกับป่าไม้ (Cultural)

สุพจน์ นาคสวัสดิ์, เสรี ชัดแจ้ง และภัทราวดี มากมี (2558) ได้ทำการพัฒนาเกณฑ์การประเมินทุนมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วย 5 มิติ 15 ตัวบ่งชี้ 85 เกณฑ์การพิจารณา



คือ (1) มิติบริบทพื้นฐาน จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 16 เกณฑ์การพิจารณา (2) มิติปัจจัยนำเข้า จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา (3) มิติกระบวนการ จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ 30 เกณฑ์การพิจารณา (4) มิติผลลัพธ์ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 16 เกณฑ์การพิจารณา และ (5) มิติมูลค่าเพิ่มขององค์กร จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ 12 เกณฑ์การพิจารณา กำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตัวบ่งชี้แบบ “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” ระหว่าง 0-5 คะแนน คำนวณคะแนนทุนมนุษย์ด้วยวิธีผลรวมถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วิธีการให้คะแนนตัวบ่งชี้

การให้คะแนนตัวบ่งชี้			
ตัวบ่งชี้ที่มี	ตัวบ่งชี้ที่มี	ตัวบ่งชี้ที่มี	คะแนนที่ได้
5 เกณฑ์การพิจารณา	6 เกณฑ์การพิจารณา	7 เกณฑ์การพิจารณา	
ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	0 คะแนน
ดำเนินการ 1 ข้อ	ดำเนินการ 1 ข้อ	ดำเนินการ 1 ข้อ	1 คะแนน
ดำเนินการ 2 ข้อ	ดำเนินการ 2 ข้อ	ดำเนินการ 2 ข้อ	2 คะแนน
ดำเนินการ 3 ข้อ	ดำเนินการ 3-4 ข้อ	ดำเนินการ 3-4 ข้อ	3 คะแนน
ดำเนินการ 4 ข้อ	ดำเนินการ 5 ข้อ	ดำเนินการ 5 ข้อ	4 คะแนน
ดำเนินการ 5 ข้อ	ดำเนินการ 6 ข้อ	ดำเนินการ 6-7 ข้อ	5 คะแนน

ที่มา: ญรัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ์ (2562, หน้า 123)

ตารางที่ 2 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินทุนมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรมในมิติที่ 1

มิติ	ตัวบ่งชี้	ตัวบ่งชี้	น้ำหนัก
		การพิจารณา	จำนวนเกณฑ์
มิติที่ 1 บริบทพื้นฐาน	ตัวบ่งชี้ที่ 1	มีกลยุทธ์องค์กรให้ ความสำคัญกับทุนมนุษย์	5
	ตัวบ่งชี้ที่ 2	มีภาวะผู้นำเชิงสมรรถนะ ที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ ขององค์กร	6
	ตัวบ่งชี้ที่ 3	มีโครงสร้างพื้นฐานที่ ส่งเสริมทุนมนุษย์	5

ที่มา: ญรัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ์ (2562, หน้า 124)

ตารางที่ 3 การจำแนกระดับทุนมนุษย์ออกเป็น 5 ระดับ

ระดับทุนมนุษย์	ความหมาย
4.01 - 5.00	ทุนมนุษย์ขององค์การอยู่ในระดับดีเด่น (5 ดาว)
3.01 - 4.00	ทุนมนุษย์ขององค์การอยู่ในระดับดี (4 ดาว)
2.01 - 3.00	ทุนมนุษย์ขององค์การอยู่ในระดับปานกลาง (3 ดาว)
1.01 - 2.00	ทุนมนุษย์ขององค์การอยู่ในระดับต้องปรับปรุง (2 ดาว)
0.00 - 1.00	ทุนมนุษย์ขององค์การอยู่ในระดับต้องปรับปรุงอย่างยิ่ง (1 ดาว)

ที่มา: ศราวุธ ยังเจริญยืนยง, เสรี ชัดแจ้ง และกนก พานทอง (2559)

ศราวุธ ยังเจริญยืนยง และคณะ (2559) ได้ทำการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรปฏิบัติการด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ มีองค์ประกอบการประเมิน 7 ด้าน ด้านละ 3 ตัวบ่งชี้ รวม 21 ตัวบ่งชี้ 105 เกณฑ์ โดยกำหนดค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ การพิจารณากำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้แบบ “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” ให้คะแนนระหว่าง 0-5 คะแนน ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 วิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model)

คะแนน 0	คะแนน 1	คะแนน 2	คะแนน 3	คะแนน 4	คะแนน 5
ไม่ได้	ดำเนินการ	ดำเนินการ	ดำเนินการ	ดำเนินการ	ดำเนินการ
ดำเนินการ	1 ข้อ	1 ข้อ	1 ข้อ	1 ข้อ	1 ข้อ

ที่มา: ศราวุธ ยังเจริญยืนยง, เสรี ชัดแจ้ง และกนก พานทอง (2559)

ตารางที่ 5 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินขององค์ประกอบการประเมินด้านที่ 1

องค์ประกอบ	ตัวบ่งชี้	จำนวนเกณฑ์การพิจารณา	ค่าถ่วงน้ำหนัก
ด้านที่ 1 ด้านทักษะและ ประสบการณ์	1.1 มีทักษะในการใช้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการ ทำงาน	5	0.183
	1.2 มีทักษะทางด้านเทคนิค ที่เกี่ยวข้องในการทำงาน	5	0.091
	1.3 มีทักษะในการดูแลการ ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ต้อง ใช้ความเข้าใจเป็นพิเศษ	5	0.046

ที่มา: ศราวุธ ยังเจริญยืนยง, เสรี ชัดแจ้ง และกนก พานทอง (2559)

ศรัญญา แสงลิมสุวรรณ, เสรี ชัดแจ้ง และพูลพงศ์ สุขสว่าง (2560) ได้ทำการพัฒนาเกณฑ์
ประเมินการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสีเขียว ประกอบด้วย 6 มิติ (16 ตัวบ่งชี้) คือ
1) มิติการเงินขององค์การ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 2) มิติผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์การ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้
3) มิติกระบวนการภายในขององค์การ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 4) มิติบุคลากรขององค์การ จำนวน
2 ตัวบ่งชี้ 5) มิติสิ่งแวดล้อมขององค์การ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ และ 6) มิติความรับผิดชอบต่อสังคมของ
องค์การ จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ กำหนดเกณฑ์ให้คะแนนตัวบ่งชี้แบบ “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” และ
กำหนดคะแนน ระหว่าง 0-4 คะแนน ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum
Model) ดังนี้

ตารางที่ 6 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ที่มี 4 และ 5 เกณฑ์

เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้		
ตัวบ่งชี้ที่มี 4 เกณฑ์	ตัวบ่งชี้ที่มี 5 เกณฑ์	คะแนนที่ได้
การพิจารณา	การพิจารณา	
ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	0 คะแนน
ดำเนินการ 1 ข้อ	ดำเนินการ 1 ข้อ	1 คะแนน
ดำเนินการ 2 ข้อ	ดำเนินการ 2 ข้อ	2 คะแนน
ดำเนินการ 3 ข้อ	ดำเนินการ 3-4 ข้อ	3 คะแนน
ดำเนินการ 4 ข้อ	ดำเนินการ 5 ข้อ	4 คะแนน

ที่มา: ศราวุธ ยังเจริญยืนยง, เสรี ชัดแจ้ง และกนก พานทอง (2559)

ตารางที่ 7 ตัวอย่างเกณฑ์การประเมินของมิติการประเมินมิติที่ 1

มิติ	ตัวบ่งชี้	จำนวนเกณฑ์การพิจารณา (ข้อ)
มิติที่ 1 การเงินขององค์กร	ตัวบ่งชี้ที่ 1 มีการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับองค์กร	4
	ตัวบ่งชี้ที่ 2 มีการลงทุนเพื่อสร้างระบบการจัดการ SMEs สีเขียว	4
	ตัวบ่งชี้ที่ 3 มีการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กร	4

ที่มา: ศรัญญา แสงลิมสุวรรณ, เสรี ชัดแจ้ง และพูลพงศ์ สุขสว่าง (2560)

และยังได้จำแนกระดับการจัดการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมสีเขียว ออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่การจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสีเขียวระดับ 1 ดาว (ระดับต้องปรับปรุงอย่างยิ่ง) ถึงการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสีเขียวระดับ 5 ดาว (ระดับดีเด่น)

ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตัวอย่างระดับการจัดการ SMEs สีเขียว

ระดับการจัดการ SMEs สีเขียว	ความหมาย
3.21 - 4.00	การจัดการ SMEs สีเขียวอยู่ในระดับดีเด่น (5 ดาว)
2.41 - 3.20	การจัดการ SMEs สีเขียวอยู่ในระดับดี (4 ดาว)
1.61 - 2.40	การจัดการ SMEs สีเขียวอยู่ในระดับปานกลาง (3 ดาว)
0.81 - 1.60	การจัดการ SMEs สีเขียวอยู่ในระดับต้องปรับปรุง (2 ดาว)
0.00 - 0.80	การจัดการ SMEs สีเขียวอยู่ในระดับต้องปรับปรุงอย่างยิ่ง (1 ดาว)

ที่มา: ศรัญญา แสงลิ้มสุวรรณ, เสรี ชัดแฉ่ม และพุลพงศ์ สุขสว่าง (2560)

ตอนที่ 4 เทคนิคเดลฟายแบบ Real Time (RT-Delphi) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เดลฟายเป็นเทคนิคการทำนาย โดยดึงความคิดเห็นและการตัดสินใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการทำซ้ำ 2-3 รอบไม่เกิน 4 รอบ ด้วยการป้อนข้อมูลย้อนกลับให้กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 3 หรือผู้แสดงความคิดเห็นแบบไม่เปิดเผยรายชื่อของผู้แสดงความคิดเห็น รวมถึงมีการใช้เครื่องมือทางสถิติในการรวบรวม และวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่พัฒนาขึ้นโดย Dalkey and Helmer (1963) ได้ตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับเทคนิคการวิจัยเดลฟายเป็นครั้งแรก ในปัจจุบันเดลฟายเป็นเทคนิคการทำนายที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในเกือบทุกวงการ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจ การเมือง การทหาร เศรษฐกิจ การสาธารณสุขการศึกษา การวิจัย และด้านอื่นๆ เทคนิคเดลฟายยังถือเป็นเทคนิคการสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นและหาฉันทามติในเรื่องที่ยังไม่มีข้อมูลที่แท้จริง ช่วยให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้รับข่าวสาร และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้วยกัน โดยไม่มีการเผชิญหน้ากันโดยตรงในรอบที่ 1 ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ หลังจากนั้นจะป้อนผลการวิเคราะห์กลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนในรอบที่ 2 หลังจากผู้เชี่ยวชาญตอบกลับมาในรอบที่ 2 จะป้อนข้อมูลที่ได้อาการวิเคราะห์กลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาอีกครั้ง เพื่อให้พิจารณาคำตอบเดิมของตนเองเทียบกับคำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญคนอื่นๆ แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนคำตอบในรอบที่ 3 จากนั้นผู้วิจัยก็นำคำตอบไปวิเคราะห์ใหม่ เพื่อยืนยันคำตอบที่เป็นฉันทามติ (Consensus) จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จุดมุ่งหมายของการทำซ้ำดังกล่าว ก็เพื่อที่จะกรองความเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญนั่นเอง เหมือนกับการระดมสมอง หรือการประชุมกลุ่มแบบอื่นๆ เป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบ (Dalkey, Brown, & Cochran, 1969)

ศราวุธ ยังเจริญยืนยง (2559, หน้า 87) ได้กล่าวไว้ว่า เทคนิคเดลฟายเป็นเทคนิคที่มุ่งแสวงหาข้อสรุปจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ด้วยการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น การสรุปความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญจะมีความถูกต้อง และมีความเที่ยงตรงสูงเมื่อผู้เชี่ยวชาญมีความรู้มีประสบการณ์ในเรื่องที่จะทำการศึกษา ดังนั้น เทคนิคเดลฟายจึงเป็นเทคนิคที่ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่เข้าร่วม จะไม่ทราบว่าเป็นใครบ้าง และไม่ทราบว่าแต่ละคนมีความคิดเห็นอย่างไรในแต่ละข้อ เป็นการขจัดอิทธิพลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่จะส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นๆ ดังนั้น เทคนิคเดลฟายจะได้ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยไม่ต้องให้ผู้เชี่ยวชาญมาพบกัน ซึ่งโดยทั่วไป แบบสอบถามในรอบที่ 1 มักเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และในรอบต่อ ๆ ไป จะเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วน Rating Scale ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะตอบแบบสอบถามโดยกลั่นกรองอย่างละเอียดรอบคอบ ผู้วิจัยจัดกระทำข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในรูปสถิติ คือ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ แล้วส่งกลับให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาว่า จะคงคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์จะเป็นสถิติเบื้องต้น คือ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง เช่น มัธยฐาน (Median) และการวัดการกระจายของข้อมูล คือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)

ขั้นตอนหลักของเทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย เริ่มจากกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Panel Experts) โดยผู้วิจัยจะต้องหาวิธีและคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ความสามารถและความชำนาญในเรื่องที่จะศึกษา โดยปกติจะมีประมาณตั้งแต่สิบเจ็ดคนขึ้นไปจนถึงร้อยคน ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายในการวิจัย ความซับซ้อนของเรื่องที่ศึกษา เวลา และงบประมาณในการทำวิจัย การกำหนดประเด็นแนวโน้ม และสร้างเครื่องมือสำหรับการวิจัยโดยทั่วไป มักจะอยู่ในรูปของแบบสอบถามหรือแบบการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง การทำเดลฟายรอบที่ 1 โดยการส่งแบบสอบถามแบบปลายเปิดไปให้ผู้เชี่ยวชาญ หรือสัมภาษณ์ หรือการประชุมทางไกล รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ในรอบที่ 1 แล้วจึงทำเดลฟายรอบที่ 2 โดยรอบนี้ ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะได้รับข้อมูลป้อนกลับเชิงสถิติ (Statistical Feedbacks) ที่เป็นของกลุ่มโดยส่วนรวม เช่น ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของกลุ่ม ผนวกด้วยคำตอบเดิมของตนเองแล้วขอให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณายืนยันคำตอบหรือเปลี่ยนคำตอบใหม่ เป็นการทำเดลฟายรอบที่ 3 จึงทำการสรุปและอภิปรายผลโดยการเสนอแนวโน้มที่มีฉันทามติตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ แล้วเสนอแนะจากผลการวิจัย

สำหรับการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi Technique) ซึ่งเป็นเทคนิคการวิจัยที่ตอบสนองจุดมุ่งหมายได้รวดเร็วโดยใช้งบประมาณน้อย และความได้ความจริงพื้นฐานของการวิจัยมากที่สุดวิธีหนึ่งในปัจจุบัน และเป็นเทคนิคการวิจัยที่รวมเอาจุดเด่นหรือข้อดีของเทคนิคเดลฟาย และเทคโนโลยีรายงานผลแบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยผสมผสานเข้าด้วยกัน เพียงแต่มีการปรับปรุงวิธีการให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมมากขึ้น (Mamaqi, Miguel, & Olave, 2010)

เทคนิคเดลฟายต้องมีวิธีการสรุปฉันทามติ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ใช้ในการตัดสินใจ ในประเด็นที่มีความสอดคล้องกันของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสรุปฉันทามติ (Diamond et al., 2014)

ในงานวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้วิจัยเลือกใช้เทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำไปสู่การกำหนดองค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร หรือส่งจดหมายทางไปรษณีย์ อีเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) หรือ Line ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้วิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ และติดตามผลจากการตอบสนองของผู้เชี่ยวชาญแบบเรียลไทม์ที่แสดงผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> ได้ตลอดเวลา ช่วยให้ผู้วิจัยทำการสำรวจและระดมความคิดเห็นให้ดำเนินการไปได้อย่างรวดเร็ว แทนวิธีการใช้กระดาษและดินสอในการสัมภาษณ์ หรือตอบแบบสอบถามที่เป็นลักษณะเฉพาะของ Delphi โดยแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นแบบปลายเปิด และไม่ชี้นำ (Open-Ended and Non-Directive)
 2. เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-Dept-Interview) คือ มีการเตรียมหัวข้อหรือประเด็นสำรวจสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะไว้ล่วงหน้า ใช้สำรวจสอบถามความคิดเห็น
 3. ใช้เทคนิคการสรุปคะแนนสะสม (Cumulative Summarization) แล้วป้อนข้อมูลย้อนกลับให้ผู้เชี่ยวชาญ ยืนยันคำตอบในรอบที่ 3
 4. วิเคราะห์ เพื่อหาฉันทามติ (Consensus) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบ
- ลักษณะสำคัญของเทคนิคเดลฟาย (Delphi) มีด้วยกัน 4 ประการ ดังนี้ (von der Gracht, 2012; Guerreiro et al., 2018, p. 66)
1. มีการไม่เปิดเผยตน (Anonymity) ด้วยการใช้แบบสอบถาม หรือแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ผู้แสดงความคิดเห็นไม่ต้องเกรงใจระหว่างเผชิญหน้ากัน ไม่มีอิทธิพลต่อความเห็น ทำให้สามารถพิจารณาคุณค่าของความเห็น โดยไม่ถูกเบี่ยงเบนกดดันจากผู้ที่มีตำแหน่ง หรือกลุ่มผู้ที่มีความสามารถในการโน้มน้าวจากผู้ที่มีวุฒิสูงกว่า หรือคล้อยตามความเห็นของคนส่วนใหญ่
 2. การทำซ้ำ (Iteration) มีการส่งแบบสอบถามเดียวกัน ให้ผู้เชี่ยวชาญตอบหลายรอบโดยให้โอกาสผู้ตอบยืนยันหรือเปลี่ยนใจโดยไม่เสียหน้า เมื่อมีการพิจารณาความเห็นและเหตุผลของผู้อื่นมาประกอบการพิจารณา
 3. วิธีการป้อนกลับโดยมีการควบคุม (Controlled Feedback) โดยมีการกลั่นกรอง และป้อนกลับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ได้ทราบสถานภาพของความเห็นของผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นหรือส่วนรวม เช่น คำวิจารณ์ ข้อเสนอแนะ และเหตุผลประกอบความคิดเห็น ของทั้งผู้เห็นด้วยและผู้ไม่เห็นด้วย ก่อนการส่งแบบสอบถามรอบต่อไป

4. นำเสนอคำตอบด้วยสถิติ (Statistical Group Response) โดยนำเสนอผลคำตอบของกลุ่มเป็นค่ามัธยฐาน และระดับความเห็นที่กระจายออกไป ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการป้อนกลับระหว่างการสอบถามในแต่ละรอบ

จึงสรุปได้ว่า เทคนิคการวิจัยเดลฟาย คือ กระบวนการ หรือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการตัดสินใจหรือหาข้อสรุปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นเทคนิคที่มุ่งแสวงหาข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการตอบแบบสอบถามอย่างเป็นระบบ ปราศจากการเผชิญหน้าโดยตรง และอิทธิพลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญนั้น จะเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ จึงมีความตรงสูง โดยไม่ทราบว่ามีใครบ้างที่ออกความคิดเห็น เป็นการจำกัดอิทธิพลของกลุ่มที่ส่งผลต่อความคิดเห็นของตนเอง เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ จึงมีการสอบถามหลาย ๆ รอบ โดยมีแบบสอบถามในรอบแรกมักเป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบสอบถามในรอบต่อไปจะเป็นแบบสอบถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยผู้วิจัยแสดงข้อมูลในรูปของสถิติด้วยค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ของแบบสอบถามที่ตอบลงไปครั้งก่อน แล้วส่งกลับให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนพิจารณาว่าจะคงคำตอบเดิม หรือเปลี่ยนแปลงคำตอบ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะเป็นสถิติเบื้องต้นด้วยการวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง (Measures of Central Tendency) ได้แก่ มัธยฐาน (Median) และการวัดการกระจายของข้อมูล (Measures of Dispersion) ด้วยค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range: IQR)

ประโยชน์ของเทคนิคเดลฟาย มีดังนี้ (จุฬพล พูลภัทรชีวิน, 2559)

1. ได้ข้อมูลสำคัญที่จำเป็นในอนาคตที่ประกอบการตัดสินใจ ในการกำหนดนโยบาย วิธีการปฏิบัติ และวางแผน เพิ่มทางเลือกในการตัดสินใจ รวมทั้งบ่งชี้ถึงอันตราย และโอกาสที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ช่วยให้เข้าใจสภาพในปัจจุบันและอดีตได้ดีขึ้น

2. ช่วยให้มีความพร้อมในการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงของโลกที่รวดเร็ว จากประสบการณ์ที่มีอยู่ได้ล่วงหน้า (Pre-Experience) ว่าในอนาคตจะเป็นอย่างไร เพื่อเตรียมความพร้อมว่าจะต้องทำอย่างไร รวมทั้งเข้าใจถึงความสำคัญของความร่วมมือกันมากขึ้น ที่สามารถทำให้เกิดความสัมพันธ์ของระบบต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์

3. ช่วยชี้แนะและเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และความคิดช่วยให้เกิดความคิดริเริ่มอย่างสร้างสรรค์ ไม่ติดอยู่กับปัญหาในอดีต กระตุ้นให้เฝ้าหาความรู้โดยการเป็นผู้สร้างความรู้ มากกว่าการเรียนรู้ในสิ่งที่ผู้อื่นบอก มีแนวคิดและพัฒนาปรัชญาชีวิตที่ผสมผสานกับแนวโน้มในอนาคต

ข้อดีของเทคนิคเดลฟาย

1. ไม่เปิดเผยชื่อของผู้ตอบ ทำให้ผู้ตอบมีอิสระภาพทางความคิด
2. ได้รับความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวนมาก ซึ่งอาจสูงเป็นร้อยเป็นพันได้
3. ใช้วิธีทางสถิติเพื่อประมวลผล ช่วยลดอคติ (Bias) ทำให้ได้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ
4. เหมาะสำหรับคำถามยาก ๆ ที่มีหลายมิติ ที่สลับซับซ้อน ต้องประเมินข้อเท็จจริงทาง

วิทยาศาสตร์ ทางสังคมของคำถามที่ยังขาดองค์ความรู้ เพื่อหาคำตอบจำเป็นที่ต้องการตัดสินใจ

ข้อเสียของเทคนิคเดลฟาย

1. ต้องใช้เวลานาน และการลงทุนสูง จึงนิยมทำการสำรวจเพียงสองรอบ แต่ในปัจจุบันปรากฏว่ามีหลายโครงการที่มีการให้ตอบแบบสอบถามในเว็บไซต์แบบออนไลน์ ซึ่งลดค่าใช้จ่ายและเวลาลงได้มาก ทำให้สามารถทำรอบได้มากขึ้น

2. การปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญผ่านแบบสำรวจไม่เข้มข้นเหมือนการเผชิญหน้า จึงถูกกล่าวหาว่าการสำรวจได้เพียงความเห็นส่วนใหญ่ ซึ่งอาจไม่ใช่ความเห็นที่ดีที่สุด

ข้อพิจารณาสำหรับเทคนิคเดลฟาย (น้ำผึ้ง มีศีล, 2559)

1. การคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูล ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในสาขานั้น ๆ มิใช่การคัดเลือกจากความสนิทสนมส่วนตัวหรือเข้าถึงง่าย จึงไม่ควรเปิดเผยชื่อของผู้เชี่ยวชาญ ให้การนำเสนอความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นไปอย่างอิสระ จำนวนของผู้เชี่ยวชาญควรพิจารณาจากงานวิจัยนั้นๆ ไม่ใช่ใช้เพียงเกณฑ์การลดลงของความคลาดเคลื่อน (Error Reduction) สำหรับการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ควรคำนึงถึงความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีความสนใจในเรื่องต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง เพื่อสามารถเชื่อมโยงความรู้ในแขนงต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ให้มีนวัตกรรมทางความคิดสามารถให้มุมมองในการมองปัญหาที่ต่างจากมุมมองจากวิธีอื่น ส่วนจำนวนผู้เชี่ยวชาญ ขึ้นอยู่กับขอบเขตของเรื่องที่ศึกษาว่าควรมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญอยู่มากน้อยเพียงใด แต่ต้องมีอย่างน้อยตามขั้นต่ำของค่าความคลาดเคลื่อนลดลงคงที่ไม่เปลี่ยนแปลง (Habibi et al., 2014)

MacMillan (1971) ได้เสนอวิธีการพิจารณาจำนวนผู้เชี่ยวชาญสำหรับเทคนิคการวิจัยเดลฟาย โดยพิจารณาจากค่าความคลาดเคลื่อน (Error) เป็นหลัก ถ้ามีจำนวนผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 17 คน แล้วจะทำให้ความคลาดเคลื่อนลดลงน้อยมากจนอยู่ในระดับคงที่ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 เกณฑ์การกำหนดขนาดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
1-5	1.20 - 0.70	0.50
6-9	0.70 - 0.58	0.12
10-13	0.58 - 0.54	0.04
14-17	0.54 - 0.50	0.02
18-21	0.50 - 0.48	0.02
22-25	0.48 - 0.46	0.02
26-29	0.46 - 0.44	0.02

ที่มา: MacMillan (1971, p. 11)

2. การกลั่นกรองความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ โดยแบบสอบถามควรมีการให้ข้อมูลย้อนกลับไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสำรวจความคิดเห็นของตนเอง และเทียบของกลุ่มเพื่อการตัดสินใจ ดังนั้นจึงไม่อาจยุติกระบวนการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายเพียงรอบเดียวได้ แม้ว่ามติจะสอดคล้องกันโดยเสียงข้างมากจากการตอบแบบสอบถามก็ตาม โดยทั่วไปเทคนิคเดลฟายจะดำเนินการ 3 รอบ แต่ละรอบสามารถทำซ้ำได้ ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด เมื่อผู้วิจัยเห็นว่ามีความครอบคลุมเพียงพอ ก็สามารถยุติได้

3. การพิจารณาค่าสถิติจากมติเสียงข้างมาก ควรมีเกณฑ์ที่ถูกต้อง และสอดคล้องตามเครื่องมือที่ใช้ในการประมาณค่าความคิดเห็นตามจำนวนผู้เชี่ยวชาญและระดับการวัดความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่มีความถูกต้อง น่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

4. สำหรับนักวิจัย เมื่อตัดสินใจที่จะเลือกใช้เทคนิคเดลฟายในการแสวงหาความรู้ในการทำวิจัยแล้ว ควรทำความเข้าใจในกระบวนการของเทคนิคการวิจัยเดลฟายอย่างละเอียด เพื่อไม่ให้เกิดอคติต่อกระบวนการวิจัย ควรติดตามและสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญโดยไม่ย่อท้อ ให้ความละเอียดรอบคอบในการวิเคราะห์ พิจารณาคำขอสรุปด้วยสถิติที่เหมาะสม หากผู้เชี่ยวชาญไม่ตอบคำถามบางข้อ ต้องไม่มีความลำเอียงหรือคิดเอาเอง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าการเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญให้เหมาะสมนั้น ควรประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์ ทั้งในด้านปฏิบัติและมีความรู้ด้านวิชาการที่เป็นทั้งองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงผู้ใช้บริการหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การศึกษา โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ถูกเลือกนั้น ต้องสามารถเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่าง (Representative) สามารถสรุปไปยังกลุ่มประชากร (Population) ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดได้ การเลือกผู้เชี่ยวชาญจึง

เลือกด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถในเรื่องที่ต้องการศึกษาโดยผู้วิจัยจะเป็นผู้กำหนดผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ถูกต้อง ตรงกับวัตถุประสงค์

โดยทั่วไปเทคนิคการวิจัยเดลฟาย จะเก็บข้อมูลรอบแรกโดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด เพื่อสำรวจและรวบรวมความคิดเห็นกว้าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญ ส่วนรอบที่ 2 จะใช้แบบสอบถามปลายปิด เพื่อพัฒนามาจากคำตอบของแบบสอบถามในรอบแรก โดยนำความคิดเห็นทั้งหมดจากผู้เชี่ยวชาญมาสังเคราะห์ แล้วสร้างเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดแบบมาตราประมาณค่า 5-7 ระดับ ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจัดลำดับความสำคัญหรือคาดการณ์แนวโน้มในแต่ละข้อ ส่วนการจัดทำแบบสอบถามในรอบที่ 3 นั้น จะเป็นการยืนยันคำตอบ โดยมีการนำคำตอบของแต่ละข้อที่ได้รับจากแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมดมาคำนวณค่าสถิติ ได้แก่ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ หรือความถี่ร้อยละ และแสดงข้อมูลย้อนกลับการเลือกค่าสถิติที่ใช้เป็นข้อมูลย้อนกลับ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้รับรู้สถานะความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดโดยสรุปพบว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคำถามในแต่ละข้อ แสดงเป็นข้อมูล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นค่าสถิติที่แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยสรุปรวมซึ่งอาจแสดงด้วยค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน หรือร้อยละ และค่าสถิติที่แสดงการกระจายของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแสดงระดับความสอดคล้องของความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ในการเปรียบเทียบให้เห็นความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน หรือความแตกต่างกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเอง สำหรับจำนวนรอบที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย สามารถดำเนินการได้หลายรอบจนกว่าจะได้คำตอบที่สอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จนได้ข้อสรุปที่มีฉันทามติ อย่างน้อยสุด 2 รอบ แต่ไม่ควรเกิน 4 รอบ (von der Gracht, 2012) ดังนี้

1. การสร้างแนวทางการสอบถามรอบที่ 1 โดยทั่วไปเป็นแบบสอบถามปลายเปิดและเป็นการถามแบบกว้าง ๆ ให้ครอบคลุมประเด็นปัญหาที่จะทำการวิจัย เพื่อระดมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยอำนวยความสะดวกส่งแบบสอบถามให้แก่ผู้เชี่ยวชาญทาง Internet และกำหนดเวลาในการส่งคำตอบคืนภายใน 2 สัปดาห์ และควรทวงถามถ้าผู้เชี่ยวชาญคนใดไม่ส่งคืน สำหรับการวิเคราะห์คำตอบแบบสอบถามรอบแรก ผู้วิจัยจะต้องรวบรวมความคิดเห็น วิเคราะห์และนำมาสังเคราะห์เป็นประเด็น โดยตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำไปสร้างแบบสอบถามในรอบต่อไป

2. การสร้างแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยการนำคำตอบที่วิเคราะห์ได้จากรอบแรก มาสร้างเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) อาจใช้ 5 หรือ 7 ระดับ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนได้ให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละข้อ รวมทั้งเหตุผลที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยของแต่ละข้อ ลงในช่องว่างที่เว้นไว้ตอนท้ายประโยค หรือผู้เชี่ยวชาญสามารถให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แล้วส่งแบบสอบถามในรอบนี้ให้ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมทาง Internet เช่นเดียวกับรอบแรก และ

วิเคราะห์คำตอบจากแบบสอบถามรอบที่ 2 โดยการนำคำตอบแต่ละข้อมาหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) เพื่อดำเนินการสอบถามในรอบที่ 3 ต่อไป

3. การสร้างแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยนำคำตอบแต่ละข้อจากการวิเคราะห์รอบที่ 2 โดยพิจารณาจากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ถ้าค่าแคบ (มีค่าน้อย) แสดงว่าคำตอบที่วิเคราะห์ได้นั้นมีความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่สอดคล้องกัน ซึ่งหากผู้วิจัยมีข้อมูลที่เพียงพอก็อาจสรุปผลการวิจัยในรอบนี้ได้เลย แต่หากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์กว้าง (มีค่ามาก) แสดงว่าคำตอบที่วิเคราะห์ได้นั้น มีความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญไม่สอดคล้องกัน ควรสร้างแบบสอบถามใหม่ เป็นแบบสอบถามรอบที่ 3 โดยมีข้อความเดียวกันกับแบบสอบถามรอบที่ 2 แต่เพิ่มตำแหน่งของค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และเครื่องหมายแสดงตำแหน่งที่ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็น ในคำตอบรอบที่ 2 แล้วส่งกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญท่านนั้น ได้ยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบใหม่ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญส่วนมาก

4. การวิเคราะห์แบบสอบถามรอบที่ 4 ทำตามขั้นตอนหรือวิธีการเดียวกันกับรอบที่ 3 ถ้าผลการวิเคราะห์ครั้งนี้ ปรากฏคำตอบที่ได้มีความสอดคล้องกัน นั่นคือ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ มีค่าไม่มาก แสดงว่าสามารถยุติกระบวนการวิจัยได้ แต่ถ้าคำตอบทั้งหมดยังมีความต่างกัน ก็สร้างแบบสอบถามใหม่ เป็นแบบสอบถามรอบที่ 4 โดยมีข้อความเดียวกันกับแบบสอบถามรอบที่ 3 ด้วยวิธีการเดิมอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว การวิจัยเดลฟายส่วนใหญ่สามารถได้ข้อสรุปผลการวิจัยจากแบบสอบถามรอบที่ 3 และหากดำเนินการวิจัยรอบที่ 4 ก็จะได้ข้อสรุปใกล้เคียงกับรอบที่ 3 ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เทคนิคเดลฟายมีการกำหนดเกณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ 2) การกำหนดเกณฑ์การยุติการศึกษา 3) การกำหนดจำนวนรอบที่ศึกษา และ 4) การกำหนดเกณฑ์การคัดออกของข้อคำถามในแต่ละรอบ (Diamond et al., 2014, p. 403)

เทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Delphi)

เป็นเทคนิคการวิจัยที่ผู้ศึกษานำมาใช้วิจัยด้วยการผสมผสานวิธีระหว่างเทคนิคการวิจัยเดลฟาย (Delphi Technique) กับเทคนิคการวิจัยในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics) ด้วยการสอบถามความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้อินเทอร์เน็ต (Internet) เป็นเครื่องมือในการสื่อสารผ่านช่องทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) แทนการใช้กระดาษ-ดินสอ (Paper-Pencil) ซึ่งมีการดำเนินการไม่น้อยกว่า 3 รอบ แต่ไม่ควรเกิน 4 รอบ

สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดเข้ม (2559) สรุปแนวทางของเทคนิคการวิจัยแบบเดลฟายอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้แนวทางการสอบถามออนไลน์ผ่านทาง Internet แบบปลายเปิดในรอบที่ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญมีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็น โดยชี้แจงจุดมุ่งหมายในการวิจัยผ่านทางไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail) พร้อมกับ

แบบสอบถามออนไลน์แบบปลายเปิด หลังจากนั้น นำผลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนความคิดเห็นในรอบที่ 2 เป็นการนำผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากรอบที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิดแบบออนไลน์ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนผ่านทาง e-Mail หลังจากนั้น นำผลที่ได้มาหาฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นพ้องต้องกันหรือสอดคล้องกัน โดยใช้เสียงส่วนใหญ่ และการรวบรวมความคิดเห็นในรอบที่ 3 ใช้แบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิด เป็นมาตราส่วนประมาณค่าเหมือนกับในรอบที่ 2 แต่เพิ่มเติมในส่วนของคุณมัลย้อนกลับ (Feedback) โดยส่วนที่ 1 เป็นความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ แสดงผลการวัดฉันทามติเป็นค่าสถิติ และส่วนที่ 2 เป็นคำตอบของส่วนผู้เชี่ยวชาญที่เป็นเจ้าของคำตอบของแต่ละคน เพื่อเป็นการยืนยันความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญซ้ำอีกครั้งหนึ่ง หลังจากนั้น ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนอีกครั้งผ่านทาง e-Mail รวมทั้งนำผลที่ได้มาหาฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เห็นพ้องต้องกันหรือสอดคล้องกัน โดยใช้เสียงส่วนใหญ่อีกครั้ง

สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดแจ้ง (2559) ได้พัฒนาวิธีการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Consensus) แบบใหม่ โดยใช้ทฤษฎีรีเฟรชด้วยเทคนิคเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Delphi) สามารถตรวจสอบความคลุมเครือ และความไม่แน่นอนของข้อมูลได้ ทำให้ผลการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้นั้นมีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น สามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 10 และตารางที่ 11

ตารางที่ 10 การวัดฉันทามติด้วยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพและสถิติเชิงบรรยาย

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
เงื่อนไขจำนวนรอบ (Stipulated Number of Round) การวิเคราะห์เชิงอัตวิสัย (Subjective Analysis)	- กำหนดจำนวน 3 รอบ (Fan & Cheng, 2006) - คำตอบของผู้เชี่ยวชาญต้องมีความสอดคล้องกับ ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่ม (Mitchell, 1998) - ภาพรวมของข้อมูลที่ได้จากการทำเดลฟายในรอบที่ 3 หากไม่มีประเด็นใหม่เพิ่มเติมจากรอบที่ 1 และ 2 ก็สามารถยุติการศึกษาได้ (MacCarthy & Atthirawong, 2003)
ระดับแน่นอนของความเห็นพ้อง (Certain Level of Agreement)	- อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมีค่าเท่ากับร้อยละ 51 (Loughlin & Moore, 1979)

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
	- อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมีค่ามากกว่าร้อยละ 60 สำหรับการใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) (Seagle & Iverson, 2002) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมากกว่าร้อยละ 67% สำหรับมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) (Alexandrov, Pullicino, Meslin, & Norris, 1996; Pasukeviciute & Roe, 2000) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 95 สำหรับการทำเดลฟายในรอบที่ 1 (Stewart, O'Halloran, Harrigan, Spencer, & Barton, 1999) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมีค่าเท่ากับร้อยละ 51 (Loughlin & Moore, 1979) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมีค่ามากกว่าร้อยละ 60 สำหรับการใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) (Seagle & Iverson, 2002) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมากกว่าร้อยละ 67% สำหรับมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) (Alexandrov, 1996; Pasukeviciute & Roe, 2000) - อัตราการเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 95 สำหรับการทำเดลฟายในรอบที่ 1 (Stewart et al, 1999)



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
ค่าเฉลี่ยร้อยละของความเห็นส่วนใหญ่ Opinions: APMO Cut-off Rate)	- APMO มีค่าร้อยละ 70 ในการทำเดลฟายรอบที่ 1 และค่าร้อยละ 83 สำหรับการทำเดลฟายในรอบที่ 2 (Islam, Dinwoodie, & Roe, 2006)
ค่าฐานนิยม (Mode), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่ามัธยฐาน (Median), การจัดอันดับ (Ranking) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)	- ค่าฐานนิยมที่มีค่ามากกว่าร้อยละ 50 ของความเป็นไปได้ที่ผู้เชี่ยวชาญได้ระบุในแต่ละประเด็นที่มีค่ามากกว่า ร้อยละ 75 (Chakravarti, Vasanta, Krishnan, & Dubash, 1998) - ความแตกต่างค่าเฉลี่ยอยู่ในระหว่าง ± 0.5 และค่าสัมประสิทธิ์ความผันแปรมากกว่าร้อยละ 50 (Sharma, Nairb, & Balasubramanian, 2003) - ความแตกต่างค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ในระหว่าง ± 1.64 60 สำหรับการใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน ประมาณค่า 5 ระดับตามแบบลิเคอร์ท (West & Cannon, 1988; Rogers & Lopez, 2002)
ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range: IQR)	- $IQR \leq 2$ สำหรับการใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 10 ระดับ (Scheibe, Skutsch, & Schofer, 1975) - $IQR \leq 1$ สำหรับการใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Vet, Brug, Nooijer, Dijkstra, & Vries, 2005) - $IQR \leq 2$ สำหรับการใช้แบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า 9 ระดับ (Gracht & Darkow, 2010) - $IQR \leq 1$ สำหรับการใช้แบบวัดมาตราส่วน

ตารางที่ 10 (ต่อ)

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
	ประมาณค่า 4 หรือ 5 ระดับ (Rayens & Hahn, 2000; Raskin, 1994) - IQR อยู่ในช่วง 0.00 (ฉันทามติสูงสุด) ถึง 3.00 (ฉันทามติน้อย) (Raskin, 1994; Rayens & Hahn, 2000) - IQR มีค่าเปลี่ยนแปลงในการทำเดลฟายจำนวน 3 รอบ มากกว่า 1.00 คะแนน (Spinelli, 1983) - IQR มีค่าเข้าใกล้ 1.00 เพื่อแสดงถึงการบรรจบกันของข้อมูล (Convergence) (Ray & Sahu, 1990)
สัมประสิทธิ์ความผันแปร (Coefficient of Variation: CV)	- $CV \leq 0.5$ (Zinn & Zalokowski, 2001) - CV ลดลงอย่างคงที่ในการทำเดลฟายรอบที่ 1 และรอบ ที่ 2 แสดงถึงระดับฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญที่เพิ่มขึ้น (Hakim & Weinblatt, 1993) - เกณฑ์ฉันทามติด้วยการ CV ของ English and Keran (1976) คือ $0 < CV \leq 0.5$ ฉันทามติในระดับดี ไม่ต้องเพิ่มรอบการทำเดลฟาย $0.5 < CV \leq 0.8$ ฉันทามติมีระดับน้อยกว่าที่ต้องการควรเพิ่มรอบการทำเดลฟาย $CV > 0.8$ ฉันทามติอยู่ในระดับต่ำต้องเพิ่มรอบการทำเดลฟาย
ฉันทามติของกลุ่มหลัง (Post-Group Consensus)	- ความเห็นพ้องส่วนตัวกับผลสรุปรวมของกลุ่มในการทำเดลฟายสุดท้าย (Rowe & Wright, 1999; Rohrbaugh, 1979; Erffmeyer & Lane, 1984)

ที่มา: สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดแจ้ง (2559)

ตารางที่ 11 การวัดฉันทามติด้วยสถิติเชิงอ้างอิง

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในชั้น และสถิติ แคปปา (Intra- Class Correlation Coefficient, Kappa Statistics)	- ภาพรวมของความเห็นพ้อง (Overall Agreement of Importance) ของกลุ่มด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในชั้น สำหรับการใช้อย่างไรก็ตามส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ด้วยการหาความเห็นพ้องภายในข้อคำถามโดยวิธีโคเฮนแคปปา (Weir et al., 2006) - ข้อคำถามที่มีค่าแคปปา ≤ 0.74 ถือว่ายังไม่มีความเห็นพ้องของผู้เชี่ยวชาญ สำหรับการใช้อย่างไรก็ตามส่วน ประมาณค่า 3 ระดับ (Molnar et al., 1999)
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman's Rank-Order Correlation Coefficient)	- การทดสอบระดับฉันทามติระหว่างการทำเดลฟาย รอบที่ 2 และ 3 จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่มีค่าในระดับสูง (DeLeo, 2004)
สัมประสิทธิ์ความสอดคล้องของเคนดอลล์ (Kendall's W Coefficient of Concordance)	- ค่า $W=0.618$ เหมาะสำหรับการทำเดลฟายในรอบสุดท้าย (Brancheau & Wetherbe, 1987) - ค่า $W=0.54$ เหมาะสำหรับการทำเดลฟายในรอบสุดท้าย (Doke & Swanson, 1995) - ค่า $W=0.1$ มีความเห็นพ้องอยู่ในระดับต่ำมาก - ค่า $W=0.7$ มีความเห็นพ้องอยู่ในระดับสูงมาก (Schmidt, 1997)
การใช้ทฤษฎีเซต (Rough Set Theory)	- การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีเซตในเทคนิคเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ - จำแนกคุณสมบัติด้านความเหมาะสม (a1) กับความเป็นไปได้ (a2) ของเรื่องที่ศึกษา



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 11 (ต่อ)

การวัดฉันทามติ	เกณฑ์ (Criteria)
	- การประมาณขอบเขตล่าง (Lower Approximation) และการประมาณขอบเขตบน (Upper Approximation)
	- การใช้ค่าที่เพื่อทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระหว่างการทำเดลฟายในรอบที่ 2 และ 3 (Weir et al., 2006)

ที่มา: สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดแจ้ง (2559)

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบดั้งเดิม จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการทำการวิจัย รูปแบบของแบบสอบถามใช้ทั้งสองประเภท คือ แบบสอบถามแบบปลายเปิดในรอบที่ 1 และแบบปลายปิด ในรอบที่สองแบบมาตรวัดประมาณค่า (โดยทั่วไปใช้ 5 ระดับ หรือ 7 ระดับ) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจและรวบรวมความคิดเห็นกว้างๆ จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด ส่วนแบบสอบถามในรอบที่ 2 พัฒนามาจากคำตอบจากแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญในรอบแรก มาสังเคราะห์และสร้างเป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด แบบมาตรวัดประมาณค่าในรอบที่ 2 แล้วจึงส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจัดลำดับน้ำหนักและความสำคัญ (AHP) หรือคาดการณ์แนวโน้มในแต่ละข้อ และการจัดทำแบบสอบถามในรอบที่ 3 โดยนำคำตอบของแต่ละข้อที่ได้รับจากแบบสอบถามรอบที่ 2 ทั้งหมดมาคำนวณค่าสถิติและแสดงข้อมูลย้อนกลับให้ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 3 การให้ข้อมูลย้อนกลับในกระบวนการของเทคนิคเดลฟาย มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้รับรู้สถานะความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด สำหรับประเด็นที่ต้องพิจารณาในการจัดทำแบบสอบถาม คือ การเลือกค่าสถิติที่ใช้เป็นข้อมูลย้อนกลับ ได้แก่ ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ หรือความถี่ ร้อยละ เป็นต้น โดยสรุปความคิดเห็นเป็นอย่างไรในแต่ละข้อ ข้อมูลย้อนกลับจะประกอบด้วย ข้อมูล 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นค่าสถิติที่แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ และค่าสถิติที่แสดงการกระจายของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อแสดงระดับความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่พบบ่อย ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนเบี่ยงเบนควอไทล์ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ การแจกแจงความถี่ หรือร้อยละในแต่ละกลุ่มคำตอบ โดยแสดงข้อมูลย้อนกลับเป็นตัวเลขแสดงคำตอบของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่สอง เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความสอดคล้องของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญหรือความแตกต่างของแต่ละคนกับความคิดเห็นของกลุ่ม สำหรับจำนวนรอบที่เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟาย สามารถดำเนินการได้หลายรอบจนกว่าจะได้คำตอบที่สอดคล้องกันของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวนรอบที่เหมาะสมของเทคนิคการวิจัยเดลฟายขึ้นอยู่กับว่าได้ข้อสรุปที่เป็น

ฉันทามติ Von der Gracht (2012) ได้ทบทวนการวัดฉันทามติ (Consensus Measurement) ของเทคนิคการวิจัยเดลฟาย พบว่า มีหลากหลายวิธี แต่สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ การวัดฉันทามติด้วยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ด้วยสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) หรือทำการวิจัยจนกว่าจะสามารถให้เหตุผลได้ว่า ทำไมจึงไม่สามารถได้ข้อสรุปที่มีฉันทามติ ซึ่งโดยปกติแล้วการรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิคเดลฟายอย่างน้อยที่สุดจะต้องใช้ 2 รอบแต่ไม่ควรเกิน 4 รอบ

ผู้วิจัยได้นำแนวทางการสรุปตัวบ่งชี้ของ Schumacker and Lomax (2004, p. 169) จำนวน 3 ตัวบ่งชี้อย่างมากของแต่ละองค์ประกอบ เพื่อสังเคราะห์เป็นตัวบ่งชี้ และหลีกเลี่ยงตัวบ่งชี้จำนวนมาก วิธีนี้เป็นการจัดทำตัวบ่งชี้ลักษณะเป็นตัวแทน (Representative Indicator) แล้วให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาในกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ เพื่อจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญ และความสอดคล้องขององค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของแต่ละองค์ประกอบ

การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีเซต (Rough Set Theory) สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดเข้ม (2559) ใช้วัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการวิจัยแบบเทคนิคเดลฟายส่วนใหญ่จะมีวิธีการดำเนินการ 2 วิธี คือ

1. การวัดฉันทามติโดยใช้สถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และพิสัยระหว่างควอไทล์
2. การวัดฉันทามติโดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) แบบอิสระต่อกัน การทดสอบแมคเนียร์ (McNemar Test) การทดสอบวิลคอกซัน (The Wilcoxon Signed Ranks Test) สถิติแคปปา (Kappa Statistic) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน (Spearman Correlation Coefficient)

ซึ่งวิธีการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 2 วิธีดังกล่าวนี้ ยังไม่มีการคำนึงถึงข้อมูลที่มีความคลุมเครือ (Fuzziness) ดังนั้น ทฤษฎีเซต (Rough Set Theory) เป็นวิธีการทางคณิตศาสตร์แนวใหม่เกี่ยวกับเซตและความไม่แน่นอนของสมาชิกของเซต ที่สามารถจัดการกับความคลุมเครือและความไม่แน่นอนได้ โดยอาศัยการประมาณขอบเขตล่าง (Lower Approximation) และการประมาณขอบเขตบน (Upper Approximation) ใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยอาศัยกฎการตัดสินใจ (Decision Rule) ส่งผลให้การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยสามารถสรุปได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดคุณสมบัติ 2 คุณสมบัติ คือ ความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) จำแนกคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) โดยใช้มาตรประมาณค่า 7 ระดับ ดังนี้

- 1 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง
- 5 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก
- 6 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก
- 7 หมายถึง มีความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลลัพธ์คุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2)

1-4 หมายถึง ไม่เห็นด้วย คือ ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด (1) ถึงระดับปานกลาง (4)

5-7 หมายถึง เห็นด้วย คือ ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (5) ถึงระดับมากที่สุด (7)

ขั้นตอนที่ 2 แสดงตารางการตัดสินใจซึ่งแบ่งผลลัพธ์เป็นเซตของข้อมูล 2 อย่าง คือ

การประมาณขอบเขตล่าง (Lower Approximation) และการประมาณขอบเขตบน (Upper Approximation) การประมาณขอบเขตล่าง เป็นเซตของข้อมูลของสิ่งที่สนใจทั้งหมด หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเห็นด้วยกับตัวบ่งชี้หรือข้อคำถาม

การประมาณขอบเขตบน (Upper Approximation) เป็นเซตของข้อมูลที่มีความคลุมเครือ หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าไม่เห็นด้วยกับตัวบ่งชี้หรือข้อคำถาม

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดกฎการตัดสินใจ (d) ตามทฤษฎีรฟเซตของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน มี 3 เงื่อนไข ดังนี้

1. ถ้า คุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ ในการปฏิบัติ (a_2) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 1 (Agree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นเห็นด้วย (Lower Approximation)

2. ถ้า คุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 0 (Disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation)

3. อื่นๆ นอกเหนือจากนี้ ได้แก่ ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และ คุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 2 (Disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation) ถ้า คุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และคุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ

(a₂) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเขตการตัดสินใจ (d) = 2 (Disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation)

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) โดยหาได้จากการนำจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วย (Lower Approximation) กับข้อคำถามหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ขั้นตอนที่ 5 กำหนดเกณฑ์ (Criteria) การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีรฟเซต คือ ค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (QL) ซึ่งมี 2 เกณฑ์ QL < 0.75 ไม่ได้รับฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และ QL > 0.75 ได้รับฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

ธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดเข้ม (2557) ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้า OTOP ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้เทคนิคการวิจัยแบบ Ethnographic Delphi Futures Research โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต การบริการ และการใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศของภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ทำการประเมิน จำนวน 10 แห่ง เพื่อเปรียบเทียบการใช้เกณฑ์ โดยมีการวิจัยอยู่ 2 ขั้นตอน ดังนี้ 1) พัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน ใช้เทคนิคการวิจัยแบบเดลฟายอิลีกททรอนิกส์ (EDFR) มีขั้นตอนย่อยที่ 1 คือ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สังเคราะห์แนวโน้มความเป็นไปได้ตามแนวคิดทฤษฎีเชิงระบบขององค์การ (CIPODO) ขั้นตอนย่อยที่ 2 ดำเนินการวิจัย EDFR กับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน ที่มีประสบการณ์ด้านวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 รอบ เป็นคณาจารย์สอนในมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน เป็นผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนที่ได้รางวัลเกณฑ์มาตรฐานในระดับ 5 ดาว จำนวน 5 คน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 4 คน และผู้นำชุมชนหรือผู้บริหารท้องถิ่นที่ได้รับรางวัลดีเด่น จำนวน 3 คน สรุปฉันทามติ ขั้นตอนย่อยที่ 3 ร่างเกณฑ์การประเมิน และตัวบ่งชี้ สร้างคู่มือการใช้เกณฑ์ 2) เปรียบเทียบการใช้เกณฑ์การประเมิน นำมาวิเคราะห์ด้วยสถิตินอนพาราเมตริก ด้วยสถิติทดสอบแมน-วิทนี ยู (Mann-Witney U Test) ระหว่างวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน กับวิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า จากการวิจัยได้เกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน 6 เกณฑ์มาตรฐาน 20 ตัวบ่งชี้ และ 65 เกณฑ์พิจารณา ได้แก่ มาตรฐานที่ 1 บริบทพื้นฐาน มาตรฐานที่ 2 ปัจจัยนำเข้า มาตรฐานที่ 3 กระบวนการผลิต มาตรฐานที่ 4 การรักษาและยกระดับมาตรฐาน คุณภาพผลิตภัณฑ์ มาตรฐานที่ 5 คุณภาพการส่งมอบผลิตภัณฑ์ มาตรฐานที่ 6 ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น หลังจากนั้น ได้พัฒนาคู่มือเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและนำไปพัฒนา และสามารถ

จำแนกความแตกต่างการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนได้ในระดับ 1 ดาว ถึงระดับ 5 ดาว ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Borger van der Burg, Kessel, DuBose, Horer, and Hoencamp (2019) ศึกษาเพื่อหาฉันทามติการทำบอลลูนการอุดตันของเส้นเลือด Endovascular ช่วยในการฟื้นฟูสภาพของหลอดเลือดแดงที่แข็งตัววิธีการ Delphi เพื่อสร้างข้อบ่งชี้ และข้อห้ามสำหรับการใช้ Resuscitative Endovascular Balloon occlusion of the Aorta: REBOA กับผู้ป่วยที่เป็นหรือไม่เป็น ตามหลักฐานและประสบการณ์ที่มีอยู่ จากการทบทวนวรรณกรรม ได้ออกแบบการทำเดลฟายจำนวนสามรอบ โดยต้องฉันทามติอย่างน้อย 70% ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้เชี่ยวชาญต้องตอบกลับมากกว่า 70% ฉันทามติให้ปฏิบัติตามข้อบ่งชี้ทางสรีรวิทยาในการทำ REBOA เส้นเลือด และไม่ได้รับฉันทามติ หากผู้ป่วยที่ไม่มีชีพจรและความดันของเลือด โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญที่รักษาพลเรือน และรักษาทหารจำนวน 52 คน จากการรับเชิญด้วยอีเมล และทำการสำรวจด้วยแพลตฟอร์มของ Survey Monkey ในการทำเดลฟายรอบแรก โดยใช้แบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เป็นแบบสอบถามของ Endovascular Resuscitation and Trauma Management: EVTm Consensus ได้ทั้งหมด 19 คำถาม จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ในการทำเดลฟายในรอบที่สอง และรอบที่สามได้ Consensus ทั้งหมด 22 คำถาม และเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นที่ 70% ในรอบแรกผู้เชี่ยวชาญตอบกลับ 38 คน (38/52, 73.1%) และในรอบที่สองผู้เชี่ยวชาญตอบกลับ 36 คน (36/38, 94.7%) สำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติทั้งหมดได้ค่า p เท่ากับหรือน้อยกว่า 0.05 ถือว่า มีนัยสำคัญ

Quayle and Cariola (2019) ศึกษาการจัดการการล่วงละเมิดเยาวชนที่ไม่ยินยอมให้แชร์รูป โดยวิธีการวิจัยแบบเดลฟาย เนื่องจากมีรูปภาพการล่วงละเมิดเด็กทางออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ วัยรุ่นที่ถูกล่วงละเมิดทางเพศ เพื่อระบุความเหมาะสมในการแชร์รูปภาพที่ไม่ได้รับความยินยอมจากเจ้าของรูป มีการระบุตัวตนเป็นตัวอย่างชี้เมื่อมีการแชร์หรือเปิดเผยรูปภาพแล้วจะทำให้เกิดความวิตกกังวลว่าตกเป็นเหยื่อต่อไปอีก โดยทำการสัมภาษณ์เยาวชนแต่ละครั้ง ใช้กลุ่มสนทนา 5-9 คน อายุประมาณ 13-21 ปี หลังจากนั้น ทำการสำรวจแบบออนไลน์ ด้วยวิธีเดลฟายสองรอบ ซึ่งวิธี Delphi เป็นวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยใช้แบบสอบถามของ Vignettes-Based กำหนดให้ฉันทามติในการประเมิน 80% ในรอบแรกเป็นคำถามปลายเปิด ในรอบที่สอง จะเป็นข้อมูลคำถามที่ได้จากรอบแรก โดยไม่ระบุชื่อผู้เชี่ยวชาญ มีการควบคุมการตอบกลับ มีการทวนซ้ำเพื่อสรุปฉันทามติ และมีการตรวจสอบข้อมูลด้วยสถิติ ในกระบวนการทำเดลฟายกับวัยรุ่นทั้งหมด 124 คน ในสหราชอาณาจักร เกณฑ์ คือ อายุระหว่าง 14-18 ปี และระบุตัวเองว่ามีประสบการณ์ตรงจากการถ่ายภาพ และกระจายหรือแชร์ภาพเปลือยของตนเอง ผู้เข้าร่วมผ่านการเซ็นในแบบฟอร์มยินยอมให้ทำการวิจัยโดยไม่เปิดเผยข้อมูล โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยจะได้รับลิงค์จากเว็บไซต์เพื่อเข้าถึงแบบสำรวจ ซึ่งมีเพียงนักวิจัยคนเดียวเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงที่อยู่อีเมลหรือ

หมายเลขโทรศัพท์มือถือของพวกเขา ผู้เข้าร่วมการวิจัยมีเวลามากถึงสามสัปดาห์แต่ละรอบ หลังจากเสร็จสิ้น รอบที่ 1 ข้อความจะถูกส่งไปทางอีเมลพร้อมกับเว็บไซต์เพื่อเข้าสู่รอบที่สอง โดยผู้เข้าร่วมทั้งหมดได้รับการรับรอง 48 หัวข้อคิด จากหัวข้อทั้งหมด 59 หัวข้อ หรือมากกว่า 80%

Manias-Muñoz, Jin, and Reber (2019, pp.1-9) ศึกษาการวิจัยสถานะการสื่อสารในยามวิกฤตและการศึกษาผ่านช่องของนักวิชาการด้วยวิธีเดลฟายระหว่างประเทศ จากการทบทวนวรรณกรรม การทำเดลฟายให้สมบูรณ์ต้องทำอย่างน้อยสองรอบ หรือจนกว่าได้ฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ หรือจนกว่าผู้ทำการวิจัยเชื่อว่าไม่จำเป็นต้องเพิ่มรอบการทำเดลฟาย เพื่อหาคำถามข้อมูลเชิงลึกใหม่ โดยมีกระบวนการทำอย่างละเอียด 6 ขั้นตอน ดังนี้ (1) การคัดเลือกผู้เข้าร่วม และการเชิญชวนการมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญ (2) การกำหนดจำนวนรอบที่ต้องการ (3) การพัฒนาเครื่องมือในการทำเดลฟาย (4) คำตอบและการมีส่วนร่วมขณะที่การศึกษาดำเนินไป (5) การวิเคราะห์ข้อมูลจากรอบต่างๆ และ (6) การจัดทำรายงานขั้นสุดท้าย ตั้งแต่ปี 1990 จนถึงปี 2000 วิธีเดลฟายถูกนำมาใช้เพื่อสำรวจปัญหาที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ปี 2010 มีการเผยแพร่ตีพิมพ์การศึกษาเดลฟาย โดยนักวิจัยส่วนใหญ่จะทำซ้ำสองถึงสามรอบ และใช้เครื่องมือทั้งแบบเปิดและแบบปิด โดยมีแบบทั่วไป ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 13–37 คน ดังนั้น การทดสอบนำร่องของแบบสอบถามจึงมีความ จำเป็นเพื่อรับรองความถูกต้องของเนื้อหา (Validity) รวมทั้งความชัดเจนในการเขียนและฟังก์ชัน เครื่องมือออนไลน์ จากผลการศึกษาค้นพบมี 8 รายการ ที่มีค่าฉันทามติสูงกว่า 75% จาก 10 รายการ อีก 2 รายการ คือ การพัฒนาและอนาคตทิศทางและเกี่ยวกับหลักสูตรนานาชาติ ได้ค่าฉันทามติ 59.09%

Wong et al. (2019) ศึกษาจัดลำดับความสำคัญคำถามการวิจัยทางคลินิกการแพทย์แผนจีนในการดูแลแบบประคับประคองมะเร็งด้วยเทคนิคเดลฟาย ด้วยการแพทย์แผนจีนรวมถึงการฝังเข็มและการใช้ยาสมุนไพรจีน (CHM) ถูกนำมาใช้ประคับประคองในกลุ่มผู้ป่วยมะเร็ง โดยใช้การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย จำนวนสองรอบ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจากต่างประเทศ จำนวน 12 คน ใช้แบบสอบถามแบบ 9 สเกล ติดต่อกันทางอีเมลในครั้งแรก หลังจากนั้น ทำการวิเคราะห์ช่วงควอไทล์ (IQR) ระดับของการลงมติเป็นเอกฉันท์ตั้งไว้ที่ 75% โดยผู้เชี่ยวชาญให้ฉันทามติเชิงบวกคะแนนในระดับ 7 ถึง 9 ฉันทามติเชิงลบให้คะแนน 1 ถึง 3 อัตราการตอบสนองของผู้เชี่ยวชาญเสร็จสิ้นในแบบสอบถามทั้งสองรอบครบ 100% จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 คน การทำวิจัยเดลฟายรอบแรก มีคำถาม 25 ข้อเกี่ยวกับการแพทย์แผนจีนสำหรับการดูแลแบบประคับประคองผู้ป่วยมะเร็งที่ถูกสร้างขึ้น หลังจากที่คุณผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วย 83.3% ยังเหลืออีก 22 คำถาม จึงนำมาวิเคราะห์ค่าสถิติ ได้คะแนนเฉลี่ยสำหรับความสำคัญทางคลินิก คือ 8.0 (IQR: 1.75) การทำเดลฟายรอบที่สอง มีคำถาม 26 เพิ่มอีก 4 คำถามจากรอบแรก จากคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วย 75.0% ถึง 91.7% วิเคราะห์ค่าสถิติคะแนนเฉลี่ยสำหรับความสำคัญทางคลินิก อยู่ระหว่าง 7.0 ถึง 8.0 (IQR: 1.00 ถึง



96511980

BUU 1Thesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

2.50) สรุปล้นทามติของผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ระดับที่ตั้งไว้คือ 75% มี 7 รายการ ที่มีความสำคัญทางคลินิก การแพทย์แผนจีนในการดูแลแบบประคับประคองผู้ป่วยโรคมะเร็ง

Gargon, Crew, Burnside, and Williamson (2019) ศึกษาจำนวนรายการที่สูงขึ้น เกี่ยวข้องกับอัตราการตอบสนองที่ต่ำลง ในการสำรวจ COS ด้วยเดลฟาย วิธีเดลฟายเป็นวิธีที่ใช้กันทั่วไป เพื่อหาฉันทามติในการพัฒนาชุดผลลัพธ์หลัก (Core Out Come Set: COS) ใช้ในการทบทวนอย่างเป็นระบบและการดูแลหรือการตรวจสอบเป็นประจำ การวิจัยเดลฟายช่วยสำรวจศักยภาพ ผลกระทบของลักษณะการออกแบบที่แตกต่างกันต่ออัตราการตอบสนองภายใต้โครงการพัฒนา COS การใช้กระบวนการเดลฟายสองรอบ วิเคราะห์อัตราการตอบสนอง และทำการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น ในรอบที่สองการทำเดลฟายในรอบที่สามและรอบที่สี่ จะไม่วิเคราะห์อัตราการตอบสนอง เนื่องจากขนาดตัวอย่างมีขนาดเล็ก จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา 31 เรื่อง เผยแพร่ 24 เรื่อง ที่มีอัตราการตอบสนองอยู่ระหว่าง 45-100% มีเพียง 4 ชิ้นงาน ที่อัตราตอบสนอง อยู่ในค่าที่ปกติ คือ 80% ในกระบวนการพัฒนา COS การเพิ่มอัตราการตอบสนองสามารถทำได้โดยการส่งอีเมลเตือน จากงานวิจัย 31 เรื่องดังกล่าว มี 13 เรื่องที่ทำเดลฟาย 2 รอบ อีก 16 เรื่องทำเดลฟาย 3 รอบ มีแค่ 2 เรื่องที่ทำการวิจัยแบบเดลฟาย 4 รอบ หากมีช่วงของอัตราการตอบสนอง ระหว่าง 69% ถึง 100% จะทำเดลฟายแค่ 2 รอบ หากมีช่วงของอัตราการตอบสนองระหว่าง 45% ถึง 93% จะทำเดลฟาย 3 รอบ และมีการวิจัยแค่ 2 เรื่องที่ทำเดลฟาย 4 รอบ ในขณะที่อัตราการตอบสนอง 80% และ 86% ดังนั้น จำนวนรอบไม่เกี่ยวข้องกับอัตราการตอบสนองอย่างมีนัยสำคัญ (p -value 0.634)

Denost et al. (2020) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางอ้างอิงในพื้นที่ระดับภูมิภาคสำหรับการ กำเริบของมะเร็งทวารหนักด้วยวิธีฉันทามติเดลฟาย (Delphi) การจัดการผู้ป่วยมะเร็งทวารหนัก (LRRC) มักจะซับซ้อน และต้องมีการป้อนข้อมูลแบบสหสาขาวิชาชีพ ในขณะที่ผู้ป่วยเพียงไม่กี่ราย เท่านั้น ที่ถูกส่งต่อไปยังศูนย์ผู้เชี่ยวชาญ การศึกษานี้เป็นการออกแบบเส้นทางอ้างอิงสำหรับการ จัดการผู้ป่วยมะเร็งทวารหนัก โดยการใช้การวิจัยแบบผสมผสาน และการหาฉันทามติจาก กระบวนการเดลฟายจำนวน 3 รอบ กำหนดให้ฉันทามติอย่างน้อย 80% ของผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือก ทั้งหมด เป็นแพทย์จำนวน 423 คน ในระยะที่ 1 เป็นการระบุปัจจัยสำคัญจากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อระบุปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณาเพื่อพัฒนาโปรแกรมปรับปรุงคุณภาพระบบการดูแลสุขภาพ ระยะ ที่ 2 การระบุผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญที่เกี่ยวข้องในการจัดการโรคมะเร็งทวารหนักผ่านเครือข่ายระดับ ภูมิภาคของมะเร็ง เป็นเครือข่ายของแพทย์ทั้งหมดที่ทำงานในโรงพยาบาลของรัฐ และคลินิกเอกชนใน เมือง Nouvelle Aquitaine ประเทศฝรั่งเศส จากแพทย์ทั้งหมด จำนวน 423 คน มีผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วมกระบวนการเดลฟายในรอบที่ 1 และรอบที่ 2 จำนวน 79 คน ในระยะที่ 3 การลงมติฉันทามติ ในกระบวนการเดลฟายสามรอบ โดยมีผู้เชี่ยวชาญเข้าร่วม จำนวน 59 คน ใช้แบบสอบถามแบบสเกล

คะแนน 1-10 คะแนน หากคะแนนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 3/10 ในรอบที่ 1 และรอบที่ 2 เมื่อพิจารณาว่าเป็น "มีประโยชน์" จะนำไปหาฉันทามติในรอบที่สาม หากผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 7/10 ไม่จำเป็นต้องหาฉันทามติในรอบที่ 3 โดยผู้เชี่ยวชาญมีเวลาสี่สัปดาห์ในการทำเดลฟายให้แต่ละรอบ มีการแจ้งเตือนผ่านอีเมล และโทรศัพท์แจ้งเตือนก่อนผ่านสี่สัปดาห์ไป จำนวนแพคเตอร์ที่ได้ฉันทามติในรอบที่ 1 20 แพคเตอร์ รอบที่ 2 ได้ 18 แพคเตอร์ รอบสามได้ 12 แพคเตอร์

Bakker et al. (2020, pp. 134-136) ศึกษาการปรับปรุงด้านความปลอดภัยปฏิกิริยาระหว่างยากับยาในการดูแลในห้องไอซียู โดยศึกษาจากหลายศูนย์ด้วยการวิจัยเดลฟาย ปฏิบัติการระหว่างยากับยา (Drug-Drug Interactions: DDIs) อาจทำให้เกิดผลเสียในผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในหน่วย Intensive Care Unit (ICU) ระบบสนับสนุนการตัดสินใจด้วยคอมพิวเตอร์ (Computerized Decision Support Systems: CDSSs) อาจช่วยป้องกัน DDIs ด้วยการแจ้งเตือน แสดงคำเตือน ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ทันเวลา แต่ประสบการณ์ด้าน DDIs เกี่ยวข้องทางคลินิกในการตั้งค่า ICU นั้น มีจำกัด ดังนั้น จุดประสงค์ของการศึกษานี้ คือ การระบุ DDIs ที่เกี่ยวข้องกับห้องไอซียู ด้วยเทคนิคเดลฟายสองรอบ ร่วมกับการประชุมฉันทามติทั้งสองรอบ จากผู้เชี่ยวชาญจากสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านไอซียูและเภสัชกรในโรงพยาบาล จำนวน 30 คน ใช้แบบสอบถามสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยแพลตฟอร์มของ Survey Monkey ผู้เชี่ยวชาญจะได้รับเชิญทางอีเมลที่มีลิงก์ไปยังแบบสอบถาม มีระยะเวลาหนึ่งเดือนในการตอบแบบสอบถาม เมื่อใกล้ถึงเวลาจะแจ้งเตือนทางอีเมลล่วงหน้า ใช้เวลาทั้งหมด 7 เดือน หลังจากกระบวนการเดลฟายทั้งสองรอบ จะทดสอบด้วยสถิติโคสแควร์ หรือฟิชเชอร์ และสถิติ R สำหรับเดลฟายรอบที่ 1 ใช้แบบสอบถามในการประเมิน 73 DDI ที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง มีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 27 คน ตอบกลับ ทำให้มีอัตราการตอบกลับ 27/30 (90%) และมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 13 คน เข้าร่วมในการประชุมฉันทามติครั้งแรก โดยภาพรวมบรรลุข้อตกลงรอบแรกรวมเป็น 68/73 (93%) DDIs สำหรับเดลฟายรอบที่ 2 ใช้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดียวกับรอบที่ 1 ประเมินส่วนที่เหลืออีก 75 DDIs มีผู้เชี่ยวชาญตอบกลับมาในอัตราการตอบสนอง 26/30 (87%) ภาพรวมในการทำเดลฟายรอบที่สอง บรรลุข้อตกลง 71/75 (95%) DDIs สรุปผลลัพธ์จากการทำเดลฟายทั้ง 2 รอบ ได้ข้อตกลงรวมเป็น 139/148 (94%) DDIs จาก 139 DDIs เหล่านี้ มี 53 (38%) DDIs ได้รับการพิจารณาว่า ไม่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ใช้ตั้งค่า ICU

Koppes et al. (2020) ศึกษาสิ่งที่ต้องรู้เกี่ยวกับกายวิภาคศาสตร์ในนรีเวชวิทยา ด้วยการหาฉันทามติโดยเทคนิคเดลฟาย (Delphi) เพื่อกำหนดโครงสร้างทางกายวิภาคที่ควรสอนว่าปลอดภัย และสามารถปฏิบัติได้ในหมุ่รแพทย์ทั่วไป ด้วยการสัมภาษณ์บุคคลตัวต่อตัว และแบ่งโฟกัสกรุปเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นเด็กฝึกหัด 4-6 ปี จำนวน 5 คน กลุ่มที่สองเป็นที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ จำนวน 6 คน ผู้เข้าร่วม ได้แก่ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจากนรีเวชวิทยา แพทย์ผ่าตัดระบบทางเดินปัสสาวะ บุคลากรทางรังสีวิทยาจากโรงพยาบาลที่ไม่ได้สอนกายวิภาคศาสตร์ และบุคลากร



ภายนอกภาควิชากายวิภาคศาสตร์ ในประเทศเนเธอร์แลนด์ จากการทำฟ็อกักรูป ได้ตัวบ่งชี้ 123 รายการ แบ่งออกเป็น 9 หมวดหมู่ ตามด้วยการสำรวจเดลฟาย 2 รอบ กำหนดฉันทามติเมื่อ 70% ของผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนรายการที่เกี่ยวข้องทางคลินิกของโครงสร้างทางกายวิภาคในระดับคะแนนเฉลี่ย คือ 4 หากคะแนนฉันทามติอยู่ระหว่าง 50-70% จะนำไปสรุปฉันทามติด้วยวิธีเดลฟายในรอบที่ 2 ในรอบที่ 1 มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 60 คนเข้าร่วม โดยใช้ระยะเวลา 3 เดือน โดยมีผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 46 คน ตอบกลับ (76.7%) จาก 123 รายการ มีการยอมรับ 74 รายการ (60.2%) ปฏิเสธ 24 รายการ (19.5%) และ 25 ถูกเลือกสำหรับรอบที่สอง (20.3%) ในรอบที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญ 35 คน ตอบกลับจาก 46 คน คิดเป็น 78.3% ใช้ระยะเวลา 3 เดือน สรุปได้ฉันทามติเกี่ยวกับโครงสร้างทางกายวิภาคที่เกี่ยวข้อง ได้ 86 ทาง แบ่งเป็น 9 หมวดหมู่ สำหรับขั้นตอนของเดลฟายใช้นรีแพทย์ จำนวน 40 คน และผู้เข้ารับการฝึกอบรมจากการลงทะเบียนของนรีเวชวิทยา จำนวน 20 คน โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนจะได้รับคำเชิญให้เข้าร่วมสำรวจในแบบออนไลน์ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยแพลตฟอร์มของ Survey Monkey เป็นแบบสอบถามแบบ 5 สเกล

Dogan, Yukseloglu, Dogan, and Ugrows (2020) ศึกษาเกณฑ์การประเมินผลการร้องเรียนการทุจริตต่อหน้าที่ของทางการแพทย์: การสร้างมาตรฐานโมเดลวิธีการโดยใช้วิธีเดลฟาย การร้องเรียนเกี่ยวกับการทุจริตต่อหน้าที่ทางการแพทย์ที่ถูกกล่าวหาเพิ่มขึ้นเมื่อเวลาผ่านไปในตุรกี วิธีการ Delphi ถูกใช้เป็นเครื่องมือ ระหว่างมกราคม 2560 ถึง กันยายน 2560 เพื่อหาฉันทามติระหว่างบุคคล และกลุ่มที่ประสบปัญหาจากมุมมองที่แตกต่างกัน จากจำนวนรอบที่ทำ และจากการวิเคราะห์ทางสถิติของคะแนนที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อลดอิทธิพล และแรงกดดันของคนส่วนใหญ่ หรือคนที่โดดเด่นเพื่อสนับสนุนความคิดบางอย่าง โดยมีขั้นตอน 3 ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ระบุรายการการประเมินการเรียกร้องการทุจริตต่อหน้าที่ทางการแพทย์โดยการทบทวนวรรณกรรม เป็นข้อคำถามในการทำเดลฟาย เช่น ประวัติศาสตร์การแพทย์ การตรวจร่างกาย ความยินยอมที่ได้รับการยอมรับ การตัดสินใจทางการแพทย์ การวางแผน และมาตรฐานที่แพทย์ปฏิบัติ เป็นต้น ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมทำ Delphi ในงานวิจัยนี้ กำหนดผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 10 คน จากมหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีการร้องเรียนการทุจริตต่อหน้าที่ทางการแพทย์ รวมผู้เชี่ยวชาญด้านนิติเวช แพทย์ และทนายความอีก 10 คน เป็น 21 คน ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการทำเดลฟาย ก่อนการทำเดลฟายรอบแรก มีการโทรหรือส่งข้อความถึงผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 21 คน ชี้แจงวิธีการและวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้น จึงส่งอีเมลทำการสอบถามในรอบแรกแบบ 7 สเกล ดังนี้ 1. ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2. ไม่เห็นด้วยปานกลาง 3. ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย 4. ไม่แน่ใจ 5. เห็นด้วยเล็กน้อย 6. เห็นด้วยปานกลาง 7. เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีผู้เชี่ยวชาญตอบกลับ จำนวน 11 คน หลังจากทำการวิเคราะห์ทางสถิติ เป็นการทำการเดลฟายในรอบที่ 2 แล้วนำมาวิเคราะห์ทางสถิติอีกครั้ง เพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์ แสดงการตัดสินใจ (Coefficient of Determination) ได้ค่าเท่าเดิม

กำหนดต้องมีค่าเท่ากับ 1 หรือน้อยกว่า 1 จึงยุติการทำเดลฟายในรอบที่ 2 ได้เกณฑ์การประเมินผล การร้องเรียนการทุจริตต่อหน้าที่ของทางแพทย์ ทั้งหมด 54 รายการ

Braithwaite, Walters, Moseley, Williams, and McEvoy (2020) ศึกษาการทดลอง ควบคุม Dry Need ของยา Sham เพื่อรักษาอาการปวดของกล้ามเนื้อ ด้วยวิธีการสำรวจแบบ Delphi 2 ครั้ง ครั้งละสามรอบ วัดระดับความสอดคล้องกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญสามกลุ่ม ทั้งหมด 20 คน ในรอบแรก และในรอบที่สองจำนวน 53 คน โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด 9 สเกล ทั้งนี้ กำหนดฉันทามติที่ 80% ให้สูงกว่าค่ามัธยฐานของค่ากลางการทำเดลฟายที่ 75% จากการทบทวนวรรณกรรม ใช้วิธีการสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยแพลตฟอร์มของ Survey Monkey และติดต่อสื่อสารกับผู้เชี่ยวชาญผ่านทางอีเมล ได้ผลการตอบสนองการทำเดลฟายครั้งที่ 1 การตอบสนองจากผู้เชี่ยวชาญ 85% (17/20) ในรอบที่ 1 และตอบสนอง 75% (15/20) ในรอบที่ 2 และในรอบที่ 3 และในการทำเดลฟายครั้งที่ 2 การตอบสนองจากผู้เชี่ยวชาญ 58% (31/53) ในรอบที่ 1 และตอบสนอง 65% (34/52) ในรอบที่ 2 และตอบสนอง 62% (32/52) ในรอบที่ 3 ดังนั้น การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ เป็นเรื่องที่ทำหยาบทำให้การทำเดลฟายในครั้งที่ 2 มีอัตราการตอบกลับที่ต่ำที่สุด และต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับรู้และประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด เพราะจะทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่เป็นจริงได้

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคเดลฟาย สรุปได้ว่า จำนวนรอบการทำเดลฟาย โดยทั่วไปที่นิยมทำกันอยู่ระหว่าง 2 ถึง 3 รอบ ขึ้นอยู่กับค่าการตอบสนองจากผู้เชี่ยวชาญที่กำหนด ค่ากลางการตอบสนองอยู่ระหว่าง 75-80% ผู้วิจัยจะนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการทำเดลฟายแบบเรียลไทม์ จำนวน 3 รอบที่อัตราการตอบสนอง > 80% กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ในรอบแรก จะใช้คำถามปลายเปิด ผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> แล้วส่ง Link ให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นผ่านทาง Internet และในรอบที่ 2 จะใช้คำถามปลายปิด โดยทำการวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 และสรุปฉันทามติในรอบที่สาม ด้วยการป้อนข้อมูลย้อนกลับให้ผู้เชี่ยวชาญ ได้เห็นคะแนนของกลุ่ม ก่อนตัดสินใจยืนยันคำตอบ

ตอนที่ 5 กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เป็นกระบวนการหนึ่งในการวิเคราะห์หรือการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์ (Multiple Criteria Decision Making: MCDM) เหมาะสำหรับการวิเคราะห์ค้นหาทางเลือกและแก้ปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนได้ถูกต้องและแม่นยำ เป็นการเลียนแบบกระบวนการตัดสินใจของมนุษย์ ด้วยการแบ่งองค์ประกอบของปัญหาที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม แล้วทำการจัดแจงข้อมูลใหม่ ให้อยู่ในรูปของแผนภูมิตามระดับชั้น จากนั้น จึงทำการกำหนดตัวเลขที่ได้จากการเปรียบเทียบลำดับความสำคัญของแต่ละปัจจัย และสังเคราะห์ลำดับความสำคัญในการวินิจฉัย เพื่อคำนวณว่าปัจจัยหรือทางเลือกใดมีลำดับความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการแก้ปัญหาสูงสุด (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557, หน้า 7)

กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) ในช่วงคริสต์ทศวรรษ 1970 ที่พัฒนาโดยโธมัส แอล. ซาตี (Thomas L. Saaty) ลักษณะของ AHP จะเริ่มกำหนดโครงสร้างการวิเคราะห์ปัญหาที่ต้องมีลำดับการตัดสินใจ โดยแสดงองค์ประกอบปัจจัยแต่ละอย่างเชิงปริมาณ เพื่อประเมินหาคำตอบที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่วางไว้ สำหรับเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ ดังนั้น AHP จึงมีการใช้งานกันทั่วโลกในหลายวงการ เช่น รัฐบาล ธุรกิจ อุตสาหกรรม การแพทย์ การศึกษา และงานวิจัยมีหลากหลายรูปแบบในการวิเคราะห์การตัดสินใจกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) เป็นกระบวนการช่วยในการตัดสินใจโดยอาศัยหลักการของตัดสินใจแบบพหุเกณฑ์ ด้วยมีเกณฑ์เป้าหมาย (Criteria) ที่ต้องการศึกษาให้อยู่ในลักษณะลำดับชั้น ส่วนในระดับที่ต่ำลงมาจะเป็นเกณฑ์ย่อย (Sub-Criteria) จนถึงทางเลือก (Alternatives) เป็นระดับที่ต่ำสุดของการจัดลำดับชั้น โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความสอดคล้องของเหตุผลเปรียบเทียบรายคู่ (Pair Wise Comparison) อยู่ในช่วงตั้งแต่มีความสำคัญเท่ากัน จนถึงมีความสำคัญมากกว่าอย่างยิ่ง และกำหนดขนาดความสัมพันธ์เป็นตัวเลขระหว่าง 1 ถึง 9 (Saaty & Vargas, 2012, pp. 2-5)

กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เป็นเทคนิคหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากและเป็นที่ยอมรับกันในระดับสากลอย่างแพร่หลาย โดยเป็นเทคนิคที่ใช้การแบ่งองค์ประกอบของปัญหาออกเป็นส่วนๆ ในรูปของแผนภูมิตามลำดับชั้นแล้วมีการให้ค่าน้ำหนักของแต่ละองค์ประกอบ แล้วนำมาคำนวณค่าน้ำหนัก เพื่อนำไปสู่ค่าลำดับความสำคัญของแต่ละทางเลือกว่า ทางเลือกใดมีค่าสูงสุดแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจ ซึ่งมีโครงสร้างเลียนแบบกระบวนการคิดของมนุษย์ มีกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดโครงสร้างลำดับชั้นของการตัดสินใจ



ภาพที่ 5 โครงสร้างของการตัดสินใจแบบหลายเกณฑ์

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Castro and Parreiras (2020)

2. การวินิจฉัยเปรียบเทียบความสำคัญของเกณฑ์ในการตัดสินใจ เป็นรายคู่ (Pair Wise Comparison)

คู่ที่	ข้อมูล (ตัวแปร)	ระดับความสำคัญ																	ข้อมูล (ตัวแปร)
		มากที่สุด <----- เท่ากัน -----> มากที่สุด																	
1	IQ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	EQ
2	IQ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	SQ
3	EQ	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	SQ

ภาพที่ 6 การเปรียบเทียบความสำคัญรายคู่

ตารางที่ 12 เกณฑ์มาตรฐานของตัวเลขที่ใช้ในการเปรียบเทียบความสำคัญ

ระดับความเข้มข้นของความสำคัญ (Intensity of Importance)	ความหมาย (Definition)
1	ความสำคัญเท่าเทียมกัน
3	ความสำคัญกว่าปานกลาง
5	ความสำคัญกว่าที่มาก
7	ความสำคัญกว่ามากที่สุด
9	ความสำคัญกว่าสูงสุด
2, 4, 6, 8	ค่ากลางของการตัดสิน

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Salvia, Brandli, Leal Filho, and Kalil (2019)

3. คำนวณหาค่า Eigenvector และคำนวณหาลำดับความสำคัญของระดับชั้นถัดลงมา

4. การตรวจสอบ Consistency Ratio: C.R. เป็นการตรวจสอบผลการเปรียบเทียบที่ได้กระทำมาในข้อที่ 2 ว่ามีความสอดคล้องกันของเหตุผลหรือไม่

4.1 คำนวณหาค่า Maximum Eigenvalue (λ_{max}) หากมีความสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์ ค่า $\lambda_{max} = n$

4.2 คำนวณค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.)

4.3 เปิดตารางค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.)

ตารางที่ 13 ค่าของดัชนีความสอดคล้องตามขนาดของเมทริกซ์

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
R.I	0.00	0.00	0.58	0.90	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49	1.51	1.48	1.56	1.57	1.59

ที่มา: Saaty and Vargas (2012, p. 9)

4.4 คำนวณค่า Consistency Ratio: C.R.

C.R. = C.I./R.I. โดยค่าของ C.R. ต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.10 ถือว่ายอมรับได้

แนวคิดของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

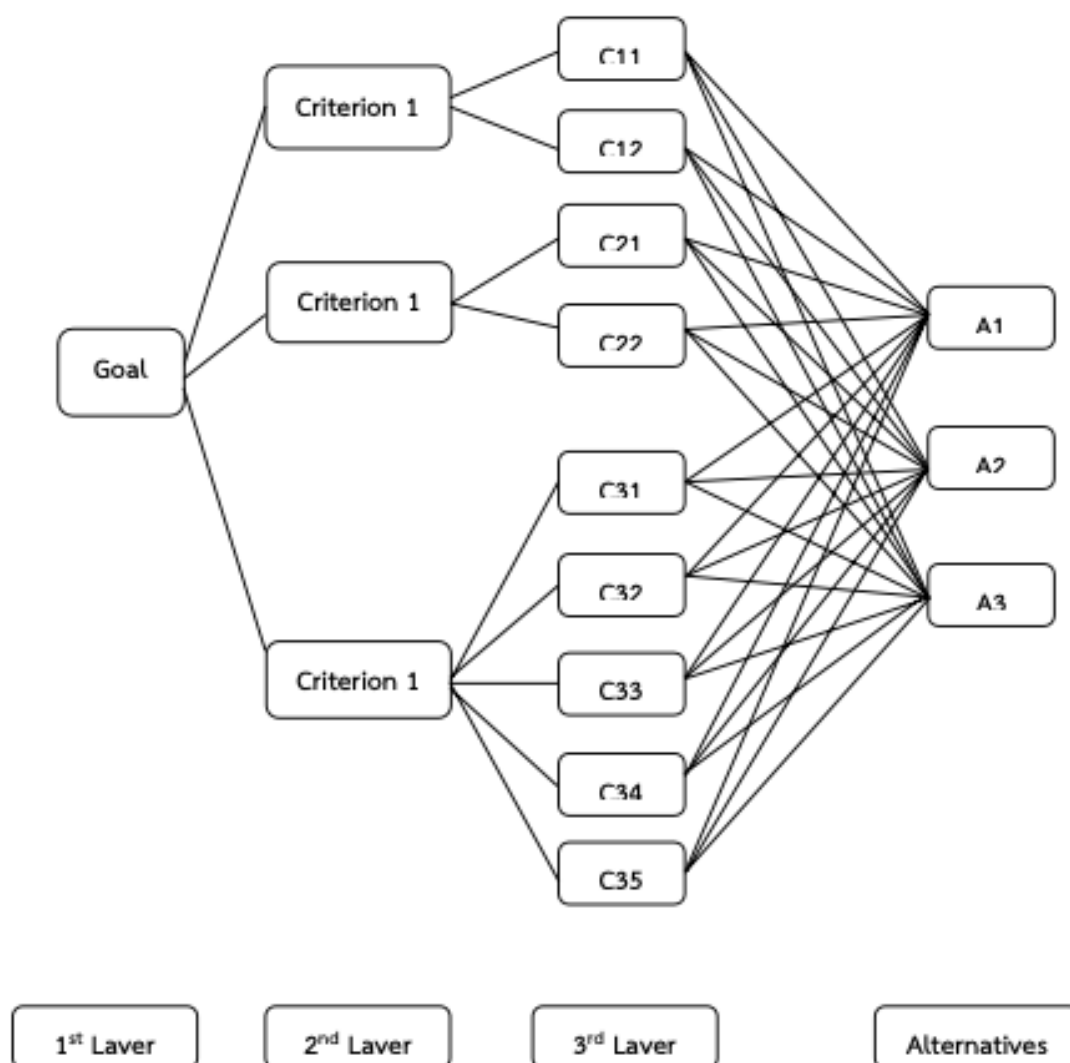
การวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ มีลักษณะสำคัญ ดังนี้ (ศราวุธ ยังเจริญยืนยง และคณะ, 2559, หน้า 17)

1. มีโครงสร้างที่เป็นแผนภูมิลำดับชั้นเลียนแบบกระบวนการความคิดของมนุษย์
2. ให้ผลการสำรวจที่น่าเชื่อถือกว่าวิธีการอื่นๆ เนื่องจากใช้วิธีการเปรียบเทียบเชิงคู่
3. มีผลลัพธ์ที่ได้เป็นตัวเลขทำให้ง่ายต่อการจัดลำดับความสำคัญ
4. สามารถจัดการตัดสินใจแบบมือคตหรือลำเอียงออกไปได้
5. ใช้ได้ทั้งการตัดสินใจแบบคนเดียวและแบบที่เป็นกลุ่มหรือหมู่คณะ
6. ก่อให้เกิดการประนีประนอม และการสร้างประชาคมติ
7. ไม่จำเป็นต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญพิเศษมาคอยควบคุม
8. ช่วยให้ผู้ตัดสินใจเลือกทางเลือกที่เหมาะสมตรงตามเป้าหมาย

ซึ่งกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ สำหรับการตัดสินใจแบบพหุเกณฑ์นี้ มีคุณสมบัติที่สามารถใช้ตัดสินใจด้วยคน ๆ เดียว หรือเป็นกลุ่มแบบโครงสร้างในการตัดสินใจ ซึ่งสามารถช่วยอภิปรายหาวัตถุประสงค์โดยรวม และทางเลือก นอกจากนี้ ยังเป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญในขั้นตอนการตัดสินใจ และยังสามารถใช้งานได้ดีกับปัญหาที่สลับซับซ้อน โดยมีขั้นตอนไม่ซับซ้อนยุ่งยาก มีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนน้ำหนักความสำคัญ หรือเกณฑ์การตัดสินใจที่ประกอบด้วยปัจจัยที่ดีค่าเป็นเงินได้และไม่ได้ และสุดท้ายยังเป็นกระบวนการช่วยเป็นเกณฑ์การตัดสินใจในขณะที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ที่มีวัตถุประสงค์ในการตัดสินใจที่มีจำนวนมาก ๆ และสลับซับซ้อน

หลักการพื้นฐานของกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557, หน้า 5)

1. หลักการสร้างแผนภูมิลำดับชั้น (Hierarchy) โดยการแบ่งองค์ประกอบของปัญหาทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมออกมาเป็นส่วนๆ มีลำดับชั้นเป้าหมาย (Goal) เกณฑ์หลัก (Criteria) เกณฑ์ย่อย (Sub-Criteria) สิ่งที่ต้องกระทำก่อนของทางเลือก และทางเลือกที่เกี่ยวข้อง (Alternatives) มาจัดแจงใหม่ให้อยู่ในรูปของแผนภูมิลำดับชั้น ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 โครงสร้างแผนภูมิลำดับชั้น

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก de FSM Russo and Camanho (2015)

2. โดยมีการจัดลำดับความสำคัญ (Priority) นำปัจจัยมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่จนครบทุกคู่ แล้วมาคำนวณลำดับความสำคัญ โดยสามารถหาปัจจัยดังกล่าวด้วยสูตร

$$n = (n^2 - n) / 2 \quad (1)$$

โดยที่ n คือ จำนวนปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ

3. หลักการความสอดคล้องกันของเหตุผล (Consistency) เป็นการวิเคราะห์ตรวจสอบหาค่าลำดับความสำคัญว่ามีความสอดคล้องกันของเหตุผลหรือไม่ คำนวณของปัจจัยค่า Consistency Index: C.I. และค่า Consistency Ratio: C.R. ในระดับที่สอง โดยใช้ทฤษฎีไอเกนเวคเตอร์ ช่วยในการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักของปัจจัยเพื่อเป็นการทดสอบว่าผลของการเปรียบเทียบรายคู่ที่ได้ดำเนินการในส่วนที่แล้วนั้น มีความสอดคล้องกันของเหตุผลหรือไม่ ซึ่งจะต้องคำนวณค่าความสอดคล้องของเหตุผล มี 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การคำนวณหาค่า λ_{max} คือ ค่าที่คำนวณจากการเอาผลรวมของค่าวินิฉัยของแต่ละมิติ และตัวบ่งชี้ในแถวแนวตั้งแต่ละแถวมาคูณด้วยผลรวมค่าเฉลี่ยในแถวแนวนอนแต่ละแถว แล้วเอาผลคูณที่ได้มารวมกันอีกครั้ง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จะเท่ากับปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ ซึ่งในกรณีที่มีการวินิฉัยปัจจัยมีความสอดคล้องกันอย่างสมบูรณ์จะทำให้ค่า $\lambda_{max} = n$

ขั้นตอนที่ 2 การคำนวณหาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index: C.I.) สามารถคำนวณได้จากสูตรการคำนวณ

$$CI = (\lambda_{max} - n) / (n - 1) \quad (2)$$

เมื่อ n คือ จำนวนปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ

ขั้นตอนที่ 3 คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) เป็นตัวเลขที่ถูกกำหนดขึ้นตามขนาดของเมทริกซ์ โดยที่เมทริกซ์มีขนาดตั้งแต่ 1X1 จนถึง 10X10

ขั้นตอนที่ 4 คำนวณค่า Consistency Ratio: C.R. ค่า Consistency Index: C.I. คำนวณได้จากตารางเมทริกซ์กับการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Consistency Index: R.I.) ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง สามารถคำนวณได้จากสูตรการคำนวณ

$$CR = CI / RI \quad (3)$$

ผลจากการคำนวณค่า C.R. <0.10 หรือ 10% ถือว่า การเปรียบเทียบรายคู่ นั้น มีความสอดคล้องกันของเหตุผลอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แต่หากได้ค่า C.R. >0.10 จะถือว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ไม่สามารถยอมรับได้ ซึ่งผู้ตัดสินใจจะต้องทบทวนการวินิฉัยและการจัดลำดับความสำคัญในการเปรียบเทียบรายคู่ใหม่อีกครั้ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ มีดังนี้

จักรีรัตน์ แสงวาริ และคณะ (2557) ได้ศึกษาการพัฒนาเกณฑ์คุณภาพสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทางการศึกษา โดยใช้เทคนิคเดลฟาย โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจากนักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน และนักวิชาชีพ จำนวน 25 คน เก็บรวบรวมข้อมูล 3 รอบ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณหาค่ามัธยฐาน และพิสัยระหว่างควอไทล์ คัดเลือกเกณฑ์คุณภาพสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทางการศึกษา โดยพิจารณาจากค่ามัธยฐาน ตั้งแต่ระดับมากขึ้นไป (มากกว่า 3.50) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (น้อยกว่า 1.50) จากผลการวิจัยเกณฑ์คุณภาพสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลทางการศึกษาที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน ประกอบด้วยเกณฑ์คุณภาพ 5 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการจัดผังรายการ/ผลิตรายการ ด้านทรัพยากรบุคคล ด้านผู้เปิดรับ และด้านการประเมินผล มีเกณฑ์คุณภาพรายข้อ จำนวน 50 ข้อ เป็นเกณฑ์คุณภาพที่มีความจำเป็นอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 39 ข้อ และเกณฑ์คุณภาพที่มีความจำเป็น อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 11 ข้อ ซึ่งมีค่ามัธยฐานตั้งแต่ 3.92-4.87 และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์มีค่าตั้งแต่ 0.62-1.17

สิทธิเดช เหมือนสิน (2557) ได้พัฒนาพัฒนาเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช้เทคนิคของนักบินไทย โดยมีการกำหนดวิธีวิจัยออกเป็นขั้นตอนที่ 1 คือการสร้างและพัฒนาเกณฑ์กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มย่อยที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีหน้าที่ในการประเมินสมรรถนะของนักบินในสายการบินของประเทศไทย และจิตแพทย์ประจำกองเวชศาสตร์การบิน จำนวน 13 คน ใช้เทคนิคเดลฟายในการเก็บข้อมูล และกลุ่มย่อยที่ 2 นักบินผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมิน จำนวน 359 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล สำหรับขั้นตอนที่ 2 เป็นการทดลองใช้และประเมินเกณฑ์ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 1) นักบินผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมิน จำนวน 30 คน และ 2) นักบินผู้มิหน้าที่ประเมิน จำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่า เกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะ ที่ไม่ใช่เทคนิคของนักบินไทยประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ แต่ละองค์ประกอบมี 4 ตัวบ่งชี้ รวมเป็น 20 ตัวบ่งชี้ องค์ประกอบเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช่เทคนิคของนักบินไทย ได้แก่ 1) การทำงานร่วมกัน 2) ภาวะผู้นำและทักษะการจัดการ 3) การตระหนักรู้ในสถานการณ์ 4) การตัดสินใจและการแก้ปัญหา และ 5) การสื่อสาร

คมสัน พิลาสสมบัติ สุวารี ศรีบุญ และอดิศักดิ์ สิงห์สีโว (2558) ได้นำเสนอผลการพัฒนาเกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นงานวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยผลสรุปที่ได้คือ เกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีองค์ประกอบ 8 ด้าน 51 ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้ได้ดีมีความเหมาะสม ตัวบ่งชี้ที่มีในเกณฑ์ครอบคลุมการจัดการสิ่งแวดล้อมในทุก ๆ ด้าน สามารถแยกแยะและวัด



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ระดับคุณภาพการจัดการสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Morgan (2017) ศึกษาข้อจำกัดในการกระจายการประมงโดยใช้ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) เนื่องจากชาวประมงในสหราชอาณาจักรลดลงจากปี ค.ศ. 1970 จากการเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรม ส่งผลกระทบต่อการจ้างงานลดลงมากกว่า 40% ขณะที่ชาวประมงบางคนได้ตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้ โดยมีกิจกรรมร่วมอย่างอื่น เช่น การท่องเที่ยว การขายอาหารในตลาดค้าปลีก การวิจัยนี้ พยายามที่จะแก้ไขช่องว่างในความรู้ การขัดขวางการนำกลยุทธ์ไปใช้ โดยตรวจสอบความสัมพันธ์ของข้อจำกัดที่แตกต่างกันต่อการกระจายการประมง โดยใช้การวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้น (AHP) ซึ่ง AHP เป็นรูปแบบของการตัดสินใจแบบหลายเงื่อนไข การวิเคราะห์คำตอบนำเสนอด้วยชุดของคู่ วัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบและแลกเปลี่ยนออก หากไม่มีความสัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกันกับเกณฑ์ของการตัดสินใจ เกณฑ์ย่อยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มที่ได้รับผลกระทบ เพื่อหาทางเลือก โดยการระบุลำดับชั้นของการตัดสินใจเกี่ยวข้องกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกณฑ์หลักและเกณฑ์ย่อยที่ประกอบด้วย ลำดับชั้นนี้ จะถูกนำเสนอให้กับผู้เชี่ยวชาญเปรียบเทียบรายคู่ เป็นด้านมาตราส่วนที่แสดงถึงความสำคัญ/ความพึงพอใจของวัตถุประสงค์ ในรูปแบบ 9 สเกล โดยมีขั้นตอนการทำ AHP ดังนี้ 1) การพัฒนาลำดับชั้นของเกณฑ์ คำนวณจำนวนการเปรียบเทียบแบบเป็นคู่ได้ โดยใช้สูตร: $[n(n-1)/2]$ โดยที่ n แทนจำนวนเกณฑ์ การลดจำนวนคู่การเปรียบเทียบโดยการลดจำนวนเกณฑ์ 2) การสำรวจเปรียบเทียบแบบคู่ด้วยแบบสอบถามกับผู้เชี่ยวชาญ โดยไม่จำเป็นต้องมีการสุ่มตัวอย่างความน่าจะเป็น และกลุ่มตัวอย่าง ไม่ต้องใหญ่ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้รับการคัดเลือกต้องมีประสบการณ์ภายใต้กรอบการศึกษาในกรณีของชาวประมง 3) การวิเคราะห์ผลลัพธ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้วยการคำนวณหาค่าน้ำหนักที่มีลำดับความสำคัญ ด้วยวิธีหาค่า Eigenvalue ค่า Consistency Ratio (C.R.) ค่า C.R. เท่ากับหรือน้อยกว่า 10% ถือว่าเป็นที่ยอมรับได้ หากมีค่าเท่ากับ 0 หมายถึง ความสอดคล้องที่สมบูรณ์ และค่าเฉลี่ยการทดสอบ Mann-Whitney U ยืนยันว่า คะแนน อัตราส่วนมีนัยสำคัญ และ 4) การรวมข้อมูลความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของของตัวแปร

Khalek, Aziz, and Abdeen (2018, pp. 3451-3460) ได้ศึกษาการระบุและจัดลำดับความสำคัญสาเหตุที่มีอิทธิพลระบบการผสมคอนกรีตอัตโนมัติสำหรับโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ โดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ ซึ่งการก่อสร้างในประเทศอียิปต์จะใช้คอนกรีตผสมเสร็จ โดยการศึกษาครั้งนี้ จะศึกษาสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผสมเสร็จคอนกรีต มีการระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อตอบคำถาม และวิเคราะห์ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) การจัดอันดับและเปอร์เซ็นต์ต่างๆ เพื่อจัดลำดับสาเหตุและประสิทธิภาพสูงสุดในการผลิต โดยแบ่งคำถามเป็น 5 กลุ่ม คือ 1) ความสามารถในการผลิต มี 12 แฟคเตอร์ 2) อุปกรณ์และถนนขนส่ง มี 9 แฟคเตอร์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

3) ขนาดของโรงงาน มี 9 แฟกเตอร์ 4) การบริหาร มี 6 แฟกเตอร์ และ 5) แรงงาน มี 9 แฟกเตอร์ การสำรวจใช้วิธีการสัมภาษณ์ส่วนตัวผู้เชี่ยวชาญ 3 กลุ่ม จำนวน 45 ตัวอย่าง คือผู้จัดการโรงงาน วิศวกรควบคุมคุณภาพ วิศวกรขาย และวิศวกรซ่อมบำรุง โดยถูกขอให้จัดอันดับคะแนนจาก ประสบการณ์ การคำนวณน้ำหนักเกณฑ์ และการตรวจสอบความสอดคล้อง (C.R.) ไม่เกิน 0.10 ยอมรับได้ กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์จะถูกคำนวณเป็นผลลัพธ์สุดท้าย จากการวิจัยสามารถ จัดลำดับได้ตั้งแต่ 0.042 - 0.007 จาก 45 สาเหตุ สรุปได้ว่า ผู้จัดการโรงงาน วิศวกรควบคุมคุณภาพ วิศวกรขาย และวิศวกรซ่อม บำรุง ตามลำดับ ที่ช่วยสร้างแรงจูงใจสำหรับคนทำงานในโรงงาน และผล การเปรียบเทียบจากการศึกษาผู้เข้าร่วมทั้งหมด มีผลต่อสาเหตุในการผลิตของโรงในอียิปต์ ดัชนี ความสำคัญสัมพัทธ์ของผลผลิต ที่เกี่ยวข้องโรงงานคอนกรีตผสมเสร็จ แสดงให้เห็นการจัดอันดับ ขึ้นอยู่กับระดับความสำคัญ ผลผลิตของพวกเขา ถูกจัดอันดับความสำคัญของผลลัพธ์โดยใช้ กระบวนการ AHP

Gao, Li, Sun, and Li (2018) ได้ศึกษาการเชื่อมต่อของการตัดสินใจอย่างคลุมเครือในการ เลือกคุณลักษณะหลาย ๆ อย่าง ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์เพื่อประเมินความปลอดภัย ของระบบนิเวศในเมือง: กรณีศึกษาเมืองกวางโจวของประเทศไทย เนื่องจากระบบนิเวศในเมืองนั้น เต็มไปด้วยความซับซ้อน และความไม่แน่นอน เนื่องจากการเชื่อมโยงระหว่างระบบย่อยต่างๆ ซึ่งข้อดี ของกระบวนการ AHP สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของความมั่นคงของระบบ นิเวศในเมือง (UES) ช่วยจัดการกับการตัดสินใจที่ไม่แม่นยำ และบรรลุการจัดอันดับของทางเลือก ตาม แบบการเปรียบเทียบแบบรายคู่ เมื่อเทียบกับการวิเคราะห์แบบดั้งเดิมฟัซซี่ (FSA) ดังนั้นวัตถุประสงค์ ของการศึกษานี้ คือ การพัฒนาลูกผสม AHP-FMADM ผ่านการเชื่อมต่อการตัดสินใจคุณลักษณะ หลายตัว (Fortunately, Fuzzy Multiple Attribute Decision-Making: FMADM) กับกระบวนการ วิเคราะห์ลำดับชั้น (AHP) เพื่อประเมินความมั่นคงของระบบนิเวศในเมือง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความมั่นคงทางนิเวศวิทยาโดยรวมของเมืองที่ศึกษาได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น AHP ไม่เพียงแต่สะท้อน ความซับซ้อนของ UES ยังสะท้อนความสัมพันธ์กับสังคม เศรษฐกิจ และ สภาพแวดล้อม แล้วยังแก้ไข ความไม่แน่นอนที่เกี่ยวข้องกับการวัดค่าประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับการวิเคราะห์ฟัซซี่สังเคราะห์ (FSA) AHP-FMADM สามารถลดผลกระทบของคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่ำ และเพิ่มคุณลักษณะที่ มีความสำคัญสูง และมีความสามารถในการเป็นตัวแทนของการตัดสินใจส่วนตัวของผู้มีอำนาจ ตัดสินใจที่มีความสนใจ และความชอบที่แตกต่างกัน ผลการวิจัยนี้ สามารถช่วยผู้มีอำนาจตัดสินใจใน การกำหนดสถานะของ UES และระบุมาตรการที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม ที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การประเมินความปลอดภัยของระบบนิเวศในเมืองเป็นวิศวกรรมระบบที่ ซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกันหลายด้าน จากนั้น AHP-FMADM ถูกนำไปใช้กับกรณีจริง สำหรับการประเมิน UES ของกวางโจวตั้งแต่ปี ค.ศ. 2005 ถึงปี ค.ศ. 2015

Heindl and Liefner (2019) ศึกษาสำรวจด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ที่เป็นส่วนสนับสนุนระเบียบวิธีการวิจัยในการปรับปรุงระบบนวัตกรรมระดับภูมิภาค โดยการเปรียบเทียบการวิจัยในประเทศจีน การวิจัยมี 2 เรื่องสั้น ๆ ประการแรก คือ ปัญหาอธิบายการมีอิทธิพลซึ่งกันและกันของความสำคัญขององค์ประกอบของ Regional Innovation System (RIS) ประการที่สอง คือ พวกเขาไม่สามารถที่จะแสดงว่า RIS ที่เฉพาะเจาะจง สามารถนำมาใช้กับพื้นที่ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าได้หรือไม่ โดยการนำ AHP มาประเมินความสำคัญสัมพัทธ์ขององค์ประกอบ RIS มาบูรณาการทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เป็นวิธีการที่มีประโยชน์สำหรับการให้มุมมองที่สำคัญยิ่งขึ้น สำหรับการตีความข้อมูล ในพื้นที่ที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ผ่านการประเมินเปรียบเทียบโดยผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยให้การวิจัยเชิงประจักษ์นวัตกรรมการใช้ RIS ในลักษณะที่เป็นประโยชน์มากขึ้น ในขั้นแรกจะทำการศึกษารรณกรรม RIS เพื่อระบุข้อบกพร่องทางแนวคิด จากนั้น จะนำวิธีการ AHP ช่วยแก้ไขปัญหาเหล่านี้ได้อย่างไร และเปรียบเทียบนวัตกรรมเชิงประจักษ์ในประเทศจีน แสดงให้เห็นว่าวิธีการมีความสามารถในการตั้งค่าของขอบเขตพื้นที่ โดยการสร้างแบบจำลอง RIS ในปักกิ่ง เป็นสถานที่แรกตามด้วยเซี่ยงไฮ้ คุนหมิง และฉงชิ่ง ข้อมูล AHP มาจากแบบสอบถามได้จากการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ และใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 10-20 คน ต่อภูมิภาค เพื่อคำนวณอันดับของแต่ละภูมิภาคใช้แพลตฟอร์ม Goepel's ออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ด้วย AHP อัตราฉันทามติ (ConR) โดยรวมเกี่ยวกับการจัดอันดับสุดท้ายของส่วนประกอบ วัตถุประสงค์ที่ผู้เชี่ยวชาญให้อัตราส่วนความสอดคล้อง (C.R.) Saaty กำหนดเกณฑ์ของความสอดคล้องต้องต่ำกว่า 10% ที่ยอมรับกัน แต่ในงานวิจัยนี้ กำหนดความไม่สอดคล้องไว้ที่ 20% อัตราฉันทามติ (ConR) ที่ปักกิ่งสูงถึง 75% ที่คุนหมิงอยู่ระหว่าง 50-65% ส่วนอัตราส่วนความสอดคล้อง (C.R.) ที่คุนหมิงสูงที่สุด ตามที่กำหนด คือ 20% ดังนั้น สรุปได้ว่า ความรู้ของผู้เชี่ยวชาญที่เพียงพอเป็นปัจจัยสำคัญในการทำ AHP และการจัดอันดับ AHP ที่มีฉันทามติที่ต่ำ แม้ความสอดคล้องต่ำบ่งชี้ถึงความเป็นไปไม่ได้ที่จะกำหนดรูปแบบ RIS ให้เฉพาะเจาะจงในแต่ละภูมิภาค

Baffoe (2019) ทำการสำรวจปัจจัยพื้นฐานในการทำมาหากินเพื่อพัฒนาชนบทอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยใช้การจัดอันดับด้วยกระบวนการ Analytic Hierarchy Process (AHP) เพื่อลดความยากจนในประเทศกำลังพัฒนา โดยนำประโยชน์ของกระบวนการลำดับชั้นของการวิเคราะห์ (AHP) ในจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมการดำรงชีวิต ข้อมูลได้จากผู้มีส่วนได้เสียในการพัฒนาจำนวน 25 คนในเขต เพื่อการประเมิน AHP สามารถวิเคราะห์ปัญหาที่ซับซ้อนและไม่มีโครงสร้างในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้เป็นเรื่องสุขภาพ การศึกษา การเกษตร และการจัดการป่าไม้ เป็นการตัดสินใจเชิงคุณภาพ และลดความคิดเห็นที่ขัดแย้งของผู้มีอำนาจตัดสินใจ นอกจากนี้ วิธีการของ AHP มีความยืดหยุ่น และช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาสามารถตัดสินใจได้ โดยการกำหนดลำดับความสำคัญ (น้ำหนักสัมพัทธ์) ให้กับแต่ละปัจจัยผ่านการ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เปรียบเทียบรายคู่ ขั้นตอนแรก เป็นการปรึกษาหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับการสร้างตัวบ่งชี้สำหรับการตัดสินใจในการทำมาหากินที่ต้องการในบริบทในกิจกรรมปัจจุบัน โดยการกำหนดปัญหาและเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง จากนั้น กำหนดเกณฑ์ที่จำเป็นอย่างชัดเจน มี 4 เกณฑ์ เช่น รายได้ ศักยภาพเครือข่ายสังคมสิ่งแวดล้อม กิจกรรมที่เป็นมิตร และฤดูกาลของกิจกรรม ถูกเลือกเป็นตัวบ่งชี้สำหรับการประเมินนำมาเปรียบเทียบแบบตัวต่อตัวระหว่างตัวบ่งชี้แต่ละตัว ขั้นตอนต่อไป คือ การกำหนดดัชนีความสอดคล้อง (C.I.) ดังนี้ $C.I. = (\lambda_{max} - n) / (n - 1)$ โดยที่ n คือ ขนาดของเมทริกซ์ Consistency ratio (C.R.) คือ อัตราส่วนของ C.I. / R.I. โดยที่ R.I. คือ Random Index ค่าความสอดคล้องของการตัดสินใจไม่ควรเกิน 0.10 ขั้นตอนสุดท้าย คือ การรวมน้ำหนักสัมพัทธ์ของตัวบ่งชี้ของกิจกรรมการทำมาหากินในปัจจุบัน และจัดอันดับความสำคัญของตัวบ่งชี้ ดังนั้น ในระดับจุลภาควิธีการที่โปร่งใส และมีประสิทธิภาพในการตัดสินใจที่ดีที่สุด ที่มีแนวโน้มว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสังคม จะเป็นวิธีในการเลือกการพัฒนา AHP ก็เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถลดค่าใช้จ่าย

Salvia et al. (2019) ศึกษาการวิเคราะห์ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) สำหรับการเลือกแนวทางการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ ในการให้แสงสว่างสาธารณะในกลุ่มตัวอย่างเมืองบราซิล ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของรัฐบาลโดยใช้กระแสไฟฟ้าประมาณ 4% เมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องมีการจัดการอย่างยั่งยืน โดยตรวจสอบจากประสิทธิภาพการใช้พลังงานของแสงสว่างในที่สาธารณะทั่วโลก จากบัญชีการจ่ายค่าไฟฟ้า ประสิทธิภาพการใช้พลังงานไฟบนถนนกำลังถูกนำไปใช้ทั่วโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งกระบวนการ AHP ใช้วิธีหลายเกณฑ์หรือการตัดสินใจแบบหลายเงื่อนไขเพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์สำหรับรัฐบาลท้องถิ่น และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประเทศกำลังพัฒนา วัตถุประสงค์หลักของแสงสว่างสาธารณะ คือ เพื่อปกป้องผู้คน และส่งเสริมคุณภาพชีวิตความปลอดภัยที่ดีขึ้น ช่วยการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจ และป้องกัน อาชญากรรม ซึ่งท้องถิ่นจะมีงบประมาณจำกัด ในการจัดหาสิ่งนี้ มีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม วิธีการ AHP เป็นหนึ่งในเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้รับความนิยมมากที่สุด เพราะมีความเรียบง่าย และมีความเป็นไปได้ของการตัดสินใจของกลุ่มที่เกี่ยวข้องที่ได้รับการพัฒนาโดย Thomas L. Saaty ในปี 1970 วิธีการจะขึ้นอยู่กับเมทริกซ์จัตุรัส $n \times n$ โดยที่แถวและคอลัมน์ สอดคล้องกับเกณฑ์ n ที่คำถามวิเคราะห์ถึงปัญหา การใช้วิธี AHP สามารถสรุปได้ 4 ขั้นตอน ขั้นตอนแรก คือ การกำหนดปัญหา ขั้นตอนที่สอง คือ การสร้างโครงสร้างลำดับชั้นการตัดสินใจ โดยลำดับชั้นสูงสุดของโครงสร้างการตัดสินใจ ควรเป็นเป้าหมายของการตัดสินใจ ตามด้วยวัตถุประสงค์ และในระดับต่ำสุด เป็นทางเลือก ขั้นตอนที่สาม คือ การสร้างชุดเมทริกซ์การเปรียบเทียบแบบรายคู่ ขั้นตอนสุดท้าย คือ การใช้ลำดับความสำคัญที่ได้รับจากการเปรียบเทียบ เพื่อจัดลำดับความสำคัญของแต่ละทางเลือก ผลลัพธ์คือโดยการเพิ่มส่วนแบ่ง

ของหลอดไฟ LED ในระบบจาก 2-4% เป็น 10% ทำให้สามารถประหยัดพลังงานได้ 1 GWh ต่อปี และสามารถประหยัดเงินได้ประมาณ 75,000 เหรียญสหรัฐต่อปี

Sitorus, Cilliers, and Brito-Parada (2019) ได้ศึกษาข้อจำกัดของการวิเคราะห์แบบฟัซซี่ สโทแคสติก ด้วยวิธีการกระบวนการลำดับชั้นด้วยการประยุกต์ใช้ตัวเลือกกับปัญหา เนื่องจาก AHP ไม่สามารถรวบรวมความคิดเห็นที่หลากหลายและความไม่แน่นอน หากขาดข้อมูล ดังนั้น งานวิจัยงานนี้ ได้พัฒนาวิธีการกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ร่วมกับระบบฟัซซี่ (Integrated Constrained Fuzzy Stochastic Analytic Hierarchy Process: IC-FSAHP) เพื่อจัดการกับข้อเสียดังกล่าว สามารถจับความไม่แน่นอนและความคิดเห็นของการตัดสินใจ (Decision Making: DMs) ที่หลากหลายได้ การตัดสินใจแบบหลายเงื่อนไข (Multi Criteria Decision Making: MCDM) เป็นการจัดการข้อมูลขั้นสูงของการวิจัยที่สามารถใช้ในการแก้ปัญหา เมื่อมีการประเมินทางเลือกหลายทาง ทฤษฎีเซตฟัซซี่ (FST) ที่ใช้เพื่อแสดงถึงความคลุมเครือของข้อมูลในภาษา 0 เป็นตัวอธิบายถึงข้อความที่ไม่น่าจะเกิดขึ้นจริงหรือเป็นเท็จ และอธิบายถึงข้อความที่น่าจะเป็นจริง วิธีการสุ่มอาจจับและจัดการกับพฤติกรรมที่ไม่แน่นอนใน AHP ด้วยการจำลองแบบสโทเชสติก ผลลัพธ์ที่เป็นไปได้มากที่สุดให้ตรงกับปัญหาจริง ดังนั้น การจำลองแบบมอนติคาร์โล ถูกนำไปใช้ใน AHP เพื่อปรับปรุงการเลือกแนวทางเลือกของการปฏิบัติในการวิจัยครั้งนี้ด้วย ซึ่งลำพังกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) เป็นประสบการณ์ความรู้ และอารมณ์ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการโครงสร้างของ MCDM ที่ประกอบด้วยโครงสร้าง 3 ระดับ จากบนลงล่าง ที่อธิบายถึงเป้าหมาย เกณฑ์ และตัวเลือก ตามลำดับ ซึ่งแนวคิดหลักของ AHP อยู่ในเมทริกซ์การเปรียบเทียบรายคู่ (Pairwise Comparison Matrix: PCM) ที่สร้างขึ้นจากการเปรียบเทียบของ 2 รายการ หรืออัตราส่วนความสอดคล้อง (C.R.) ของ PCM ดังนั้น Fuzzy Analytic Hierarchy Process: FAHP ถูกใช้เมื่อ DMs พบว่า เป็นการยากที่จะกำหนดความต้องการของพวกเขาได้อย่างแม่นยำด้วยค่าที่คมชัด เนื่องจากการขาดข้อมูล การตัดสินใจ และการตั้งค่าของมนุษย์ที่ไม่ชัดเจน การพัฒนาข้อจำกัดของระบบฟัซซี่ และกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (IC-FSAHP) จึงถูกเสนอเพื่อแก้ปัญหาลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ที่คลุมเครือ มีกระบวนการวิจัยอยู่ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดแนวคิดของปัญหาการตัดสินใจด้วยการอภิปราย การประชุม และการทบทวนวรรณกรรม ด้วยเกณฑ์ 7 สเกล ขั้นตอนที่ 2 การเปรียบเทียบแต่ละคู่ สร้างน้ำหนักที่ไม่แน่นอนของเกณฑ์และลำดับความสำคัญด้วยระบบฟัซซี่กับทางเลือกที่คลุมเครือ ขั้นตอนที่ 3 จัดลำดับความสำคัญและคะแนนโดยรวมที่ชัดเจนของแต่ละทางเลือกที่กำหนด ขั้นตอนที่ 4 การแจกแจงความน่าจะเป็นของการตัดสินใจ และการตั้งค่าของ DM นั้น สังเคราะห์โดยวิธีจำลองของมอนติคาร์โล ขั้นตอนที่ 5 น้ำหนักของเกณฑ์ และคะแนนทั้งหมดของทางเลือกจะได้รับและพล็อตเป็นการแจกแจงความน่าจะเป็นในฮิสโตแกรม ดังนั้น วิธี IC-FSAHP เป็นวิธีการเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด ภายใต้เกณฑ์ที่



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ขัดแย้งกันหลายประการ และความไม่แน่นอนเมื่อมี DM หลายรายการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งใช้ 5 ขั้นตอนหลัก

Vazquez-Burgos et al. (2019) ได้ศึกษากระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ เพื่อจัดการคุณภาพน้ำการเลี้ยงปลาขาว (Whitefish) ในฟาร์ม Chirostoma Estor ทะเลสาบ Patzcuaro ตั้งอยู่ทางตะวันตกของเมืองมอเรเลีย ประเทศเม็กซิโก ให้เป็นวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ซึ่ง Whitefish เป็นปลาสายพันธุ์ที่สำคัญที่อาศัยอยู่ในทะเลสาบของเม็กซิโก และใกล้สูญพันธุ์ เนื่องจากการแสวงหาผลประโยชน์กันมากจนเกินไป เป็นแบบจำลองสำหรับการคำนวณคุณภาพน้ำในการประเมินเพาะเลี้ยงปลาในถังโดยใช้ Fuzzy Logic ในการวิเคราะห์คุณภาพของน้ำ โดยอ้างอิงจากน้ำดื่ม การทำนายคุณภาพของน้ำที่ใช้เลี้ยงปลา เป็นแบบจำลองลำดับชั้นฟัซซี่ พิจารณาว่าขอบเขตเหล่านั้นกำหนดว่าเมื่อไหร่คุณภาพดีหรือไม่ดีต่อ Whitefish และกระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) ระดับความสำคัญได้รับเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ (INAPESCA) ตามข้อกำหนดของการเลี้ยง Whitefish สถิติในการวิเคราะห์ความผันแปรของ พารามิเตอร์คุณภาพน้ำมีระดับที่แตกต่างกันและถูกกำหนดโดยขีดจำกัด ซึ่งไม่ควรเกินและต่ำกว่าพารามิเตอร์ เพื่อให้การประเมินเป็นปกติของพารามิเตอร์ ถูกส่งผ่านเข้าระบบ Fuzzy Logic แปลงเป็นค่าฟัซซี่ระหว่าง 0–1 ช่วงค่าของฟังก์ชันฟัซซี่สำหรับการประเมินพารามิเตอร์ของคุณภาพน้ำที่ใช้เลี้ยง Whitefish เมื่อหลุดพารามิเตอร์ของคุณภาพน้ำ ฟังก์ชันฟัซซี่จะแสดงค่าเป็น 0 ที่สุดดัชนีคุณภาพน้ำ (WQI) สำหรับปลาขาวสามารถคำนวณโดยใช้ผลรวมของการคูณของพารามิเตอร์ย่อยของแต่ละพารามิเตอร์ ด้วยน้ำหนักที่เกี่ยวข้อง กระบวนการวิเคราะห์ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) เป็นขั้นตอนที่สำคัญในการคำนวณ WQI ผลแต่ละพารามิเตอร์มีประสิทธิภาพของตัวเอง ยกเว้น Non- Ionized Ammonia (NIA) ที่ขึ้นอยู่กับค่า pH อุณหภูมิ และค่า Total Ammonia (TAN) ซึ่งพารามิเตอร์อุณหภูมิไม่เสถียรอย่างมาก เนื่องจากน้ำอุ่นขึ้นในเวลากลางวัน และเย็นลงในช่วงเวลากลางคืน อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีผลกระทบเล็กน้อยต่อคะแนน WQI เนื่องจากมีค่าน้ำหนักที่น้อยในกระบวนการ AHP ส่วนค่า Dissolved Oxygen (DO) มีคุณภาพในระดับที่ดี PH มีค่าที่คงที่ แต่สามารถสังเกตความผิดปกติได้บางอย่าง สามารถอธิบายโดยข้อเท็จจริงที่ว่า การไหลเวียนของน้ำทำให้เกิดความผันผวนของค่า pH เป็นการนำเสนอโมเดลใหม่สำหรับการประเมินคุณภาพน้ำ เป็นแบบจำลองอยู่บนพื้นฐานของการประเมินแบบฟัซซี่ลอจิก และกระบวนการลำดับชั้นเชิงการวิเคราะห์ ในการพิจารณาพารามิเตอร์ที่สำคัญสำหรับคุณภาพน้ำเลี้ยงปลาขาว เช่น อุณหภูมิ ปริมาณ ออกซิเจน pH, NIA และ TAN สามารถปรับน้ำหนักที่สร้างขึ้นโดยกระบวนการลำดับชั้นเชิงการวิเคราะห์ หรือพารามิเตอร์สามารถปรับให้เข้ากับความต้องการของสายพันธุ์อื่นๆ

Shen et al. (2019) ได้ศึกษาพื้นฐานเดลฟายและกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ เพื่อสร้างระบบดัชนีการประเมินคุณภาพจำลองการสอนของพยาบาล การจำลองสถานการณ์ได้รับการ

ยอมรับอย่างกว้างขวางในการศึกษาการพยาบาล เพื่อสร้างระบบดัชนีการประเมินคุณภาพ และกำหนดน้ำหนักของแต่ละตัวบ่งชี้ รวมการวิจัยแบบเดลฟาย จำนวน 3 รอบกับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 27 คน หลังจากสร้างโครงสร้างระบบการประเมินเรียบร้อยแล้ว จะใช้การวิจัยแบบเดลฟาย เพื่อปรับโครงสร้างระบบการประเมิน ยืนยันระบบดัชนีการประเมินผล โดยเพิ่มเติมเกณฑ์จากข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์การสอน Simulation มากกว่า 10 ปี หรือมีประสบการณ์การศึกษาด้านการพยาบาล ด้านการจัดการการพยาบาลหรือการพยาบาลคลินิก จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือสูงกว่า วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยมากกว่า 4.5 ค่าสัมประสิทธิ์ของการเปลี่ยนแปลง < 3 โดยใช้คำถาม 5 สเกล เข้ากับกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ กำหนดอัตราส่วนความสอดคล้องของเมทริกซ์ที่ยอมรับได้ คือ $C.R. < 0.10$ หากค่าความสอดคล้อง $C.R. > 0.10$ จำเป็นต้องปรับเมทริกซ์ โดยการตอบสนองของแบบสอบถามในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 มีค่า 96.43% และ 100% ตามลำดับ สามารถวิเคราะห์การตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญ ด้วยรูปแบบทางคณิตศาสตร์และการตัดสินใจแบบหลายวัตถุประสงค์ วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.89 ค่าดัชนีในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 ของเคนดัลล์อยู่ที่ 0.515, 0.589 ตามลำดับ ($p < 0.001$) ดัชนีความสอดคล้อง ($C.R.$) < 0.1 มีค่าน้ำหนักของครูผู้สอนแบบจำลอง 0.4109 ตามด้วยนักเรียน 0.2593 การศึกษา 0.1812, ลักษณะการออกแบบ Simulation 0.0960 และผลลัพธ์ที่ได้ 0.0527 การรวม Delphi และ AHP ทำให้เชื่อถือได้มากขึ้น และใช้ได้สำหรับผู้เชี่ยวชาญในการวางยาสลบ เพื่อทำความเข้าใจว่าพวกเขาจำเป็นต้องมีคุณสมบัติอะไร เป็นแนวทางสำหรับการสอน ดังนั้น การจำลองสถานการณ์ที่มีคุณภาพสูงจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพได้ถูกต้องของการจำลองการสอนในงานพยาบาล

Ma, Han, Cui, Geng, Li, and Chu (2020, pp. 1-6) ได้ศึกษาการเตือนภัยความเสี่ยงล่วงหน้า และการควบคุมความปลอดภัยของอาหารที่ปรับปรุงการวิเคราะห์ให้ดีขึ้นด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ที่รวมวิธีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งความปลอดภัยของอาหารได้รับความสนใจอย่างมากทั่วโลก ดังนั้น คำเตือนด้านความปลอดภัยสามารถลดความตึงเครียดของสาธารณะชน และลดความเสี่ยงด้านอาหาร ในงานวิจัยนี้ ใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) ใช้เตือนภัยล่วงหน้า เพื่อตรวจสอบความปลอดภัยของอาหาร ในการบูรณาการการควบคุมคุณภาพในจังหวัด GuiZhou ประเทศจีน โดยน้ำหนักความสำคัญของความเสี่ยงจะกำหนดระดับอิทธิพลขององค์ประกอบในดัชนีแต่ละระดับ และทำให้ระดับแบ่งเป็นการดำเนินการ ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 กำหนดปัจจัยเสี่ยง $x_1, x_2 \dots x_n$ ขั้นตอนที่ 2 การประเมินความเสี่ยง โดย AHP ได้ค่าน้ำหนักของเอนโทรปี และผลการจัดอันดับความเสี่ยง $a_1, a_2 \dots a_n$ ขั้นตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์วิกฤตที่เกิดจากความเสี่ยง n และความน่าจะเป็นที่ไม่มีความเสี่ยง $p_1, p_2 \dots p_n$ ที่ได้มาจากข้อมูลสถิติ ขั้นตอนที่ 4 สร้างตารางความเสี่ยงหาความน่าจะเป็นที่มี

ส่วนช่วยให้เกิดความเสียง ขั้นตอนที่ 5 เมื่อได้ระดับความเสียงตามตารางความเสียง ให้มีการกำหนดปัจจัยควบคุมระดับความเสียง

Zhou and Yang (2020, pp. 616-623) ศึกษาการจัดการความเสียงในการกระจายพลังงานลม โดยใช้กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) ผ่านการทบทวนวรรณกรรม และการจัดอันดับความเสียงตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่ระบุความเสียงการลงทุนผลิตไฟฟ้าด้วยพลังงานลม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ความเสียงทางการเมือง ความเสียงทางเศรษฐกิจ ความเสียงทางสังคม และความเสียงด้านเทคนิค กระบวนการ AHP ถูกนำมาใช้เพื่อประเมินความเสียงในวงจรชีวิตของฟาร์มกังหันลม ใช้ลำดับชั้นของเกณฑ์เพื่อจำแนกความเสียงและลำดับชั้นของเกณฑ์ย่อยในโมเดล AHP ซึ่งกระบวนการ AHP สามารถแปลงปัญหาที่ซับซ้อนเป็นลำดับชั้นอย่างง่าย และมีความยืดหยุ่น เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณของความเสียงที่ซ่อนอยู่ทั้งชีวิต และวัฏจักรของโครงการพลังงานลม โดยมีขั้นตอน ดังนี้ 1) ระบุความเสียงที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม 2) ระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคเดลฟาย และจัดทำตรวจสอบของความเสียง 3) ดำเนินด้วยกระบวนการจัดทำ Diagramming หรือ Flow Chart 4) จากนั้น จัดทำแบบสอบถามเพื่อประเมินลำดับความเสียงด้วยผู้เชี่ยวชาญด้วยกระบวนการ AHP 5) ได้ผลกระทบจากการประเมิน ดังนั้น ในกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ ถ้า $C.R. > 0$ เมทริกซ์มีความสอดคล้องที่สมบูรณ์ และ $CR < 0.10$ แสดงว่าน้ำหนักเวกเตอร์ u เหมาะสม และสรุปว่า เมทริกซ์นั้น สอดคล้องกันอย่างน่าพอใจ ในการศึกษาที่ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 85 ข้อ สอบถามจาก 23 จังหวัด ในประเทศจีน จาก 26 ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้จัดการทั่วไป และ 27 คน เป็นผู้เชี่ยวชาญอาวุโส ในอุตสาหกรรมพลังงานทดแทน ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้จัดการ และผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี ในอุตสาหกรรมพลังงานลม ได้ลำดับชั้นที่ 1 เป็นเป้าหมาย คือ ความเสียงที่ละเอียดอ่อนที่สุดสำหรับฟาร์มกังหันลม คือ ความผันผวนของราคาไฟฟ้า และการเปลี่ยนแปลงของเงินอุดหนุน หรือความไม่แน่นอนของนโยบายพลังงาน นโยบายราคาพลังงานในประเทศจีนมีแนวโน้มลดลงทุกปี ลำดับชั้นที่ 2 เป็นความเสียงหลัก คือ ความเสียงทางเศรษฐกิจ มีความกังวลเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของโครงการ ความเสียงทางสังคมเป็นความเสียงที่สำคัญอันดับสองในลำดับชั้นของ PEST ลำดับชั้นที่ 3 เป็นความเสียงที่รองลงมา คือ ความเสียงด้านเทคนิค มีอิทธิพลต่ำในระบบฟาร์มกังหันลม

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยสรุปได้ว่า กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เป็นเทคนิคที่ช่วยในการตัดสินใจ ใช้ค้นหาคำตอบที่เหมาะสมที่สุด ช่วยให้ผู้ตัดสินใจเข้าใจปัญหาการตัดสินใจของตนเองมากยิ่งขึ้น มากกว่าการบอกว่าคำตอบไหนเป็น "คำตอบที่ถูกต้อง" เป็นกระบวนการหลังจากได้ข้อมูลจากการทำ Delphi จะตามด้วยกระบวนการ AHP เพื่อจัดลำดับความสำคัญให้สามารถตัดสินใจได้ถูกต้อง และเหมาะสมนั่นเอง

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าขั้นตอนการคำนวณของเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analysis Hierarchy Process: AHP) จะเป็นการประมวลตัวเลขทั้งสิ้น จึงมีโอกาสคำนวณผิดพลาดได้ หากมีโปรแกรมคอมพิวเตอร์ “Expert Choice” จะสามารถคำนวณได้เร็วขึ้น โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 – 10 คน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มเดิมจากการทำ Delphi เพื่อความต่อเนื่องทางความคิด

ขั้นตอนที่ 2 ทำเครื่องมือสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเปรียบเทียบค่าน้ำหนักและความสำคัญของข้อมูลเป็นรายคู่ด้วยแบบสอบถามในโปรแกรม Excel โดยมีการเปรียบเทียบรายคู่ของหลักการ เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ทั้งหมด ลงค่าใน Excel เพื่อตรวจสอบความถูกต้องหรือทวนความจำ

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูล โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ เพื่อจัดลำดับและน้ำหนัก ความสำคัญ และกำหนดน้ำหนักของข้อมูลทำการเปรียบเทียบน้ำหนักความสำคัญรายคู่ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ K.D. Goepel Version 15.09.2018 <https://bpmsg.com> ทำการเปรียบเทียบเกณฑ์ว่า เกณฑ์อะไรสำคัญที่สุด ตามด้วยตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาค่า C.R. < 0.10 หรือน้อยกว่า 10% หากค่ามากกว่า > 0.10 ต้องเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญใหม่ โดยมีโปรแกรมสำเร็จรูปโดยมี Paper รองรับการใช้งานโดยนำเข้าข้อมูลจากหลักการ เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ โดยใส่ Number ผู้เชี่ยวชาญในช่อง n = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ Input เป็นผู้เชี่ยวชาญคนที่ใส่ข้อมูลเสร็จ แล้วก็เก็บข้อมูลเป็นชุด

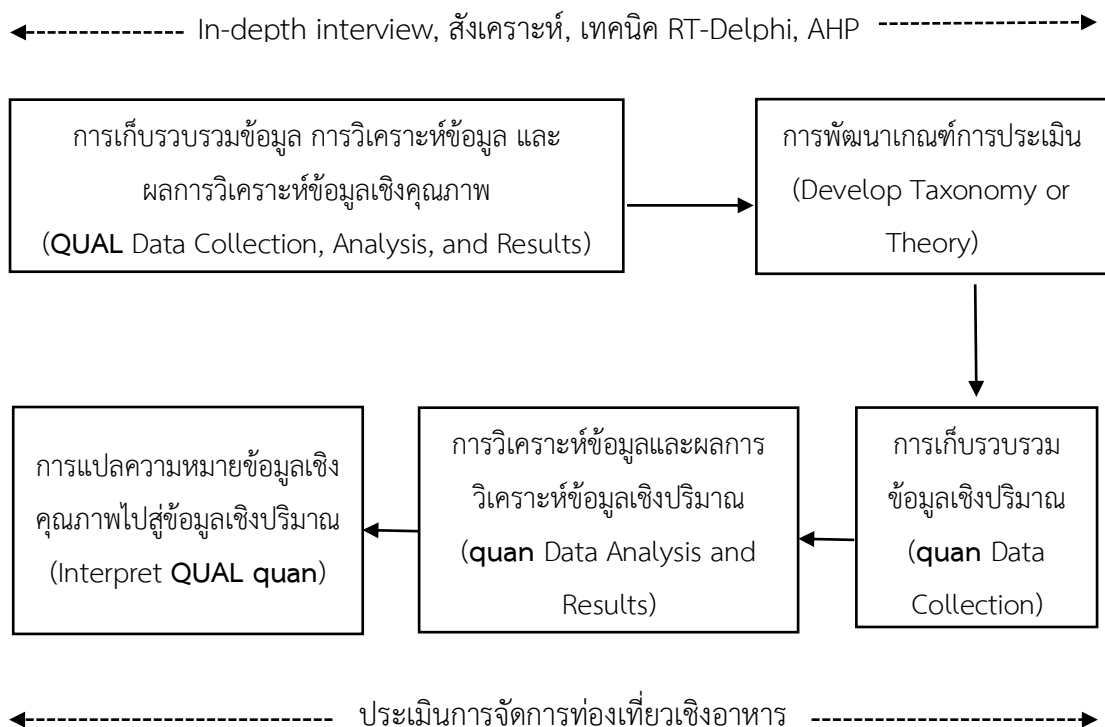
ขั้นตอนที่ 4 หลังจากนั้น ให้ลงข้อมูลใน Summary โปรแกรมจะสรุปข้อมูลของผู้เชี่ยวชาญทุกคนโดยค่า Consensus ต้องมากกว่า 75%



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research Design) ตามแบบผสมผสานหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods) (Creswell, 2014, pp. 574-577) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพนำการวิจัยเชิงปริมาณ (QUAL → quan) ในขั้นตอนการออกแบบการพัฒนาเกณฑ์การประเมิน (Theory – Development Design) (Edmonds & Kennedy, 2017, p. 204) ใช้การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi Technique) จำนวน 3 รอบ (Gnatzy et al., 2011; Gordon & Pease, 2006) และกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchy Process: AHP) (Saaty & Vargas, 2012, pp.1-20) ที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก การวิจัยเชิงปริมาณเป็นรอง เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีขั้นตอน ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 แบบแผนการวิจัยการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
(ดัดแปลงมาจาก Edmonds & Kennedy, 2017, p. 204)

จากภาพที่ 8 แสดงแบบแผนการวิจัยการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) ดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (QUAL Data Collection, Analysis, and Results) เริ่มต้นโดยการศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้ได้ประเด็น แนวโน้ม เป็นร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2. การพัฒนาเครื่องมือ (Develop Taxonomy or Theory) โดยการนำร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้จากข้อ 1 มาพัฒนาโดยใช้เทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน 3 รอบ ได้แก่ 1) RT-Delphi รอบที่ 1 ใช้ข้อคำถามปลายเปิด เพื่อเป็นแนวทางการสอบถามผู้เชี่ยวชาญ 2) RT-Delphi รอบที่ 2 ใช้แบบสอบถามมาตรฐานค่า 7 ระดับ วัดหาฉันทมติ (Consensus) โดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเทียบกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต 3) RT-Delphi รอบที่ 3 ใช้แบบสอบถามมาตรฐานค่า 7 ระดับ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบ เป็นการวัดหาฉันทมติ (Consensus) ของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต จากนั้นดำเนินการกำหนดน้ำหนักและความสำคัญโดยเทคนิคการตัดสินใจด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) จากผู้เชี่ยวชาญ ทำให้ได้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พร้อมกับการพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ซึ่งทำให้ผู้ประเมินมีความสะดวกในการใช้งาน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (quan Data Collection) โดยนำเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นจากข้อ 2 คือ เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปและแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quan Data Analysis and Results) นำข้อมูลที่ได้จากข้อ 3 มาคำนวณระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

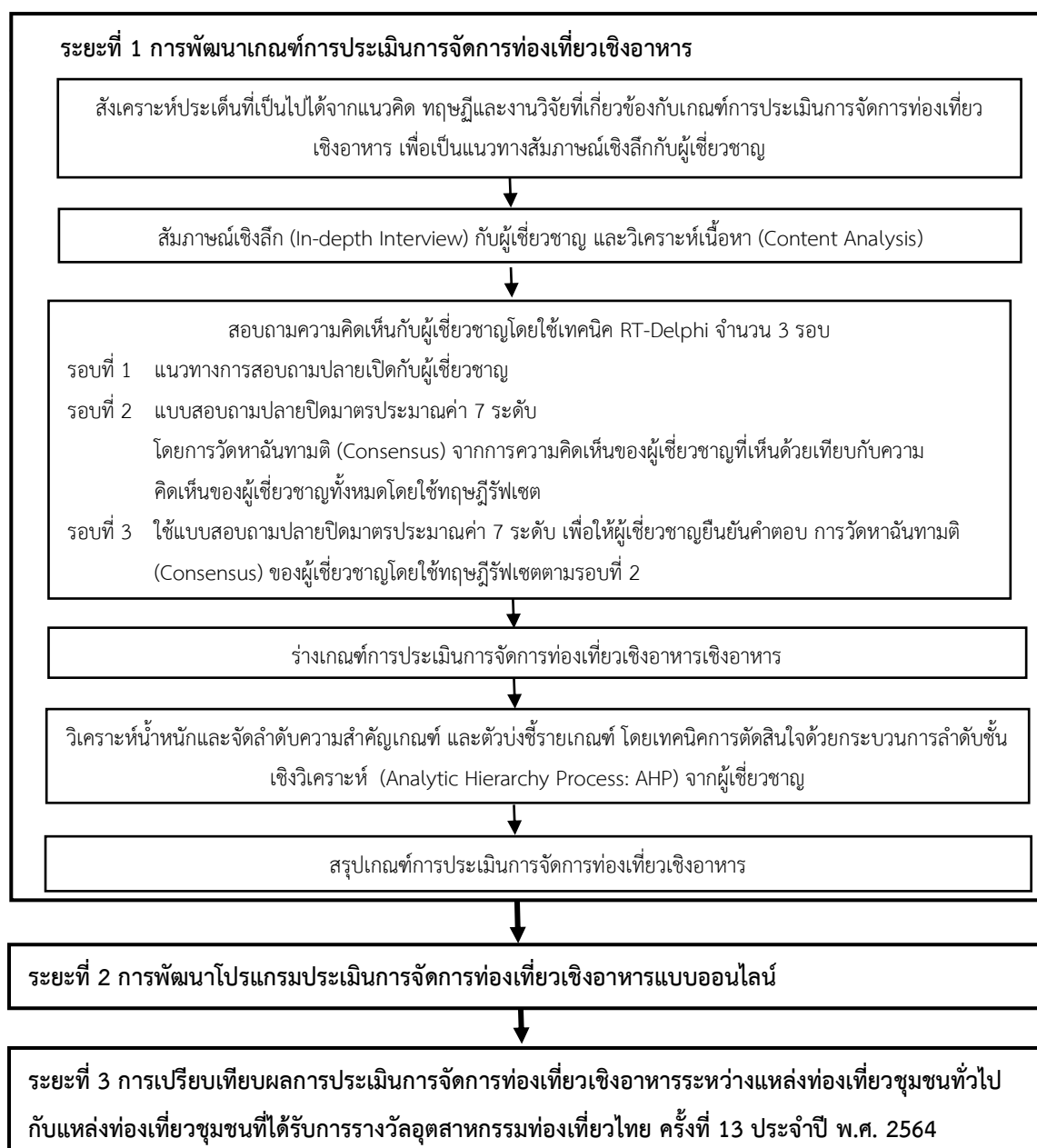
5. การแปลความหมายข้อมูลเชิงคุณภาพไปสู่ข้อมูลเชิงปริมาณ (Interpret QUAL quan) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยตามภาพที่ 9 แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้



ระยะที่ 1 การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ระยะที่ 3 การเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ประจำปี พ.ศ. 2564 ครั้งที่ 13 โดยใช้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้น



ภาพที่ 9 ระยะการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ระยะที่ 1 การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งการดำเนินงานเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สังเคราะห์ประเด็นที่เป็นไปได้โดยการศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในประเด็นแนวโน้มที่เป็นองค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้เพิ่มเติมกับผู้ทรงคุณวุฒิ มีการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. การศึกษาเอกสารแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงเกณฑ์มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับด้านอาหารและการท่องเที่ยว นำมาสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ขั้นตอนนี้ จะทบทวนแนวคิด ทฤษฎี เพื่อตอบปัญหาการวิจัย ด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการประยุกต์เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ เพื่อนำมาพัฒนาเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากแหล่งข้อมูลตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 48 รายการ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 รายการเอกสารและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
1	Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism	Bertan (2020)
2	A fuzzy segmentation study of gastronomical experience	Martín et al. (2020)
3	Global Aspects of the Gastronomic Trends and Innovations	Kliestik et al. (2021)

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
4	Is Gastronomy A Relevant Factor for Sustainable Tourism? An Empirical Analysis of Spain Country Brand	Vázquez-Martínez et al. (2019)
5	Managing Restaurant Attributes for Destination Satisfaction: What Goes beyond Food?	Erkmen (2019)
6	Motivations of the Culinary Tourist in the City of Trapani, Italy	Nicoletti et al. (2019)
7	Food tourism value: Investigating the factors that influence tourists to revisit	Rousta and Jamshidi (2019)
8	The Relationship between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective	Andrade-Suárez and Caamaño-Franco (2020)
9	Destination hospitality indicators	Chau and Yan (2021)
10	Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist	Pérez Gálvez et al. (2017)
11	Gastronomy and Tourism: Profile and Motivation of International Tourism in the City of Córdoba, Spain	Jiménez Beltrán et al. (2016)
12	Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture	Jiménez Beltrán et al. (2016)
13	A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain	Gómez et al. (2015)
14	Relationship between Consumer Motivation and the Gastronomic Experience of Olive Oil Tourism in Spain	Moral-Cuadra et al. (2020)

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
15	Cross-cultural representations of gastronomy among consumers in two Latin American countries	Rojas-Rivas et al. (2021)
16	Residents' Perception of Destination Quality: Key Factors for Sustainable Rural Development	Muresan et al. (2019)
17	Influence of the restaurant brand and gastronomy on tourist loyalty. A study in Cordoba (Spain)	Hernandez-Rojas et al. (2021)
18	รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง	สรีตา พันธุ์เทียน และคณะ (2560)
19	รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก	ญาดา ชอบทำดี และคณะ (2562)
20	การพัฒนารูปแบบเมืองแห่งอาหารการกินด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร	บัญชา พงษ์มานะวงศ์ และคณะ (2562)
21	แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ปฤณพร บุญรังษี และสันติธร ภูริภักดี (2562)
22	แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงการศึกษารวมชนชนานา อำเภอปากพะนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช	ปวิธ ต้นสกุล (2563)
23	ตัวแบบการจัดการคุณภาพเพื่อส่งเสริมคุณค่าในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน	วุทธิชัย ลิ้มอรุณทัย (2563)
24	การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี	พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์ (2561)
25	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กับการจัดการกิจกรรมให้มีอัตลักษณ์โดยเน้นเรื่องอาหารไทย	วงศ์วิภา โสสุวรรณจินดา และสุวารี นามวงศ์ (2562)
26	การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหาร เพื่อเป็นนวัตกรรมในการพัฒนา การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นของบ้านปางเกล้า อำเภอลำปาง	ปิ่นนัทธ์ กัลยา และกนกอร ศิริจิตติ (2562)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
27	การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหาร พื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย	ณิชนน ภมร และ พัทธี ตันติวิภาวิน (2563)
28	แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการ ธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ต เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร	ชัยนันต์ ไชยเสน (2562)
29	การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มท่องเที่ยว เขต Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง) เพื่อสร้างขีด ความสามารถทางการแข่งขันในการเปิดเสรีการค้าอาเซียน	ณปภา หอมหวล และคณะ (2562)
30	การท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร	เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560)
31	ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน	หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และ รักษพงศ์ วงศาโรจน์ (2558)
32	รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำปึง ทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ ชุมชนบ้าน เสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์	อุทิศ ทาหอม และคณะ (2561)
33	ตัวชี้วัดมาตรฐานการจัดการการตลาดร้านอาหารไทยสู่ตลาด อาเซียน	ปริญ ลักษิตามาต (2559)
34	อาหารริมทางภูเก็ต: รูปแบบอาหารริมทางและวิถีสร้างสรรค์ เสน่ห์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต	ชัยนันต์ ไชยเสน (2563)
35	องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทาง การตลาดบริการ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิง อาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก	ภูริ ชุณหะวัณ และ ชลลีย์ ณ ถลาง (2564)
36	รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร	จุฑามาศ ไพร์พัชระ และ คณะ (2561)

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
37	การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทยมุสลิม	วรวิทย์ วชิรวรกุลชัย และ นพพร จันทรนาชู (2561)
38	มาตรฐานเรือภัตตาคาร (Diner Cruise Standard)	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2556)
39	มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (Food Service Standard for Tourism)	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2556)
40	มาตรฐานการบริการอาหารฮาลาลเพื่อการท่องเที่ยว	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2555)
41	มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป) (Souvenirs Shop Service Standard for Tourism).	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2557)
42	มาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว (Street food for Tourism Standard)	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา (2561)
43	คู่มืออาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste)	กรมอนามัย กระทรวง สาธารณสุข (2556)
44	เกณฑ์รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2564)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ลำดับ	รายการเอกสาร	แหล่งที่มาของข้อมูล
45	มิชลิน ไกด์ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ตและพังงา 2021	Michelin Travel Partner. (2564)
46	เกณฑ์การให้รางวัลเชลล์ชวนชิม	เชลล์ชวนชิม (2564)
47	เกณฑ์การให้ตรารับรองสัญลักษณ์ Thai SELECT	กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564)
48	แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 (OTOP Product Champion : OPC)	กรมการพัฒนาชุมชน (2562)

ผู้วิจัยนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น สังเคราะห์เป็นเนื้อหาและแนวโน้มนที่เป็นไปได้ สำหรับใช้พัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามตารางที่ 15

ตารางที่ 15 (ต่อ)

	ประเด็นแนวโน้มนโยบาย	แหล่งที่มาของข้อมูล												รวม
		25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
1	ผลิตภัณฑ์อาหาร /คุณภาพอาหารพื้นเมือง (วัตถุดิบ รสชาติ ส่วนผสม เครื่องปรุง)					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7
2	การให้บริการ/การบริหารและการต้อนรับ/คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยว	✓				✓		✓		✓		✓	✓	7
3	สถานที่ ที่นี้ แหล่งท่องเที่ยว/บรรยากาศ/การตกแต่ง				✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	6
4	การตลาด การส่งเสริมการตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	✓				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9
5	ความสะดวกสบาย						✓			✓		✓		3
6	วิถีชีวิตและวัฒนธรรม /ประเพณี /เอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม									✓		✓	✓	2
7	การตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม				✓					✓		✓		2
8	การบริหารจัดการ การจัดการผ่านระบบเทคโนโลยี สร้างกฎระเบียบเพื่อบริหารจัดการ	✓			✓			✓				✓	✓	5
9	การพัฒนาบุคลากร/บุคลากร		✓		✓	✓						✓	✓	6
10	การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร/กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓										✓		3
11	เครือข่ายพันธมิตร/ความร่วมมือ /การพัฒนาธุรกิจอาหารและเครือข่าย				✓	✓						✓		4
12	แรงจูงใจ ทักษะคิด ยารมณ์ ความรู้สึก คุณค่าการท่องเที่ยว						✓				✓			2
13	ชุมชนเข้มแข็ง/การมีส่วนร่วมของชุมชนในชุมชน การจัดการองค์ความรู้	✓		✓	✓		✓							4
14	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ /การสร้างมูลค่าเพิ่ม				✓		✓					✓		4
15	เศรษฐกิจ /องค์ประกอบเศรษฐกิจ/สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	✓												1
16	ภาษาและอุปกรณ์						✓							1
17	การผลิต									✓				1
18	การจัดการคุณภาพ											✓	✓	2

ตารางที่ 15 (ต่อ)

	ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้	แหล่งที่มาของข้อมูล												รวม
		37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	
1	ผลิตภัณฑ์อาหาร /คุณภาพอาหารพื้นเมือง (วัตถุดิบ รสชาติ ส่วนผสม เครื่องปรุง)	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	8	
2	การให้บริการ/การบริหารและการต้อนรับ/คุณภาพการบริหารด้านการท่องเที่ยว		✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓	7	
3	สถานที่ พื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว/บรรยากาศ/การตกแต่ง		✓		✓	✓				✓		✓	6	
4	การตลาด การส่งเสริมการตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี		✓					✓	✓			✓	3	
5	ความสะดวกสบาย		✓	✓	✓	✓	✓	✓			✓		6	
6	วิถีชีวิตและวัฒนธรรม /ประเพณี /เอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	✓											1	
7	การตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม		✓	✓	✓		✓	✓					5	
8	การบริหารจัดการ การจัดการผ่านระบบเทคโนโลยี สร้างกฎระเบียบเพื่อบริหารจัดการ					✓							1	
9	การพัฒนาบุคลากร/บุคลากร			✓	✓		✓						3	
10	การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร/กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	✓											1	
11	เครือข่าย/พันธมิตร/ความร่วมมือ /การพัฒนาธุรกิจอาหารและเครือข่าย	✓											1	
12	แรงจูงใจ ทัศนคติ อารมณ์ ความรู้สึก คุณค่าการท่องเที่ยว												0	
13	ชุมชนเข้มแข็ง/การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การจัดการองค์ความรู้	✓					✓					✓	3	
14	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ /การสร้างมูลค่าเพิ่ม	✓										✓	2	
15	เศรษฐกิจ /องค์ประกอบเศรษฐกิจ/สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	✓											1	
16	ภาษา/อุปกรณ์			✓	✓								2	
17	การผลิต											✓	1	
18	การจัดการคุณภาพ												0	

จากตารางที่ 15 ผู้วิจัยสรุปผลความถี่ที่ได้จากประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จำนวน 48 แหล่งที่มาของข้อมูล ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 สรุปผลความถี่ที่ได้จากประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	รวม
1. ผลิตภัณฑ์อาหาร /คุณภาพอาหารพื้นเมือง (วัตถุดิบ รสชาติ ส่วนผสม เครื่องปรุง)	32
2. การให้บริการ/การบริการและการต้อนรับ/คุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยว	29
3. สถานที่ พื้นที่ แหล่งท่องเที่ยว/บรรยากาศ/การตกแต่ง	25
4. การตลาด การส่งเสริมการตลาด ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	25
5. ความสะอาด ความปลอดภัย	19
6. วิถีชีวิตและวัฒนธรรม /ประเพณี /เอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	17
7. การตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม	16
8. การบริหารจัดการ การจัดการผ่านระบบเทคโนโลยี สร้างกฎระเบียบเพื่อบริหารจัดการ	13
9. การพัฒนาบุคลากร/บุคลากร	11
10. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร/กิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	10
11. เครือข่าย/พันธมิตร/ความร่วมมือ /การพัฒนาธุรกิจอาหารและเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	10
12. แรงจูงใจ ทศนคติ อารมณ์ ความรู้สึก คุณค่าการท่องเที่ยว	10
13. ชุมชนเข้มแข็ง/การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การจัดการองค์ความรู้	9
14. การพัฒนาผลิตภัณฑ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ /การสร้างมูลค่าเพิ่ม	8
15. เศรษฐกิจ /องค์ประกอบเศรษฐกิจ/สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ	6
16. ภาชนะ/อุปกรณ์	4
17. การผลิต	3
18. การจัดการคุณภาพ	2

จากตารางที่ 16 ผลการสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ปรากฏว่า มีองค์ประกอบตามแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 18 ประเด็น แต่สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของ



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นกระบวนการ Bottom-Up Approach โดยลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-end Question) ในลักษณะกึ่งโครงสร้าง แล้วนำผลของการสัมภาษณ์เชิงลึก ที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) โดยการวัดความถี่ของคำ หรือข้อความคำตอบของผู้ให้สัมภาษณ์ (Bordens & Abbott, 2018, pp. 251-255; Beins & McCarthy, 2012, p. 264; ชาย โพธิสิตา, 2554, หน้า 239-286) ซึ่งเป็นผลการสัมภาษณ์เชิงลึก เบื้องต้น ก่อนจะนำไปยกร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไป ผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 5 คน และผู้ที่มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น หรือเชฟชุมชน จำนวน 4 คน เลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามเกณฑ์จำนวนของผู้ให้ข้อมูลขั้นต่ำกรณีเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ต้องไม่น้อยกว่า 8 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลครบถ้วนอิมตัว (ชาย โพธิสิตา, 2554; Nastasi & Schensul, 2005, pp. 177-195) และกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 คุณสมบัติของผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มทรงคุณวุฒิที่สัมภาษณ์เชิงลึก		คุณสมบัติ
กลุ่มที่ 1	กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวัดคู่บิณฑบาตในท้องถิ่นและจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 คน ภาคเหนือ 1 คน ภาคกลาง 1 คน ภาคตะวันออก 1 คน และภาคใต้ 1 คน เพื่อเป็นตัวแทนทั่วประเทศ จำนวน 5 คน
กลุ่มที่ 2	กลุ่มผู้มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น	เป็นผู้ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นปราชญ์ชาวบ้านด้านอาหาร หรือด้านแปรรูปอาหาร หรือโภชนาการ หรือเชฟชุมชน ที่มีความสนใจและเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 4 คน

3. ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในประเด็นแนวโน้มองค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาสรุปเพื่อยกร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้ได้ประเด็นที่สามารถนำไปจัดทำเป็นแนวทางแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ในรอบที่ 1 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 หลังจากกระบวนการ Bottom-Up Approach หรือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำนวน 9 คน ได้เป็นร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้ว ก็นำไปจัดทำเป็นแนวทางแบบสอบถามปลายเปิดในการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ รอบที่ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาใช้เป็นฐานแนวคิดในการตอบแบบสอบถาม เพื่อพัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการดำเนินการแบบ Top-Down Approach ด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi Technique) จำนวน 3 รอบ (Gnatzy et al., 2011; Gordon & Pease, 2006) ด้วยการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน และวัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีเซตหยาบ (Rough Set Theory) (สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดรัมย์, 2559)

การสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน 3 รอบ โดยกำหนดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 18 คน เพื่อเป็นตัวแทนตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญของ MacMillan (1971) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 คน กลุ่มอาจารย์สอนระดับมหาวิทยาลัย จำนวน 5 คน กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน โดยต้องมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงานด้านอาหาร หรือการท่องเที่ยว ไม่น้อยกว่า 5 ปี มีความรู้ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 2 อาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ที่มีผลงานทางวิชาการ หรือประสบการณ์สอนในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ด้านอาหาร การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 5 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี มีความรู้ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 3 ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 3 ปี ตามความรู้ ความสามารถ หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

กลุ่มที่ 4 ผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ดังนี้ ภาคกลาง 1 คน ภาคเหนือ 1 คน ภาคตะวันออก 1 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 1 คน และภาคใต้ 1 คน เพื่อครอบคลุมทั่วประเทศ ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารและได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี

ซึ่งการคัดเลือกขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ทำให้ความคลาดเคลื่อนของข้อมูลน้อยที่สุด จนวนอยู่ในระดับคงที่ ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ขนาดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ	ความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
1-5	1.20 - 0.70	0.50
6-9	0.70 - 0.58	0.12
10-13	0.58 - 0.54	0.04
14-17	0.54 - 0.50	0.02
18-21	0.50 - 0.48	0.02
22-25	0.48 - 0.46	0.02
26-29	0.46 - 0.44	0.02

ที่มา: MacMillan (1971, p. 11)

ดังนั้น การตอบแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi Technique) ในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผู้วิจัยออกแบบระบบการสอบถามความคิดเห็น และรายงานผลแบบสอบถามให้มีการกำหนดสิทธิกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเข้ามาตอบคำถามเป็นรายบุคคล เพื่อรักษาคุณลักษณะของเทคนิคเดลฟาย คือ การไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ตอบ (Anonymity) (Heiko, 2012) โดยผู้วิจัยได้พัฒนาโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิควิจยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-time Delphi) จำนวน 3 รอบ ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 1 ออกแบบโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิควิจยเดลฟายแบบเรียลไทม์ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ด้วยโปรแกรม PHP และ Database MySQL Server โดยสามารถใช้งานโปรแกรมผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/>

ขั้นตอนย่อยที่ 2 ทดสอบโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิควิจยเดลฟายแบบเรียลไทม์ก่อนการใช้งานจริง (Pilot test) โดยผู้ทดสอบจำนวน 5 คน ผู้วิจัยได้นำผลการทดสอบ และข้อเสนอแนะ รวมทั้งข้อผิดพลาดที่ได้จากการทดสอบโปรแกรมสำรวจฯ แก้ไขปรับปรุงโปรแกรมให้พร้อมใช้งาน

การสอบถามความคิดเห็นด้วยเทคนิคการวิจยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT - Delphi) จำนวน 3 รอบ มีการรายงานผลการตอบแบบสอบถาม หรือสามารถเข้าเว็บไซต์ดูผลการตอบแบบสอบถามได้

ในทันทีที่ผลการตอบของตนเอง (ผลรายบุคคล) และผลการตอบของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 18 คน ในภาพรวมแบบไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ตอบ (ผลรวม) ซึ่งสามารถประมวลผลทันทีแบบเรียลไทม์ ผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/>

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน 3 รอบ โดยใช้การวัดฉันทามติด้วยทฤษฎีเซต (Rogh Set Theory) ดังนี้

1. RT-Delphi รอบที่ 1

1.1 สร้างแนวทางการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบปลายเปิดทางออนไลน์ (Open-Ended Questionnaire Online) ในรอบที่ 1 นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และให้ข้อเสนอแนะ ก่อนส่งให้ผู้เชี่ยวชาญเพื่อสอบถามความคิดเห็น และผู้เชี่ยวชาญให้ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้งานผ่านโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิควิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT - Delphi) บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> ในการพิจารณาชุดข้อมูลของเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณาของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยแนวทางการสอบถามทางออนไลน์ รอบที่ 1 แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็น และอธิบายถึงเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าควรมีกี่เกณฑ์ ประกอบด้วยเกณฑ์อะไรบ้าง ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็น และอธิบายถึงตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าควรมีกี่ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วยตัวบ่งชี้อะไรบ้าง

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1.2 จัดส่งรายงานผลการศึกษาที่ได้จากการสังเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นโครงร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อเป็นเอกสารประกอบให้ผู้เชี่ยวชาญได้ศึกษาล่วงหน้า ผ่านทาง e-mail หรือ Line ของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายบุคคล ก่อนตอบแบบสอบถามแบบไม่ขึ้นนำ แนวทางการตอบแบบสอบถามนั้นจะเพิ่มประเด็นแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

1.3 ส่งแนวทางการสอบถามความคิดเห็น รอบที่ 1 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญใช้ในการพิจารณาตอบหรือให้ข้อมูลผ่านทางออนไลน์ พร้อมคำชี้แจงโครงร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และสภาพปัจจุบันขององค์ความรู้ (State of The Art) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำแบบสอบถามในลักษณะปลายเปิดตามระยะเวลาที่กำหนด โดยการส่ง

เป็น Link พร้อม VDO วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 1 ให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นรายบุคคลทาง e-mail หรือ Line ได้ใช้งานโปรแกรมโดยการตอบแบบสอบถามผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> และนำผลการตอบในรอบที่ 1 ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมารวบรวมความคิดเห็นที่ได้สอบถามผู้เชี่ยวชาญผ่านทาง แล้วนำมาสรุปสะสม (Cumulative Summarization Technique) โดยวัดความถี่ของคำวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ได้แก่ การจัดกลุ่ม (Grouping) ประเด็นที่เป็นไปได้เป็นองค์ประกอบเป็นชุดข้อมูล ประกอบด้วย เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ เพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นปลายปิดมาตรฐานค่า 7 ระดับ ในรอบที่ 2

2. RT-Delphi รอบที่ 2

2.1 นำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 ไปสร้างเป็นแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2 เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติขององค์ประกอบของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นแบบสอบถามออนไลน์แบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaire Online) ซึ่งประกอบด้วย เกณฑ์ และตัวบ่งชี้ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ (Rating Scale) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามออนไลน์ ผ่านโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> จากนั้นนำแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา และให้ข้อเสนอแนะ ก่อนส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม เพื่อสอบถามความคิดเห็นในรอบที่ 2

2.2 แบบสอบถามความคิดเห็น รอบที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ความเหมาะสมขององค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตอนที่ 3 ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติขององค์ประกอบของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สำหรับแบบสอบถามที่สร้างขึ้นกำหนดระดับการแสดงความคิดเห็นเป็นแบบมาตรฐานประมาณค่า 7 ระดับ แต่ละระดับมีความหมายดังนี้ (Lewis, 1993 cited in Habibi et al., 2014)

- 1 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับน้อย
- 3 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับค่อนข้างน้อย
- 4 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับปานกลาง

5 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับค่อนข้างมาก

6 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับมาก

7 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติระดับมากที่สุด

2.3 ส่งแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ ผ่านทาง e-mail หรือ Line โดยการส่งเป็น Link แบบสอบถามออนไลน์ให้ผู้เชี่ยวชาญตอบผ่านโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> พร้อม VDO วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 2

2.4 รวบรวมและสรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติขององค์ประกอบของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากแบบสอบถามออนไลน์ในรอบที่ 2 โดยให้โปรแกรมคำนวณหาฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต ผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> พื้นที่ที่มีการตอบจากผู้เชี่ยวชาญ ตามกระบวนการ 5 ขั้นตอน ดังนี้ (สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดรัมย์, 2559)

ขั้นที่ 1 กำหนดคุณสมบัติ จำแนกคุณสมบัติ และผลลัพธ์คุณสมบัติตามการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

1.1 กำหนดคุณสมบัติ 2 คุณสมบัติ คือ ความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2)

1.2 จำแนกคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) โดยใช้มาตรประมาณค่า 7 ระดับ ดังนี้

1 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อย

3 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

4 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง

5 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก

6 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

7 หมายถึง มีความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับมากที่สุด

1.3 ผลลัพธ์คุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) และความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2)

1-4 หมายถึง ไม่เห็นด้วย คือ ความเหมาะสม/ ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับน้อยที่สุด (1) ถึงระดับปานกลาง (4)

5-7 หมายถึง เห็นด้วย คือ ความเหมาะสม/ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (5) ถึงระดับมากที่สุด (7)



96511980

ขั้นที่ 2 แสดงตารางการตัดสินใจตามทฤษฎีกราฟเซต ซึ่งแบ่งผลลัพธ์เป็นเซตของข้อมูล

2 อย่าง คือ การประมาณค่าขอบเขตล่าง (Lower Approximation) และการประมาณค่าขอบเขตบน (Upper Approximation)

2.1 การประมาณค่าขอบเขตล่าง เป็นเซตของข้อมูลของสิ่งที่สนใจทั้งหมด หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าเห็นด้วยกับตัวบ่งชี้หรือข้อคำถาม

$$\text{Lower Approximation} = \{x \in U: [x] R \subseteq X\}$$

2.2 การประมาณค่าขอบเขตบน (Upper Approximation) เป็นเซตของข้อมูลที่มีความคลุมเครือ หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าไม่เห็นด้วยกับตัวบ่งชี้หรือข้อคำถาม

$$\text{Upper Approximation} = \{x \in U: [x] R \cap X \neq \emptyset\}$$

ขั้นที่ 3 กำหนดกฎการตัดสินใจ (d) ตามทฤษฎีกราฟเซตของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมี

3 เงื่อนไข ดังนี้

3.1 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และ คุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 1 (agree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นเห็นด้วย (Lower Approximation)

3.2 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และ คุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 0 (disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation)

3.3 อื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ ได้แก่

3.3.1 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) เห็นด้วย (Scale 5-7) และ คุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 2 (disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation)

3.3.2 ถ้าคุณสมบัติความเหมาะสม (a_1) ไม่เห็นด้วย (Scale 1-4) และ คุณสมบัติความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (a_2) เห็นด้วย (Scale 5-7) จำแนกให้อยู่ในเซตการตัดสินใจ (d) = 2 (disagree) หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญคนนั้นไม่เห็นด้วย (Upper Approximation)

ขั้นที่ 4 คำนวณค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) โดยหาได้จากการนำจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วย (Lower Approximation) กับข้อคำถามหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ขั้นที่ 5 กำหนดเกณฑ์การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต คือ ค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (QL) ซึ่งมี 2 เกณฑ์ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 เกณฑ์การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต

การวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต	เกณฑ์ (Criteria)
ค่าคุณภาพของการประมาณ ขอบเขตล่าง (QL)	QL < 0.75 ไม่ได้รับฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ QL ≥ 0.75 ได้รับฉันทามติจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

$$QL = \frac{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นด้วย}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}} \quad (4)$$

สรุปผลการวัดฉันทามติ RT-Delphi รอบ 2 ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญโดยการวัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต $Q \geq 0.75$

3. RT-Delphi รอบที่ 3

3.1 จัดทำเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ที่ได้จากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 และวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ตามแบบสอบถามแบบปลายปิดออนไลน์ (RT-Delphi รอบที่ 2) ลักษณะแบบมาตรประมาณค่า 7 ระดับที่ผ่านการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญโดยการวัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต $Q \geq 0.75$

3.2 นำมาสร้างแบบสอบถามปลายปิดในรอบที่ 3 ข้อความเหมือนรอบที่ 2 โดยแสดงเฉพาะเกณฑ์และตัวบ่งชี้ที่ผ่านฉันทามติในรอบที่ 2 เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันและให้ข้อเสนอแนะต่างกันตรงที่มีการใส่ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ซึ่งแสดงผลการวัดฉันทามติเป็นค่าสถิติของกลุ่มและคำตอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน และให้ผู้เชี่ยวชาญยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบใหม่ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาให้ความเห็นชอบ ประกอบด้วย 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 โปรดยืนยันคำตอบขององค์ประกอบของเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตอนที่ 2 โปรดยืนยันคำตอบตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตอนที่ 3 โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะร่างเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3.3 ส่งแบบสอบถามแบบปลายปิดออนไลน์ รอบที่ 3 ให้ผู้เชี่ยวชาญผ่านทาง e – mail หรือ Line โดยส่งเป็น Link แบบสอบถามออนไลน์ให้ผู้เชี่ยวชาญตอบผ่านโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> พร้อม VDO

วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 3 และโทรแจ้งผู้เชี่ยวชาญทราบ เพื่อให้เวลาผู้เชี่ยวชาญได้ตอบแบบสอบถามต่อไป

3.4 รวบรวมและสรุปความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติขององค์ประกอบของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้จากแบบสอบถามออนไลน์ในรอบที่ 3 ซึ่งโปรแกรมคำนวณวัดหาฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีรีฟเซต ผ่านเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> พื้นที่ที่มีการตอบจากผู้เชี่ยวชาญ ตามขั้นตอนในรอบที่ 2

ผู้วิจัยสรุปชุดข้อมูลของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-time Delphi Technic: RT-Delphi) และด้วยวิธีการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีรีฟเซต (Rough Set Theory)

ขั้นตอนที่ 3 การจัดลำดับความสำคัญของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ตามกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchical Process: AHP)

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้จากการดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 มาสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามโดยใช้เทคนิค RT-Delphi มาจัดเป็นแบบสอบถามเพื่อจัดลำดับน้ำหนักของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจากแบบสอบถาม และดำเนินการตามกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (Analytic Hierarchical Process: AHP) (Saaty & Vargas, 2012, pp. 7-12) ดังนี้

1. การกำหนดผู้เชี่ยวชาญในการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกลุ่มเดียวกับผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ในเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (Real-Time Delphi: RT-Delphi) โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 คน จากจำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 18 คน ดังนี้

- 1.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 1 คน
- 1.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย จำนวน 2 คน
- 1.3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน

1.4 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน

2. ผู้วิจัยนำชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ผ่านการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มาสร้างแบบสอบถามในการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดลำดับและให้น้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ลักษณะของแบบสอบถามออนไลน์เป็นแบบปลายปิด (Close-Ended Questionnaire Online) แล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อเสนอแนะ



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

และปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องตามข้อเสนอแนะ หลังจากนั้น ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแบบสอบถามผ่านทาง Line ซึ่งเป็นกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) ที่สร้างขึ้น โดยมีเนื้อหาเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แต่ละคู่

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แต่ละคู่

3. ส่งแบบสอบถามการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสอบถามความคิดเห็นในการจัดลำดับและให้น้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลเกณฑ์และตัวบ่งชี้ผ่านทาง Line และโทรแจ้งให้ผู้เชี่ยวชาญให้ทราบ เพื่อให้เวลาตอบแบบสอบถามต่อไป จากนั้นรวบรวมความคิดเห็นการสอบถามออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญ จัดเตรียมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลหาลำดับความสำคัญ (Priority) และเปรียบเทียบหาค่าความสำคัญในแต่ละคู่ (Pairwise Comparisons) ของชุดข้อมูลเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่จนครบทุกคู่ ได้แก่ คู่ของเกณฑ์ และคู่ของตัวบ่งชี้ (วิฑูรย์ ตันศิริคงคล, 2557, หน้า 5) โดยสามารถคำนวณจำนวนคู่การเปรียบเทียบได้จากสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$(n^2 - n) / 2 \quad (5)$$

โดยที่ n = จำนวนปัจจัยที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ

เช่น ถ้าผู้วิจัยมีจำนวนเกณฑ์ 9 เกณฑ์ จะได้จำนวนคู่ในการเปรียบเทียบเท่ากับ $(9^2 - 9) / 2 = 36$ คู่

4. นำผลคำตอบจากผู้เชี่ยวชาญมาวิเคราะห์ค่าน้ำหนักดัชนีความสอดคล้องและค่าอัตราความสอดคล้อง โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาวิเคราะห์ โดยนำค่าน้ำหนักความสำคัญที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมาเขียนในรูปแบบของเมทริกซ์ เพื่อคำนวณหาค่าน้ำหนักในแต่ละเกณฑ์และตัวบ่งชี้หลังจากนั้นหาดัชนีความสอดคล้อง (Consistency Index: CI) และค่าอัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio: CR) ในระดับที่สอง (โดยการใช้ทฤษฎีของไอเกนเวคเตอร์ มาช่วยในการวิเคราะห์) เพื่อทดสอบผลการเปรียบเทียบรายคู่ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ (Saaty & Vargas, 2012, p. 9) โดยมี 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

4.1 การคำนวณค่า $\lambda_{\max}$ คือ ค่าที่คำนวณได้จากการนำเอาผลรวมของค่าวินิจัยของแต่ละเกณฑ์และตัวบ่งชี้ในแถวแต่ละแถว มาคูณด้วยผลรวมค่าเฉลี่ยในแถวบนแต่ละแถวแล้วนำเอา



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลคูณที่ได้มารวมกัน ผลลัพธ์ที่ได้จะเท่ากับจำนวนเกณฑ์และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ทั้งหมดที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ

4.2 คำนวณหาดัชนีความสอดคล้อง (Consistency Index: CI) ได้จากสูตร

$$CI = (\lambda_{\max} - n) / (n - 1) \quad (6)$$

โดยที่ $\lambda_{\max}$ = ผลคูณของผลรวมของค่าวินิจฉัยของแต่ละปัจจัยในแถว
แต่ละแถวกับผลรวมค่าเฉลี่ยในแถวบนแต่ละแถว

(Maximum Eigenvalue)

n = จำนวนปัจจัยทั้งหมดที่ถูกนำมาเปรียบเทียบ (Size of Matrix)

4.3 หาดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Index Value: RI) โดยที่ค่า RI ได้จากการรวบรวมของ Oak Ridge National Laboratory และคณะทำงาน เป็นค่าที่ขึ้นอยู่กับขนาดของเมทริกซ์ ตั้งแต่ 1x1 จนถึง 10x10 ผลของค่า RI (Saaty & Vargas, 2012, p. 9) ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าของดัชนีความสอดคล้องตามขนาดของเมทริกซ์

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	.00	.00	.52	.89	1.11	1.25	1.35	1.40	1.45	1.49

4.4 คำนวณหาค่าความสอดคล้องกันของเหตุผล คือ การหาอัตราส่วนเปรียบเทียบระหว่างค่า CI ที่คำนวณได้จากตารางเมทริกซ์ กับค่า RI ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างจากตารางค่า CR หาได้จากสูตร ดังนี้

$$CR = CI / RI \quad (7)$$

โดยที่ CR = ค่าอัตราส่วนความสอดคล้อง (Consistency Ratio)

CI = ดัชนีวัดความสอดคล้อง (Consistency Index)

RI = ดัชนีความสอดคล้องเชิงสุ่ม (Random Index Value)

สำหรับเกณฑ์การพิจารณา กำหนดให้ค่า $CR \leq 0.10$ หรือ 10% จึงจะถือว่าผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ขององค์ประกอบชุดของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ตามเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น มีความสอดคล้องกันอย่างเป็นเหตุเป็นผลและอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถยอมรับ

4.5 สรุปผลการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญจากชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำไปกำหนดเป็นค่าน้ำหนัก (Weighted) และวิธีการให้คะแนนของตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณาต่อไป

4.6 สรุปเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผู้วิจัยจัดทำเกณฑ์พิจารณาโดยสังเคราะห์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จัดทำเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ และจัดทำวิธีการประเมินตัวบ่งชี้ เพื่อนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาให้ข้อเสนอแนะ แล้วนำมาสรุปเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ และการพิจารณาเกณฑ์การพิจารณา

ผลจากการสรุปการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) แล้วจากนั้นจึงพัฒนาเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighted) ของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณา ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weight Sum Model) และจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามขั้นตอน ดังนี้ (สุพจน์ นาคสวัสดิ์ และคณะ, 2558)

เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ (Indicator Score: IS) พิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณาว่า “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” โดยมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากการพิจารณาจำนวนเกณฑ์การพิจารณา ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ (Indicator Score)				
ตัวบ่งชี้ที่มี	ตัวบ่งชี้ที่มี	ตัวบ่งชี้ที่มี	ตัวบ่งชี้ที่มี	คะแนนที่ได้
2	3	4	5	
เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การพิจารณา	
ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	ไม่มีการดำเนินการ	0 คะแนน
ดำเนินการ 1 ข้อ	ดำเนินการ 1-2 ข้อ	ดำเนินการ 1-3 ข้อ	ดำเนินการ 1-3 ข้อ	1 คะแนน
ดำเนินการ 2 ข้อ	ดำเนินการ 3 ข้อ	ดำเนินการ 4 ข้อ	ดำเนินการ 4-5 ข้อ	2 คะแนน

ที่มา: สุพจน์ นาคสวัสดิ์ และคณะ, 2558

ในการวิจัยเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ใช้ตัวบ่งชี้ที่มี 5 เกณฑ์การพิจารณา คำนวณคะแนน ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model) มีขั้นตอนในการคำนวณ ดังนี้

- 1) นำคะแนนตัวบ่งชี้ (คะแนนดิบ (คะแนนเต็ม) เท่ากับ 2 คะแนน) ที่ประเมินได้ไปตามตารางที่ 21 คูณกับค่าถ่วงน้ำหนัก (Weighted) ของแต่ละตัวบ่งชี้
- 2) นำคะแนนที่ได้ทั้งหมดตามข้อที่ 1) มารวมกัน เพื่อหาคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามสูตรการคำนวณนี้

$$\sum_{(i=1,n)} (W_i IS_i) = W_1 IS_1 + W_2 IS_2 + \dots W_n IS_n \quad (8)$$

โดย $\sum$ หมายถึง ผลรวมถ่วงน้ำหนักของคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
 n หมายถึง จำนวนตัวบ่งชี้
 W หมายถึง น้ำหนักของตัวบ่งชี้ (Weighted)
 IS หมายถึง คะแนนที่ได้จากการประเมินของตัวบ่งชี้ (Indicator Score)

วิธีการคำนวณการจัดระดับคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีขั้นตอน ดังนี้

- 1) คำนวณช่วงความกว้างอันตรภาคชั้นของระดับคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยสูตรการคำนวณ ดังนี้

1. คำนวณช่วงความกว้างอันตรภาคชั้นของระดับผลคะแนนการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยสูตรคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างอันตรภาคชั้นของระดับผลการประเมิน} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{ช่วงระดับคะแนน}} \quad (9) \\ &= (2 - 0) / 5 \\ &= 0.4000 \end{aligned}$$

2. การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยนำค่าช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นของระดับผลคะแนนการประเมิน (เท่ากับ 0.4000) ไปจัดลำดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าอยู่ในระดับใด และสามารถแบ่งได้ 5 ช่วงระดับคะแนน และมีความหมายซึ่งสามารถแบ่งเป็น 5 ระดับดาว ดังตารางที่ 22

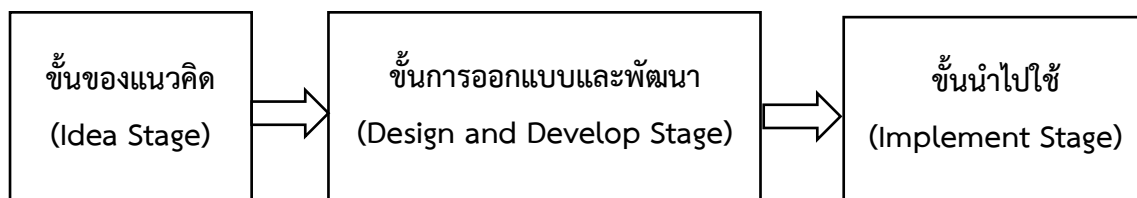
ตารางที่ 22 การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดีมาก (★★★★★)
1.2001 – 1.6000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดี (★★★★)
0.8001 – 1.2000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับพอใช้ (★★★)
0.4001 – 0.8000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับควรปรับปรุง (★★)
0.0000 – 0.4000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (★)

ระยะที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผู้วิจัยนำเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ผ่านการหาฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ และจัดลำดับความสำคัญของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ มาจัดทำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารและนำไปพัฒนาเป็นโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ การดำเนินการในขั้นตอนนี้ เพื่อพัฒนาเป็นโปรแกรมช่วยคำนวณที่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน (User) สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับการทำงานในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ที่ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการทำงานให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศ (Smart Thailand New Generation) ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 ถึง พ.ศ. 2579) ว่าด้วยการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและวิจัย และพัฒนา และนวัตกรรม ให้ก้าวหน้าทันโลก ตอบโจทย์การผลิตและบริการให้มีมูลค่าสูงและแข่งขันได้ และมีคุณค่าที่ทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2559) รวมถึงกลยุทธ์ว่าด้วยมาตรฐาน (Standard) และนวัตกรรม (Innovation) ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน และผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้เพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญนำไปสู่การพัฒนา ด้วยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Digital) ตามยุทธศาสตร์การพัฒนา อุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี ตามแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2559)

การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ มีการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังภาพที่ 10



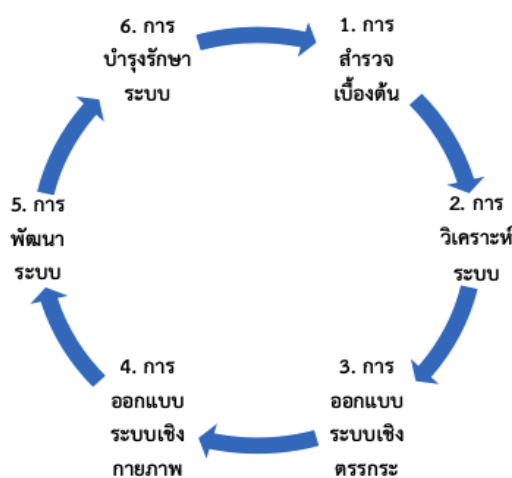
ภาพที่ 10 ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นของแนวคิด (Idea Stage)

ขั้นตอนนี้ ประกอบด้วย ชุดข้อมูลของเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณาตามเกณฑ์ การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ผ่านการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญแล้ว ซึ่ง ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ และ 111 ตัวตรวจสอบ

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นการออกแบบและพัฒนา (Design and Develop Stage)

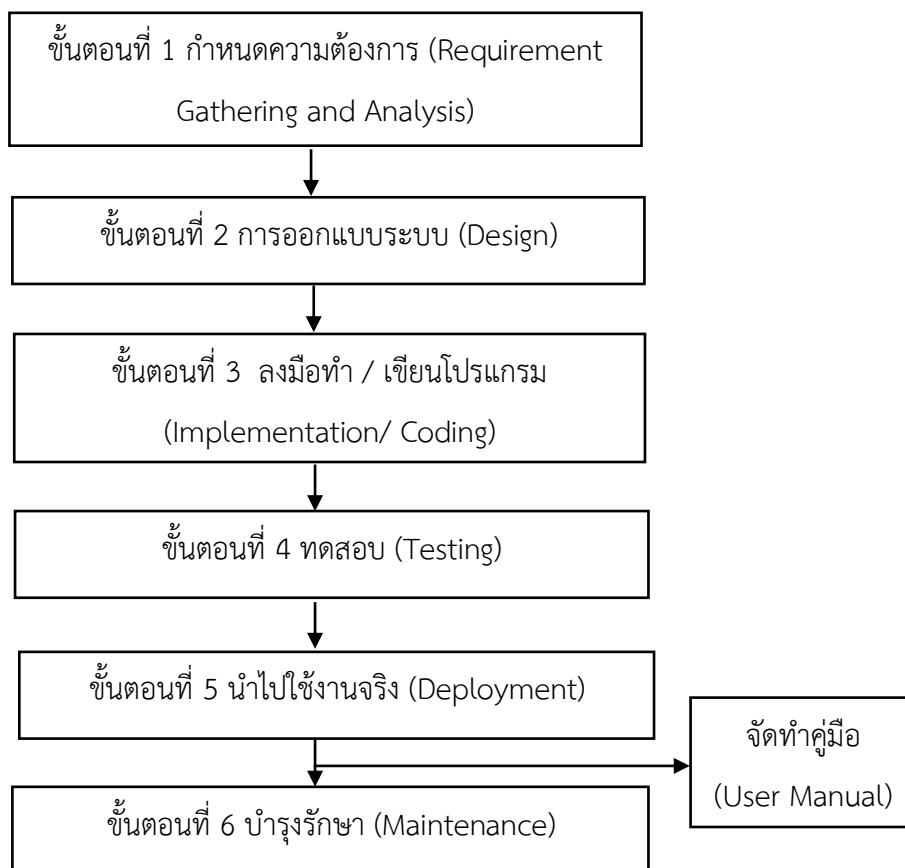
ในขั้นตอนนี้ มีกระบวนการดำเนินงาน ดังนี้ ดำเนินการขอจดชื่อโดเมน (Domain Name) โดยใช้ชื่อว่า www.gastronomict.com และทำการเช่าแม่ข่ายพื้นที่เก็บข้อมูลออนไลน์ (Host) ในการออกแบบพัฒนาโปรแกรม ดำเนินการตามแนวคิดของวงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลัก (Massey & Satao, 2012) ดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC)

ที่มา: Massey and Satao (2012)

และขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาใช้แนวคิดวงจรของการพัฒนาระบบ (Systems Development Life Cycle: SDLC แบบ Waterfall Model) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน (Singh, Thakur, & Chaudhary, 2015) ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

การพัฒนาโปรแกรมระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ สามารถอธิบายขั้นตอนการพัฒนาตามแนวคิดของวงจรการพัฒนาระบบ ได้ดังนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 1 การสำรวจเบื้องต้น (Preliminary Investigation Phase)

การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาโปรแกรมระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาโปรแกรม การจัดทำแผนงาน พร้อมระบุรายละเอียดข้อมูลที่ต้องใช้ และระยะเวลาการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนย่อยที่ 2 การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis Phase)

การวิเคราะห์ระบบของโปรแกรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ เริ่มจากการรวบรวมความต้องการใช้งานของผู้ใช้งาน (User Requirement) นำมาสรุปเป็นความต้องการ

ของระบบ (System Requirement) จากนั้น จึงสร้างแบบจำลองกระบวนการ (Process Model) เพื่อให้เห็นกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอน และเห็นแบบจำลองโครงสร้างและลักษณะของข้อมูล (Data Model)

แบบจำลองกระบวนการ (Process Model) แสดงให้เห็นถึงการนำเข้าและส่งออกข้อมูล แบบแผนภาพกระแสข้อมูล (Data Flow Diagram: DFD) ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนหลัก ดังนี้ (อรยา ปรีชาพานิช, 2557, หน้า 99-129)

ส่วนที่ 1 กระบวนการทำงาน (Process) ประกอบด้วย

1. การจัดการคลังเก็บข้อมูลการประเมิน
2. การจัดการประวัติผู้เข้าทำการประเมิน และผู้รับการประเมิน
3. การจัดการประเมิน และการยุติการประเมินของชุดเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ที่ประกอบด้วยเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณา
4. การรายงานผลการประเมิน

ส่วนที่ 2 เอนติตีภายนอก (External Entity) ประกอบด้วย ผู้ประเมิน และผู้ดูแลระบบ

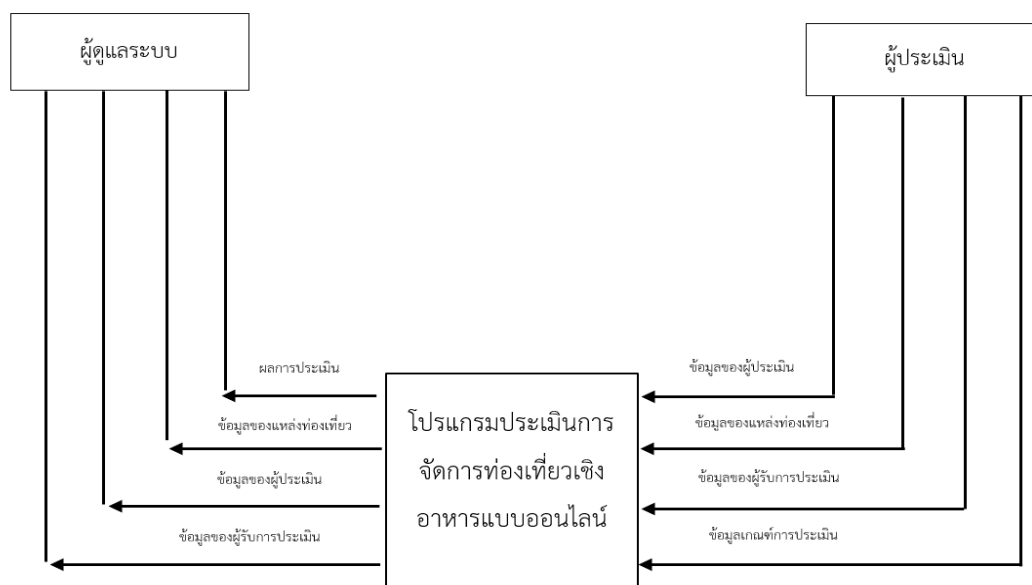
ส่วนที่ 3 กระแสการไหลของข้อมูล (Data Flow)

ส่วนที่ 4 แหล่งจัดเก็บข้อมูล (Data Store) ประกอบด้วยแฟ้มประวัติผู้รับการประเมิน แฟ้มเกณฑ์การพิจารณา แฟ้มประวัติผู้ประเมิน และแฟ้มข้อมูลการประเมิน โดยสัญลักษณ์ที่ใช้ในการสร้างแผนภาพกระแสข้อมูล ใช้ชุดสัญลักษณ์ที่กำหนดโดย Gane and Sarson (อรยา ปรีชาพานิช, 2557, หน้า 100-106) ดังภาพที่ 13

ภาพสัญลักษณ์	ความหมาย
	กระบวนการทำงาน (Process)
	เอนติตีภายนอก (External Entity) หมายถึง แหล่งข้อมูล ซึ่งอาจเป็นบุคคล ระบบสารสนเทศ หรือเครื่องมือ/อุปกรณ์ ที่สัมพันธ์กับกระบวนการทำงาน
	กระแสข้อมูล (Data Flow) แสดงถึง ทิศทางการไหลของ ข้อมูลนำเข้า และข้อมูล/สารสนเทศที่เป็นผลลัพธ์

ภาพที่ 13 ความหมายและสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเขียนแผนภาพกระแสข้อมูล

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ ประกอบด้วยแผนภาพ
กระแสดำเนินการ ดังภาพที่ 14



ภาพที่ 14 แผนภาพบริบทของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

แผนภาพบริบท (Context Diagram) เป็นแผนภาพที่แสดงภาพรวมของระบบทั้งหมด แสดงถึงขอบเขตของระบบ มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของระบบอย่างไร โดยไม่แสดงรายละเอียด กระบวนการทำงานภายในระบบ และไม่แสดงแหล่งจัดเก็บข้อมูล

ผู้ดูแลระบบ (Administrator) เป็นบุคคลที่รับผิดชอบการจัดการข้อมูล การจัดการประวัติ การประเมิน สามารถเพิ่ม ลบ และแก้ไขข้อมูลในโปรแกรม รวมทั้งสามารถค้นหาข้อมูลการประเมินของผู้ประเมินได้

ผู้ประเมิน (User) คือ บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจเข้ารับการประเมินตนเอง เช่น ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ต้องการทราบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตนเอง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการประเมินแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

แบบจำลองข้อมูล (Data Model) ใช้สำหรับอธิบายโครงสร้าง และคุณลักษณะของข้อมูล รวมทั้งความสัมพันธ์ของข้อมูลเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น โดยเป็นแบบจำลองข้อมูลเชิงแนวคิด (Conceptual Data Model) นำเสนอด้วยการสร้างแผนภาพ E-R (Entity-Relationship Diagram)

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบระบบเชิงตรรกะ (Logical Design Phase)

การออกแบบระบบเชิงตรรกะของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ เป็นการออกแบบรายละเอียดองค์ประกอบต่างๆ ของระบบให้สอดคล้องกับความต้องการดังนี้

ลักษณะของโครงสร้างหน้าแสดงผลหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ซึ่งใช้อธิบายวัตถุประสงค์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในครั้งนี้ แสดงดังภาพที่ 15

Menu	
Header	
คำชี้แจงวัตถุประสงค์ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ดาวน์โหลด “คู่มือการใช้โปรแกรม”	เข้าสู่โปรแกรมประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์
Footer	

ภาพที่ 15 โครงสร้างหน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ลักษณะโครงสร้างหน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวแบบออนไลน์ แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เข้ารับการประเมิน แสดงดังภาพที่ 16

Menu
Header
รายการข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เข้ารับการประเมิน
Footer

ภาพที่ 16 โครงสร้างหน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เข้ารับการประเมิน)

ลักษณะของโครงสร้างหน้าแสดงผลการประเมินของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ส่วนของข้อมูลทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการประเมิน ซึ่งประกอบด้วย ชื่อเกณฑ์ ชื่อตัวบ่งชี้ เกณฑ์การพิจารณา และการบันทึกค่าคะแนน แสดงดังภาพที่ 17

Menu	
Header	
เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ชื่อเกณฑ์	
ชื่อตัวบ่งชี้	
เกณฑ์การพิจารณา	การบันทึกค่าคะแนน
Footer	

ภาพที่ 17 โครงสร้างหน้าจอดำเนินการประเมินของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (เกณฑ์ ตัวบ่งชี้ เกณฑ์การพิจารณา การบันทึกค่าคะแนน)

ลักษณะของโครงสร้างหน้าจอรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ดังแสดงในภาพที่ 18

Menu
Header
ข้อมูลผู้ประเมิน
ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม
ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์
จุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
จุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
Footer

ภาพที่ 18 โครงสร้างหน้าจอรายงานผลการประเมินของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

โครงสร้างหน้าจอรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของโปรแกรม
ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ประกอบด้วย รายงานข้อมูลผู้ประเมิน รายงาน
ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนก
ตามเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ และรายงานจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา รวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 4 การออกแบบระบบเชิงกายภาพ (Physical Design Phase)

การออกแบบโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ สร้างขึ้นใน
รูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) รองรับการ
ทำงานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ (Web Browser IE และ Chrome) การออกแบบฐานข้อมูลที่สร้างโดย
ภาษา PHP และ SQL โครงสร้างฐานข้อมูลเป็นแบบ MySQL ซึ่งเป็นระบบในการจัดการฐานข้อมูล
สามารถเพิ่ม ลบ ในการเข้าแก้ไขข้อมูลงานระบบ มีเพียงผู้ดูแลระบบที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ที่สามารถเข้า
ไปจัดการกับระบบต่าง ๆ ได้

ขั้นตอนที่ 5 การพัฒนาระบบ (System Implementation Phase)

การเขียนโปรแกรม (Programming) และการทดสอบระบบ (System Testing) โปรแกรม
ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ที่ได้พัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน โดย
ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการคำนวณคะแนน สร้างจากภาษา PHP ในการเขียนโปรแกรม เมื่อ
การเขียนโปรแกรมเสร็จสิ้น ผู้วิจัยและโปรแกรมเมอร์จะทำการทดสอบ และตรวจสอบด้วยเทคนิค
การทดสอบแบบกล่องดำ (Black Box Testing) ซึ่งเป็นการทดสอบโดยการนำไปใช้จริง เพื่อวิเคราะห์
ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Output) จากการประมวลผลของโปรแกรม (Process) เพื่อตรวจสอบการเขียน
โปรแกรมของโปรแกรมเมอร์ว่ามีความถูกต้อง และค้นหาข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้น จากนั้น จึงปรับปรุง
แก้ไขโปรแกรมจนมีความสมบูรณ์กับการใช้งานให้มากที่สุด จึงนำโปรแกรมที่ผ่านการตรวจสอบโดย
ผู้วิจัยและโปรแกรมเมอร์ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อขอความคิดเห็นมาปรับปรุงแก้ไข ให้โปรแกรมมี
ความสมบูรณ์ต่อการใช้งานมากยิ่งขึ้น

การจัดทำคู่มือการใช้งาน (User Manual) เมื่อทดสอบโปรแกรมประเมินการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ สมบูรณ์เรียบร้อยแล้ว จึงจัดทำคู่มือการใช้งานโปรแกรมประเมิน
การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ อธิบายถึงวิธีการใช้งาน แสดงตัวอย่างหน้าจอการใช้งาน
พร้อมทั้งผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากระบบประกอบคำอธิบาย เพื่อให้ผู้ใช้งาน และผู้ดูแลระบบที่เกี่ยวข้องใช้
คู่มือฯ เพื่อเป็นแนวทางในการใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างถูกต้อง

การประเมินผลระบบ (System Evaluation) ผู้วิจัยได้นำโปรแกรมประเมินการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ และแบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการ
จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมของโปรแกรม และ
ความเหมาะสมในการใช้งาน ก่อนนำไปใช้งานจริง

ขั้นตอนที่ 6 การบำรุงรักษาระบบ (System Maintenance Phase)

เป็นขั้นตอนการติดตามผลการใช้งาน และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง และมีความเข้าใจขั้นตอนการประเมิน ผู้วิจัยดำเนินการพร้อมกับการประเมินผลระบบ จนสิ้นสุดการวิจัยเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัย สอดคล้องกับการใช้งานจริง พัฒนาสู่แอปพลิเคชัน (Application) ต่อไป

ขั้นตอนการนำไปใช้จริง (Implement)

หลังเสร็จสิ้นการออกแบบและพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ และจัดทำคู่มือการใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์เสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาระบบและใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการประเมินการใช้โปรแกรมฯ โดยกลุ่มผู้ใช้งานที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การประเมินผลโดยผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากการพัฒนา ทดสอบ แก้ไข และจัดทำคู่มือโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยนำโปรแกรมและคู่มือการใช้งานที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา โดยกำหนดเกณฑ์ว่า ผู้เชี่ยวชาญต้องมีประสบการณ์ทางด้านการวัดผล ไม่น้อยกว่า 5 ปี มีวุฒิการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาโท หรือมีประสบการณ์ด้านการพัฒนาระบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ไม่น้อยกว่า 20 ปี ด้วยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 3 คน ด้วยวิธีส่งแบบสอบถามผ่านทาง Internet และแจ้งให้ผู้เชี่ยวชาญทราบตามระยะเวลาที่กำหนด เพื่อแสดงความคิดเห็นด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI)

แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ เป็นแบบประเมินการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความสะดวกในการนำไปใช้ (2) ด้านความถูกต้องในการใช้งาน (3) ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม และ (4) ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 4 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนตามความหมาย ดังนี้

- 1 หมายถึง โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นไม่มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน
- 2 หมายถึง โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นต้องปรับปรุง จึงมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน
- 3 หมายถึง โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน หากมีการปรับปรุงเล็กน้อย
- 4 หมายถึง โปรแกรมที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งานมาก



แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ที่ได้รับการประเมินและวิเคราะห์ดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาทุกประเด็นต้อง มีค่า CVI > 0.80 (Polit, Beck & Owen, 2007, p. 459) จึงได้รับการพิจารณาว่าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์มีความเหมาะสมต่อการนำไปใช้งาน

2. การประเมินผลโดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ผู้ใช้งาน)

แบบประเมินความเหมาะสมการใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ที่ผ่านการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (CVI) จากผู้เชี่ยวชาญแล้ว นำไปสอบถามกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 15 ราย ในฐานะผู้ใช้โปรแกรม (User) เพื่อให้ทดลองใช้ (Try-out) โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ พร้อมทั้งประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ใน 4 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความสะดวกในการนำไปใช้ (2) ด้านความถูกต้องในการใช้งาน (3) ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม และ (4) ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม จึงนำมาวิเคราะห์ความเหมาะสม มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

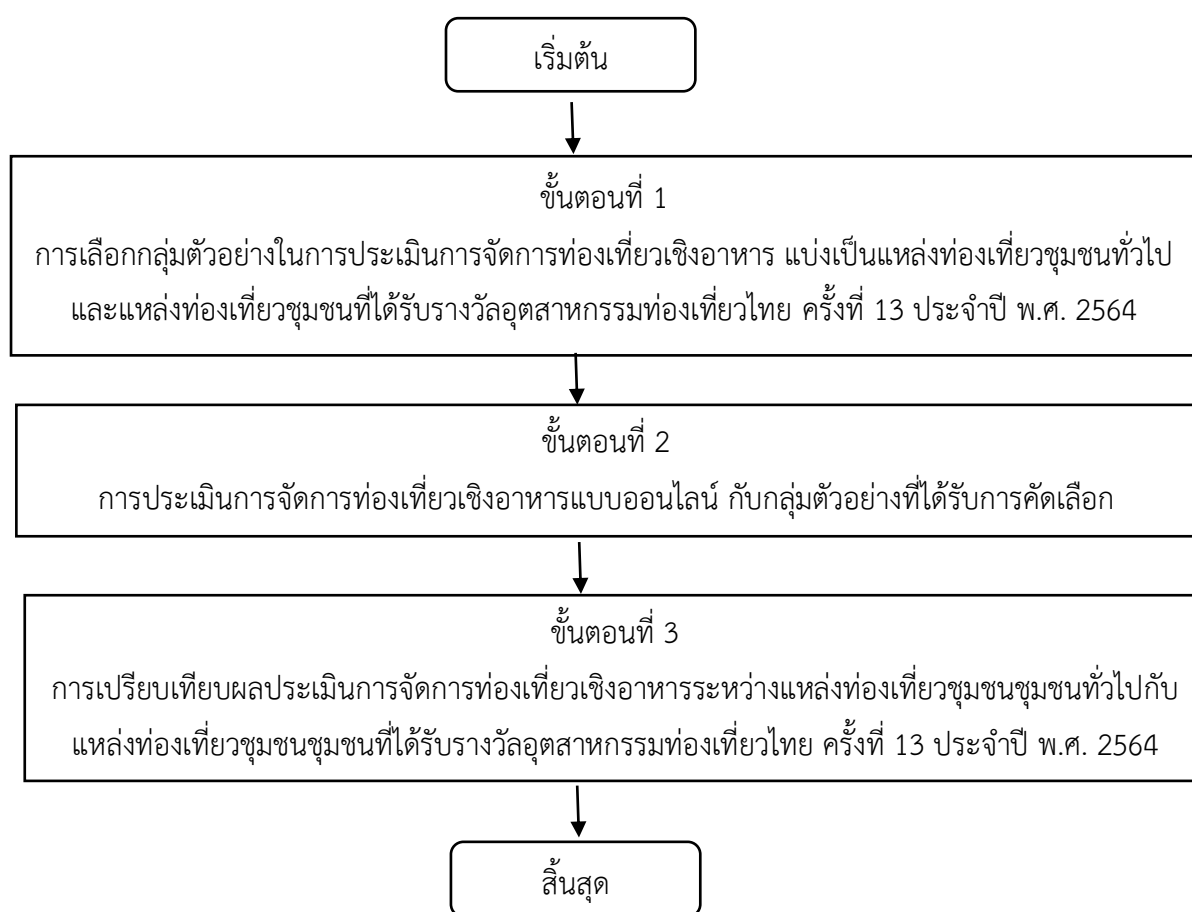
- 1 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมน้อย
- 3 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมปานกลาง
- 4 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมมาก
- 5 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมมากที่สุด

มีกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.51 ถึง 5.00 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.51 ถึง 4.50 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.51 ถึง 3.50 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมในระดับพอใช้
- ค่าเฉลี่ย 1.51 ถึง 2.50 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมในระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 ถึง 1.50 หมายถึง โปรแกรมมีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ระยะที่ 3 การเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ระยะนี้เป็นการนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้นไปใช้ ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 เพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังภาพที่ 19



ภาพที่ 19 ขั้นตอนการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับการรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 ราย (William S.Gosset, 1908)

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือก

ผู้วิจัยติดต่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ถูกคัดเลือกให้เป็นกลุ่มตัวอย่างผ่านทางโทรศัพท์ และขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย โดยการเพิ่มเพื่อนทาง Line แล้วส่งคำชี้แจงเพื่ออธิบายวิธีการใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ พร้อมทั้งส่ง Link เว็บไซต์ www.gastronomict.com ผ่านทาง Line ของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

การคำนวณคะแนน และการรายงานผลการประเมินตามคู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ รวมถึงการจัดระดับคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณาตามตารางที่ 21
2. การคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก

(Weighted Sum Model) สามารถแสดงตัวอย่างการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ตัวอย่างการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก (W)	คะแนนตัวบ่งชี้ (IS)	คะแนนจริงแบบ ถ่วงน้ำหนัก (WxIS)
เกณฑ์ที่ 1	1.1	0.0288	2	0.0575
	1.2	0.0309	2	0.0619
	1.3	0.0274	1	0.0274
	1.4	0.0258	2	0.0516
	1.5	0.0317	2	0.0635
เกณฑ์ที่ 2	2.1	0.0414	2	0.0827
	2.2	0.0308	1	0.0308
	2.3	0.0369	2	0.0739
เกณฑ์ที่ 3	3.1	0.0261	2	0.0522
	3.2	0.0764	1	0.0764
เกณฑ์ที่ 4	4.1	0.0364	2	0.0729
	4.2	0.0175	0	0.0000
	4.3	0.0172	2	0.0345
	4.4	0.0196	2	0.0392
	4.5	0.0203	2	0.0405
เกณฑ์ที่ 5	5.1	0.0105	2	0.0209
	5.2	0.0104	1	0.0104
	5.3	0.0099	1	0.0099
	5.4	0.0150	2	0.0301
	5.5	0.0088	2	0.0175
	5.6	0.0113	2	0.0227
เกณฑ์ที่ 6	6.1	0.0509	2	0.1019
	6.2	0.0509	2	0.1019

ตารางที่ 23 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก (W)	คะแนนตัวบ่งชี้ (IS)	คะแนนจริงแบบ ถ่วงน้ำหนัก (WxIS)
เกณฑ์ที่ 7	7.1	0.0137	2	0.0275
	7.2	0.0122	2	0.0244
	7.3	0.0110	2	0.0220
	7.4	0.0144	2	0.0289
	7.5	0.0174	2	0.0348
เกณฑ์ที่ 8	8.1	0.0252	2	0.0505
	8.2	0.0249	2	0.0497
	8.3	0.0367	2	0.0734
เกณฑ์ที่ 9	9.1	0.0387	2	0.0774
	9.2	0.0257	2	0.0513
	9.3	0.0361	2	0.0721
เกณฑ์ที่ 10	10.1	0.0472	2	0.0945
	10.2	0.0618	2	0.1235
ผลคะแนนรวม		1.0000	65	1.8101

จากตารางที่ 23 แสดงตัวอย่างการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งมีผลคะแนนรวมเท่ากับ 1.8101

การจัดระดับคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้พิจารณาช่วงระดับคะแนน ตามตารางที่ 22 ทั้งนี้ จากตัวอย่างผลคะแนนรวม ตามตารางที่ 23 มีคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 1.8101 และเมื่อนำไปจัดระดับคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ อยู่ในระดับดีมาก หรือระดับ 5 ดาว (วีระศิลป์รัตนภรณ์, 2561, หน้า 127) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การเปรียบเทียบผลประเมิณการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

การเปรียบเทียบผลการประเมิณการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 2 กลุ่ม การประเมิณการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยเกณฑ์การประเมิณการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้น กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จำนวน 30 ราย ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง เพื่อนำมาเปรียบเทียบผลการประเมิณการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีขนาดเล็ก และไม่คำนึงถึงการแจกแจงข้อมูล (Distribution-Free Statistics) รวมถึงลักษณะข้อมูลเป็นแบบไม่ต่อเนื่อง เพราะคะแนนที่ได้จากการประเมิณมีค่าเท่าเป็น 0, 1, 2, 3, 4 และ 5 ซึ่งอยู่ในแบบมาตรอันดับ (Ordinal Scale) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดให้ใช้สถิติแบบนอนพารามेटริก (Nonparametric Statistic) ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Nachar, 2008) ด้วยสถิติทดสอบแมน-วิทนี ยู (The Mann-Whitney U Test) แบบทดสอบ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน ตามสูตรการคำนวณ ดังนี้ (Nachar, 2008)

$$U = \min \{U_x, U_y\} \quad (10)$$

สถิติทดสอบแมน-วิทนี ยูของแต่ละกลุ่มถูกกำหนดด้วยสมการดังต่อไปนี้ (Nachar, 2008, p. 16)

$$U_x = n_x n_y + \left((n_x(n_x + 1))/2 \right) - R_x \quad (11)$$

$$U_y = n_x n_y + \left((n_y(n_y + 1))/2 \right) - R_y \quad (12)$$

โดยที่ n_x = จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม x ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป

n_y = จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่ม y ซึ่งในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

R_x = ผลรวมอันดับ (Rank) ในกลุ่ม n_x

R_y = ผลรวมอันดับ (Rank) ในกลุ่ม n_y

ผู้วิจัยสร้างข้อมูล 2 ชุด ประกอบด้วย ชุดที่ 1 เป็นข้อมูลคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป และชุดที่ 2 เป็นข้อมูลคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 แล้วดำเนินการทดสอบสถิติแมน-วิทนี ยู (The Mann-Whitney U Test) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ และเพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมวิธีหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods) และวิธีการออกแบบการพัฒนาเกณฑ์การประเมิน (Theory – Development Design) ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพนำการวิจัยเชิงปริมาณ (QUAL → quan) และเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi)

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัย ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564

เพื่อให้ความเข้าใจตรงกัน จึงกำหนดความหมายและสัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

<i>M</i>	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
<i>SD</i>	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<i>QL</i>	หมายถึง	ค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่างของทฤษฎีรีฟเซต
<i>CR</i>	หมายถึง	ค่าความสอดคล้อง
<i>Mean Rank</i>	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยอันดับ
<i>Z</i>	หมายถึง	ค่ามาตรฐาน
<i>p-value</i>	หมายถึง	ความน่าจะเป็นในสถิติทดสอบแมน-วิทนี ยู
<i>Mann-Whitney U</i>	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบแมน-วิทนี ยู



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตอนที่ 1 ผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การวิจัยในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสังเคราะห์แนวโน้มประเด็นที่เป็นไปได้และการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ส่วนที่ 2 ผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi)

ส่วนที่ 3 ผลการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP)

ผลการวิจัย ปรากฏดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการสังเคราะห์แนวโน้มประเด็นที่เป็นไปได้และการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จากการสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ประยุกต์จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และวิธีการให้คะแนน ร่วมกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 48 รายการ แสดงดังตารางที่ 14 รายการเอกสารและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามตารางที่ 15 การสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่า ได้ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ที่เกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 18 ประเด็น นำมาพิจารณาความถี่จากรายการเอกสารทั้งหมดที่มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 7 ขึ้นไป พบว่า องค์ประกอบของเกณฑ์ที่เป็นไปได้สำหรับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีอยู่ 14 ประเด็น คือ (1) ผลิตภัณฑ์อาหาร (2) คุณภาพการบริการ (3) สถานที่ (4) การส่งเสริมการตลาดและเทคโนโลยี (5) ความสะอาดและความปลอดภัย (6) วิถีชีวิตและวัฒนธรรม (7) การตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม (8) การบริหารจัดการ (9) บุคลากร (10) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (11) ความร่วมมือเครือข่ายและพันธมิตร (12) การให้คุณค่าทัศนคติ อารมณ์ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว (13) การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน (14) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ /การสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้รวมประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์/การออกแบบผลิตภัณฑ์ /การสร้างมูลค่าเพิ่มเข้ากับประเด็นผลิตภัณฑ์อาหาร ประเด็นการ

ให้คุณค่า ทักษะคิด อารมณ์ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เข้ากับการส่งเสริมการตลาดและเทคโนโลยี และประเด็นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเข้ากับประเด็นความร่วมมือเครือข่ายและพันธมิตร เพื่อนำไปเป็นประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึกลักษณะกึ่งโครงสร้าง จำนวน 11 ประเด็นกับผู้ทรงคุณวุฒิ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น จำนวน 4 คน รวมทั้งหมด จำนวน 9 คน (ภาคผนวก ค) เพื่อทบทวนความครบถ้วนและความถูกต้อง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปสะสม (ภาคผนวก จ) โดยพิจารณาความถี่และจัดกลุ่ม (Grouping) เพื่อยุบรวมรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละประเด็นที่ใกล้เคียงกันไว้ด้วยกันในแต่ละชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยสามารถร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ชุดข้อมูล 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3) แหล่งท่องเที่ยว 4) ความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) สิ่งแวดล้อม 7) เศรษฐกิจ 8) ทรัพยากรมนุษย์ 9) ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 39 ตัวบ่งชี้ 171 เกณฑ์การพิจารณา ซึ่งจะนำผลที่ได้ไปใช้ประกอบการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) ต่อไป

ส่วนที่ 2 ผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi)

ผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้เทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน 3 รอบ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามความคิดเห็น รวมจำนวน 18 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 คน 2) กลุ่มอาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ที่มีผลงานทางวิชาการ หรือประสบการณ์สอนในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ด้านอาหาร การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 5 คน 3) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 4 คน 4) กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน (ภาคผนวก ฉ) จึงสามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญได้ ดังแสดงในตารางที่ 24

ตารางที่ 24 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามความคิดเห็นเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	10	55.56
หญิง	8	44.44
อายุ		
31-40 ปี	2	11.11
41-50 ปี	7	38.89
51-60 ปี	7	38.89
มากกว่า 60 ปี	2	11.11
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	2	11.11
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	2	11.11
ปริญญาโท	8	44.45
ปริญญาเอก	6	33.33
ประสบการณ์การทำงาน		
5-10 ปี	3	16.67
11-15 ปี	5	27.78
16-20 ปี	5	27.78
21-25 ปี	3	16.67
มากกว่า 25 ปี	2	11.10

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 41-50 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 และ 51 – 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 38.89 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 44.45 มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 และ 16-20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

2. ผลการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์

การสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1

เมื่อยกร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแล้ว ได้นำไปสร้างแนวทางการสอบถามทางออนไลน์ รอบที่ 1 (ภาคผนวก ข) บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> และส่ง Link พร้อม VDO วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 1 ผ่านทาง e-mail หรือ Line เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ผลการสอบถามความคิดเห็นสรุปได้ดังนี้

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณา และให้ความเห็น สามารถสรุปชุดข้อมูลเกณฑ์ได้ 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) ผลผลิตภัณฑอาหาร 2) คุณภาพการบริการ 3) แหล่งท่องเที่ยว 4) ความสะอาดและความปลอดภัย 5) การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) สิ่งแวดล้อม 7) เศรษฐกิจ 8) ทรัพยากรมนุษย์ 9) ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยแต่ละเกณฑ์มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลผลิตภัณฑอาหาร

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงผลผลิตภัณฑอาหาร ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.1 วัตถุดิบ

1.1.1 มีการเลือกนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน หรือเป็นวัตถุดิบเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาทำการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสร้างจุดเด่น

1.1.2 มีที่มาของวัตถุดิบเพื่อประกอบการเล่าเรื่องราวของอาหารได้

1.1.3 ต้องทราบข้อมูลหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุดิบว่ามีข้อควรระวังหรือมีข้อยกเว้นสำหรับผู้แพ้อาหารบางอย่างได้

1.1.4 มีการแสดงถึงการคัดสรรคุณภาพของวัตถุดิบประจำท้องถิ่นที่ใช้ในการประกอบอาหารอย่างชัดเจน

1.1.5 มีการแสดงแหล่งข้อมูลวัตถุดิบท้องถิ่นจากแหล่งข้อมูลอ้างอิง บุคคลอ้างอิงและ/หรือผลการวิเคราะห์ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ มีแหล่งที่มาและความสามารถในการจัดสรรแหล่งวัตถุดิบและผลผลิตภัณฑอาหาร

1.1.6 มีการแสดงข้อมูลคุณสมบัติของวัตถุดิบในพื้นที่ หรือแหล่งการสื่อสารข้อมูลในการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ได้รับรู้ มีการบวนการแสดงข้อมูลคุณสมบัติเฉพาะของวัตถุดิบเฉพาะท้องถิ่น/อาหารท้องถิ่น มีการตรวจสอบ/วิเคราะห์ด้านคุณสมบัติเชิงสุขภาพของวัตถุดิบหรืออาหารท้องถิ่นที่จัดดำเนินการ

1.2 มีการสร้างสรรค์เมนูอาหารที่ยังคงหรือผสมผสานอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชน ความเป็นอัตลักษณ์ด้านวัตถุดิบและรสชาติของอาหารท้องถิ่นในการรับรู้

1.2.1 มีการนำวัตถุดิบหรือเมนูอาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์ หรือภูมิปัญญาของชุมชนให้เกิดความน่าสนใจ

1.2.2 มีความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทำเมนูอาหารใหม่ ๆ

1.2.3 มีความดั้งเดิมของอาหารและวัฒนธรรมในชุมชน เช่น อาหารสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนในอดีต

1.2.4 อาหารที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นอาหารที่แสดงถึงตัวตนของชุมชนที่เกิดขึ้นในอดีต เช่น อาหารสะท้อนการถ่ายทอดจากรุ่นบรรพบุรุษ

1.2.5 อาหารที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นอาหารที่แสดงถึงการสืบทอดทางภูมิปัญญาของคนในชุมชนจากอดีตถึงปัจจุบัน

1.2.6 อาหารมีรสชาติของอาหารและเครื่องดื่มที่ดั้งเดิม เช่น อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นอาหารและเครื่องดื่มที่มีรสชาติดั้งเดิมไม่มีการดัดแปลง

1.2.7 มีการใช้วัตถุดิบ วิธีการปรุง การรับประทาน ทำให้รับรู้ถึงภูมิปัญญาการสร้างสรรค์อาหารและวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของคนในชุมชน เช่น อาหารที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นอาหารที่แสดงถึงกรรมวิธีการคัดสรรวัตถุดิบ การปรุง และการรับประทานที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรม ประเพณี หรือความเชื่อที่มีในชุมชน

1.3 มีการจัดตกแต่งอาหารที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว (หน้าตาอาหาร การตกแต่งของอาหาร หรือลักษณะอาหาร) ที่ยังคงแสดงให้เห็นถึงเสน่ห์อัตลักษณ์ของอาหาร และอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น มีการใช้วัสดุหรืออุปกรณ์ที่เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ มีความคิดสร้างสรรค์ แต่มีกลิ่นอายของอัตลักษณ์ชุมชน ลักษณะภายนอกของอาหารมีสีสันน่ารับประทานจัดตกแต่งได้สวยงาม

1.4 รสชาติอาหาร เช่น เป็นรสชาติที่เหมาะสมกับคนไทย หรือรสชาติที่เหมาะสมกับคนต่างชาติ รสชาติของอาหารชนิดนั้น ๆ เหมาะกับเมนูของอาหารหรือไม่ แนวโน้มของอาหารที่นักท่องเที่ยวสนใจ รสชาติที่เหมาะสมกับต่างชาติและไม่หลีกหนีจากรสชาติดั้งเดิม

1.5 มีการจัดการผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ความสะอาด รสชาติ เอกลักษณ์ของเมนู วัตถุดิบประกอบการปรุงอาหาร มีการแสดงคุณค่าทางโภชนาการของอาหาร

1.6 มีการพัฒนาสู่อนาคต เช่น การทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ สามารถส่งออกได้ เป็นที่ดึงดูดต่อผู้บริโภคได้ทุกกลุ่มวัย การทำอาหารในแต่ละครั้งควรที่จะคำนึงถึงอนาคตที่สามารถพัฒนาอาหารให้สู่ตลาดโลกได้รู้จัก เช่น สามารถทำเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเพื่อที่จะขยายการตลาดได้ เมนูอาหารนั้น ๆ ควรพัฒนาขึ้นเป็นในรูปแบบชอส รูปแบบ Packaging ที่สามารถที่จะพัฒนาเมนูที่

ต่อ ยอดได้อย่างต่อเนื่อง เช่น ทำเป็นขอสมะขามหรือขอสสมรส ที่สามารถเอาไปทำได้ทั้งผัดไทยได้ ทั้งซอสราดพริก ได้ทั้งไข่ลูกเขย ได้ทั้งยำส้มตำ เป็นต้น

1.7 มีการส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม เช่น มีการจัดเก็บข้อมูลทางมรดกวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2. คุณภาพการบริการ

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงการให้บริการในท้องถิ่น ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 การเข้าถึงพื้นที่ เช่น มีขนส่งมวลชนหรือรถโดยสารสาธารณะ มีเส้นทางที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวกปลอดภัย

2.2 มีเส้นทางคมนาคม เช่น เส้นทางคมนาคม ทางหลวงสายหลัก ทางหลวงสายรอง ทางหลวงชนบท

2.3 มีระบบคมนาคม เช่น ระบบขนส่งมวลชน รถสาธารณะ/รถประจำทาง/รถไฟ/รถไฟฟ้า/เรือ/เครื่องบิน/อื่น ๆ

2.4 มีแผนที่หรือข้อมูลเส้นทางการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.5 มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวที่มีปริมาณเพียงพอ เช่น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบในการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2.6 มีจุดบริการข้อมูลท่องเที่ยวที่เห็นได้ชัดเจน สังกะต่ง่าย หรือ มีป้ายบอกจุดบริการข้อมูลท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีจุดบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการติดต่อประสานงานด้านบริการที่มีประสิทธิภาพ

2.7 มีการแสดงวิธีขั้นตอนการจอง การให้บริการการท่องเที่ยว การติดต่อประสานงานด้านบริการที่มีประสิทธิภาพ

2.8 มีการจัดการคุณภาพการบริการ การให้บริการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.9 มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการให้บริการที่มีความแตกต่างไม่เหมือนใคร

3. แหล่งท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงแหล่งท่องเที่ยว ภูมิทัศน์ สภาพแวดล้อม ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทำเลที่ตั้ง มีแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สามารถเชื่อมโยงมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้

3.2 มีเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางชุมชน เส้นทางเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวหลัก เส้นทางไปยังจุดชมอาหารอื่น

3.3 มีการจัดเส้นทางท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรม ประเพณี หรือความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับอาหารของคนในชุมชน

3.7 สถานที่ประกอบการที่เหมาะสม เช่น มีสถานที่ทำกิจกรรมที่เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว มีสถานที่สะดวก สบาย และปลอดภัยในการทำกิจกรรม

3.8 มีการจัดการโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน

3.9 การจัดสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

3.10 การเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวมีความปลอดภัย

3.11 แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการวิเคราะห์ความสอดคล้องของสถานที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.12 มีการจัดการลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับตัวตนของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4. ความสะอาดและความปลอดภัย

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงความสะอาดและความปลอดภัย ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

4.1 มีความสะอาดและความปลอดภัย ทั้งแหล่งผลิตวัตถุดิบและสถานที่ประกอบการ เช่น ความสะอาดและความปลอดภัยของวัตถุดิบ ทราบที่มาของแหล่งอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูล

4.2 มีความสะอาด และถูกสุขลักษณะของผู้ประกอบการ

4.3 คุณภาพและความปลอดภัยของอาหาร เช่น เป็นอาหารที่ปรุงมาจากผักปลอดสารพิษ การขอใช้และการแสดงเครื่องหมายผักปลอดสารพิษ เป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี เป็นอาหารสะอาด ถูกสุขอนามัยตามระดับครัวเรือนรับประทาน

4.4 มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติความปลอดภัยทางอาหารในระดับครัวเรือน เช่น ปรุงจากวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นที่มีคุณภาพ สด ใหม่

4.5 ความเสี่ยง หรือเหตุที่ก่อให้เกิดอันตรายได้ เช่น ไล่หน้าผา ถนนลูกรัง ความเชื่อของแม่น้ำ มีอุปกรณ์ช่วยเหลือในการรักษาความปลอดภัย

4.6 มีห้องน้ำสะอาดให้บริการ

4.7 มีระดับความปลอดภัยขั้นพื้นฐาน

5. การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงการตลาดและสารสนเทศ โดยเฉพาะข้อมูลนักท่องเที่ยว ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 5.1 มีการส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม เช่น มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 5.2 มีการบริหารจัดการตลาดโดยรวมอย่างมีประสิทธิภาพ
- 5.3 มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม
- 5.4 มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือมีการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้ รับทราบตามช่องทางต่าง ๆ
- 5.5 มีการกระจายการตลาด การวางแผนการตลาดอื่น การขาย สามารถ เพิ่มมูลค่าของอาหาร/ผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น
- 5.6 มี Packaging ที่สามารถขยายไปสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศได้โดยง่าย เพื่อตอบสนองสู่อนาคตได้ ในการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ต้องนึกถึง Packaging ที่สามารถดึงดูดสายตา เพื่อที่จะดึงดูดใจให้กับลูกค้าอยากหยิบจับเป็นของตัวเองต้องตาต้องใจอยากจะซื้อหรือสามารถที่จะนำกลับมาใช้ได้อีกครั้ง เช่น กล่องใส่อาหาร
- 5.7 มีการจัดการตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าทางการเกษตรหรือของฝากอาหารที่เกิดขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยว/มีการจัดการตลาดสินค้าเกษตรและของฝากอาหารเฉพาะท้องถิ่น
- 5.8 มีกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในชุมชนที่หลากหลาย เช่น มีการส่งโปรโมชั่นการท่องเที่ยว
- 5.9 มีเครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น แบบประเมิน สมุดเยี่ยม แบบสอบถาม เป็นต้น มีการสรุปผลการประเมินความพึงพอใจ
- 5.10 มีการนำผลประเมินมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุง

6. สิ่งแวดล้อม

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงการตระหนักและรักษาสิ่งแวดล้อม ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 6.1 มีจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมในเชิงอาหาร เช่น มีกระบวนการคัดแยกเศษอาหาร มีบ่อดักไขมัน เป็นต้น
- 6.2 มีการจัดการขยะมูลฝอยครบทุกประเภทและถูกสุขลักษณะ
- 6.3 มีการบำบัดน้ำเสียของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

7. เศรษฐกิจ

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงการเงิน ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

7.1 มีการบริหารจัดการเงินทุนที่ได้มาตรฐานและตรวจสอบได้ อาทิ แหล่งที่มาของเงินทุน แหล่งที่ใช้ไปของเงินทุน

7.2 มีการจัดทำงบการเงินขององค์กรเป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี

8. ทรัพยากรมนุษย์

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงทรัพยากรมนุษย์ ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

8.1 มีการบริหารจัดการและพัฒนาองค์กร เช่น มีการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจหรือภารกิจ เป้าหมาย แผนงานขององค์กรที่ชัดเจนและมีความเป็นไปได้ในเชิงธุรกิจ มีการกำหนดระเบียบข้อตกลงในการดำเนินงานขององค์กรที่ชัดเจนและได้รับความเห็นชอบร่วมกันของสมาชิกในองค์กร

8.2 มีโครงสร้าง ตำแหน่ง หน้าที่ของบุคคลในองค์กรชัดเจน

8.3 มีการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร อาทิ การอบรม ศึกษาดูงาน

8.4 มีกิจกรรมพัฒนาเสริมสร้างศักยภาพของนักสื่อความหมาย มีนักสื่อความหมายที่สามารถถ่ายทอดหรือนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ มีการประเมินคุณภาพของนักสื่อความหมาย

8.5 มีกิจกรรมถ่ายทอดทักษะให้คนรุ่นต่อไป

8.6 บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีความรู้และสามารถอธิบายเอกลักษณ์ของวัตถุดิบและอาหารท้องถิ่นได้ทุกมิติ

9. ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงความร่วมมือจากชุมชนและเครือข่ายอื่น ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

9.1 มีความเชื่อมโยงระหว่างชุมชน/ผู้ผลิตวัตถุดิบ/ผู้แปรรูป อาทิ มีการร่วมกันออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการใช้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมสร้างสรรค์ เช่น คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมวางแผน และร่วมตัดสินใจ

9.2 มีการจัดการที่แสดงถึงความร่วมมือของคนในชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการอนุรักษ์วิทยาการด้านอาหารของชุมชน

9.3 มีเครือข่ายความร่วมมือ เช่น มีเครือข่ายอื่น ๆ มาให้ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร

10. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญในประเด็นที่ต้องคำนึงถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ต้องมีความเหมาะสม โดยมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 10.1 มีข้อมูล หรือสถิติที่ให้นักท่องเที่ยวได้ให้ข้อมูลในการทำกิจกรรมว่าชอบเมนูไหนหรือกิจกรรมใดมากที่สุด เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาหรือปรับปรุง
- 10.2 มีข้อมูลกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาทำกิจกรรม เช่น ศาสนา สิ่งที่ต้องละเว้น หรือ ธรรมเนียมปฏิบัติ
- 10.3 มีปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 10.4 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสนุกสนานและการจดจำ
- 10.5 มีกิจกรรมทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
- 10.6 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น มีกิจกรรมด้านการมีส่วนร่วม ด้านเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
- 10.7 มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติด้วยเพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และมีการสืบสานอย่างยั่งยืน ความเชื่อมโยงระหว่างอาหารและวิถีชีวิต (เทศกาล ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม พิธีกรรม ความเชื่อ หรือ ศาสนา) เชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยวกระแสหลัก
- 10.8 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ เช่น มีเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม ประเพณี และความเชื่อของชุมชน มีการจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารท้องถิ่นหรืออาหารที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี
- 10.9 มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แหล่งผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ เช่น มีกิจกรรมเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้แหล่งผลิตวัตถุดิบที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นที่หลากหลาย
- 10.10 มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้การปรุงอาหารท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ เช่น มีกิจกรรมเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้การปรุงอาหารที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นที่หลากหลาย
- 10.11 มีการจัดกิจกรรมหรือการให้บริการที่มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่หรือภูมิภาคที่ใกล้เคียง และนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกเพลิดเพลินขณะท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความสนใจ และความอยากรู้ข้อมูลวิทยาการด้านอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดความเพลิดเพลิน เกิดการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคของคนในท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวมีระดับความรู้ความเข้าใจด้านอาหาร ด้านวัฒนธรรมการบริโภคอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดความรู้ใหม่ทางด้านวิทยาการอาหารในแหล่งท่องเที่ยว

จากผลสรุปการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1 นี้ ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มประเด็นของแต่ละความคิดเห็น โดยสามารถจำแนกและสรุปเป็นชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากการพิจารณาความถี่และจัดกลุ่ม (Grouping) เพื่อยุบรวมรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละประเด็นที่ใกล้เคียงกันไว้ด้วยกันในแต่ละชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมิน และสามารถสรุปชุดข้อมูลได้ 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) เกณฑ์คุณภาพการบริการ 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว 4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัย 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 39 ตัวบ่งชี้

การสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2

นำผลสรุปจากการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1 มาสร้างแนวทางการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2 (ภาคผนวก ข) บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> และส่ง Link พร้อม VDO วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 2 ผ่านทาง e-mail หรือ Line เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของชุดข้อมูลของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้ววัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีรีฟเซต ด้วยค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (Quality of Lower Approximation: QL) กำหนดให้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.75 ($QL \geq 0.75$)

ผลการสอบถามออนไลน์ในรอบที่ 2 และจากการวัดฉันทามติ ปรากฏว่า ได้ชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว 4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 36 ตัวบ่งชี้ (ภาคผนวก ฉ)

การสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3

นำผลการวัดฉันทามติจากการสอบถามออนไลน์รอบที่ 2 มาสร้างแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3 (ภาคผนวก ฉ) บนเว็บไซต์ <https://dataaith.com/webfood2/> และส่ง Link พร้อม VDO วิธีการใช้โปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิค RT – Delphi รอบที่ 3 ผ่านทาง e-mail หรือ Line เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ยืนยัน หรือเปลี่ยนคำตอบความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยจัดทำข้อมูลคำตอบของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดเป็นข้อมูลย้อนกลับให้ผู้เชี่ยวชาญได้พิจารณายืนยันหรือเปลี่ยนคำตอบ แล้ววัด

ฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซตอีกครั้ง ด้วยค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (QL) กำหนดให้ต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.75 ($QL \geq 0.75$)

ผลการยืนยันความคิดเห็นการสอบถามออนไลน์ในรอบที่ 3 และจากการวัดฉันทามติปรากฏว่า ได้ชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว 4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 36 ตัวบ่งชี้ (ภาคผนวก ก)

ดังนั้น สามารถสรุปผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยใช้เทคนิคการวิจัยแบบ RT-Delphi จำนวน 3 รอบ ที่ผ่านการวัดฉันทามติโดยใช้ทฤษฎีกราฟเซตได้ (ภาคผนวก ก) ดังแสดงในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ผลการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1		รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหา วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ ของอาหารในท้องถิ่น	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม อาหารเฉพาะถิ่น	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.89	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ	

ตารางที่ 25 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1		รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ	QL	ผลการ	QL	ผลการ	
	พิจารณา	≥ 0.75	พิจารณา	≥ 0.75	พิจารณา	
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพ ให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ	
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถี ชุมชนท้องถิ่น	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐาน ของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	✓	1.0000	ยอมรับ	1.0000	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ	



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 25 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1	รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความ					
ปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยว	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
เชิงอาหาร					
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความ					
ปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่ง	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร					
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความ					
ปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	✓	0.84	ยอมรับ	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความ					
ปลอดภัยด้านกิจกรรม	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความ					
ปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิง	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
อาหาร					
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความ					
ปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการ	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร					
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและ					
สารสนเทศ	✓	0.89	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวม					
ข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของ	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
นักท่องเที่ยวเชิงอาหาร					
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้าง					
ความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่าง	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ต่อเนื่อง					

ตารางที่ 25 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1	รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้าน การตลาด	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตรา ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการ ประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของ ชุมชน	✓	0.89	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	✓	0.84	ยอมรับ	0.88	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.89	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำ ทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอาหาร	✓	0.89	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจาก ชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการ จัดหาแหล่งเงินทุน	✓	0.79	ยอมรับ	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	✓	0.89	ยอมรับ	0.89	ยอมรับ

ตารางที่ 25 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1	รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ ให้กับคนในชุมชน	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการ บริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	✓	0.84	ยอมรับ	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนด โครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความ รับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	✓	0.84	ยอมรับ	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากร ในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและ เครือข่าย	✓	0.95	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วน ร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.89	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยาย เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ

ตารางที่ 25 (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 1	รอบที่ 2		รอบที่ 3	
	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	1.00	ยอมรับ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	✓	0.95	ยอมรับ	0.94	ยอมรับ

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นถึงเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้นและผ่านการวัดฉันทามติ โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซตด้วยค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (QL) ระหว่าง 0.78-1.00 ($QL \geq 0.75$)

ทั้งนี้ สามารถสรุปจำนวนชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ RT-Delphi ในแต่ละรอบได้ ดังแสดงในตารางที่ 26

ตารางที่ 26 สรุปจำนวนชุดข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ RT-Delphi ในแต่ละรอบ

การสอบถามความคิดเห็น	การสังเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก	RT-Delphi รอบที่ 1	RT-Delphi รอบที่ 2	RT-Delphi รอบที่ 3
ชุดข้อมูลของเกณฑ์ (เกณฑ์)	10	✓	10	10
ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้ (ตัว)	39	✓	36	36
ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา (เกณฑ์)	171	✓	151	111

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นถึงจำนวนชุดข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญด้วยเทคนิคการวิจัยแบบ RT-Delphi ได้ชุดข้อมูลที่มีจำนวนเกณฑ์เท่ากันทุกกรอบ โดยมีชุดข้อมูล 10 เกณฑ์ ได้แก่ 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร 2) เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว 4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 36 ตัวบ่งชี้ และ 111 เกณฑ์การพิจารณา ในรอบที่ 3

ส่วนที่ 3 ผลการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

ผลการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญที่ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ รวมจำนวน 6 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 1 คน 2) กลุ่มอาจารย์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ที่มีผลงานทางวิชาการ หรือประสบการณ์สอนในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชน ด้านอาหาร การจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 2 คน 3) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 1 คน 4) กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว จำนวน 2 คน (ภาคผนวก ก) สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญได้ ดังแสดงในตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญในการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	4	66.67
หญิง	2	33.33

ตารางที่ 27 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
31-40 ปี	1	16.67
41-50 ปี	1	16.67
51-60 ปี	3	50.00
มากกว่า 60 ปี	1	16.67
ระดับการศึกษา		
ปริญญาโท	3	50.00
ปริญญาเอก	3	50.00
ประสบการณ์การทำงาน		
5-10 ปี	1	16.67
11-15 ปี	2	33.33
16-20 ปี	2	33.33
มากกว่า 20 ปี	1	16.67

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีอายุในช่วง 51-60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และระดับปริญญาเอก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และมีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ 16-20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

2. ผลการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

นำชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ผ่านการวัดฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ (ภาคผนวก ก) มาสร้างแบบสอบถาม: กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (ภาคผนวก ข) โดยนำมาเปรียบเทียบเป็นรายคู่จนครบทุกคู่ (Pairwise Comparisons) ในรูปของค่าน้ำหนักความสำคัญแบบสัมพันธ์กันในคู่ของเกณฑ์ และคู่ของตัวบ่งชี้ แล้วสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญ และกำหนดค่าน้ำหนัก (Weighted) ของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ โดยใช้โปรแกรม AHPcalc-v2018-09-15 (Goepel, 2013) ด้วยวิธี Eigen Vector Method (EVM) รวมถึง พิจารณาค่าความสอดคล้องกันของเหตุผล

(Consistency Ratio: CR) กำหนดให้ต้องมีค่าน้อยกว่า 10% ($CR < 10\%$) (ภาคผนวก คม) สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ตารางที่ 28 ผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์

ชุดข้อมูลของเกณฑ์	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ร้อยละ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ สอดคล้อง
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร	0.1446	14.46	1	1.37%
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	0.1091	10.91	3	
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว	0.1025	10.25	5	
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของ สุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1110	11.10	2	
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	0.0659	6.59	10	
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม	0.1019	10.19	6	
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ	0.0688	6.88	9	
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์	0.0868	8.68	8	
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	0.1004	10.04	7	
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1090	10.90	4	
รวม	1.0000	100		

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นถึงผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลทั้ง 10 เกณฑ์ ผลวิจัยปรากฏว่า เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.1446 รองลงมา คือ เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์สิ่งแวดล้อม เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ เกณฑ์เศรษฐกิจ และเกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศโดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.1110, 0.1091, 0.1090 0.1025 0.1019 0.1004 0.0868 0.0688 และ 0.0659 ตามลำดับ รวมถึงค่าความสอดคล้องที่ได้มีค่าเท่ากับ 1.37% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ ($CR < 10\%$)

ตารางที่ 29 ผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้

เกณฑ์	ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ร้อยละ	ค่าความ สอดคล้อง
ผลิตภัณฑ์ อาหาร	ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสดใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.1990	19.90	0.30%
	ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	0.2140	21.40	
	ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	0.1890	18.90	
	ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1780	17.80	
	ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.2200	22.00	
รวมเกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร		1.0000	100	
คุณภาพการ บริการตามวิถี ชุมชนท้องถิ่น	ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.3790	37.90	0.50%
	ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	0.2820	28.20	
	ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.3390	33.90	
รวมเกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น		1.0000	100	
แหล่ง ท่องเที่ยว	ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.2550	25.50	0.00%
	ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	0.7450	74.50	
	รวมเกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว	1.0000	100	

ตารางที่ 29 (ต่อ)

เกณฑ์	ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ร้อยละ	ค่าความ สอดคล้อง
ความสะอาด และความ ปลอดภัยของ สุขลักษณะใน การท่องเที่ยว เชิงอาหาร	ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้าน อาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่ พักค้างแรม ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้าน กิจกรรม ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอด เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้าน ยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.3280 0.1580 0.1550 0.1770 0.1820	32.80 15.80 15.50 17.70 18.20	0.20%
รวมเกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะ ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร		1.0000	100	
การส่งเสริม การตลาดและ สารสนเทศ	ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟัง ความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิง อาหาร ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับ นักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่ง ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ ของชุมชน ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	0.1590 0.1570 0.1500 0.2280 0.1330 0.1720	15.90 15.70 15.00 22.80 13.30 17.20	1.00%
รวมเกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ		1.0000	100	

ตารางที่ 29 (ต่อ)

เกณฑ์	ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ร้อยละ	ค่าความ สอดคล้อง
สิ่งแวดล้อม	ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.5000	50.00	0.00%
	ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และ มลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.5000	50.00	
	รวมเกณฑ์สิ่งแวดล้อม	1.0000	100	
เศรษฐกิจ	ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่น ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.2000	20.00	1.30%
	ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่ง เงินทุน	0.1770	17.70	
	ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่าย ในการดำเนินงาน	0.1600	16.00	
	ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนใน ชุมชน	0.2100	21.00	
	ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.2530	25.30	
	รวมเกณฑ์เศรษฐกิจ	1.0000	100	
ทรัพยากร มนุษย์	ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.2910	29.10	0.40%
	ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรใน ชุมชนที่ชัดเจน	0.2870	28.70	
	ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้าน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.4230	42.30	
	รวมเกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์	1.0000	100	

ตารางที่ 29 (ต่อ)

เกณฑ์	ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ความสำคัญ	ร้อยละ	ค่าความ สอดคล้อง
ความร่วมมือ ในชุมชนและ เครือข่าย	ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.3850	38.50	0.50%
	ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.2560	25.60	
	ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่าย ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.3590	35.90	
	รวมเกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	1.0000	100	
กิจกรรม ท่องเที่ยวเชิง อาหาร	ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.4330	43.30	0.00%
	ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของ ชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.5670	56.70	
	รวมเกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.0000	100	

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นถึงผลการจัดลำดับค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ ผลวิจัยปรากฏว่า ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.2200 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย) ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น และตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และกระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.2140 0.1990 0.1890 และ 0.1780 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่า เท่ากับ 0.30% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ 0.3790 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิง

อาหาร และตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.3390 และ 0.2820 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.50% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.7450 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน มีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.2550 รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.00% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.3280 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม และตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.1820 0.1770 0.1580 และ 0.1550 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.20% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.2280 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด และตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.1720 0.1590 0.1570 0.1500 และ 0.1330 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 1.00% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากัน เท่ากับ 0.5000 รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.00% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์เศรษฐกิจ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.2530 รองลงมา คือ

ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน และตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.2100 0.2000 0.1770 และ 0.1600 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 1.30% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.4230 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน และตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.2910 และ 0.2870 ตามลำดับ รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.40% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.3850 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.3590 และ 0.2560 รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.50% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ชุดข้อมูลของเกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด เท่ากับ 0.5670 รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญ เท่ากับ 0.4330 รวมถึงค่า Consistency Ratio: C.R. ที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.00% ซึ่งถือว่าเป็นค่าอยู่ในเกณฑ์การยอมรับได้ (C.R. < 10%)

ดังนั้น สามารถสรุปผลการวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ โดยคำนวณค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ สรุปเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย ชุดข้อมูล 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ และ 111 ตัวตรวจสอบ ค่าถ่วงน้ำหนักตัวบ่งชี้ ดังแสดงในตารางที่ 30

ตารางที่ 30 สรุปเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
1. ผลิตภัณฑ์ อาหาร	1.1 มีกระบวนการ สรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลาง น้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.0288	5	1.1.1 มีการกำหนดนโยบาย การจัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบ สด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ใน ชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักหรือ อันดับแรก 1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อผู้ส่ง มอบวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น 1.1.3 สามารถทำการ ตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไป ถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้ 1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณ วัตถุดิบให้เพียงพอกับความ ต้องการในการให้บริการ นักท่องเที่ยว (Safety Stock) 1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุน ของวัตถุดิบที่สั่งซื้อให้เป็นไป ตามที่ตั้งประมาณการไว้ เช่น มีการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้ เป็นไปตามงบประมาณจัดซื้อ ที่ประมาณการไว้เป็นไปตาม คุณภาพและราคา เป็นต้น



ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	1.2 มีความเป็น อัตลักษณ์ของ อาหารในท้องถิ่น	0.0309	5	1.2.1 มีการคัดสรรวัตถุดิบหลัก และเครื่องปรุงรสที่มีอยู่ในชุมชน ท้องถิ่น มีความแท้และดั้งเดิม ตามต้นตำรับของชุมชน 1.2.2 มีเทคนิค กรรมวิธี ขั้นตอน การปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่น ที่ถูกสืบทอดและสะท้อนถึง ภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่นตาม ตำรับที่สืบทอดกันมา 1.2.3 มีรสชาติ กลิ่นและ รูปลักษณะของอาหารในท้องถิ่น เป็นไปตามตำรับดั้งเดิมของชุมชน 1.2.4 มีการนำเสนอสำหรับอาหาร และวิธีการรับประทานอาหารที่ สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น 1.2.5 มีข้อมูล/เรื่องราวที่บอกเล่า ประวัติความเป็นมาของวัตถุดิบ หรืออาหารในท้องถิ่น และคุณค่า ทางโภชนาการของเมนูอาหารใน ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	1.3 มีการจัด องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึง วัฒนธรรมอาหาร เฉพาะถิ่น	0.0274	4	1.3.1 มีการสืบค้นภูมิปัญญา ด้านอาหาร ท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและ สะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน จากผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และ ตำรับตำราอาหาร 1.3.2 มีการเก็บรวบรวม ข้อมูลอาหารท้องถิ่นใน รูปแบบลายลักษณ์อักษร หรือ สื่อดิจิทัล เช่น เอกสาร หนังสือ และคู่มือตำราอาหาร ท้องถิ่น Website แฟ้ม เอกสารข้อมูล (File) วิดีโอ ผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น 1.3.3 มีการถ่ายทอด เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารกับผู้มี ส่วนได้เสีย/ผู้ที่เกี่ยวข้องผ่าน ช่องทางต่าง ๆ 1.3.4 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากหน่วยงานหรือองค์กรหรือ ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้มา พัฒนาชุมชนของตนเอง



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	1.4 มีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหารเชิง สร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้าน การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0258	5	1.4.1 มีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นมาดัดแปลงสร้างสรรค์ต่อ ยอดเป็นเมนูอาหารใหม่ที่ หลากหลาย 1.4.2 มีการเพิ่มมูลค่า เมนูอาหารท้องถิ่น โดยใช้ ศิลปะการตกแต่งเมนูอาหาร ในท้องถิ่น (Food Design) 1.4.3 มีการใช้นวัตกรรม เครื่องมือ เครื่องใช้ผ่าน กรรมวิธี ขั้นตอนการปรุง/ ประกอบอาหารท้องถิ่น เช่น อุปกรณ์ทุนแรงที่ใช้ในครัว เป็นต้น 1.4.4 มีการใช้นวัตกรรมใน การให้บริการนักท่องเที่ยวที่ สามารถรองรับความต้องการ ของนักท่องเที่ยว เช่น อุปกรณ์ที่ให้บริการเสริมให้กับ นักท่องเที่ยว อุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โปรแกรมการสั่งอาหารผ่าน มือถือ ระบบเมนู อิเล็กทรอนิกส์ ระบบการ ชำระเงิน (เช่น การสแกน QR Code) เป็นต้น



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				1.4.5 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเชิงสร้างสรรค์ โดยม ีความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ หรือเอกชน เช่น สถาบันการศึกษา กระทรวง อุตสาหกรรม ที่มีโครงการ พัฒนา หรือให้การสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมความร่วมมือ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็น ต้น
	1.5 ชุมชนได้รับ มาตรฐานที่เกี่ยวข้อง กับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0317	2	1.5.1 ได้รับรางวัลหรือ มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวโดย ชุมชน เช่น รางวัล อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไทย รางวัลมาตรฐานการ ท่องเที่ยวไทย รางวัล มาตรฐานการท่องเที่ยวโดย ชุมชน เป็นต้น 1.5.2 ได้รับเกียรติบัตรการ รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อาหาร ด้านรสชาติและ สุขอนามัย เช่น อย. มผช. OTOP ฮาลาล GAP GMP เซลล์ชวนชิม Clean Food Good Taste มิชลิน Thai Select เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
2. คุณภาพการ บริการตามวิธี ชุมชนท้องถิ่น	2.1 มีการสร้าง มาตรฐานของผู้ทำ หน้าที่ให้บริการ การ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0414	4	2.1.1 บุคลากรในชุมชน ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย วัฒนธรรมอันดีงามของ ท้องถิ่น เช่น ต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยเครื่องดื่ม ประจำท้องถิ่น มีการแต่งกาย ด้วยชุดประจำท้องถิ่น เป็นต้น 2.1.2 บุคลากรในชุมชน สามารถแนะนำ ให้ข้อมูล เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2.1.3 บุคลากรในชุมชน สามารถสื่อสารและให้บริการ นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ 2.1.4 ผู้สัมผัสอาหารที่เป็น บุคลากรในชุมชนต้องปฏิบัติ ตามหลักสุขาภิบาลอาหาร
	2.2 มีการจัดสิ่ง อำนวยความสะดวก ด้านบริการอาหารแก่ นักท่องเที่ยว	0.0308	5	2.2.1 มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกตามวิธีชุมชนได้ มาตรฐานความปลอดภัยและ สุขอนามัย



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				2.2.2 มีห้องสุขาให้บริการที่ ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ แยกสุขาชาย หญิง และ ผู้ด้อยโอกาส 2.2.3 มีอ่างล้างมือให้บริการ หรือจุดล้างมือที่สามารถใช้ การได้ดี และจัดให้มีสบู่ สำหรับล้างมือ 2.2.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาส และผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ราวจับ เป็นต้น 2.2.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิถี ชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ ปลอดภัย มีการให้บริการ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี เป็นต้น
	2.3 มีการจัดการ ระบบขนส่งหรือเดิน ทางเข้าสู่แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0369	5	2.3.1 มีการควบคุมและดูแล ผู้ให้บริการการขนส่งเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มี มาตรฐานโดยคำนึงถึงความ ปลอดภัยและความสะดวก ของผู้ใช้บริการ



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				2.3.2 มีป้ายบอกทางและแสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน เป็นระยะแสดงจุดเชื่อมโยงต่าง ๆ 2.3.3 มีการกำหนดเส้นท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน 2.3.4 มียานพาหนะที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย 2.3.5 มีตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่บนแผนที่ออนไลน์ เช่น Google Map เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น
3. แหล่งท่องเที่ยว	3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.0261	3	3.1.1 มีการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับสภาพชุมชน ไม่มีทรศนะอุจาด (Visual Pollution) เช่น กองขยะ น้ำขัง ทางเดินฝุ่น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				3.1.2 มีการจัดสถานที่ ที่ให้บริการหรือจัดกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อยตลอดจนถูกสุขลักษณะ เช่น จัดสถานที่ประกอบอาหาร (ครัว) สถานที่จัดเก็บอาหาร สถานที่จัดเก็บภาชนะที่ใส่อาหาร สถานที่จัดกิจกรรมสาธิตวิธีการปรุงอาหาร สถานที่รับประทานอาหาร ให้เป็นสัดส่วน เป็นต้น 3.1.3 มีการปรับปรุงภูมิทัศน์หรือมีจุดถ่ายภาพให้มีความน่าสนใจ หรือมีการจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบวิถีชีวิตคนในท้องถิ่น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	3.2 มีการจัดการด้าน ความปลอดภัยของ แหล่งท่องเที่ยว	0.0764	3	3.2.1 มีการสร้างความเข้าใจ กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ ปฏิบัติตนให้เกิดความ ปลอดภัย เมื่อเดินทางเข้ามาใช้ บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีคู่มือ/เอกสารแนะนำการดูแล ความปลอดภัยให้กับ นักท่องเที่ยว เป็นต้น 3.2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความ พร้อมในจัดระบบความ ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของ ชุมชน เช่น ทางหนีไฟ อุปกรณ์ ดับเพลิง ชุดปฐมพยาบาล ระบบระบายอากาศ เป็นต้น 3.2.3 ชุมชนมีแผนฉุกเฉินและ มีการฝึกซ้อมการช่วยเหลือ นักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณี มีเหตุฉุกเฉิน ตามที่กำหนด และระบุไว้ในแผน
4. ความสะอาด และความ ปลอดภัยของ สุขลักษณะใน การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	4.1 มีการจัดการด้าน ความปลอดภัยของ อาหารและสุขอนามัย ในแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0364	2	4.1.1 มีการกำหนดมาตรฐาน และแนวทางปฏิบัติที่ดีในการ จัดการด้านความปลอดภัยของ อาหารและสุขอนามัยในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นไป



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				ตามมาตรฐานสาธารณสุข เช่น ความสะอาดของสถานที่ ประกอบอาหาร การเลือกใช้ ภาชนะและอุปกรณ์ที่มีความ ปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว และ สิ่งแวดล้อม รวมถึงมีความ ปลอดภัยจากโรคติดต่อ อันตราย (ได้รับมาตรฐาน SHA) เป็นต้น
				4.1.2 มีการให้ความรู้ และ ฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนที่ทำ หน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารใน การให้บริการนักท่องเที่ยว อย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ
	4.2 มีการจัดการ ความปลอดภัยด้านที่ พักค้างแรม	0.0175	2	4.2.1 มีการจัดการที่พักค้าง แรม ผ่านมาตรฐานเป็นที่ ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมส เตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการ ท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ของกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น 4.2.2 มีการจัดการที่พักค้าง แรมให้เพียงพอและสามารถ รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่ เข้ามาใช้บริการ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				4.2.3 มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ
	4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	0.0172	2	4.3.1 จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอกับรูปแบบกิจกรรมในแต่ละประเภท เช่น - กิจกรรมทางน้ำ เช่น ต้องมีเสื้อชูชีพ - กิจกรรมทางบก เช่น เดินป่า/หาวัดถุดิบในป่า จุดที่อันตรายต้องมีราวจับ หรือมีคนคอยแนะนำ เป็นต้น 4.3.2 มีการจัดอบรมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวประสบภัยขณะทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
	4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0196	2	4.4.1 จัดทำป้ายบอกเส้นทางสื่อความหมายที่ชัดเจนสำหรับการเดินทางไปทำกิจกรรมในแต่ละฐานการเรียนรู้



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				4.4.2 มีบุคลากรในชุมชน คอย ให้คำแนะนำและดูแลความ ปลอดภัยตลอดเส้นทางในการ เดินทางไปทำกิจกรรม
	4.5 มีการจัดการ ความปลอดภัยด้าน ยานพาหนะที่ใช้ใน เส้นทางท่องเที่ยว เชิงอาหาร	0.0203	2	4.5.1 มีจัดเตรียมและเลือกใช้ ยานพาหนะที่เหมาะสมกับการ เดินทางไปทำกิจกรรมตลอด เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การเดินทางด้วยยานยนต์ (รถมอเตอร์ไซด์ รถซาเล้ง รถ อีแต็ก เรือหางยาว) การเดินทาง ด้วยจักรยาน หรือการเดินทาง ด้วยเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น 4.5.2 มีการทำความสะอาด และตรวจสอบความปลอดภัย ของยานพาหนะรวมถึง เส้นทางเดินเท้าก่อน ให้บริการนักท่องเที่ยวทุกครั้ง เช่น - เรือหางยาวต้องทำความ สะอาดไม่ให้มีหอย ไม่ให้มี เพรียงเกาะตามข้างเรือ หรือ ต้องมีบันไดขึ้นเรือ และทำ ความสะอาดไม่ให้บันไดลื่น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				- รถซาเล้ง บรรทุกนักท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 4 – 5 คน การนั่งต้องมีราวจับ เป็นต้น - การเดินเท้า เส้นทางเดินด้วยเท้า มีแสงสว่างเพียงพอ มีความสะอาด ปลอดภัย มีป้ายบอกทาง มีป้ายเตือนภัย เป็นต้น
5. การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0105	2	5.1.1 มีการจัดเก็บสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของชุมชน 5.1.2 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
	5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	0.0104	2	5.2.1 มีช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนและหลังมาใช้บริการของชุมชน ให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย หรือสิทธิ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				ได้รับเมื่อมาใช้บริการของ ชุมชน 5.2.2 มีการจัดกิจกรรมลูกค้า สัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบ วันเกิดของลูกค้า หรือเทศกาล วันสำคัญ เป็นต้น
	5.3 มีการจัดการด้าน การตลาด	0.0099	4	5.3.1 มีการจัดทำแผนการ ตลาดที่เหมาะสมครอบคลุม การดำเนินงานการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาด หลากหลายช่องทางร่วมกับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ให้สอดคล้องกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว เชิงอาหาร 5.3.2 มีการแจ้งราคาการเข้า ร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงอาหาร และราคาเมนูอาหาร ท้องถิ่นที่เป็นธรรมและชัดเจน ทั้งภาษาไทยและ ภาษาต่างประเทศ 5.3.3 มีช่องทางการจัด จำหน่ายและการ ประชาสัมพันธ์โปรแกรมการ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				ท่องเที่ยวเชิงอาหาร / ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ผ่าน สื่อทั่วไป หรือสื่อดิจิทัล เช่น แนะนำปากต่อปาก รายการ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือ แนะนำการเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร เครือข่ายท่องเที่ยว ชุมชน บริษัททัวร์ Website Instagram Twitter QR Code YouTube TikTok Line Facebook Page ของ ชุมชน เป็นต้น 5.3.4 มีการดำเนินงานและ ติดตามแผนการตลาดให้บรรลุ เป้าหมายตามที่กำหนด เช่น มีการประเมินการดำเนินงาน ตามแผนการตลาด มีรายงาน ฝ่ายการตลาด เป็นต้น
	5.4 มีการสร้าง ภาพลักษณ์แหล่ง ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ อาหาร หรือตรา ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	0.0150	2	5.4.1 มีการสร้างการยอมรับ ในตัวผลิตภัณฑ์และการ บริการของชุมชนในด้าน อาหารผ่านการจัดกิจกรรม ต่าง ๆ เช่น การชนะเลิศการ ประกวด หรือผ่านการรับรอง ตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				5.4.2 มีกระบวนการ การ สร้างภาพจำของผลิตภัณฑ์ และการบริการของชุมชน เช่น มีตราผลิตภัณฑ์และ เรื่องราวของชุมชน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย มีการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อ สังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น
	5.5 มีกระบวนการ ประกันคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์และบริการ ของชุมชน	0.0088	3	5.5.1 มีการกำหนดมาตรฐาน ของผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การจัดทำคู่มือการ ให้บริการด้านอาหารแก่ นักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือ ขั้นตอน กรรมวิธีการปรุง เมนูอาหารในท้องถิ่นที่ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น 5.5.2 มีกระบวนการ รับประกันความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น การรับเปลี่ยนอาหารที่ ลูกค้าร้องเรียน (รสชาติเพี้ยน เปลี่ยนได้) 5.5.3 มีช่องทางให้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดง ความคิดเห็น ร้องเรียน หรือ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์อาหารผ่านสื่อและ เทคโนโลยีสารสนเทศ
	5.6 มีการจัดการ ระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	0.0113	3	5.6.1 มีจัดการระบบ ฐานข้อมูลของชุมชนที่เป็น ระบบ และสามารถนำมาใช้ เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร 5.6.2 มีระบบรักษาความ ปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูล ของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายการ คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 5.6.3 มีการนำข้อมูลที่จัดเก็บ หรือรวบรวมได้มาใช้ในการ วางแผนและจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหารเป็นที่ประจักษ์ เช่น การประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยว การวางแผน การตลาด การจัดทำประมาณ การรายรับ รายจ่ายของชุมชน เป็นต้น
6. สิ่งแวดล้อม	6.1 มีการจัดการขยะ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0509	5	6.1.1 ชุมชนมีการรวบรวมและ คัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ เช่น มีการ คัดแยกขยะต้นทาง เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				6.1.2 ชุมชนมีการจัดเก็บขยะที่เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ ไม่มีขยะตกค้างในชุมชน เช่น การกำหนดเวลาจัดเก็บขยะ การปลอดถังขยะในชุมชน เป็นต้น
				6.1.3 ชุมชนมีการกำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การมีเตาเผาขยะของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น
				6.1.4 ชุมชนการนำขยะมาเข้าสู่กระบวนการทำให้ขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) หรือการใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำขยะอินทรีย์มาเข้าสู่กระบวนการทำเป็นปุ๋ย การนำขยะกระดาษมาเข้าสู่กระบวนการหมุนเวียนใช้ซ้ำ เป็นต้น
				6.1.5 มีการส่งเสริม สนับสนุน กิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น มีการใช้วัสดุ/ภาชนะ/บรรจุภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ย่อยสลายได้) โดยคนในชุมชนผลิตเอง เช่น ไม้ไผ่ ป่าน ใบตอง ทางมะพร้าว ถุง กระดาษ เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	6.2 มีการจัดการน้ำ เสีย/น้ำทิ้ง และ มลพิษทางอากาศใน แหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0509	3	6.2.1 มีกระบวนการระบบ กำจัดน้ำเสีย ตั้งแต่ต้นทาง เช่น มีการติดตั้งถังดักไขมันจากน้ำ เสียของชุมชน เป็นต้น 6.2.2 ชุมชนมีระบบบำบัดน้ำ เสียที่มีประสิทธิภาพ และได้ มาตรฐาน เช่น การวัดคุณภาพ น้ำทิ้งภายหลังผ่าน กระบวนการบำบัด เป็นต้น 6.2.3 ชุมชนมีการติดตั้งระบบ ควบคุมมลพิษทางอากาศที่ เกิดขึ้นจากกระบวนการ การ ให้บริการนักท่องเที่ยวของ ชุมชน เช่น การติดตั้งปล่อย ระบายควันจากการปรุงอาหาร
7. เศรษฐกิจ	7.1 มีการใช้วัตถุดิบ จากชุมชนท้องถิ่นใน จัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0137	2	7.1.1 คนในชุมชนมีรายได้ จากการผลิต หรือจัดหา วัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อ นำมาใช้ในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน 7.1.2 มีการจัดทำและพัฒนา เมนูอาหารท้องถิ่น หรือแปร รูปผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่น ที่ใช้วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น เป็นหลัก



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	7.2 มีความสามารถ ในการจัดหาแหล่ง เงินทุน	0.0122	2	7.2.1 ชุมชนมีความสามารถ ในการระดมเงินทุน เพื่อมาใช้ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน เช่น การ ออกหุ้นจำหน่ายให้กับสมาชิก ชุมชน การได้รับเงินสนับสนุน จากภาครัฐหรือองค์กรภายใน ชุมชน เป็นต้น 7.2.2 มีโครงสร้างของ แหล่งที่มาของเงินทุนที่ เหมาะสม เช่น สัดส่วนของ เงินกู้และส่วนของทุนที่มาจาก สมาชิก เป็นต้น
	7.3 มีการคำนวณ ต้นทุน และค่าใช้จ่าย ในการดำเนินงาน	0.0110	2	7.3.1 ชุมชนมีการจัดทำ รายงานทางบัญชีและการเงิน เป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชี ที่สามารถสะท้อนตัวเลข รายรับและรายจ่ายของการ ดำเนินงาน 7.3.2 ชุมชนมีนโยบายในการ จัดสรรกำไรจากการ ดำเนินงานที่ชัดเจน เช่น อัตราการจ่ายเงินปันผลแก่ สมาชิก หรือผู้ถือหุ้น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	7.4 มีการกระจาย รายได้ให้กับคนใน ชุมชน	0.0144	2	7.4.1 มีการออกแบบกิจกรรม ที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้ มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน เพื่อได้รับ ผลประโยชน์อย่างทั่วถึง 7.4.2 มีการจัดสรร ผลประโยชน์ หรือ ค่าตอบแทนจากดำเนินงาน ของชุมชนที่เป็นธรรม หรือ ตามข้อตกลงในการว่าจ้าง เช่น มีเอกสารการจ่าย ค่าตอบแทน มีการจ่าย ค่าตอบแทนตามอัตราค่าแรง ขั้นต่ำในท้องถิ่นตามประกาศ ของทางราชการ เป็นต้น
	7.5 มีการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0174	2	7.5.1 มีการปรับปรุงและ พัฒนาต่อยอดรูปแบบ ผลิตภัณฑ์และบริการการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม เช่น มีการพัฒนา เมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อรองรับ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความ ต้องการเฉพาะส่วน (กลุ่ม อาหารมังสวิรัต กลุ่มอาหาร



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				เพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารตามหลักศาสนา ฯลฯ) มีการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น 7.5.2 มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมเพื่อเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดกิจกรรมสปา นวดแผนไทย เป็นต้น
8. ทรัพยากรมนุษย์	8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.0252	4	8.1.1 ผู้นำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 8.1.2 ผู้นำมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนโดยรวม เช่น การจัดการบัญชี และการเงิน การตลาด การบริหารบุคคล เป็นต้น 8.1.3 ผู้นำสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น การสร้างกำไร



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				จากการประกอบการ การ ได้รับรางวัล หรือมาตรฐานที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิง อาหาร เป็นต้น 8.1.4 ผู้นำมีความสามารถในการ สร้างความร่วมมือ ความ เข้าใจกับคนในชุมชน และ องค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ ในการบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวโดยชุมชน
	8.2 มีการกำหนด โครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความ รับผิดชอบของ บุคลากรในชุมชนที่ ชัดเจน	0.0249	3	8.2.1 มีการกำหนดโครงสร้าง การบริหารของแหล่ง ท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อ รองรับการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน 8.2.2 มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในชุมชน ตามโครงสร้างการบริหาร เช่น มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ ของประธาน กรรมการ ผู้ปรุง อาหาร มัคคุเทศก์ชุมชน เป็นต้น 8.2.3 มีการวางแผน อัตรากำลังบุคลากรในชุมชน ให้พร้อมกับการรองรับการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง อาหารให้กับนักท่องเที่ยว



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	8.3 มีการพัฒนา บุคลากรในชุมชนด้าน การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0367	4	8.3.1 มีแผนการพัฒนา บุคลากรในชุมชนด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร 8.3.2 มีการฝึกอบรมและ พัฒนาบุคลากรในชุมชนตาม แผนงานที่กำหนด เช่น การ อบรมมัคคุเทศก์ชุมชน การศึกษาดูงานชุมชนที่ ประสบความสำเร็จ เป็นต้น 8.3.3 มีการติดตามและ ประเมินผลบุคลากรในชุมชน ที่ผ่านการฝึกอบรม หรือ ศึกษาดูงาน เช่น ติดตามและ ประเมินผลการพัฒนา บุคลากรในการปรุง/ประกอบ อาหารท้องถิ่นให้มีมาตรฐาน เดียวกัน เป็นต้น 8.3.4 มีการพัฒนาศักยภาพ ทักษะบุคลากรในชุมชน โดย การสับเปลี่ยนหน้าที่ ตำแหน่ง งานที่รับผิดชอบ
9. ความร่วมมือ ในชุมชนและ เครือข่าย	9.1 คนในชุมชนมี ส่วนร่วมในการ จัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0387	2	9.1.1 มีการเปิดโอกาสให้คน ในชุมชนมีส่วนร่วมในการ จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน เช่น การ สมัครเป็นบุคลากร การร่วม ถือหุ้น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				9.1.2 คนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการกำหนดนโยบายของ ชุมชนด้านการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น มี การจัดการประชุมประชาคม ชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเห็น ของสมาชิกชุมชน ผ่าน กระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับ ผลประโยชน์ ร่วมภาคภูมิใจ เป็นต้น
	9.2 มีการสนับสนุน และส่งเสริมกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0257	2	9.2.1 มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมเข้าร่วมกิจกรรมของ คนในชุมชน เช่น การจัด เทศกาลอาหารท้องถิ่นของ ชุมชน การออกบูธร้านอาหาร ในงานประเพณีต่าง ๆ ของ ชุมชน เป็นต้น 9.2.2 มีการประสานความ ร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนา ส่งเสริม บุคลากร หรือแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชนด้านการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การ จัดอบรมมัคคุเทศก์รุ่นเยาวชน ในสถานศึกษา เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
	9.3 มีการสร้างและ ขยายเครือข่ายความ ร่วมมือด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0361	3	9.3.1 มีเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กับองค์กรภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาของรัฐ กรมการท่องเที่ยว การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน เป็นต้น 9.3.2 มีเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กับองค์กรภาคเอกชน เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ชมรม มัคคุเทศก์อาชีพ บริษัทนำ เที่ยว เป็นต้น 9.3.3 มีเครือข่ายความร่วมมือ กับเครือข่ายการจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกระดับ เช่น เครือข่ายชุมชนการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น สมาพันธ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็น ต้น
10. กิจกรรม ท่องเที่ยวเชิง อาหาร	10.1 มีการพัฒนา รูปแบบการจัด กิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0472	3	10.1.1 มีการระดมความคิด จากบุคลากรในชุมชน เพื่อ พัฒนา และต่อยอดกิจกรรม หรือเมนูอาหารที่แสดงถึง ความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่น เป็นหลัก



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				10.1.2 มีการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เชื่อมโยง กับเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยว อื่น ๆ เช่น ชุมชนท่องเที่ยว บริเวณใกล้เคียง เป็นต้น 10.1.3 มีการพัฒนากิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยวและ เส้นทางท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม เช่น มีบริการที่พัก ค้างแรมภายในชุมชน บริการ สปา เป็นต้น
	10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชน มาประยุกต์ใช้ในการ จัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0618	4	10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง วัฒนธรรมผ่านอาหารใน ท้องถิ่น เช่น การชมและร่วม กระบวนการสาธิตขั้นตอน กรรมวิธีการปรุงเมนูอาหาร ท้องถิ่น จัดเส้นทาง ท่องเที่ยวในการชิมอาหาร ท้องถิ่น เป็นต้น 10.2.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมมาใช้ในการจัดวาง รูปแบบอาหารแต่ละเมนู เช่น การประดิษฐ์วัสดุ/ ภาชนะ



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 30 (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	ค่าถ่วง น้ำหนัก ตัวบ่งชี้	จำนวน เกณฑ์การ พิจารณา	ชุดข้อมูลของเกณฑ์การ พิจารณา
				สำหรับจัดวางอาหารโดยใช้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น 10.2.3 มีการนำ ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี มาใช้ในกระบวนการบริการ อาหารให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การรับประทานแบบขันโตก/ พาแลง/สำหรับ การ รับประทานด้วยมือ เป็นต้น 10.2.4 มีการนำเสนอเรื่องราว และองค์ความรู้เกี่ยวกับ อาหารที่ให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติ ความเป็นมาของเมนูอาหารใน ท้องถิ่น ส่วนผสมและ คุณประโยชน์ของเมนูอาหาร ท้องถิ่น เป็นต้น
10 เกณฑ์	36 ตัวบ่งชี้			111 เกณฑ์การพิจารณา



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเกณฑ์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปพัฒนาเป็นโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ เพื่อช่วยคำนวณและความสะดวกต่อการเข้าถึงของผู้ใช้งาน ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผลการวิจัย ปรากฏดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ด้วยโปรแกรมภาษา PHP เป็นระบบในการจัดการฐานข้อมูล และได้จัดโดเมนเพื่อเข้าถึงโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ได้ที่ www.gastronomict.com ดังแสดงในภาพที่ 20



ภาพที่ 20 หน้าจอหลักโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

จากภาพที่ 20 เมื่อเข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แสดงรายละเอียด ดังนี้

4. เมื่อเข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้ว ท่านสามารถเลือกดาวน์โหลด “คู่มือการใช้งานโปรแกรม”

6. เริ่มเข้าสู่การประเมินแบบออนไลน์ โดยเลือก “เริ่มเข้าสู่การประเมิน” ดังภาพที่ 21

ภาพที่ 21 หน้าจอแสดงคำชี้แจงการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

7. ข้อมูลส่วนที่ 1 ให้กรอกรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน ดังภาพที่ 22 และเลือก “**เริ่มการประเมิน**”

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

บันทึก

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ นามสกุล (ผู้ประเมิน)

เบอร์โทรศัพท์

อีเมลกลาง/อีเมลชุมชน

เว็บไซต์ (ถ้ามี)

ที่อยู่ (ผู้ปกครอง/ผู้ประเมิน)/ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เลขที่

หมู่ที่

ถนน

ถนน

จังหวัด

ตำบล

อำเภอ

จังหวัด/ประเทศ

เมือง

เข้การประเมิน

ภาพที่ 22 หน้าจอแสดงส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการกรอกรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน

8. ข้อมูลส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้ปฏิบัติตาม รายละเอียดต่อไปนี้ ดังภาพที่ 23

ส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1

เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

2

ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)

3เกณฑ์การพิจารณา	4ผลการพิจารณา	
	มี/ใช่	ไม่มี/ไม่ใช่
1.1.1 มีการกำหนดนโยบายการจัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักหรืออันดับแรก	☐	☐
1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อบริษัทหรือร้านค้าในชุมชนท้องถิ่น	☐	☐
1.1.3 สามารถทำการตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไปถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้	☐	☐
1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอความต้องการในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Safety Stock)	☐	☐
1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุนของวัตถุดิบที่ส่งออกไปเป็นไปตามที่ตั้งประมาณการไว้ เช่น มีความควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้เป็นไปตามงบประมาณจัดซื้อที่ประมาณการไว้เป็นไปตามคุณภาพและราคา เป็นต้น	☐	☐

ภาพที่ 23 หน้าจอแสดงส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

8.1 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ 111 เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร มี 5 ตัวบ่งชี้ 21 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น มี 3 ตัวบ่งชี้ 14 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว มี 2 ตัวบ่งชี้ 6 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 5 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ มี 6 ตัวบ่งชี้ 16 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม มี 2 ตัวบ่งชี้ 8 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ มี 5 ตัวบ่งชี้ 10 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์ มี 3 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย มี 3 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 2 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา

(สามารถดูรายละเอียดของแต่ละเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ได้ ใน บทที่ 2 ของคู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ภาคผนวก ณ))

8.2 ส่วนประกอบของแต่ละเกณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) ชื่อเกณฑ์
- 2) ชื่อตัวบ่งชี้
- 3) เกณฑ์การพิจารณา
- 4) ช่องผลการพิจารณาเกี่ยวกับเกณฑ์การพิจารณาในแต่ละตัวบ่งชี้

8.3 พิจารณาเกณฑ์การพิจารณาทุกข้อของแต่ละตัวบ่งชี้ แล้วเลือกคำตอบว่า “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” ตามความเป็นจริง ดังนี้

- 1) เลือก “มี/ใช่” แสดงว่า ผู้ประเมิน “มี” การดำเนินการ หรือ “ได้” ดำเนินการตามเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้
- 2) เลือก “ไม่มี/ไม่ใช่” แสดงว่า ผู้ประเมิน “ไม่มี” การดำเนินการ หรือ “ไม่ได้” ดำเนินการตามเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้

8.4 เมื่อได้คำตอบครบทุกข้อแล้ว เลือก “ยืนยันการส่งคำตอบ” ดังภาพที่ 24

ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา	ผลการพิจารณา	
	มี/ใช่	ไม่มี/ไม่ใช่
10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมผ่านอาหารในห้องกิน เช่น การชมและร่วมกระบวนการสาธิตขึ้นคอน กรรวิธีปรุงเมนูอาหารท้องถิ่น จัดเส้นทางท่องเที่ยวในการมีอาหารท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐
10.2.2 มีการนำทางวัฒนธรรมมาใช้ในการจัดวางรูปแบบอาหารแต่ละเมนู เช่น การประดิษฐ์รส/ ภาชนะสำหรับจัดวางอาหารโดยช่างฝีมือท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐
10.2.3 มีการนำขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีมาใช้ในการบริการอาหารให้นักท่องเที่ยว เช่น การรับประทานแบบขันโตก/ พาแลง/ลำรับ การรับประทานด้วยมือ เป็นต้น	☐	☐
10.2.4 มีการนำเสนอเรื่องราวและองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของเมนูอาหารในห้องกิน ส่วนผสมและคุณค่าของเมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐

ยืนยันการส่งคำตอบ

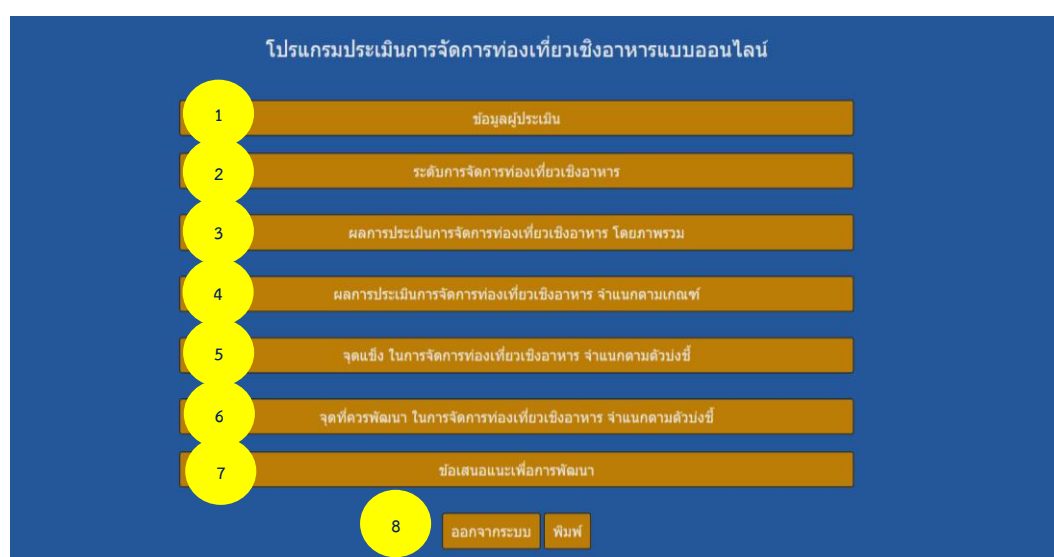
ภาพที่ 24 หน้าจอแสดงการยืนยันส่งคำตอบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

รายงานผลการประเมิน

9. ข้อมูลส่วนที่ 3 ผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ซึ่งสามารถเลือกดูผลการประเมินแต่ละรายการต่อไปนี้ ดังภาพที่ 25

9.1 รายงานผลการประเมิน ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลผู้ประเมิน
- 2) ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 3) ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม
- 4) ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์
- 5) จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
- 6) จุดที่ควรพัฒนา ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
- 7) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
- 8) ออกจากระบบ



ภาพที่ 25 หน้าจอแสดงส่วนที่ 3 ผลการประเมิน

9.2 เลือก “ข้อมูลผู้ประเมิน” ดังภาพที่ 26 เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ประเมินตนเอง และแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ข้อมูลผู้ประเมิน

ชื่อ	ชวนชื่น สนุกสนาน
ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	น้ำเตี้ย
เลขที่	56
หมู่ที่	-
ซอย	ตลาดใหญ่ อำเภอเมืองภูเก็ต ภูเก็ต
ถนน	กลาง
รหัสไปรษณีย์	83000
หมายเลขโทรศัพท์	1111111111
เว็บไซต์	
วันที่ประเมิน	2023-01-24 15:02:16

ภาพที่ 26 หน้าจอแสดงข้อมูลผู้ประเมิน

9.3 เลือก “ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ดังภาพที่ 27 เพื่อดูรายงานผลการประเมินภาพรวมว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชน/องค์กรมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในระดับใด (1 - 5 ดาว) ตามตารางระดับดาวและความหมาย และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: น้ำเตี้ย

วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.

แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ใน ระดับดีมาก (1.8102 คะแนน) จากคะแนนเต็ม 2.0000

★★★★★
(ระดับดีมาก 5 ดาว)

การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดีมาก (5 ดาว)
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดี (4 ดาว)
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)

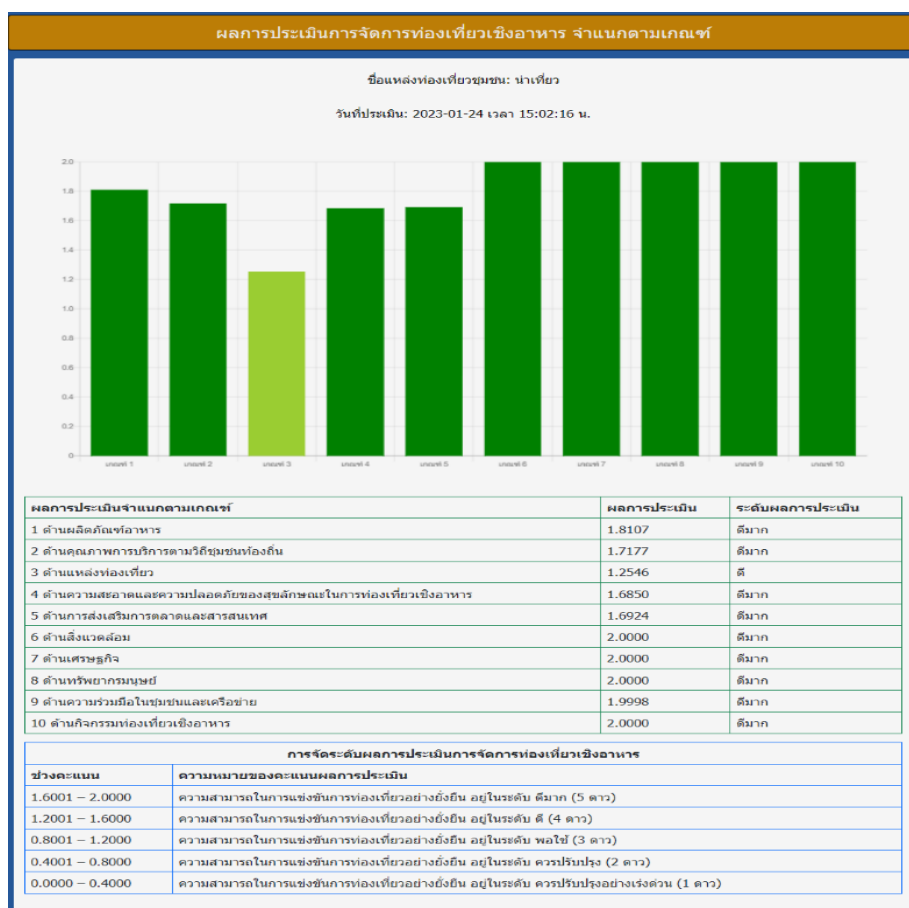
ภาพที่ 27 หน้าจอแสดงระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

9.4 เลือก “ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม” ดังภาพที่ 28 เพื่อดูรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละเกณฑ์และตัวบ่งชี้ และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม			
ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: นาข้าว			
วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.			
	ค่าตัวบ่งชี้ของตัวบ่งชี้	คะแนนที่ได้จากการประเมิน	คะแนนผลการประเมิน
1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร			
1.1 มีการรวมการผลิตอาหารปลอดภัย ปลอดภัย สิ่งดี (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลาแม่น้ำ (ขาย)	0.0288	2	0.0575
1.2 มีความเป็นผลิตภัณฑ์ของอาหารในท้องถิ่น	0.0309	2	0.0619
1.3 มีการส่งเสริมความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เจินถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	0.0274	1	0.0274
1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการบริการอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0258	2	0.0516
1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้มาตรฐานที่เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0318	2	0.0635
รวม	0.1446	9	0.2618
2 ด้านองค์การบริหารตามวิถีชุมชนท้องถิ่น			
2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้นำท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0414	2	0.0827
2.2 มีการจัดตั้งหน่วยงานหรือสมาคมบริการอาหารตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	0.0308	1	0.0308
2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0369	2	0.0739
รวม	0.1091	5	0.1874
3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว			
3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.0261	2	0.0522
3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	0.0764	1	0.0764
รวม	0.1025	3	0.1286
4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขภาวะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0364	2	0.0729
4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักอาศัย	0.0175	0	0.0000
4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	0.0172	2	0.0345
4.4 มีการจัดการความปลอดภัยของเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0196	2	0.0392
4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านพาหนะที่ใช้ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0203	2	0.0405
รวม	0.1110	8	0.1670
5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ			
5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0105	2	0.0209
5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	0.0104	1	0.0104
5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	0.0099	1	0.0099
5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือร้านอาหารในท้องถิ่น	0.0150	2	0.0301
5.5 มีการรวมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	0.0088	2	0.0175
5.6 มีการจัดการระบบเว็บไซต์สารสนเทศ	0.0113	2	0.0227
รวม	0.0659	10	0.1115
6 ด้านสิ่งแวดล้อม			
6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0510	2	0.1019
6.2 มีการใช้น้ำอย่างประหยัด และลดใช้พลังงานในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0510	2	0.1019
รวม	0.1019	4	0.2038
7 ด้านเศรษฐกิจ			
7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0137	2	0.0275
7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	0.0122	2	0.0244
7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.0110	2	0.0220
7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	0.0145	2	0.0289
7.5 มีการเชิญลูกค้าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0174	2	0.0348
รวม	0.0688	10	0.1376
8 ด้านทรัพยากรบุคคล			
8.1 มีการสนับสนุนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.0252	2	0.0505
8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรู้กับกิจกรรมของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	0.0249	2	0.0497
8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0367	2	0.0734
รวม	0.0868	6	0.1736
9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย			
9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0387	2	0.0774
9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0257	2	0.0513
9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0360	2	0.0721
รวม	0.1004	6	0.2008
10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
10.1 มีการพัฒนาโปรแกรมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0472	2	0.0945
10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0618	2	0.1235
รวม	0.1090	4	0.2180
รวมทั้งหมด	1.0000	65	1.8101
การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน		
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดีมาก (5 ดาว)		
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดี (4 ดาว)		
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)		
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)		
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)		

ภาพที่ 28 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม

9.5 เลือก “ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์” ดังภาพที่ 29 เพื่อดูรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละเกณฑ์ และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น



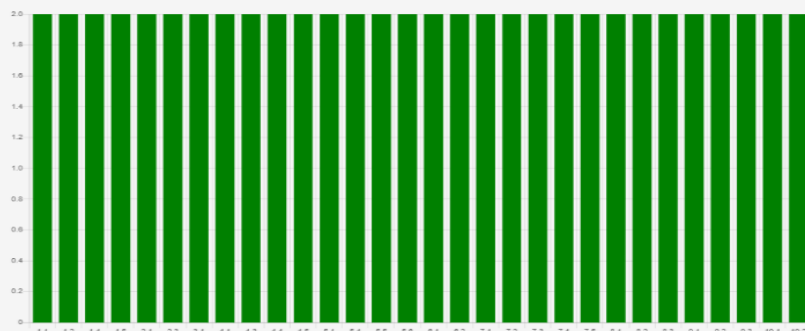
ภาพที่ 29 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์

9.6 เลือก “จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้” ดังภาพที่ 30 เพื่อดูรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดแข็ง และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: นาเหี้ยว

วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.



ตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดแข็ง	คะแนนที่ได้จากการประเมิน
1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	
1.1 มีการขนานนามหรือตราสินค้าใหม่ สดอาด ดึงดูด ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	2
1.2 มีความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	2
1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	
2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้นำที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	
3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	2
4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	2
4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	
5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	2
5.5 มีการขนานนามหรือตราสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	2
5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	2
6 ด้านสิ่งแวดล้อม	
6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
7 ด้านเศรษฐกิจ	
7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	2
7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2
7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	2
7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
8 ด้านทรัพยากรมนุษย์	
8.1 มีการยกระดับในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	2
8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรู้รับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	2
8.3 มีการพัฒนามูลค่าในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	
9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
10.2 มีการนำทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2

การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดีมาก (5 ดาว)
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดี (4 ดาว)
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)

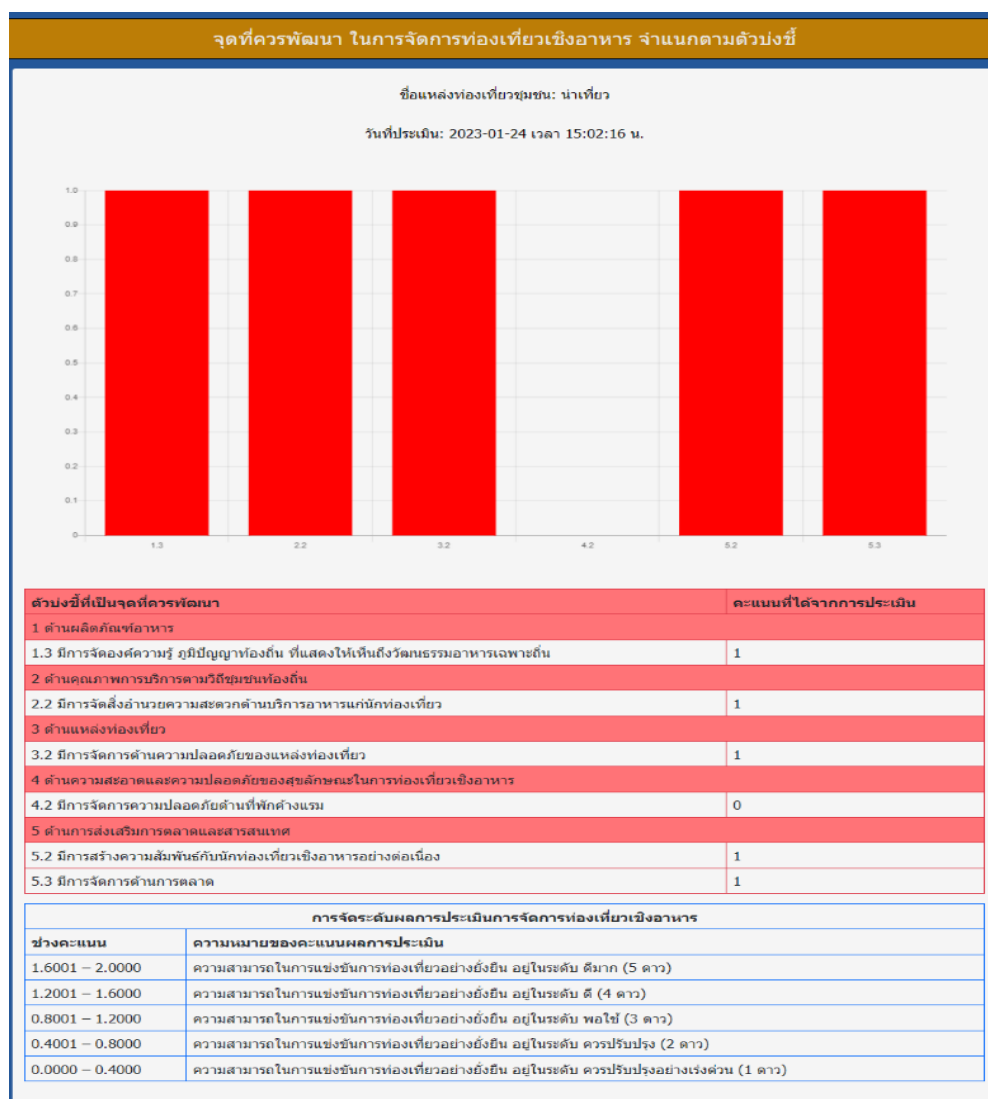
ภาพที่ 30 หน้าจอแสดงจุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / revc: 21042566 07:02:28 / seq: 57

9.7 เลือก “จุดที่ควรพัฒนา ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้”
 ดังภาพที่ 31 เพื่อดูรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่ควรพัฒนา และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น



ภาพที่ 31 หน้าจอแสดงจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

9.8 เลือก “ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา” ดังภาพที่ 32 เพื่อดูข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาตามรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่ควรพัฒนา และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	
เกณฑ์ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น • ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยจัดให้มีการขบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานหรือองค์กรหรือชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) มาใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง	
เกณฑ์ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น ตัวบ่งชี้ 2.2 ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว • ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ราวจับ เป็นต้น • ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิถีชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ปลอดภัย มีการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต Wifi ฟรี เป็นต้น	
เกณฑ์ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว ตัวบ่งชี้ 3.2 ควรมีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว • ควรดำเนินการจัดทำแผนฉุกเฉินและจัดให้มีการฝึกอบรมช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณีมีเหตุฉุกเฉิน ตามที่กำหนดและระบุไว้ในแผน	
เกณฑ์ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.2 ควรมีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม • ควรดำเนินการจัดการให้บริการที่พักค้างแรมภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือภายในชุมชน/เครือข่ายการท่องเที่ยว โดยสามารถแนะนำที่พักค้างแรมให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งที่พักค้างแรมผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ เป็นต้น • ควรดำเนินการจัดการที่พักค้างแรมให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ • ควรจัดให้มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ	
เกณฑ์ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ ตัวบ่งชี้ 5.2 ควรจัดให้มีการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง • ควรดำเนินการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบวันเกิดของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น ตัวบ่งชี้ 5.3 ควรมีการจัดการด้านการตลาด • ควรมีการดำเนินงานและติดตามแผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เช่น มีการประเมินการดำเนินงานตามแผนการตลาด มีรายงานฝ่ายการตลาด เป็นต้น	
ออกจากระบบ พิมพ์	

ภาพที่ 32 หน้าจอแสดงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

9.9 เมื่อประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว เลือก “ออกจากระบบ” หรือ เลือก “พิมพ์” เพื่อสั่งพิมพ์รายงานผลการประเมินนี้ ดังภาพที่ 32

ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ และผลการประเมินโดยกลุ่มผู้ใช้งานโปรแกรม มีดังนี้

1. ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน (ภาคผนวก ต) ให้ความคิดเห็นและวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการหาค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ของแบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (ภาคผนวก ถ) ผลปรากฏว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ มีความเหมาะสมทั้ง 20 รายการ รวม 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสะดวกในการนำไปใช้ 2) ด้านความถูกต้องในการใช้งาน 3) ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม และ 4) ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม โดยมีความตรงเชิงเนื้อหาทั้ง 20 รายการ ($I-CVI = 1.00$) และความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับในระดับดีเยี่ยม ($S-CVI/Ave = 1.00$) (ภาคผนวก ท)

2. ผลการประเมินโดยกลุ่มผู้ใช้งาน (User)

นำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ราย (ภาคผนวก ธ) ก่อนที่จะนำไปใช้งานจริง เพื่อประเมินตามแบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (ภาคผนวก น) ประกอบด้วย 5 ด้าน ๆ ละ 5 รายการประเมินตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ดังแสดงผลการประเมินในตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ โดยกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ผู้ใช้งาน)

รายการประเมิน		<i>M</i>	<i>SD</i>	ระดับ ความเหมาะสม
ด้านความสะดวกในการนำไปใช้				
1	เมื่อมีข้อสงสัยในการใช้โปรแกรม ผู้ใช้สามารถดูวิธีการใช้จากคู่มือการใช้โปรแกรมได้	4.80	0.41	มากที่สุด
2	โปรแกรมมีเมนูที่เข้าถึงส่วนต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก	4.73	0.46	มากที่สุด
3	การใช้งานโปรแกรมมีลำดับขั้นตอนที่เข้าใจง่าย	4.73	0.46	มากที่สุด
4	โปรแกรมมีการแสดงผลและสารสนเทศบนจอภาพเมื่อเสร็จสิ้นการประเมิน	4.73	0.59	มากที่สุด
5	ผู้ใช้สามารถบันทึกหรือสั่งพิมพ์ผลการประเมินได้สะดวก	4.73	0.46	มากที่สุด
ผลประเมินด้านความสะดวกในการนำไปใช้		4.75	0.48	มากที่สุด
ด้านความถูกต้องในการใช้งาน				
1	โปรแกรมสามารถช่วยจำแนกกลุ่มผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์การประเมิน	4.73	0.46	มากที่สุด
2	โปรแกรมนี้นับเป็นประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการได้	4.60	0.63	มากที่สุด
3	ข้อความ/ คำอธิบายบนหน้าจอสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ชัดเจน	4.67	0.49	มากที่สุด
4	การประมวลผลของโปรแกรมมีความรวดเร็วและถูกต้อง	4.80	0.41	มากที่สุด
5	การสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับโปรแกรมเข้าใจง่ายและถูกต้อง	4.67	0.49	มากที่สุด
ผลประเมินด้านความถูกต้องในการใช้งาน		4.69	0.50	มากที่สุด



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 31 (ต่อ)

รายการประเมิน	M	SD	ระดับ ความเหมาะสม
ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม			
1 การออกแบบโปรแกรมโดยรวมมีความสวยงามและน่าสนใจ	4.53	0.64	มากที่สุด
2 การจัดรูปแบบหน้าจอมีความชัดเจน กระตัดรัด และง่ายต่อการใช้งาน	4.67	0.49	มากที่สุด
3 การแสดงผลข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว	4.73	0.46	มากที่สุด
4 โปรแกรมสามารถใช้งานผ่านบราวเซอร์ (Browser) ต่าง ๆ เช่น Chrome, IE, Edge, Fire Fox ได้	4.80	0.41	มากที่สุด
5 โปรแกรมมีระบบป้องกันการดำเนินงานผิดพลาดของผู้ใช้ทุกขั้นตอน	4.67	0.49	มากที่สุด
ผลประเมินด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม	4.68	0.50	มากที่สุด
ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม			
1 การจัดรูปแบบของคู่มือการใช้สวยงาม และอ่านง่าย	4.73	0.46	มากที่สุด
2 คู่มือการใช้แสดงวิธีการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน	4.67	0.49	มากที่สุด
3 ภาษาที่ใช้ในคู่มือการใช้กระชับและเข้าใจง่าย	4.67	0.62	มากที่สุด
4 คู่มือการใช้มีภาพประกอบการอธิบายถึงเนื้อหาและกระบวนการต่าง ๆ ได้ชัดเจน	4.53	0.64	มากที่สุด
5 หลังจากอ่านคู่มือแล้ว ผู้ใช้มีความมั่นใจว่าสามารถใช้โปรแกรมนี้ได้จริง	4.80	0.41	มากที่สุด
ผลประเมินด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม	4.68	0.52	มากที่สุด
สรุปผลการประเมินรวมทุกด้าน	4.70	0.50	มากที่สุด

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรม ปรากฏว่ากลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ผู้ใช้งาน) จำนวน 15 ราย (ภาคผนวก ๓) มีความเห็นว่าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวแบบออนไลน์มีความเหมาะสมต่อการใช้งานโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($M=4.70$, $SD=0.50$) จำแนกรายด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสะดวกในการนำไปใช้

มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($M=4.75$, $SD=0.48$) 2) ด้านความถูกต้องในการใช้งาน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($M=4.69$, $SD=0.50$) 3) ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($M=4.68$, $SD=0.50$) และ 4) ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($M=4.68$, $SD=0.52$)

รายการประเมินที่มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด มี 20 รายการ ได้แก่ เมื่อมีข้อสงสัยในการใช้โปรแกรม ผู้ใช้สามารถดูวิธีการใช้จากคู่มือการใช้โปรแกรมได้ ($M=4.80$) โปรแกรมมีเมนูที่เข้าถึงส่วนต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก ($M=4.73$) การใช้งานโปรแกรมมีลำดับขั้นตอนที่เข้าใจง่าย ($M=4.73$) โปรแกรมมีการแสดงผลและสารสนเทศบนจอภาพ เมื่อเสร็จสิ้นการประเมิน ($M=4.73$) ผู้ใช้สามารถบันทึกหรือสั่งพิมพ์ผลการประเมินได้สะดวก ($M=4.73$) โปรแกรมสามารถช่วยจำแนกกลุ่มผู้ใช้ได้ตรงตามวัตถุประสงค์การประเมิน ($M=4.73$) โปรแกรมนี้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผู้ประกอบการได้ ($M=4.60$) ข้อความ/ คำอธิบายบนหน้าจอสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ชัดเจน ($M=4.67$) การประมวลผลของโปรแกรมมีความรวดเร็วและถูกต้อง ($M=4.80$) การสื่อสารระหว่างผู้ใช้กับโปรแกรมเข้าใจง่ายและถูกต้อง ($M=4.67$) การออกแบบโปรแกรมโดยรวมมีความสวยงามและน่าสนใจ ($M=4.53$) การจัดรูปแบบหน้าจอมีความชัดเจน กระชับ และง่ายต่อการใช้งาน ($M=4.67$) การแสดงผลข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว ($M=4.73$) โปรแกรมสามารถใช้งานผ่านบราวเซอร์ (Browser) ต่าง ๆ เช่น Chrome, IE, Edge, Fire Fox ได้ ($M=4.80$) โปรแกรมมีระบบป้องกันการดำเนินงานผิดพลาดของผู้ใช้ทุกขั้นตอน ($M=4.67$) การจัดรูปแบบของคู่มือการใช้สวยงาม และอ่านง่าย ($M=4.73$) คู่มือการใช้แสดงวิธีการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ($M=4.67$) ภาษาที่ใช้ในคู่มือการใช้ กระชับและเข้าใจง่าย ($M=4.67$) คู่มือการใช้มีภาพประกอบการอธิบายถึงเนื้อหาและกระบวนการต่าง ๆ ได้ชัดเจน ($M=4.53$) หลังจากอ่านคู่มือแล้ว ผู้ใช้มีความมั่นใจว่าสามารถใช้โปรแกรมนี้ได้จริง ($M=4.80$)

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

การวิจัยในขั้นตอนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ส่วนที่ 2 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 15 ราย กับกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย รวมจำนวน 30 ราย (ภาคผนวก ข) สามารถสรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างสำหรับเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป		ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลฯ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	4	26.67	5	33.34
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3	20.00	2	13.33
ภาคกลาง	2	13.33	2	13.33
ภาคตะวันออก	2	13.33	3	20.00
ภาคใต้	4	26.67	3	20.00
รวม	15	100	15	100

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นถึงกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป มีที่ตั้งอยู่ที่ภาคเหนือ และภาคใต้ จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.67 รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ภาคกลาง และภาคตะวันออก มีจำนวน

ผู้ประกอบการเท่ากัน ภาคละ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 มีที่ตั้งอยู่ที่ภาคเหนือ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.34 รองลงมา คือ ภาคตะวันออก และภาคใต้ มีจำนวนผู้ประกอบการเท่ากัน ภาคละ 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง มีจำนวนผู้ประกอบการเท่ากัน ภาคละ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.33 ตามลำดับ

2. ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

สามารถสรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ กลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ได้ดังนี้

2.1 ผลการประเมินคะแนนตัวบ่งชี้ (IS) การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ดังแสดงในตารางที่ 33 และตารางที่ 34



96511980

ตารางที่ 33 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป														M	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15
5	5.1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	0	0	1	1	1.2000
	5.2	2	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0.8000
	5.3	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1.0000
	5.4	1	1	2	2	2	0	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1.4667
	5.5	2	1	0	2	2	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0.8000
	5.6	1	1	2	0	2	1	1	0	0	1	1	0	0	2	2	0.9333
6	6.1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	0	1	2	1	1.4667
	6.2	0	0	0	1	1	1	0	2	0	1	0	0	1	0	0	0.4667
7	7.1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1.7333
	7.2	0	0	0	0	0	2	2	0	0	2	2	0	0	2	2	0.8000
	7.3	0	0	0	0	2	1	2	0	2	2	2	0	1	2	2	1.0667
	7.4	1	0	1	2	1	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.5333
	7.5	2	0	2	0	2	0	0	1	2	0	1	1	1	2	1	1.0000

ตารางที่ 33 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
8	8.1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1.5333
	8.2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	0	1.6000
	8.3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1.0667
9	9.1	2	0	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.6667
	9.2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1.5333
	9.3	1	0	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1.4000
10	10.1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1.4000
	10.2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1.4000
คะแนนรวม		44	28	49	38	56	44	50	46	51	50	50	35	44	53	39	1.2537
คะแนนเฉลี่ยรวม 45.1333 คะแนน จากคะแนนเต็ม 72 คะแนน																	

ตารางที่ 34 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามตัวบ่งชี้

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564													M		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		14	15
1	1.1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1.8000
	1.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	1.3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1.8667
	1.4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	1.5	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1.6000
2	2.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1.9333
	2.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	2.3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9333
3	3.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	3.2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1.7333
4	4.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	4.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	4.3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1.9333
	4.4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1.8667
	4.5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000

ตารางที่ 34 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564													M		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		14	15
5	5.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	5.2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1.3333
	5.3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1.7333
	5.4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	5.5	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1.4667
	5.6	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1.5333
6	6.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1.8667
	6.2	2	2	1	0	0	0	1	2	1	1	0	2	2	0	1	1.0000
7	7.1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9333
	7.2	0	2	2	2	0	0	2	1	0	2	2	2	2	2	2	2.0000
	7.3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.3333
	7.4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.7333
	7.5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2.0000

ตารางที่ 34 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
8	8.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.4000
	8.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1.9333
	8.3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1.9333
9	9.1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9333
	9.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2.0000
	9.3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.9333
10	10.1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1.8000
	10.2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1.9333
คะแนนรวม		69	68	66	69	63	63	69	66	63	64	64	69	68	67	67	1.8426
คะแนนเฉลี่ยรวม 66.3333 คะแนน จากคะแนนเต็ม 72 คะแนน																	

จากตารางที่ 33 และตารางที่ 34 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินคะแนนตัวบ่งชี้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีคะแนนสูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 36 ตัวบ่งชี้ โดยแต่ละตัวบ่งชี้มีคะแนนเต็มเท่ากับ 2.0000 คะแนน

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 ทั้ง 15 ราย มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวม เท่ากับ 1.8426 จากคะแนนเต็มเท่ากับ 2.0000 คะแนน และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้เท่ากับ 1.8000, 2.0000, 1.8667, 2.0000, 1.6000, 1.9333, 2.0000, 1.9333, 2.0000, 1.7333, 2.0000, 2.0000, 1.9333, 1.8667, 2.0000, 2.0000, 1.3333, 1.7333, 2.0000, 1.4667, 1.5333, 1.8667, 1.0000, 1.9333, 2.0000, 1.3333, 1.7333; 2.0000; 1.4000, 1.9333, 1.9333, 1.9333, 2.0000, 1.9333, 1.8000 และ 1.9333 ตามลำดับ และมีคะแนนเฉลี่ยรวม เท่ากับ 66.3333 คะแนน จากคะแนนเต็ม 72 คะแนน

ในขณะที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ทั้ง 15 ราย มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมเท่ากับ 1.2537 จากคะแนนเต็มเท่ากับ 2.0000 คะแนน และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้เท่ากับ 1.3333, 1.7333, 1.2667, 1.5333, 1.0667, 1.2000, 1.6000, 1.2667, 1.3333, 1.0000, 0.8667, 1.2667, 1.2667, 1.2667, 1.2667, 1.2000, 0.8000, 1.0000, 1.4667, 0.8000, 0.9333, 1.4667, 0.4667, 1.7333, 0.8000, 1.0667, 1.5333, 1.0000, 1.5333, 1.6000, 1.0667, 1.6667, 1.5333, 1.4000, 1.4000 และ 1.4000 ตามลำดับ และมีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 45.1333 คะแนน จากคะแนนเต็ม 72 คะแนน

2.2 ผลประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก
ดังตารางที่ 35 และตารางที่ 36

ตารางที่ 35 ผลการประเมินการจัดกาารท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1		1.5911	1.1726	2.0000	1.4335	1.6118	1.1932	1.3619	1.3979	1.5608	1.4032	1.2139	1.3922	1.2196	1.1989	1.0000	1.3834
	1.1	0.0575	0.0288	0.0575	0.0288	0.0288	0.0575	0.0288	0.0288	0.0575	0.0288	0.0288	0.0288	0.0288	0.0575	0.0288	0.0384
	1.2	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0309	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0309	0.0309	0.0309	0.0536
	1.3	0.0274	0.0274	0.0547	0.0274	0.0274	0.0274	0.0547	0.0274	0.0547	0.0547	0.0274	0.0274	0.0274	0.0274	0.0274	0.0347
	1.4	0.0516	0.0516	0.0516	0.0258	0.0516	0.0258	0.0516	0.0516	0.0516	0.0258	0.0258	0.0516	0.0258	0.0258	0.0258	0.0396
2	1.5	0.0318	0.0000	0.0635	0.0635	0.0635	0.0000	0.0000	0.0635	0.0000	0.0318	0.0318	0.0318	0.0635	0.0318	0.0318	0.0339
		1.0000	1.0000	1.2823	1.6614	1.7177	1.2823	1.2823	1.6209	1.3386	1.2823	1.6209	1.0405	1.6209	1.2823	1.0000	1.3355
	2.1	0.0414	0.0414	0.0414	0.0827	0.0827	0.0414	0.0414	0.0414	0.0414	0.0414	0.0414	0.0827	0.0414	0.0414	0.0414	0.0497
	2.2	0.0308	0.0308	0.0616	0.0616	0.0308	0.0616	0.0616	0.0616	0.0308	0.0616	0.0616	0.0308	0.0616	0.0616	0.0308	0.0493
	2.3	0.0369	0.0369	0.0369	0.0369	0.0739	0.0369	0.0369	0.0739	0.0739	0.0369	0.0739	0.0000	0.0739	0.0369	0.0369	0.0468
3		0.2546	0.2546	1.2546	1.0000	1.2546	1.2546	0.2546	1.0000	1.7454	1.7454	1.2546	0.2546	1.0000	2.0000	1.7454	1.0849
	3.1	0.0261	0.0261	0.0522	0.0261	0.0522	0.0522	0.0261	0.0261	0.0261	0.0261	0.0522	0.0261	0.0261	0.0522	0.0261	0.0348
	3.2	0.0000	0.0000	0.0764	0.0764	0.0764	0.0764	0.0000	0.0764	0.1528	0.1528	0.0764	0.0000	0.0764	0.1528	0.1528	0.0764

ตารางที่ 35 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
4		1.1826	0.6446	0.8568	0.3342	1.6720	1.4954	1.1458	1.3473	1.4954	1.5144	1.3402	0.6719	1.4800	1.3568	0.4953	1.1355
	4.1	0.0364	0.0000	0.0000	0.0000	0.0364	0.0364	0.0729	0.0729	0.0364	0.0364	0.0364	0.0000	0.0729	0.0364	0.0000	0.0316
	4.2	0.0175	0.0175	0.0350	0.0175	0.0350	0.0350	0.0175	0.0000	0.0350	0.0175	0.0350	0.0175	0.0350	0.0000	0.0175	0.0222
	4.3	0.0172	0.0345	0.0000	0.0000	0.0345	0.0345	0.0172	0.0172	0.0345	0.0345	0.0172	0.0172	0.0172	0.0345	0.0172	0.0218
	4.4	0.0196	0.0196	0.0196	0.0196	0.0392	0.0196	0.0196	0.0392	0.0196	0.0392	0.0196	0.0196	0.0392	0.0392	0.0000	0.0248
	4.5	0.0405	0.0000	0.0405	0.0000	0.0405	0.0405	0.0000	0.0203	0.0405	0.0405	0.0405	0.0203	0.0000	0.0405	0.0203	0.0257
5		1.2905	0.6924	1.4262	1.0318	1.6910	0.7974	1.3871	1.0561	0.9244	0.8669	1.1588	0.5359	0.7399	1.1650	1.2674	1.0687
	5.1	0.0105	0.0105	0.0209	0.0105	0.0105	0.0209	0.0209	0.0105	0.0209	0.0105	0.0209	0.0000	0.0000	0.0105	0.0105	0.0126
	5.2	0.0207	0.0000	0.0104	0.0000	0.0207	0.0104	0.0104	0.0104	0.0000	0.0104	0.0104	0.0104	0.0000	0.0000	0.0104	0.0083
	5.3	0.0099	0.0000	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0099	0.0198	0.0099	0.0099
	5.4	0.0150	0.0150	0.0301	0.0301	0.0301	0.0000	0.0301	0.0301	0.0301	0.0150	0.0150	0.0150	0.0301	0.0150	0.0301	0.0221
	5.5	0.0175	0.0088	0.0000	0.0175	0.0175	0.0000	0.0088	0.0088	0.0000	0.0000	0.0088	0.0000	0.0088	0.0088	0.0000	0.0070
	5.6	0.0113	0.0113	0.0227	0.0000	0.0227	0.0113	0.0113	0.0000	0.0000	0.0113	0.0113	0.0000	0.0000	0.0227	0.0227	0.0106

ตารางที่ 35 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
6		1.0000	0.5000	0.5000	1.5000	1.5000	1.5000	1.0000	1.5000	1.0000	1.5000	0.5000	0.0000	1.0000	1.0000	0.5000	0.9667
	6.1	0.1019	0.0510	0.0510	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.0510	0.1019	0.1019	0.0510	0.0000	0.0510	0.1019	0.0510	0.0747
	6.2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0510	0.0510	0.0510	0.0000	0.1019	0.0000	0.0510	0.0000	0.0000	0.0510	0.0000	0.0000	0.0238
7		1.1153	0.3992	1.1153	0.6198	1.4357	0.9136	1.4940	0.8728	1.6458	1.4940	1.5474	1.0724	1.2326	2.0000	1.5474	1.2337
	7.1	0.0275	0.0275	0.0275	0.0137	0.0275	0.0275	0.0275	0.0137	0.0275	0.0275	0.0137	0.0275	0.0275	0.0275	0.0137	0.0238
	7.2	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0244	0.0244	0.0000	0.0000	0.0244	0.0244	0.0000	0.0000	0.0244	0.0244	0.0098
	7.3	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0220	0.0110	0.0220	0.0000	0.0220	0.0220	0.0220	0.0000	0.0110	0.0220	0.0220	0.0117
	7.4	0.0145	0.0000	0.0145	0.0289	0.0145	0.0000	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0222
8		0.0348	0.0000	0.0348	0.0000	0.0348	0.0000	0.0000	0.0174	0.0348	0.0000	0.0174	0.0174	0.0174	0.0348	0.0174	0.0174
		1.0000	1.2865	1.2908	1.0000	1.5773	1.2865	1.5773	1.5773	1.5773	2.0000	1.2865	1.2865	1.2908	1.5773	0.7135	1.3552
	8.1	0.0252	0.0252	0.0505	0.0252	0.0505	0.0252	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0252	0.0252	0.0505	0.0505	0.0252	0.0387
	8.2	0.0249	0.0497	0.0249	0.0249	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0249	0.0497	0.0000	0.0398
	8.3	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0734	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0367	0.0391

ตารางที่ 35 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป														M	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		15
9		1.3853	0.2556	1.6409	1.2555	0.9999	1.3853	1.9998	1.9998	1.9998	1.3853	1.9998	1.7442	1.7442	1.9998	1.2555	1.5367
	9.1	0.0774	0.0000	0.0774	0.0387	0.0387	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0387	0.0645
	9.2	0.0257	0.0257	0.0513	0.0513	0.0257	0.0257	0.0513	0.0513	0.0513	0.0257	0.0513	0.0257	0.0257	0.0513	0.0513	0.0394
	9.3	0.0360	0.0000	0.0360	0.0360	0.0360	0.0360	0.0721	0.0721	0.0721	0.0360	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0360	0.0504
10		2.0000	1.0000	2.0000	1.4333	1.5667	1.0000	2.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.5667	1.4333	1.4333	1.0000	1.5667	1.4000
	10.1	0.0945	0.0472	0.0945	0.0945	0.0472	0.0472	0.0945	0.0472	0.0472	0.0472	0.0472	0.0945	0.0945	0.0472	0.0472	0.0661
	10.2	0.1235	0.0618	0.1235	0.0618	0.1235	0.0618	0.1235	0.0618	0.0618	0.0618	0.1235	0.0618	0.0618	0.0618	0.1235	0.0865
คะแนนเฉลี่ยรวม		1.1819	0.7206	1.3367	1.1270	1.5027	1.2108	1.3503	1.3372	1.4288	1.4192	1.3489	0.9432	1.2761	1.4580	1.1091	1.2500
คะแนนเต็ม = 2																	

ตารางที่ 36 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก

เกณฑ์ ที่	ตัวชี้ วัด	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1		2.0000	1.7804	1.7804	2.0000	1.5911	2.0000	2.0000	2.0000	1.3922	1.5815	2.0000	1.7804	2.0000	1.8011	2.0000	1.8471
	1.1	0.0575	0.0575	0.0575	0.0575	0.0575	0.0575	0.0575	0.0575	0.0288	0.0288	0.0575	0.0575	0.0575	0.0288	0.0575	0.0518
	1.2	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619	0.0619
	1.3	0.0547	0.0547	0.0547	0.0547	0.0274	0.0547	0.0547	0.0547	0.0274	0.0547	0.0547	0.0547	0.0547	0.0547	0.0547	0.0511
	1.4	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516	0.0516
2	1.5	0.0635	0.0318	0.0318	0.0635	0.0318	0.0635	0.0635	0.0635	0.0318	0.0318	0.0635	0.0318	0.0635	0.0635	0.0635	0.0508
		2.0000	1.6614	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.6209	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.9522
	2.1	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0414	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0827	0.0799
	2.2	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616	0.0616
	2.3	0.0739	0.0369	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0739	0.0714
3		2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.2546	2.0000	2.0000	1.2546	2.0000	2.0000	2.0000	1.2546	1.8012
	3.1	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522	0.0522
	3.2	0.1528	0.1528	0.1528	0.1528	0.1528	0.1528	0.1528	0.0764	0.0764	0.1528	0.0764	0.1528	0.1528	0.1528	0.0764	0.1324

ตารางที่ 36 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
4		2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.8236	2.0000	2.0000	2.0000	1.6684	1.9661
	4.1	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729	0.0729
	4.2	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350	0.0350
	4.3	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0345	0.0172	0.0333
	4.4	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0392	0.0196	0.0392	0.0392	0.0392	0.0196	0.0366
5	4.5	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405	0.0405
		1.8669	1.7095	1.5373	1.8426	1.5373	1.7095	1.6704	1.3871	1.6924	1.6704	1.6947	1.6776	1.5593	2.0000	2.0000	1.7037
	5.1	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209	0.0209
	5.2	0.0207	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0104	0.0207	0.0207	0.0104	0.0207	0.0207	0.0138
	5.3	0.0198	0.0198	0.0198	0.0198	0.0198	0.0198	0.0198	0.0099	0.0099	0.0198	0.0198	0.0099	0.0099	0.0198	0.0198	0.0172
	5.4	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301	0.0301
	5.5	0.0088	0.0088	0.0088	0.0175	0.0088	0.0088	0.0175	0.0088	0.0175	0.0175	0.0088	0.0175	0.0088	0.0175	0.0175	0.0129
	5.6	0.0227	0.0227	0.0113	0.0227	0.0113	0.0227	0.0113	0.0113	0.0227	0.0113	0.0113	0.0113	0.0227	0.0227	0.0174	

ตารางที่ 36 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564															M
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
6		2.0000	2.0000	1.5000	1.0000	1.0000	1.0000	1.5000	2.0000	1.5000	1.5000	1.0000	2.0000	2.0000	0.5000	1.0000	1.4333
	6.1	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.1019	0.0510	0.0510	0.0951
	6.2	0.1019	0.1019	0.0510	0.0000	0.0000	0.0000	0.0510	0.1019	0.0510	0.0510	0.0000	0.1019	0.1019	0.0000	0.0510	0.0510
7		1.6458	2.0000	1.8004	2.0000	1.6458	1.2755	2.0000	1.8229	1.6458	1.7470	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.8389
	7.1	0.0275	0.0275	0.0137	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0275	0.0266
	7.2	0.0000	0.0244	0.0244	0.0244	0.0000	0.0000	0.0244	0.0122	0.0000	0.0244	0.0244	0.0244	0.0244	0.0244	0.0244	0.0171
	7.3	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0110	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0220	0.0213
	7.4	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0145	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0289	0.0279
	7.5	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0174	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0348	0.0336
8		2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.7135	1.5773	2.0000	1.5773	1.5773	2.0000	1.8964
	8.1	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505	0.0505
	8.2	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0249	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0497	0.0480
	8.3	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0734	0.0367	0.0734	0.0367	0.0367	0.0734	0.0661

ตารางที่ 36 (ต่อ)

เกณฑ์ ที่	ตัวบ่งชี้	ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564													M		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		14	15
9		1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.6144	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9998	1.9741
	9.1	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0387	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0774	0.0748	
	9.2	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	0.0513	
	9.3	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	0.0721	
10		2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.4333	2.0000	2.0000	2.0000	2.0000	1.9622	
	10.1	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	0.0945	
	10.2	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.0618	0.1235	0.1235	0.1235	0.1235	0.1194	
คะแนนเฉลี่ยรวม		1.9513	1.9151	1.8618	1.8842	1.7774	1.7599	1.9170	1.8464	1.7485	1.7833	1.6783	1.9458	1.9136	1.7878	1.8375	
คะแนนเต็ม = 2																	

จากตารางที่ 35 และตารางที่ 36 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนักของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 มีคะแนนสูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปของทุกชุดข้อมูลทั้งหมด 10 เกณฑ์ และ 36 ตัวบ่งชี้

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 ทั้ง 15 ราย มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมจำแนกตามเกณฑ์ เท่ากับ 1.8375 และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละเกณฑ์เท่ากับ 1.8471, 1.9522, 1.8012, 1.9661, 1.7037, 1.4333, 1.8389, 1.8964, 1.9741 และ 1.9622 ตามลำดับ รวมถึงได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้ เท่ากับ 0.0518, 0.0619, 0.0511, 0.0516, 0.0508, 0.0799, 0.0616, 0.0714, 0.0522, 0.1324, 0.0729, 0.0350, 0.0333, 0.0366, 0.0405, 0.0209, 0.0138, 0.0172, 0.0301, 0.0129, 0.0174, 0.0951, 0.0510, 0.0266, 0.0171, 0.0213, 0.0279, 0.0336, 0.0505, 0.0480, 0.0661, 0.0748, 0.0513, 0.0721, 0.0945 และ 0.1194 ตามลำดับ

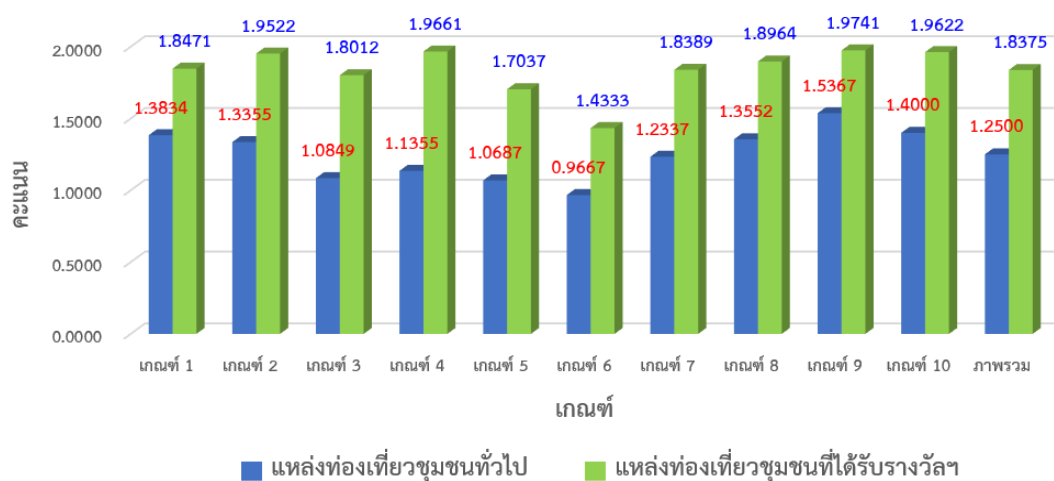
ในขณะที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ทั้ง 15 ราย มีคะแนนเฉลี่ยภาพรวมจำแนกตามเกณฑ์ เท่ากับ 1.2500 และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละเกณฑ์เท่ากับ 1.3834, 1.3355, 1.0849, 1.1355, 1.0687, 0.9667, 1.2337, 1.3552, 1.5367 และ 1.4000 ตามลำดับ รวมถึงได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้ เท่ากับ 0.0384, 0.0536, 0.0347, 0.0396, 0.0339, 0.0497, 0.0493, 0.0468, 0.0348, 0.0764, 0.0316, 0.0222, 0.0218, 0.0248, 0.0257, 0.0126, 0.0083, 0.0099, 0.0221, 0.0070, 0.0106, 0.0747, 0.0238, 0.0238, 0.0098, 0.0117, 0.0222, 0.0174, 0.0387, 0.0398, 0.0391, 0.0645, 0.0394, 0.0504, 0.0661 และ 0.0865 ตามลำดับ

ทั้งนี้ สามารถพิจารณาผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ จากการสรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์ ดังตารางที่ 37 และภาพที่ 33 จำแนกตามตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ ดังตารางที่ 38 และภาพที่ 34 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ดังตารางที่ 39 และภาพที่ 35

ตารางที่ 37 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์

เกณฑ์	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	1.3834	1.8471
เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	1.3355	1.9522
เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	1.0849	1.8012
เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.1355	1.9661
เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	1.0687	1.7037
เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม	0.9667	1.4333
เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ	1.2337	1.8389
เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์	1.3552	1.8964
เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	1.5367	1.9741
เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.4000	1.9622
คะแนนเฉลี่ยภาพรวมจำแนกตามเกณฑ์	1.2500	1.8375

กราฟเปรียบเทียบคะแนนเกณฑ์ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564



ภาพที่ 33 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์

จากตารางที่ 37 และภาพที่ 33 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์ ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีคะแนนเฉลี่ยของเกณฑ์ทั้ง 10 เกณฑ์ สูงกว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 1.8375 และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละเกณฑ์ เท่ากับ 1.8471, 1.9522, 1.8012, 1.9661, 1.7037, 1.4333, 1.8389, 1.8964, 1.9741 และ 1.9622 คะแนน ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวม เท่ากับ 1.2500 และได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละเกณฑ์ เท่ากับ 1.3834, 1.3355, 1.0849, 1.1355, 1.0687, 0.9667, 1.2337, 1.3552, 1.5367 และ 1.4000 คะแนน ตามลำดับ

นอกจากนี้ หากพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของเกณฑ์ ระหว่าง ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป มีความแตกต่างกันมากที่สุด ได้แก่ เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รองลงมา คือ เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกณฑ์ที่ 8 ด้าน

ทรัพยากรมนุษย์ เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร และ เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย ตามลำดับ

ตารางที่ 38 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์

ตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร		
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.0384	0.0518
ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	0.0536	0.0619
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	0.0347	0.0511
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0396	0.0516
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0339	0.0508
เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น		
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0497	0.0799
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	0.0493	0.0616
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0468	0.0714

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว		
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.0348	0.0522
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความ ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	0.0764	0.1324
เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัย ด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0316	0.0729
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัย ด้านที่พักค้างแรม	0.0222	0.0350
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัย ด้านกิจกรรม	0.0218	0.0333
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัย ตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0248	0.0366
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัย ด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0257	0.0405
เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ		
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับ ฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0126	0.0209
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับ นักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	0.0083	0.0138



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 38 (ต่อ)

ตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	0.0099	0.0172
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่ง ท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของ ชุมชน	0.0221	0.0301
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	0.0070	0.0129
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ	0.0106	0.0174
เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม		
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0747	0.0951
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และ มลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0238	0.0510
เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ		
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชน ท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0238	0.0266
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหา แหล่งเงินทุน	0.0098	0.0171
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.0117	0.0213
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับ คนในชุมชน	0.0222	0.0279
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และ บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0174	0.0336



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 38 (ต่อ)

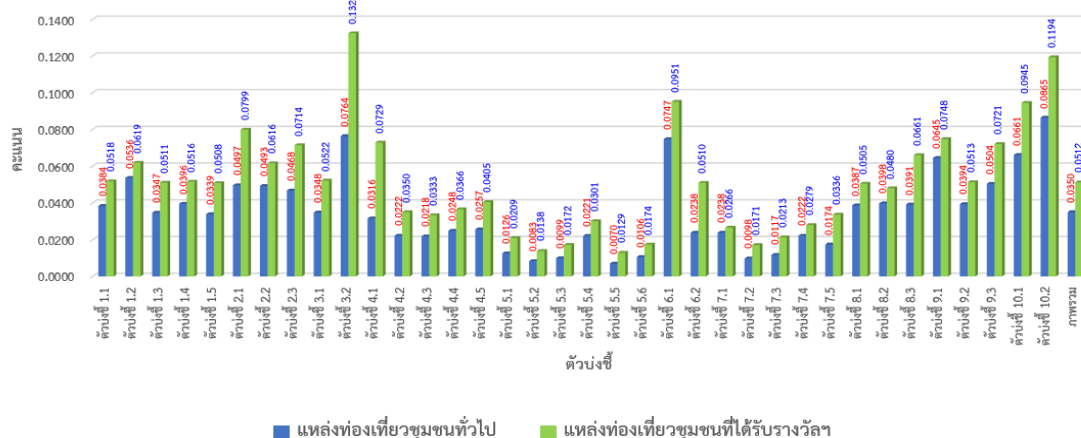
ตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์		
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหาร จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.0387	0.0505
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้าง ตำแหน่งหน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรใน ชุมชนที่ชัดเจน	0.0398	0.0480
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชน ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0391	0.0661
เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย		
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0645	0.0748
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0394	0.0513
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่าย ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0504	0.0721
เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0661	0.0945
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรม ของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0865	0.1194
คะแนนเฉลี่ยภาพรวมตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์การ ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0350	0.0512



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

กราฟเปรียบเทียบคะแนนของตัวบ่งชี้ ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564



ภาพที่ 34 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

จากตารางที่ 38 และภาพที่ 34 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีคะแนนเฉลี่ยของตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ทั้ง 36 ตัวบ่งชี้ สูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้ เท่ากับ 0.0518, 0.0619, 0.0511, 0.0516, 0.0508, 0.0799, 0.0616, 0.0714, 0.0522, 0.1324, 0.0729, 0.0350, 0.0333, 0.0366, 0.0405, 0.0209, 0.0138, 0.0172, 0.0301, 0.0129, 0.0174, 0.0951, 0.0510, 0.0266, 0.0171, 0.0213, 0.0279, 0.0336, 0.0505, 0.0480, 0.0661, 0.0748, 0.0513, 0.0721, 0.0945 และ 0.1194 ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป ได้คะแนนเฉลี่ยแต่ละตัวบ่งชี้ เท่ากับ 0.0384, 0.0536, 0.0347, 0.0396, 0.0339, 0.0497, 0.0493, 0.0468, 0.0348, 0.0764, 0.0316, 0.0222, 0.0218, 0.0248, 0.0257, 0.0126, 0.0083, 0.0099, 0.0221, 0.0070, 0.0106, 0.0747, 0.0238, 0.0238, 0.0098, 0.0117, 0.0222, 0.0174, 0.0387, 0.0398, 0.0391, 0.0645, 0.0394, 0.0504, 0.0661 และ 0.0865 ตามลำดับ

นอกจากนี้ หากพิจารณาคะแนนเฉลี่ยของตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ ระหว่าง ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป มีความแตกต่างกันมากที่สุด ได้แก่ ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัย

ด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย) ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง และตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามลำดับ



96511980

BUU 1Thesis 59810016 dissertation / revc: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 39 สรุปผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

แหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่	ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม	
	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป (n = 15)	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล ฯ (n = 15)
1	1.1819	1.9513
2	0.7206	1.9151
3	1.3367	1.8618
4	1.1270	1.8842
5	1.5027	1.7774
6	1.2108	1.7599
7	1.3503	1.9170
8	1.3372	1.8464
9	1.4288	1.7485
10	1.4192	1.7833
11	1.3489	1.6783
12	0.9432	1.9458
13	1.2761	1.9136
14	1.4580	1.7878
15	1.1091	1.7923
คะแนนเฉลี่ยรวม	1.2500	1.8375

กราฟเปรียบเทียบคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564



ภาพที่ 35 ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

จากตารางที่ 39 และภาพที่ 35 แสดงให้เห็นถึงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยภาพรวม จำแนกตามผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 15 ราย ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ได้คะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 100 โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ได้คะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เท่ากับ 1.9513, 1.9151, 1.8618, 1.8842, 1.7774, 1.7599, 1.9170, 1.8464, 1.7485, 1.7833, 1.6783, 1.9458, 1.9136, 1.7878 และ 1.7923 คะแนน ตามลำดับ ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ได้คะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เท่ากับ 1.1819, 0.7206, 1.3367, 1.1270, 1.5027, 1.2108, 1.3503, 1.3372, 1.4288, 1.4192, 1.3489, 0.9432, 1.2761, 1.4580 และ 1.1091 คะแนน ตามลำดับ

2.3 ผลการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งเป็น 5 ระดับ (ดาว) โดยนำคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามตารางที่ 39 มาพิจารณาตามเกณฑ์การจัดระดับการจัดการท่องเที่ยว

เชิงอาหารที่ได้กำหนดไว้ตามตารางที่ 22 ทั้งนี้ สามารถสรุปผลการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ได้ ดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 ผลการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป (n = 15)			แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลฯ (n = 15)		
	คะแนนผล การประเมิน	ระดับการจัดการ		คะแนนผล การประเมิน	ระดับการจัดการ	
		ท่องเที่ยวเชิงอาหาร			ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
		ดาว	ความหมาย		ดาว	ความหมาย
1	1.1819	3	พอใช้	1.9513	5	ดีมาก
2	0.7206	2	ควรปรับปรุง	1.9151	5	ดีมาก
3	1.3367	4	ดี	1.8618	5	ดีมาก
4	1.1270	3	พอใช้	1.8842	5	ดีมาก
5	1.5027	4	ดี	1.7774	5	ดีมาก
6	1.2108	4	ดี	1.7599	5	ดีมาก
7	1.3503	4	ดี	1.9170	5	ดีมาก
8	1.3372	4	ดี	1.8464	5	ดีมาก
9	1.4288	4	ดี	1.7485	5	ดีมาก
10	1.4192	4	ดี	1.7833	5	ดีมาก
11	1.3489	4	ดี	1.6783	5	ดีมาก
12	0.9432	3	พอใช้	1.9458	5	ดีมาก
13	1.2761	4	ดี	1.9136	5	ดีมาก
14	1.4580	4	ดี	1.7878	5	ดีมาก
15	1.1091	3	พอใช้	1.7923	5	ดีมาก
คะแนนเฉลี่ย	1.2500	4	ดี	1.8375	5	ดีมาก

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นถึงผลการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ทั้งหมด 15 ราย มีคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในช่วง 1.6783 - 1.9513 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2.0000 คะแนน หรือคิดเป็นระดับดาวที่ 5 หมายถึง ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดีมาก และมีคะแนนเฉลี่ยภาพรวม เท่ากับ 1.8375 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2.0000 คะแนน หรือคิดเป็นระดับดาวที่ 5 หมายถึง ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดีมาก

ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ทั้งหมด 15 ราย มีคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในช่วง 0.7206 – 1.4580 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2.0000 คะแนน หรือคิดเป็นระดับดาวที่ 2 – 4 หมายถึง ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับควรปรับปรุง ถึงระดับดี และมีคะแนนเฉลี่ยภาพรวม เท่ากับ 1.2500 คะแนน จากคะแนนเต็ม 2.0000 คะแนน หรือคิดเป็นระดับดาวที่ 4 หมายถึง ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดี

2.4 ผลการพิจารณาจุดที่ควรพัฒนา (Weak Point) จากคะแนนตัวบ่งชี้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป

จุดที่ควรพัฒนา (Weak Point) คือ ตัวบ่งชี้ที่ได้คะแนนประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เท่ากับ 0 หรือ 1 คะแนน ตามเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากการพิจารณาเกณฑ์การพิจารณาของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ตามตารางที่ 41 เพื่อให้มีการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินการ ดังนี้

ตารางที่ 41 จุดที่ควรพัฒนาของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

จุดที่ควรพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร		
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหา		
วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก)	9	3
กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)		
ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ของ	4	-
อาหารในท้องถิ่น		
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิ		
ปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม	11	2
อาหารเฉพาะถิ่น		
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์		
อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ	7	-
นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้		
ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ	10	6
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น		
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของ		
ผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	13	1
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก		
สะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	6	-
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่ง		
หรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	10	1



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 41 (ต่อ)

จุดที่ควรพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว		
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่ง		
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และ	10	-
สภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน		
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความ	11	4
ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว		
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความ		
ปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่ง	12	-
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความ	9	-
ปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม		
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความ	9	1
ปลอดภัยด้านกิจกรรม		
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความ	10	2
ปลอดภัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความ		
ปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทาง	7	-
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ		
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวม		
ข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของ	10	-
นักท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์	13	10
กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง		



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 41 (ต่อ)

จุดที่ควรพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้าน การตลาด	14	4
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตรา ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	7	-
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกัน คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	12	8
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	11	7
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม		
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	7	2
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	14	10
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ		
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชน ท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4	1
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการ จัดหาแหล่งเงินทุน	9	5
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	8	1
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับ คนในชุมชน	5	1
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	10	1



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 41 (ต่อ)

จุดที่ควรพัฒนา	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	จำนวนผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลฯ
เกณฑ์ที่ 8 ทริพยากรมนุษย์		
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหาร จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	7	-
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้าง ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของ บุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	6	1
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรใน ชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	12	3
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย		
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมใน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4	1
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	7	-
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยาย เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	8	-
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9	-
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9	1

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นถึงตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดที่ควรพัฒนาของผู้ประกอบการแหล่ง
ท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ผลจากการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป มีจุดที่ควร
พัฒนา 36 ตัวบ่งชี้ และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปที่มีตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดที่ควรพัฒนา
เหมือนกันมากที่สุด คือ ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด และตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 14 ราย รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง จำนวน 13 ราย ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน และตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 12 ราย ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 11 ราย ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 10 ราย ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย) ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 9 ราย ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 8 ราย ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมการอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน และตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 7 ราย ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน จำนวน 6 ราย ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน จำนวน 5 ราย ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 4 ราย ตามลำดับ

ส่วนผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีจุดที่ควรพัฒนา 23 ตัวบ่งชี้ และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 ที่มีตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดที่ควรพัฒนาเหมือนกันมากที่สุด คือ ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 10 ราย รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน จำนวน 8 ราย ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 7 ราย ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 6 ราย ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน จำนวน 5 ราย ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว และตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด จำนวน 4 ราย ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย) และตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 3 ราย ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 2 ราย ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 1 ราย ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังปรากฏผลการวิจัยว่า ตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดที่ควรพัฒนาทั้งผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 15 ราย กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย มีจุดที่ควรพัฒนาเหมือนกันอยู่ 23 ตัวบ่งชี้ และตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดที่ควรพัฒนาเหมือนกันมากที่สุด คือ ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกเป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 14 ราย และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 10 ราย รองลงมา คือ ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง จำแนกเป็นผู้ประกอบการแหล่ง

ท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 13 ราย และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 10 ราย และตัวบ่งชี้ 5.5 มี
กระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน จำแนกเป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว
ชุมชนทั่วไป จำนวน 12 ราย และผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 8 ราย ตามลำดับ

จุดที่ควรพัฒนาที่เป็นตัวบ่งชี้ที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปและ
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ.
2564 ควรปรับปรุงและพัฒนาเหมือนกันมากที่สุด ได้แก่

เกณฑ์สิ่งแวดล้อม มีจำนวน 1 ตัวบ่งชี้ คือ ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และ
มลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา คือผู้ประกอบการ
ควรมีการดำเนินการในการกำจัดน้ำเสีย ตั้งแต่ต้นทาง และควรมีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ
และได้มาตรฐาน เช่น ระบบบ่อบำบัดน้ำเสีย (Lagoon Treatment) ระบบพืชและหญ้ากรองน้ำเสีย
(Plant and Grass Filtration) ระบบพื้นที่ชุ่มน้ำเทียม(Constructed Wetland)หรือ ระบบแปลงพืช
ป่าชายเลน (Mangrove Forest Filtration) เป็นต้น อีกทั้ง ควรมีการติดตั้งระบบควบคุมมลพิษทาง
อากาศที่เกิดขึ้นจากกระบวนการปรุงอาหาร หรือการเดินทางไปทำกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว
ชุมชน หรือการให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การติดตั้งป้ายระบายควันจากการปรุงอาหาร
การใช้จักรยาน หรือเดินทางด้วยเท้าไปทำกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น

เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ มีจำนวน 2 ตัวบ่งชี้ คือ ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการ
สร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา คือ ผู้
ประกอบการควรมีช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนและหลังมาใช้บริการของชุมชน ให้
ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรม มีการส่งเสริมการขาย และการทำ
กิจกรรมให้ลูกค้า หรือสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาใช้บริการของชุมชน เพื่อเป็นการ
ส่งเสริมการขาย และควรมีการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพร
ครบรอบวันเกิดของลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าอย่างต่อเนื่อง
และตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน โดยมีข้อเสนอแนะ
เพื่อการพัฒนา คือ ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น มี
คู่มือการให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว มีคู่มือขั้นตอน กรรมวิธีการปรุงเมนูอาหารในท้องถิ่นที่
ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น ที่สำคัญควรมีกระบวนการรับประกันความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น มีการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์อาหาร หรือบริการที่นักท่องเที่ยวร้องเรียน
โดยมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือบริการผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่าง
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ผลการเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป จำนวน 15 ราย กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่
ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย ด้วยสถิติ
ทดสอบแมน-วิทนี ยู (The Mann-Whitney U Test) แบบทดสอบสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน
(Independent Samples Test) สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

ตารางที่ 42 คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้ประกอบการแหล่ง
ท่องเที่ยวชุมชนของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม

กลุ่มตัวอย่าง	<i>M</i>	<i>SD</i>
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.2500	0.3933
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.8375	0.2065

จากตารางที่ 42 ผลการวิจัยปรากฏว่า คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อาหารในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการ
แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มี
คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.2500 และ 1.8375 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 43 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาพรวมของสำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 .

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ราย)	Mean Rank	Mann- Whitney U	Z-test	p-value
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	8.00	.00	-4.67**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	23.00			

หมายเหตุ: **p < .01

จากตารางที่ 43 ผลการวิจัยปรากฏว่า ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาพรวม สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (*Mann-Whitney U Test* = .00, *Z* = -4.67, *p-value* = .00) (ภาคผนวก ป) แสดงให้เห็นว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาได้ว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป นอกจากนี้ ยังสามารถแสดงผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจำแนกตามเกณฑ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 44 คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำแนกตามเกณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง	<i>M</i>	<i>SD</i>
เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.3834	.24317
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.8471	.19739
เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.3355	.25850
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.9522	.12650
เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.0849	.60004
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.8012	.34120
เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.1355	.42533
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564	1.9661	.09406
เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.0687	.31541
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.7037	.16927
เกณฑ์สิ่งแวดล้อม		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	.9667	.48058
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.4333	.49522

ตารางที่ 44 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	<i>M</i>	<i>SD</i>
เกณฑ์เศรษฐกิจ		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.2337	.42175
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.8389	.21499
เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.3552	.31095
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.8964	.18067
เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.5367	.48738
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.9741	.09951
เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร		
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป	1.4000	.38975
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	1.9622	.14632

จากตารางที่ 44 ผลการวิจัยปรากฏว่า คะแนนเฉลี่ยผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์ทั้ง 10 เกณฑ์ได้ ดังนี้ เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.3834 และ 1.8471 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น มีค่าเท่ากับ 1.3355 และ 1.9522 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.0849 และ 1.8012 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.1355 และ 1.9661 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.0687 และ 1.7037 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์สิ่งแวดล้อม มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .9667 และ 1.4333 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์เศรษฐกิจ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.2337 และ

1.8389 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.3552 และ 1.8964
 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.5367 และ
 1.9741 คะแนน ตามลำดับ เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 1.4000 และ
 1.9622 คะแนน ตามลำดับ

ตารางที่ 45 ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
 สำหรับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไปกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับ
 รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ราย)	Mean Rank	Mann- Whitney U	Z-test	p-value
เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	8.00	21.00	-3.85**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	23.00			
เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	9.40	5.00	-4.67**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	21.60			
เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	8.33	29.50	-3.60**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	22.67			

ตารางที่ 45 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ราย)	Mean Rank	Mann- Whitney U	Z-test	p-value
เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	9.97	1.00	-4.83**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	21.03			
เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	8.57	8.50	-4.32**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	22.43			
เกณฑ์สิ่งแวดล้อม					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	11.97	59.50	-2.28*	.02
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	19.03			
เกณฑ์เศรษฐกิจ					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	9.23	18.50	-3.96**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	21.77			



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ตารางที่ 45 (ต่อ)

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ราย)	Mean Rank	Mann- Whitney U	Z-test	p-value
เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	9.13	17.00	-4.14**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	21.87			
เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	10.87	43.00	-3.34**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	20.13			
เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร					
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทั่วไป	15	9.90	28.50	-3.88**	.00
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564	15	21.10			

หมายเหตุ: **p < .01 * p < .05

จากตารางที่ 45 ผลการวิจัยปรากฏว่า ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป กับ ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำแนกตามเกณฑ์ ทั้ง 10 เกณฑ์ (ภาคผนวก ฅ) มีผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของเกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

เกณฑ์เศรษฐกิจ เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และเกณฑ์
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่เกณฑ์สิ่งแวดล้อม
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีตามแบบผสมวิธีหลายขั้นตอน (Multiphase Mixed Methods) เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ และเพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการสังเคราะห์ประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ สรุปเป็นชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเบื้องต้น จากนั้นนำไปทบทวนความถูกต้อง และความครบถ้วน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน ที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย สาขาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ หรือสาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น จำนวน 4 คน แล้วสรุปประเด็น แนวทาง และข้อมูลนำไปยกร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จากนั้นผู้วิจัยนำร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มาสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน และมีความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นอาจารย์สอนระดับมหาวิทยาลัย ที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และมีความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอย่างดี กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดโครงการ/กิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ หรือมีความเข้าใจในการประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอย่างดี จำนวนทั้งหมด 18 คน ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน

3 รอบ โดยรอบที่ 1 เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้ใช้แบบสอบถามเปิด เพื่อสังเคราะห์ และสรุปประเด็นแนวโน้มความเป็นไปได้ แล้วจัดทำแบบสอบถามแบบปลายปิดออนไลน์ โดยใช้เทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ รอบที่ 2 เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นในประเด็นความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้ววัดฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 1 จากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญในการให้ข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ รอบที่ 2 โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซต และจัดทำแบบสอบถามแบบปลายปิดออนไลน์ โดยใช้เทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ รอบที่ 3 โดยนำผลฉันทามติของผู้เชี่ยวชาญในครั้งที่ 1 มาสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อยืนยันหรือเปลี่ยนแปลงคำตอบ โดยให้เป็นข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ด้วยการแสดงผลการวัดฉันทามติ เป็นค่าสถิติ ด้วยค่าคุณภาพของการประมาณขอบเขตล่าง (QL) และตำแหน่งคำตอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านที่ได้ตอบในการให้ข้อมูลด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ รอบที่ 2 เพื่อยืนยันคำตอบอีกครั้ง แล้วสรุปข้อมูลเพื่อมาวัดฉันทามติกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 2 โดยใช้ทฤษฎีกราฟเซตอีกครั้ง จึงสรุปเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ผ่านการวัดฉันทามติจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้น นำไปจัดลำดับและให้น้ำหนักความสำคัญของแต่ละเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ ด้วยกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) โดยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิม จำนวน 6 คน แล้วนำมากำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การพิจารณา และการคำนวณคะแนนการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model)

ตอนที่ 2 การพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ใช้งานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) ที่เขียนด้วยภาษา PHP ใช้โครงสร้างฐานข้อมูลเป็น MySQL วิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ของแบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และนำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ราย

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 กลุ่มละ 15 ราย รวมเป็น 30 ราย ด้วยการวิเคราะห์ด้วยสถิติทดสอบแมน-วิทนี ยู (The Mann-Whitney U Test) แบบทดสอบสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples Test)



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาเกณฑ์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากการสังเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยเทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบ เรียลไทม์ (RT-Delphi) จำนวน 3 รอบ แล้วสรุปเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ผ่านการ วิจารณ์ทบทวนจากผู้เชี่ยวชาญด้วยทฤษฎีรีฟเฟกต์ ผลการวิจัยปรากฏว่า ได้ชุดข้อมูล 10 เกณฑ์ ได้แก่ (1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร (2) เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น (3) เกณฑ์แหล่ง ท่องเที่ยว (4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ (6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม (7) เกณฑ์เศรษฐกิจ (8) เกณฑ์ ทรัพยากรมนุษย์ (9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย และ (10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยว เชิงอาหาร ประกอบด้วย 36 ตัวบ่งชี้ และ 111 เกณฑ์การพิจารณา แล้วนำไปจัดลำดับ และ กำหนดค่าน้ำหนักความสำคัญของชุดข้อมูลของเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ในแต่ละเกณฑ์ ด้วยวิธีการหาค่า ลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์ (AHP) และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้ โดยพิจารณาจากเกณฑ์การ พิจารณา รวมถึงการคำนวณคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยวิธีการให้ คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model) สรุปเป็นเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหาร แบ่งเป็น 5 ระดับ (ดาว) ตั้งแต่ระดับ 1 ดาว คือ ระดับต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ระดับ 2 ดาว คือ ระดับควรปรับปรุง ระดับ 3 ดาว คือ ระดับพอใช้ ระดับ 4 ดาว คือ ระดับดี ระดับ 5 ดาว คือ ระดับดีมาก

2. ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

จากการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย ชุดข้อมูล 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ และ 111 เกณฑ์การพิจารณา ได้นำไปพัฒนาเป็นโปรแกรมประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน ผ่านการใช้งานบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ตด้วยภาษา PHP ใช้โครงสร้างฐานข้อมูลเป็น MySQL เพื่อใช้เป็นโปรแกรมช่วยคำนวณ ให้กับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ผู้ใช้งาน) เกิดความสะดวกในการใช้งานแทนกระดาษ ดินสอโดยสามารถเข้าถึงโปรแกรมเพื่อใช้งานได้ที่ www.gastronomict.com

ทั้งนี้ โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นได้ผ่านการ ประเมินจากผู้ใช้งานด้านความเหมาะสมการใช้โปรแกรม ที่จะนำไปใช้งานครอบคลุมใน 4 ด้าน คือ (1) ด้านความสะดวกในการนำไปใช้ (2) ด้านความถูกต้องในการใช้งาน (3) ด้านลักษณะทั่วไปของ โปรแกรม และ (4) ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรมจากกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการทดลองใช้โปรแกรม ผลวิจัยปรากฏว่า โปรแกรมประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ โดยรวมมีความเหมาะสมมากที่สุด ($M=4.70$) กล่าวคือ เมื่อมีข้อ

สงสัยในการใช้โปรแกรม ผู้ใช้สามารถดูวิธีการใช้จากคู่มือการใช้โปรแกรมได้ โปรแกรมมีเมนูที่เข้าถึง ส่วนต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก การใช้งานโปรแกรมมีลำดับขั้นตอนที่เข้าใจง่าย โปรแกรมมีการ แสดงผลและสารสนเทศบนจอภาพ เมื่อเสร็จสิ้นการประเมิน โปรแกรมนี้เป็นประโยชน์ในการพัฒนา ผู้ประกอบการได้ ข้อความ/คำอธิบายบนหน้าจอสื่อความหมายกับผู้ใช้ได้ชัดเจน การประมวลผลของ โปรแกรมมีความรวดเร็วและถูกต้อง การสื่อสารระหว่างผู้กับโปรแกรมเข้าใจง่ายและถูกต้อง การ จัดรูปแบบหน้าจอมีความชัดเจน กระทัดรัด และง่ายต่อการใช้งาน การแสดงผลข้อมูลเป็นไปอย่าง รวดเร็ว โปรแกรมสามารถใช้งานผ่านบราวเซอร์ (Browser) ต่างๆ เช่น Chrome, IE, Edge, Fire Fox ได้ โปรแกรมมีระบบป้องกันการทำงาน ผิดพลาดของผู้ใช้ทุกขั้นตอน รวมถึงการจัดรูปแบบของ คู่มือการใช้สวยงาม และอ่านง่าย คู่มือการใช้แสดงวิธีการใช้งานอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ภาษาที่ใช้ ในคู่มือการใช้กระชับและเข้าใจง่าย คู่มือการใช้มีภาพประกอบการอธิบายถึงเนื้อหาและกระบวนการ ต่าง ๆ ได้ชัดเจน และมั่นใจสามารถทำได้หลังจากอ่านคู่มือแล้ว ผู้ใช้สามารถใช้โปรแกรมนี้ได้จริง

3. ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทัวไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ผู้วิจัยนำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้น ให้กลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทัวไป จำนวน 15 ราย กับ กลุ่มผู้ประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 จำนวน 15 ราย รวมทั้งสิ้น 30 ราย ไปทำการประเมินตนเอง เพื่อเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ผลการวิจัยปรากฏว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทัวไป กับ ผู้ประกอบการแหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีผลการ ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ด้วยสถิติ ทดสอบแมน-วิทนีย์ ยู แบบทดสอบสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ซึ่งผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐาน การวิจัยที่กำหนดไว้ โดยที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 มีผลการประเมินสูงกว่าผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทัวไป

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สามารถอภิปรายผล แบ่งได้เป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1. การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 1) เกณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ จำนวน 21 เกณฑ์การพิจารณา 2) เกณฑ์คุณภาพการบริการตามวิธีชุมชนท้องถิ่น จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ จำนวน 14 เกณฑ์การพิจารณา 3) เกณฑ์แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ จำนวน 6 เกณฑ์การพิจารณา 4) เกณฑ์ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ จำนวน 11 เกณฑ์การพิจารณา 5) เกณฑ์การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ จำนวน 6 ตัวบ่งชี้ จำนวน 16 เกณฑ์การพิจารณา 6) เกณฑ์สิ่งแวดล้อม จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ 8 เกณฑ์การพิจารณา 7) เกณฑ์เศรษฐกิจ จำนวน 5 ตัวบ่งชี้ 10 เกณฑ์การพิจารณา 8) เกณฑ์ทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา 9) เกณฑ์ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย จำนวน 3 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา 10) เกณฑ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำนวน 2 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเริ่มต้นจากการสังเคราะห์แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงแนวทางหรือวิธีการดำเนินงานที่สนับสนุน ส่งเสริม และช่วยสร้างโอกาสในการสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารและอัตลักษณ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นให้เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผู้ประกอบการที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยอาหารท้องถิ่น ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจะมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ดี ผู้วิจัยจึงนำแนวทาง แนวคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญมาเป็นส่วนหนึ่งในการร่างเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญโดยใช้เทคนิคการวิจัยเดลฟายแบบเรียลไทม์ จึงนำมาให้ค่าน้ำหนักความสำคัญของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ ทำให้ได้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2. ผลการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ถูกพัฒนาขึ้นในรูปแบบเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน ให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สามารถนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้พัฒนาขึ้นไปใช้สำหรับประเมินตนเอง (Self- Assessment) ซึ่งเป็นโปรแกรมช่วยคำนวณให้กับผู้ใช้งานได้เกิดความสะดวก โดยสามารถนำไปใช้ได้จริงแทนการประเมินแบบดั้งเดิมด้วยกระดาษ-ดินสอ (Paper-Pencil Method) อีกทั้งยังสอดคล้องกับการทำงานในปัจจุบันที่มีการประยุกต์ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร ให้เป็นงานเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น สอดรับกับประเด็นการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2580) ว่า

ด้วยการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมให้ก้าวหน้าทันโลกที่ตอบ
โจทย์การผลิตและบริการที่มีมูลค่าสูงและแข่งขันได้ รวมถึงกลยุทธ์ว่าด้วยการยกระดับผลิตภาพ
มาตรฐาน และนวัตกรรมในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐาน และผู้ประกอบการสามารถนำไปปรับใช้เพื่อ
เป็นรากฐานที่สำคัญนำไปสู่การพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจ เพื่อรองรับการเป็นส่วนหนึ่งของการ
ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Technology Digital) ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาศาสนากรรมไทย 4.0 ระยะ
20 ปี (พ.ศ. 2560-พ.ศ. 2579) นโยบายที่ 8 การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์
เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2559, หน้า 16) และ
แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมด้วยเช่นกัน

ดังนั้น การพัฒนาโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ จึงควรได้รับการยอมรับจากผู้ใช้งานใน
เบื้องต้นก่อน โดยให้ผู้เข้าร่วมทดลองใช้ และแสดงความพึงพอใจที่มีต่อการใช้งานโปรแกรม
นอกจากนี้ ต้องเรียนรู้และพัฒนาประสิทธิภาพการใช้งานของโปรแกรม (Choi, Lee, & Gwon,
2021) ซึ่งโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นนี้ ได้ผ่านการ
ทดลองใช้จากผู้ใช้งาน (User) โดยผลการทดลอง ผู้ใช้งานยอมรับในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า
โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ มีความเหมาะสมครอบคลุมทั้ง
ทางด้านความสะดวกในการนำไปใช้ ด้านความถูกต้องในการใช้งาน ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม
และด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม รวมถึงสามารถนำไปใช้งานได้จริง และช่วยให้
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกิดการพัฒนาศักยภาพในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
ชุมชนของตนเอง ทั้งนี้ เพื่อสามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว
ชุมชนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต
ให้กับคนในชุมชนอีกช่องทางหนึ่ง

3. ผลเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
ทั่วไปกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ.
2564

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ปรากฏว่า ผลการ
ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 สูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสถานะความเป็นจริงที่ปรากฏในปัจจุบันที่ว่า กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ
แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564
ส่วนใหญ่จะได้ผู้นำที่เป็นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีความรู้ ความสามารถ และมี
ประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจ ทำให้มีการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวที่ครอบคลุมในทุก
ด้าน ที่สำคัญที่สุดผู้นำมีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน และมีความสามารถในการสร้างความ

ร่วมมือ ความเข้าใจกับคนในชุมชน และองค์กรต่าง ๆ ที่เป็นเครือข่ายภายนอก เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงทำให้ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป มีผลการประเมินเฉลี่ยอยู่ในระดับดี ลงมาถึง ควรปรับปรุง เนื่องจากมีความพร้อมน้อยกว่า เช่น มีข้อจำกัดในการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหารไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อาหารไม่แตกต่างจากที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนขาดความรู้ประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจการจัดหาแหล่งเงินทุน การส่งเสริมการตลาด และการสร้างความร่วมมือกับคนในชุมชน การทำความเข้าใจกับคนในชุมชน สอดคล้องกับ Sadikoglu and Zehir (2010) ที่กล่าวว่า การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร และมีการดำเนินงานทางธุรกิจที่เน้นการจัดการเป็นปัจจัยสำคัญ จะส่งผลต่อการเพิ่มศักยภาพการประกอบการของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป ควรส่งเสริมและมุ่งมั่นเกี่ยวกับการดำเนินงานในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างจริงจัง เพื่อให้มีศักยภาพทัดเทียมกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564 สอดคล้องกับ Sosiawani, Ramli, Mustafa, and Yusoff (2015) ที่กล่าวว่า การบริหารจัดการธุรกิจ หากมีการวางแผนกลยุทธ์ไว้จะมีสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของแหล่งท่องเที่ยวที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การใช้เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่พัฒนาขึ้น ควรศึกษาคู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ และวิธีการประเมินอย่างละเอียดก่อนดำเนินการประเมินตนเอง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้งานมากที่สุด
2. ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนในด้านต่าง ๆ ให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
3. ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรนำเกณฑ์การพิจารณาของแต่ละตัวบ่งชี้ที่ใช้ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปพัฒนาหรือเป็นแนวทางในการกำหนดการพัฒนาบริการที่ยั่งยืน รวมถึงใช้เป็นเครื่องมือคอยติดตามควบคุม และประเมินผลของการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตน

4. ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรนำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ไปใช้ประเมินแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง (Self-assessment) เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งจะทำให้สามารถปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้ตรงจุด หรือนำมาช่วยกำหนดทิศทางการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานของท้องถิ่นและจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนนโยบายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรจะนำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ ไปใช้ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อนำผลการประเมินที่ได้ไปนำเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาระบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนเป็นการช่วยผลักดันให้นโยบายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในแต่ละท้องถิ่น สอดรับตามนโยบายของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบในการดำเนินการเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ ไปใช้พิจารณาประเมินผล เพื่อให้รางวัลแก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการสู่การเป็นผู้ให้บริการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างยั่งยืน และสามารถพัฒนาแข่งขันกับนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในอนาคต

7. หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่รับผิดชอบดำเนินการเกี่ยวกับเกณฑ์รางวัลด้านการท่องเที่ยวและด้านอาหารท้องถิ่นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางส่งเสริม สนับสนุน หรือนำไปกำหนดเป็นเกณฑ์มาตรฐานเพื่อมอบรางวัลหรือประกาศยกย่องผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ประสบความสำเร็จต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาความเหมาะสมของเนื้อหา และพิจารณาเฉพาะชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถจำแนกกลุ่มผู้ประกอบการได้จริง โดยอาจละทิ้งประเด็นทั่วไปที่ผู้ประกอบการอื่น ๆ ก็สามารถดำเนินการได้ เพื่อให้มั่นใจว่าชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินมีอำนาจจำแนกที่ดี

2. ควรนำเทคนิค และวิธีวิทยาการวิจัยอื่น ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การวิจัยแบบ EFA/ CFA มาทำการวิจัยเชิงปริมาณกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อยืนยันเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ได้จัดทำขึ้นมีความครอบคลุมครบทุกมิติ

3. ควรนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไปศึกษาวิจัยเชิงปริมาณกับผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์ความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอื่น ๆ ว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร อยู่ในระดับใด มีจุดแข็ง และจุดที่ควรพัฒนาอะไรบ้าง รวมทั้งจัดทำตัวบ่งชี้เชิงปริมาณ จำแนกเป็นรายกลุ่ม เพื่อจะได้นำมาพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้อย่างชัดเจน

4. ควรศึกษาและพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเด็นต่าง ๆ เช่น การพัฒนาความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาอย่างยั่งยืน เป็นต้น

5. ควรศึกษาความเหมาะสมของจำนวนข้อคำถามที่จะนำมาใส่ไว้ในโปรแกรมสำรวจความคิดเห็นด้วยเทคนิคเดลฟายแบบเรียลไทม์ (RT-Delphi) เพื่อไม่ให้ผู้ตอบคำถามเกิดความรู้สึกเบื่อหน่ายในการตอบ หรือต้องใช้เวลาในการตอบยาวนานเกินไป

6. ควรดำเนินการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนโดยเปรียบเทียบเชิงพื้นที่ เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ที่ส่งเสริม สนับสนุน และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่อไป



96511980

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *มาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยว (Food Service Standard for Tourism)*.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2556). *มาตรฐานเรือภัตตาคาร (Diner Cruise Standard)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). *มาตรฐานการให้บริการในสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก (สินค้าทั่วไป) Souvenirs Shop Service Standard for Tourism*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *มาตรฐานร้านอาหารฮาลาลขนาดเล็กเพื่อการท่องเที่ยว*. เข้าถึงได้จาก <http://slbkb.psu.ac.th/jspui/handle/2558/2594>
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *มาตรฐานบริการอาหารริมทางเพื่อการท่องเที่ยว (Street food for Tourism Standard)*.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2562). *แนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 (OTOP Product Champion : OPC)*. เข้าถึงได้จาก <https://singburi.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/65/2019/06/คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรฯ.pdf>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *เกณฑ์การให้ตรารับรองสัญลักษณ์ Thai SELECT*. เข้าถึงได้จาก https://dbd.go.th/images/relation_pic/info%20Thai%20SELECT.pdf
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). *แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม*. กรุงเทพฯ: กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนากอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)*. วันที่ค้นข้อมูล 25 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf
- กฤตยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช. (2561). ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโปง อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 103-123.



965111980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- กฤษณา ฟุ้งฟู และทิพย์วัลย์ สุรินยา. (2560). ความรู้ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ความผูกพันต่อชุมชน กับการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประชาชน ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 1(2), 1-10.
- กฤษดา ชุ่นอัย. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านลวงเหนือ ตำบลลวงเหนือ อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *เอกสารประกอบการประชุมระบบสถิติท่องเที่ยวของประเทศ ไทย วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2562*. วันที่ค้นข้อมูล 5 เมษายน 2562, เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11321.
- กันตภณ แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2558). การจัดการองค์ความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 9(2), 79-103.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). Food Festival. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 3(1), 13-16.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *แผนวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2560 – 2564 (ฉบับทบทวน พ.ศ. 2562 - 2564)*. วันที่ค้นข้อมูล 5 เมษายน 2562, เข้าถึงได้จาก https://www.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/Tourism_Enterprise_Plan_of_Thailand_2560-2564.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2564). *เกณฑ์รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564*. เข้าถึงได้จาก <https://tourismawards.tourismthailand.org/index#undefined>.
- กิ่งกนก เสาวภาวงศ์, จิราดร ถิ่นอ่อน และณัฐนรี สมิตร. (2561). การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ระหว่าง อุดัง เมืองมิซึซาวะจังหวัดกุนมะ ประเทศญี่ปุ่น และข้าวซอย อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 340– 355.
- คมลักษณ์ สงทิพย์. (2557). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- คมสัน พิลาสมบัติ, สุวารี ศรีบุญ และอดิศักดิ์ สิงห์สีโว. (2558). *ผลการพัฒนาเกณฑ์การจัดการสิ่งแวดล้อมชุมชนบ้านเอื้ออาทรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- จรินทร์ อาสาทรง. (2552). *การจัดการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำอย่างยั่งยืน*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. เข้าถึงเมื่อ 18 พฤษภาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/.../aw29.pdf>.
- จักรีรัตน์ แสงวาริ, ปรัชญนันท์ นิลสุข และพัลลภ พิริยะสุรวงศ์. (2557). การพัฒนาเกณฑ์คุณภาพสถานีโอทอปัสนิจิพัลทางการศึกษา. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 15(2), 75-88.
- จันทร์จิรา สุขบรรจง. (2559). *การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของหนานมดแดง อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จิระพงษ์ เรืองกุล และวิทยา นามเสาร์. (2563). สมรรถนะผู้นำกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในไทย. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 16(2), 43-70.
- จุฑามาศ พิศพัชระ, สมนึก วิสุทธิแพทย์, ธีรวิมล บุญยโสภณ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2561). รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(2), 165-176.
- จุมพล พูลภัทรชีวิน. (2559). การวิจัยอนาคต. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย*, 1(1), 22-24.
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560). กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 12(3), 141-154.
- เจริญชัย เอกมาไพศาล, วรวิมล ปัญญาภู และวริศ เชาวนศิลป์. (2562). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของ ประเทศไทยผ่านมุมมองจากผู้ให้บริการ. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(3), 37-59.
- เฉลิมชัย อัสวโกศี. (2550). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยว อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย*. การศึกษาโดยอิสระ สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). *แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถและนวัตกรรมบริการธุรกิจร้านอาหารยุค 4.0 เพื่อส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(3), 491-504.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2563). อาหารริมทางภูเก็ต : รูปแบบอาหารริมทางและวิธีสร้างสรรค์เสน่ห์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(2), 120-127.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งฯ.
- ชลธิรัตน์ จันทร์เชื้อ. (2551). *การวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมการพัฒนาสมรรถนะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เชาว์ อินใย. (2553). *การประเมินโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เชาว์ อินใย. (2555). *การประเมินโครงการ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณภา บุญประกอบ, จักรวาล วงศ์มณี, สิริพร เขตเจนการ และโยธิน แสงวดี. (2560). อาหารพื้นถิ่นกับกลไกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งจังหวัดชัยนาท. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11, 93-108.
- ญาดา ชอบทำดี, นรินทร์ สังข์รักษา. (2562). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 403 - 413.
- จิตาภา บำรุงศิลป์, ประกอบศิริ ภักดีพิणिจ และสุริยา สัมจันทร์. (2561). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*, 11(1), 30-42.
- ณนท แดงสังวาลย์ และประสพชัย พสุนนท์. (2563). การท่องเที่ยวเชิงอาหารในสังคมต่างวัฒนธรรม:ประเทศไทยและมาเลเซีย. *วารสารรัตนปัญญา*, 5(2), 64-80.
- ณปภา หอมหวาน, ธนวันต์ สิทธิไทย และอารี น้อยสำราญ. (2562). การพัฒนารูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดบริการสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มท่องเที่ยวเขต Royal Coast (เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร ระนอง) เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในการเปิดเสรีการค้าอาเซียน. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 14(3), 70 - 82.
- ณรงค์ สมพงษ์, ญัฐพล รำไพ และเชิดพงษ์ ชีระจิตต์. (2561). *การใช้สื่อบูรณาการเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา เชื่อมโยงพื้นที่กรุงเทพมหานคร: โครงการย่อยที่ 2: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- ณัฐกานต์ พงษ์สรนันท์ และอดารซ์ บาตรา. (2561). การท่องเที่ยวอาหารแบบคาร์บอนต่ำโดยมะพร้าว เกาะสมุย ประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 231-247.



- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 13(2), 25-46.
- ณัฐชัย วงศ์ศุภลักษณ์. (2562). *การพัฒนากรอบการประเมินการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ประกอบการกิจการสปาไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา, วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณิชนน ภมร และพัชรี ตันติวิภาวิน. (2563). การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านวัฒนธรรมอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนบนของไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 6(2), 28-44.
- ณัฐชรา กิจวิกรานต์. 2557. ภาพลักษณ์อาหารไทย การรับรู้คุณภาพอาหารไทยและแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 10(1), 12-28.
- ดรชณี เอมพันธ์. 2550. *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- โตมร สุขปรีชา. (2560). Food tourism 2.0. *TAT Review Magazine*, 3(1), 1-2.
- ทินกฤต รุ่งเมือง. (2558). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมเครือข่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มทวารดี 4 จังหวัด. *วารสารร่มพญักษ์*, 33(1), 137-160.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ธณัศวัด กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. *Veridian E-Journal. Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9(3), 467-482.
- ธนพล จันทรเรืองฤทธิ์. (2561). *แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบูร อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์. (2556). *การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม: เยาวชนคนเก่งอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ จังหวัดกาฬสินธุ์*. รายงานวิจัยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

- ธีระ สิ้นเดชา และอดิศักดิ์ แสงสนิท. (2558). องค์ประกอบของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิจัยและพัฒนา วิทยาลัยสงฆ์ขอนแก่น*, 10(3), 197-211.
- ธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดรัมย์. (2557). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารการเมือง การบริหารและกฎหมาย*, 6(1), 99-125.
- นพพร จันทรรักษ์. (2560). รูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 15(1), 51-64.
- นางสุตา เขมสิริ. (2556). การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต และจังหวัดชลบุรี. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 19(36), 41-45.
- น้ำผึ้ง มีศิลป์. (2559). การวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย: การหลีกเลี่ยงมโนทัศน์ที่ไม่ถูกต้อง. *วารสารวิชาการ ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Veridian E-Journal)*, 9(1), 1256-1267.
- บัญชา พงษ์มานะวงศ์, ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, ศรัณย์ รัตนสิทธิ์. (2562). การพัฒนารูปแบบเมืองแห่งอาหาร การกินด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(2), 74 - 88.
- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). Food on the move. *จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*, 3(1), 8-19.
- บัณฑิต อ่อนคำ. (2536). *กระบวนการปรับปรุงและพัฒนากลุ่ม/องค์กรประชาชนเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีพี บุ๊คสแตนด์ดาร์ด.
- บุญเกียรติ ไทรชมภู. (2557). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น พื้นที่คุ้มบางกะเจ้า (กระเพาะหมู) 6 ตำบลเพื่อการท่องเที่ยว และรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 5(2), 1-10.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยที่ไม่มีวันตาย*. กรุงเทพฯ: ซีพี บุ๊คสแตนด์ดาร์ด.
- บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข. (2560). การท่องเที่ยวแบบเนิบช้า (Slow Travel): นิยามและแนวคิด. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 26-47.
- บุษบา ทองอุปการ. (2561). อาหารท้องถิ่น: ความมั่นคงทางอาหารในมิติวัฒนธรรม กรณีศึกษาชุมชนบ้านดิ่งแดง จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5, 107-119.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). Gastronomy Tourism: Thailand's Competitiveness. *สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 24(1), 103-116.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, ธราทิพย์ เกิดสุวรรณ, จิรัชยา ปรีชาชน และอำนาจ รักษาพล. (2560). การท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 9(6), 458-470.
- ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทบุญ. (2560). *การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม*. รายงานวิจัย.สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ วช.และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปณต อัสวชัย. (2558). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของชุมชนเทศบาลตำบลศาลเจ้าโรงทอง อำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 9(18), 60-67.
- ปทุมพร วรพิงศ์. (2552). *การพัฒนาหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืน*. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ประพันธ์พงษ์ ชิมพงษ์. (2560). การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 11(2), 100-114.
- ปริญ ลักขิตามาศ. (2559). ตัวชี้วัดมาตรฐานการจัดการการตลาดร้านอาหารไทยสู่ตลาดอาเซียน. *Kasetsart Journal of social sciences*, 37(2016), 319-332.
- ปวีรรต สมนึก (2556). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูกับการอนุรักษ์ วัฒนธรรม. *วารสารศิลปศาสตร์*, 8(1), 1-36.
- ปรียาภรณ์ เนียมนง และวสิน เหลี่ยมปรีชา. (2555). *การรวมกลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติเพื่อการสร้างรูปแบบการตลาดที่ยั่งยืนผ่านทฤษฎีกิจกรรม กรณีศึกษา: ตลาดน้ำอัมพวา*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ปถุณพร บุญรังษี และสันติธ ภูริภักดี. (2562). แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 12(6), 1448 – 1468.
- ปวิธ ต้นสกุล. (2563). แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาชุมชนนาบอน อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *WMS Journal of Management Walailak University*, 9(1), 81-92.

- ปวีณา งามประภาส. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเกาะหลวง อำเภอมะแมะ จังหวัดลำปาง. *วารสารศรีนครินทรวิโรจน์วิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(16), 78 – 87.
- ปิ่นนัท กัลยา และกนกอร ศิริฐิติ. (2562). การจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ด้านอาหารเพื่อเป็น นวัตกรรมในการพัฒนา การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นของบ้านป่าง่า อำเภอดงหลวง จังหวัด ลำปาง. *วารสาร มจร นครน่านปริทรรศน์*, 3(2), 53 – 67.
- พจนา สอนศรี และสมภพ ยี่จอหอ. (2556). *คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. เชียงใหม่ : หจก.วนิดาการพิมพ์.
- พจนา สอนศรี. (2541). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิต และธรรมชาติ.
- พรทิพย์ เจริญกิจไพศาล. (2553). *การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี*. ปริญญาโท ปริญญาโท ปริญญาโท มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. (2559). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเพื่อรองรับ นักท่องเที่ยวกลุ่มประชาคมเกษียณ จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย ธนบุรี*, 10(21), 35-43.
- พรรณิ สอนเพลง และคณะ. (2559). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว*, 4(2), 38-45.
- พิชิต ฤทธิจรูญ. (2555). *เทคนิคการประเมินโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจ. (2556). ความสำคัญและกิจกรรมสื่อสารเรียนรู้จากการท่องเที่ยว “อาหาร” สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดผู้สูงอายุชาวต่างประเทศของไทย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 8(1), 61-72.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจ. (2561). การพัฒนารูปแบบการจัดการภาพลักษณ์อาหารท้องถิ่นเพื่อ เสริมสร้างความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14(1), 1 – 16, 152–167.
- เพทาย บำรุงจิตต์ และคณะ. (2549). *ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิง ศาสนา ศิลปะ และวัฒนธรรมจังหวัดเชียงราย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย (สกว.).



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- ไพศาล เนาวะวาทอง และธวัชชัย ศุภดิษฐ์. (2551). การจัดการชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาหมู่บ้านคาปลาหลาย ตำบลบ้านดง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น. *วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม*, 4(2), 38-49.
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 8(2), 27-37.
- ภาณุวัฒน์ รักดีอักษร. (2555). ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 29(2), 129 – 148.
- ภุรี ชุณหขจร และชวลีย์ ณ ถลาง. (2564). องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารและส่วนประสมทางการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 66 – 82.
- ภุรีวัจน์ เดชอุดม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 33(2), 331 – 366.
- มณฑาวดี พูลเกิด. (2553). การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืน. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาการประถมศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*.
- มิชลิน (Michelin Travel Partner). (2564). *มิชลิน ไกด์ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ตและพังงา 2021. (THE MICHELIN GUIDE BANGKOK CHIANG MAI PHUKET & PHANG-NGA 2021)*. บริษัท อมรินทร์ บুক เซ็นเตอร์ จำกัด. 10-15.
- ยุพิน อุ่นแก้ว และโชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2560). การพัฒนาตัวบ่งชี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(1), 1-15.
- รสสุคนธ์ เนาวบุตร และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). แนวทางการจัดการศึกษาเรียนร่วมพหุวัฒนธรรม: กรณีศึกษาชุมชนบ้านป่าละอู อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *Veridian E-Journal. Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และ ศิลปะ*, 8(2), 420-435.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2537). *การพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอนเพื่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งในเขตภาคกลางตอนล่าง*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- ราณี อีสัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2551). *เอกสารประกอบคำบรรยาย หลักการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. พฤษภาคม, 2545.
- ลลิตา พลสุวรรณ และนิศากร สมสุข. (2558). การพัฒนาการบริการสำหรับสายการบินต้นทุนต่ำ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*, 10(3), 147-163.
- ลักขณา เกตุราพันธ์. (2558). *การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนชาวไทยพวน เพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ จังหวัดนครนายก*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ลักขณา เกตุราพันธ์ และคณะ. (2564). การศึกษาวัฒนธรรมไทยลาวครั้ง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 13(1), 163-174.
- วงศ์วิภา โสสุวรรณจินดา, สุวารี นามวงศ์. (2562). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับการจัดการกิจกรรมให้มีอัตลักษณ์โดยเน้นเรื่องอาหารไทย. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 20, 127-141.
- วันขพร จันทรักษา. (2551). *ปัจจัยและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนา กรณีศึกษา เขตเทศบาลนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรวิมล วชิรวงศ์ชัย และนพพร จันทรนาชู. (2561). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทยมุสลิม. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 16(2), 129-139.
- วิศรา สมเกียรติกุล, กมล เรืองเดช และบุญฤกษ์ บุญคง. (2561). การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารมังกรรายสาร*, 6(2), 65-81.
- วัลลภ วรรณโอสธ. (2564). *รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน*. ดุษฎีนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิฑูรย์ ตันศิริคงคล. (2557). AHP การตัดสินใจขั้นสูงเพื่อความก้าวหน้าขององค์กรและความอยู่ดีมีสุขของมหาชน. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- วิตติกา ทางขึ้น, นพมาศ สุชาติ และฐกิต ศรีคาพร. (2557). การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีสานริมโขงสู่ความยั่งยืน, ในการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15 (น. 222-231). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- วิภาดา มุกดา. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอาเภออุ้มผาง จังหวัดตาก. *SDC Research Journal Humanities and Social Science*, 10(3), 55-74.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ. (2558). การพัฒนาและการปรับตัวของการท่องเที่ยวไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารร่วมพฤษภา มหาวิทยาลัยเกริก*, 33(1), 58-78.
- วิวัฒน์ จันทร์กิงทอง. (2557). ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 34(1), 31-50.
- วิวัฒน์ชัย บุญยักดิ์. (2550). *ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย*. ในเอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 286. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีรยา มีสวัสดิกุล. (2552). *กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชมรมการท่องเที่ยวบ้านสบวิน หมู่ที่ 9 ตำบลแม่วิน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ม.ป.ท.
- วีระ ศิลปรัตนภรณ์. (2561). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา, วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วีระพล ทองมา. (2559). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) สำหรับการพัฒนาคูณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ด้นป่าไม้*. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2562, เข้าถึงได้จาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc
- วุทธิชัย ลิ้มอรุณทัย. (2563). ตัวแบบการจัดการคุณภาพเพื่อส่งเสริมคุณค่าในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ชุมชน. *Journal of Marketing and Management*, 7(1), 43-62.
- ศรัญญา แสงลิ้มสุวรรณ, เสรี ชัดเข้ม และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2560). การพัฒนาเกณฑ์ประเมินการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสีเขียว. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 15(1), 20-35.
- ศราวุธ ยังเจริญยืนยง. (2559). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรปฏิบัติการด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์*. ดุษฎีนิพนธ์ สาขาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา, วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศราวุธ ยังเจริญยืนยง, เสรี ชัดเข้ม และกนก พานทอง. (2559). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรปฏิบัติการด้านอุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 14(2), 43-58



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- ศรุตา นิติวรากร. 2557. อาหารไทย: มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 5(1), 171-179.
- ศศิชา หมดมลทิล. (2561). ท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีสู่ความยั่งยืนหน่วยวิเคราะห์เศรษฐกิจรากหญ้าส่วนเศรษฐกิจฐานราก ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. ม.ป.ท.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2554). ทฤษฎีการประเมิน. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิลปชัย ศรีเกียรติ. (2541). ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมโรงเรียนกับประสิทธิผลของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติในเขตการศึกษา 6. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด. วารสารธรรมศาสตร์, 36(1), 66-95.
- โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล. (2556). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : เครื่องมือในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 7(1), 85-103.
- สงกรานต์ เชื้อนธนะ. (2556). การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ลุ่มน้ำว่า จังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพะเยา.
- สรีตา พันธุ์เพียน, ทรงคุณ จันทจร และมาริสา โกเศยะโยธิน. (2560). รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 9(3) ฉบับพิเศษ, 191-198.
- สัจจา ไกรศรีรัตน์ และวรัญช์ สุเมธ. (2560). กระบวนการสร้างตราสินค้าให้กับตลาดชุมชนโบราณลุ่มน้ำสุพรรณบุรีในฐานะของแหล่งท่องเที่ยว. วารสารมนุษยสังคมปริทัศน์, 19(2), 35-48.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2540). ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สาธิตา รุ่งพิพัฒน์พงศ์. (2558). องค์ประกอบของความยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : กรณีศึกษา ชุมชนอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 11(2), 115-140.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 – 2564. วันที่ค้นข้อมูล 5 เมษายน 2562, เข้าถึงได้จาก https://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)*. วันที่ค้นข้อมูล 26 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=6087&filename=
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2555). *สำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม*. วันที่ค้นข้อมูล 5 เมษายน 2562, เข้าถึงได้จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/home.aspx>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสสี่ และภาพรวมปี 2561*. วันที่ค้นข้อมูล 4 สิงหาคม 2562. เข้าถึงได้จาก www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=8692&filename=index
- สำนักงานสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2556). *คู่มืออาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste)*. 20-27.
- สำนักงานสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *คู่มือการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานอาหารริมบาทวิถี (Street Food Good Health)*. 10-16.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2559). *รายงานประจำปี ๒๕๕๙*. เข้าถึงได้จาก <http://spm.thaigov.go.th/FILEROOM/spm-thaigov/DRAWER004/GENERAL/DATA0000/00000749.PDF>
- สิทธิเดช เหมือนสิน. (2557). *การพัฒนาเกณฑ์การประเมินพฤติกรรมด้านทักษะที่ไม่ใช้เทคนิคของนักบินไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สุธรรมมา นิติเกษตรสุนทร. (2558). ปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในประเทศไทย. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 55(2), 24-58.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. *Veridian E-Journal*, Silpakorn University, 10(3) ฉบับภาษาไทย, 2055-2068.
- สุพจน์ นาคสวัสดิ์, เสรี ชัดแจ้ง, และภัทราวดี มากมี. (2558). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินทุนมนุษย์สำหรับภาคอุตสาหกรรม. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 13(2), 90-108.
- สุมาลย์ ปานคำ และเสรี ชัดแจ้ง. (2559). การพัฒนาวิธีการวัดฉันทามติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญโดยใช้ทฤษฎีรีเฟรชในเทคนิคเดลฟายแบบอิเล็กทรอนิกส์. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 14(2), 87-101.
- เสาวภา ศักยพันธ์. (2548). *ตำราอาหารท้องถิ่น*. เชียงใหม่: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- หทัยชนก ฉิมบ้านไร่ และรักษพงษ์ วงศาโรจน์. (2558). ศักยภาพอาหารพื้นเมืองและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน, *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ*, 11(1), 37-53.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2559). *การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. กรุงเทพฯ: บริษัทโคคุน แอนด์ โค.*
- อนงค์นาถ ดึงแดง, เสรี ชัดรัมย์ และสิริกรานต์ จันทเปรมจิตต์. (2561). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารส่วนตำบล. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 16(1), 163-178.
- อรไท ครุฑเวช, วสันต์ จันทร์ประสิทธิ์, วรพจน์ ตรีสุข และวริสา ราชกิจชอบ. (2561). การพัฒนาแผนแม่บทการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัดภูเก็ต. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(2), 206-230
- อรนุช โกศล และโชคชัย สุทธาเวช. (2556). การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารการเมืองการปกครอง ประเด็นปัญหาปัจจุบันอาเซียน*, 4(1), 220-232.
- อริยา ปรีชาพานิช. (2557). *คู่มือเรียน การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (System Analysis and Design) ฉบับสมบูรณ์*. นนทบุรี: โอดีซี พรีเมียร์.
- อัศรพงศ์ อันทอง และอริยา เภาเครื่อง. (2564). ทุนของชุมชนและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 8(1), 1-18.
- อิสริย์ ภักดีศรีแพง. (2557). บทบาทขององค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมาในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*, 4(1), 352-356.
- อุทิศ ทาหอม, สำราญ ธุระตา, ชุติพร บึงทอง และเคนศ วงษา. (2561). รูปแบบการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่น “ตำเปียงทรงเครื่อง” เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนบ้านเสม็ด ตำบลหนองเต็ง อำเภอกะสัง จังหวัดบุรีรัมย์. *Journal of Social Development*, 20(2), 35-60.
- Afshardoost, M., & Eshaghi, M. S. (2020). Destination image and tourist behavioural intentions: A meta-analysis. *Tourism Management*, 81, December: 1-10.
- Agapito, D. (2020). The senses in tourism design: A bibliometric review. *Annals of Tourism Research*, 83, July: 1-29.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Alexandrov, A. V., Pullicino, P. M., Meslin, E. M., & Norris, J. W. (1996). Agreement on disease-specific criteria for do-not-resuscitate orders in acute stroke. *Stroke*, 27(2), 232-237.
- Almeida-García, F., and others. (2020). Can a destination really change its image? The roles of information sources, motivations, and visits. *Tourism Management Perspectives*, 34, April: 1-16.
- Amaya Molinar, C. M., Sosa Ferreira, A. P, Ochoa Llamas, I., & Moncada Jimenez, P. (2017). The perception of destination competitiveness by tourists. *Investigaciones Turísticas*, 14, 1-20.
- Amore, A., & Roy, H. (2020). Blending foodscapes and urban tourists: international tourism and city marketing in Indian cities. *International Journal of Tourism Cities*, 6(3), 639-655.
- Andrade-Suárez, M., & Caamaño-Franco, I. (2020). The Relationship between Industrial Heritage, Wine Tourism, and Sustainability: A Case of Local Community Perspective. *Sustainability*, 12(18), 1-21. <https://doi.org/10.3390/su12187453>
- Andrea, N. A. G. Y. (2012). A review of tourism and hospitality innovation research. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 364-370.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2009). *Marketing, an introduction* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Ashok, S., Tewari, H. R., Behera, M. D., & Majumdar, A. (2017). Development of Ecotourism sustainability assessment framework employing Delphi, C&I and participatory methods: A case study of KBR, West Sikkim, India. *Tourism Management Perspectives*, 21(5), 24-41.
- Baffoe, G. (2019). Exploring the utility of Analytic Hierarchy Process (AHP) in ranking livelihood activities for effective and sustainable rural development interventions in developing countries. *Eval Program Plann*, 72, 197-204
- Bakker, T., Klopotoska, J. E., de Keizer, N. F., van Marum, R., van der Sijs, H., de Lange, D. W., & Group, S. S. (2020). Improving medication safety in the Intensive Care by identifying relevant drug-drug interactions - Results of a multicenter Delphi study. *J Crit Care*, 57, 134-140.



- Barzekar, G., Aziz, A., Mariapan, M., Ismail, M. H., & Hosseini, S. M. (2011). Delphi technique for generating criteria and indicators in monitoring ecotourism sustainability in Northern forests of Iran: Case study on Dohezar and Sehezar Watersheds. *Folia Forestalia Polonica*, 53(2), 130-141.
- Beins, B. C., & McCarthy, M. A. (2012). *Research methods and statistics*. Boston, Massachusetts: Pearson.
- Bertan, S. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21, 1-5.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100232>
- Bilella, R., Valencia, M., Alvarez, S., Klier, A. L., Hernández, G., & Tapella, E. (2016). *Evaluation Standards for Latin America and the Caribbean*. Buenos Aires: Akian Gráfica Editora.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2016). Local food: a source for destination attraction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28, 1 (January): 177-194.
- Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: Travelling for Food and Drink*. Burlington, VT: Ashgate Publishing.
- Bordens, K. S., & Abbott, B. B. (2018). *Research design and methods: A process approach* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Borger van der Burg, B. L. S., Kessel, B., DuBose, J. J., Horer, T. M., & Hoencamp, R. (2019). Consensus on resuscitative endovascular balloon occlusion of the Aorta: A first consensus paper using a Delphi method. *Injury*, 50(6), 1186-1191.
- Braithwaite, F. A., Walters, J. L., Moseley, G. L., Williams, M. T., & McEvoy, M. P. (2020). Towards more homogenous and rigorous methods in sham-controlled dry needling trials: two Delphi surveys. *Physiotherapy*, 106, 12-23.
- Brancheau, J. C., & Wetherbe, J. C. (1987). Key issues in information systems management. *MIS quarterly*, 23-45.
- Buiatti, S. (2011). *Food and tourism: the role of the "Slow Food" association*. In *Food, Agri-Culture and Tourism*. Berlin: Springer.

- Bumbudsanpharoke, N., & Ko, S. (2022). Packaging technology for home meal replacement: Innovations and future prospective. *Food Control*, 132. doi:10.1016/j.foodcont.2021.108470
- Burusnukul, P., Binkley M., & Sukalamala. P. (2011). Understanding Tourists' Patronage of Thailand Foodservice Establishments. *British Food Journal*, 113(8), 965-981.
- Busnaina, I., & Woodall, T. (2015). Doing business in Libya: Assessing the nature and effectiveness of international marketing programs in an evolving economy. *International Business Review*, 24(5), 781-797.
- Camison, C., & Monfort-Mir, V. M. (2012). Measuring innovation in tourism from the Schumpeterian and dynamic – capabilities perspectives. *Tourist Management*, 33(4), 776-789.
- Carvalho, L., & Costa, T. (2011). Tourism innovation - a literature review complemented by case study research. *Book of Proceedings Vol. I – International Conference on Tourism & Management Student- ALGARVE 2011*, 23-33.
- Castillo-Villar, F. R. (2020). Destination image restoration through local gastronomy: the rise of Baja Med cuisine in Tijuana. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 14(4), 507-523.
- Castro, D. M., & Parreiras, F. S. (2020). A review on multi-criteria decision-making for energy efficiency in automotive engineering. *Applied Computing and Informatics*, 17(1), 53-78.
- Chaigasem, T., and Tunming, P. (2020). Tourist behaviors and needs for the development of creative Thai traditional sports tourism marketing for special interest tourism. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(1), 1-10.
- Chakravarti, A. K., Vasanta, B., Krishnan, A. S. A., & Dubash, R. K. (1998). Modified Delphi methodology for technology forecasting case study of electronics and information technology in India. *Technological Forecasting and Social Change*, 58(1-2), 155-165.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Channey, S & Ryan, C. (2012). Analyzing the evolution of Singapore's World Gourmet Summit: An example of Gastronomic Tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 309-318.
- Chau, D. S., & Yan, D. L. (2021). Destination hospitality indicators. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100537>
- Chen, Q. (2013). An Investigation of Food Tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 110-121.
- Chen, Q., & Huang, R. (2018). Local food in China: a viable destination attraction. *British Food Journal*, 120(1), 146-157.
- Cheng, S., Hu, H., Fox, D. & Zhang, Y. (2012). Tea Tourism development in Xinyang, China: Stakeholders' view. *Tourism Management Perspectives*, 2(3), 28-34.
- Choe, J.Y., & Kim, S. (2019). Development and validation of a multidimensional tourist's local food consumption value (TLFCV) scale. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 245-259.
- Choi, H., Lee, U., & Gwon, T. (2021). Development of a Computer Simulation-based, Interactive, Communication Education Program for Nursing Students. *Clinical Simulation in Nursing*, 56, 1-9. doi:10.1016/j.ecns.2021.04.019
- CIFOR. (1999). *Guidelines for Applying Multi-Criteria Analysis to the Assessment of Criteria and Indicators*. Jakarta: AFTERHOURS.
- Cleveland, D. A., Muller, N. M., Tranovich, A. C., Mazaroli, D. N., & Hinson, K. (2014). Local food Hubs for Alternative Food Systems : a Case Study from Santa Barbara County, California. *Journal of Rural Studies*, 35, 26-36.
- Cohen, E., & N. Avieli. (2004). Food in Tourism Attraction and Impediment. *Annals of Tourism Research*. 31(4), 755-778.
- Coughlan, L. M., & Hattingh, J. (2020). Local is lekker! The Search for an Appropriate Food Identity for the Free State Province, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 101-115.
- Creswell, J. W. (2014). *Education Research: Planning, Conducting and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). New York: Pearson.



- Csurgó, B., & Megyesi, G. B. (2015). Local food production and local identity: interdependency of development tools and results. *Socio. hu* 2015, 3, 167-182.
- Dalkey, N. C., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9(3), 458-467.
- Dalkey, N. C., Brown, B., & Cochran, S. W. (1969). *The Delphi method III: Use of self ratings to improve group estimates*. California: The Rand Corporation.
- D'Attoma, I., & Ieva, M. (2022). The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation. *Journal of Cleaner Production*, 342, 130957
- DeLeo, W. (2004). Safety educators and practitioners identify the competencies of an occupational safety and environmental health doctoral degree: an on-line application of the Delphi technique. *J. Saf. Health Environ. Res*, 1, 1-16.
- Denost, Q., Bousser, V., Morin-Porchet, C., Vincent, C., Pinon, E., Collin, F., & Saillour-Glenisson, F. (2020). The development of a regional referral pathway for locally recurrent rectal cancer: A Delphi consensus study. *Eur J Surg Oncol*, 46(3), 470-475.
- Diamond, I. R., Grant, R. C., Feldman, B. M., Pencharz, P. B., Ling, S. C., Moore, A. M., & Wales, P. W. (2014). Defining consensus: a systematic review recommends methodologic criteria for reporting of Delphi studies. *Journal of clinical epidemiology*, 67(4), 401-409.
- Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text*. (2nd ed). Sydney: Hodder Education.
- Dogan, M. B., Yukseloglu, E. H., Dogan, M., & Ugras, S. D. (2020). The evaluation of medical malpractice claims: Creating a Standard Approach Model Using the Delphi Method. *Journal of Forensic and Legal Medicine*, 71.
- Doke, E. R., & Swanson, N. E. (1995). Decision variables for selecting prototyping in information systems development: A Delphi study of MIS managers. *Information & Management*, 29(4), 173-182.



- Domingues, A. R., Pires, S. M., Caeiro, S., & Ramos, T. B. (2015). Defining criteria and indicators for a sustainability label of local public services. *Ecological Indicators*, 23(57), 452-464.
- Du Rand, G.E., Heath, E., & Alberts, N. (2003). The Role of Local and Regional Food in Destination Marketing: a South African Situation Analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14, (3/4), 97-112.
- Edmonds, W.A., & Kenney, T.D. (2017). *An Applied Reference Guide to Research Design: Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods* (2nd ed.) California: SAGE.
- Ellis, A., and others. (2018). What is food tourism. *Tourism Management*, 68, 250–263.
- English, J. M., & Kernan, G. L. (1976). The prediction of air travel and aircraft technology to the year 2000 using the Delphi method. *Transportation research*, 10(1), 1-8.
- Erffmeyer, R. C., & Lane, I. M. (1984). Quality and acceptance of an evaluative task: the effects of four group decision-making formats. *Group for Organizational Studies*, 9(1), 509–529.
- Erkmen, E. (2019). Managing Restaurant Attributes for Destination Satisfaction: What Goes beyond Food? *Administrative Sciences*, 9(1), 1-11.
<https://doi.org/10.3390/admsci9010019>
- Failte, I. (2010). *National Food Tourism Implementation Framework 2011-2013*. Retrieved June 20, 2019, from http://www.failteireland.ie/Failtelreland/media/WebsiteStructure/Documents/3_Research_Insights/1_Sectoral_SurveysReports/FoodTourismImplementationFramework.pdf?ext=.pdf
- Fan, C. K., & Cheng, C. L. (2006). A study to identify the training needs of life insurance sales representatives in Taiwan using the Delphi approach. *International Journal of Training and Development*, 10(3), 212-226.
- Fang, A., & Zeng, W. (2015). *It looks pretty from a distance? The role of familiarity in food perceived authenticity*. Paper presented at the In 2015 12th International Conference on Service Systems and Service Management (ICSSSM), Guangzhou: IEEE.



- Ford, R. M., Anderson, N. M., Nitschke, C., Bennett, L.T., & Williams, K. J. H. (2017). Psychological values and cues as a basis for developing socially relevant criteria and indicators for forest management. *Forest Policy and Economics*, 78(18), 141-150.
- Franke, A. C., Steyn, J. M., Ranger, K. S., & Haverkort, A. J. (2011). Developing environmental principles, criteria, indicators and norms for potato production in South Africa through field surveys and modeling. *Agricultural Systems*, 104(4), 297-306.
- Gao, P. P., Li, Y. P., Sun, J., & Li, H. W. (2018). Coupling fuzzy multiple attribute decision-making with analytic hierarchy process to evaluate urban ecological security: A case study of Guangzhou, China. *Ecological Complexity*, 34, 23-34.
- Gargon, E., Crew, R., Burnside, G., & Williamson, P. R. (2019). Higher number of items associated with significantly lower response rates in COS Delphi surveys. *J Clin Epidemiol*, 108, 110-120.
- Garner, B., & Ayala, C. (2019). Regional tourism at the farmers' market: consumers' preferences for local food products. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 13(1), 37-54.
- Getz, D. (2000). *Explore Wine Tourism: Management, Development & Destinations*. New York: Cognizant Communication.
- Giglioti, R., Polli, H., Azevedo, B. T., Katiki, L. M., & Vercesi Filho, A. E. (2022). Detection and quantification of adulteration in milk and dairy products: A novel and sensitive qPCR-based method. *Food Chemistry: Molecular Sciences*, 100074.
- Gnatzy, T., Warth, J., von der Gracht, H., & Darkow, I. L. (2011). Validating an innovative real-time Delphi approach-A methodological comparison between real-time and conventional Delphi studies. *Technological Forecasting and Social Change*, 78(9), 1681-1694.
- Goepel, K. D. (2013). Implementing the analytic hierarchy process as a standard method for multi-criteria decision making in corporate enterprises—a new AHP excel template with multiple inputs. In *Proceedings of the international*



- symposium on the analytic hierarchy process*, 2(10), 1-10. Kuala Lumpur, Malaysia: Creative Decisions Foundation Kuala Lumpur.
- Gómez, M., Lopez, C., & Molina, A. (2015). A model of tourism destination brand equity: The case of wine tourism destinations in Spain. *Tourism Management*, 51, 210-222. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.05.019>.
- Gordin, V., & Trabskaya, J. (2016). St. Petersburg as a Tourist Destination. In M. M. Mariani and others (Eds.), *Tourism Management, Marketing, and Development*. New York: Palgrave Macmillan.
- Gordon, T., & Pease, A. (2006). RT Delphi: An efficient, “round-less” almost real time Delphi method. *Technological Forecasting and Social Change*, 73(4), 321-333.
- Gossling, S., Hall, C. M., & Weaver, D. B. (2012). *Sustainable tourism futures perspectives on systems, restructuring and innovations*. New York: Routledge.
- Gracht, H. A. v. d. (2012). Consensus measurement in Delphi studies: Review and implications for future quality assurance. *Technological Forecasting and Social Change*, 79(8), 1525-1536.
- Gracht, H., & Darkow, I. L. (2010). Scenarios for the logistics services industry: A Delphi based analysis for 2025. *International Journal of Production Economics*, 127(1), 46-59.
- Guerreiro, M. P., Plácido, M., Barros, C. T., Coelho, A., Graça, A., Gaspar, M. J., & de Oliveira Martins, S. (2018). A national e-Delphi towards the measurement of safe medication practices in Portuguese hospitals. *Eur J Hosp Pharm*, 25(2), 103-106.
- Habibi, A., Sarafrazi, A., & Izadyar, S. (2014). Delphi technique theoretical framework in qualitative research. *The International Journal of Engineering and Science (IJES)*, 3(4), 2319 -1805.
- Hakim, S., & Weinblatt, J. (1993). The Delphi process as a tool for decision making, The Case of Vocational Training of People with Handicaps. *Evaluation and Program Planning*, 16(1), 25-38.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Hall, C. M. & Sharples, L. (2003). *The Consumption of Experiences or The Experiences of Consumption? An Introduction to The Tourism of Taste*. In Michael H, C., Liz S., Richard M., Niki M. and Brock C. (Eds.), *Food Tourism: Around The World: Development, Management and Markets*. Chapter 1 (pp. 1-24). Oxford: Butterworth Heinemann.
- Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). *The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste: Food Tourism Around the World*. Burlington: Elsevier.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Hall, M., & R. Mitchell. (2000). We are What We Eat: Food, Tourism and Globalization. *Tourism, Culture and Communication* 2(1), 29-37.
- Heindl, A. B., & Liefner, I. (2019). The Analytic Hierarchy Process as a methodological contribution to improve regional innovation system research: Explored through comparative research in China. *Technology in Society*, 59.
- Hernandez-Rojas, R. D., Folgado-Fernandez, J. A., & Palos-Sanchez, P. R. (2021). Influence of the restaurant brand and gastronomy on tourist loyalty. A study in Córdoba (Spain). *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 23, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100305>
- Herrera, C. F., Herranz, J. B. & Arilla, J. P. (2012). Gastronomy's Importance in the Development of Tourism Destinations in the World. *UNWTO Global Report on Food Tourism*, 4, 6-9.
- Hjalager, A.M. (2003). *What do Tourists Eat and Why? Towards a Sociology of Gastronomy and Tourism*. In Paper presented at the Gastronomy and Tourism, ATLAS e Expert meeting. Sandrio (Haly) 21e23 November 2002.
- Homg, J.S. and C. T. Tsai. (2010). Government Websites for Promoting East Asian Culinary Tourism: A Cross-National Analysis. *Tourism Management*, 31, 74-85.
- Horng, J. S., & Tsai, C. T. (2012). Culinary tourism strategic development: an Asia-Pacific perspective. *International journal of tourism research*, 14(1), 40-55.



- Hsu, F. C., & Scott, N. (2020). Food experience, place attachment, destination image and the role of food-related personality traits. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 79-87.
- Hui, H. C., & Chang, W. Y. (2013). Key success factor in service innovation of hotel enterprises in Taiwan. *Pakistan Journal of Statistics*, 29(5), 725-732.
- Hwang, J., Kim, S (Sam)., Choe, J., Y ((Jacey))., Chung, C-H. (2018). Exploration of the successful glocalization of ethnic food: a case of Korean food. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(12), 3656–3676.
- Ignatov, E., & Smith, S. (2006). Segmenting Canadian Culinary Tourists. *Current Issues in Tourism*, 9(2), 235-255.
- Islam, D. M. Z., Dinwoodie, J., & Roe, M. (2006). Promoting development through multimodal freight transport in Bangladesh. *Transp. Rev*, 26(1), 571–591.
- Jaworska, S. (2017). Metaphors we travel by: A corpus-assisted study of metaphors in promotional tourism discourse. *Metaphor and Symbol*, 32(3), 161-177.
- Jesús, C. P. G., Marlene, J. G., Tomás L-G., & Jose R. C.. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612.
- Jiménez Beltrán, J., López-Guzmán, T., & Santa-Cruz, F. G. (2016). Gastronomy and Tourism: Profile and Motivation of International Tourism in the City of Córdoba, Spain. *Journal of Culinary Science & Technology*, 14(4), 347-362. <https://doi.org/10.1080/15428052.2016.1160017>
- Jiménez-Barreto, J., Rubio, N., & Campo, S. (2020). Destination brand authenticity: What an experiential simulacrum! A multigroup analysis of its antecedents and outcomes through official online platforms. *Tourism Management*, 77, 104022.
- Jiménez-Beltrán, F., López-Guzmán, T., & González Santa Cruz, F. (2016). Analysis of the Relationship between Tourism and Food Culture. *Sustainability*, 8(5), 1-11. <https://doi.org/10.3390/su8050418>

- Juan, C. M., Concepcio'n, R., Toma's, L -G. G., & Salvador, M. C. (2020). A fuzzy segmentation study of gastronomical experience. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22 (100248), 1–10.
- Kappelle, M. (2006). *Ecology and conservation of neotropical montane oak forests* (Vol. 185). Springer Science & Business Media.
- Kesimoglu, A. (2015). A Reconceptualization of Gastronomy as Relational and Reflexive. *Hospitality and Society*, 5(1), 71-91.
- Khadka, C., & Vacik, H. (2012). Comparing a top-down and bottom-up approach in the identification of criteria and indicators for sustainable community forest management in Nepal. *Forestry*, 85(1), 145-158.
- Khalek, H. A. A., Aziz, R. F., & Abdeen, A. H. (2018). Identify and prioritize the major influencing causes of automated concrete mixing system for mega construction projects using analytic hierarchy process. *Alexandria engineering journal*, 57(4), 3451-3461.
- Kim, M. J., Lee, C. K., & Preis, M. W. (2020). The impact of innovation and gratification on authentic experience, subjective well-being, and behavioral intention in tourism virtual reality: The moderating role of technology readiness. *Telematics and Informatics*, 49, 101349.
- Kim, S (Sam)., & Choe, J., Y (Jacey). (2019). Testing an attribute-benefit-value-intention (ABVI) model of local food consumption as perceived by foreign tourists. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(1), 123–140.
- Kim, S.(S)., Badu-Baiden, F., Oh, M.(M). and Kim, J. (2020). Effects of African local food consumption experiences on post-tasting behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 625-643. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2019-0428>
- Kliestik, T., Kostkova, M., & Pellesova, P. (2021). Global Aspects of the Gastronomic Trends and Innovations. *SHS Web of Conferences*, 92, 1-10. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20219204014>



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Koppes, D. M., Triepels, C. P. R., Schepens-Franke, A. N., Kruitwagen, R., Van Gorp, T., Scheele, F., & Notten, K. J. B. (2020). What do we need to know about anatomy in gynaecology: A Delphi consensus study. *Eur J Obstet Gynecol Reprod Biol*, 245, 56-63
- Kotler P., & Keller, K. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New York: Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: A simon & Schuster Company.
- Kotler, P. (1999). *Marketing management: An Asian perspective* (2nd ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. New Jersey: Prentic-Hall.
- Kotler, P. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. India: Pearson Education India.
- Kühne, B., and others. (2010). Innovation in traditional food products in Europe: Do sector innovation activities match consumers' acceptance? *Food quality and preference*, 21(6), 629-638.
- Kurka, T., & Blackwood, D. (2013). Participatory selection of sustainability criteria and indicators for bioenergy developments. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 24(16), 92-102.
- Kvam, G. T., Magnus, T., & Stræte, E. P. (2014). Product strategies for growth in niche food firms. *British Food Journal*, 116, 723-732.
- Lai, M. Y., Khoo-Lattimore, C., & Wang, Y. (2019). Food and cuisine image in destination branding: Toward a conceptual model. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 238-251.
- Lan, L.W., Wu, W.W, & Lee, Y.T. (2012). Promoting Food Tourism with Kansei Cuisine Design. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 40, 609-615.
- Lee, J., Kaipainen, K., & Väänänen, K. (2020). *Local foodie: experience design of a mobile augmented reality application for tourists to encourage local food consumption*. Paper presented at the In Proceedings of the 23th International Conference on Academic Mindtrek.



- Lee, T. H., Jan, F. H., & Yang, C. C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-base tourists. *Tourism Management*, 36(2013), 454-468, Retrieved Aug 24, 2019, from <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.09.012>
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517712001744>
- Lee, T. H., Jan, F.-H., & Liu, J.-T. (2021). Developing an indicator framework for assessing sustainable tourism: Evidence from a Taiwan ecological resort. *Ecological Indicators*, 125. doi:10.1016/j.ecolind.2021.107596
- López-Guzmán, T. and Sánchez-Cañizares, S. (2012). Culinary tourism in Córdoba (Spain). *British Food Journal*, 114(2), 168-179. <https://doi.org/10.1108/00070701211202368>
- Loughlin, K. G., & Moore, L. F. (1979). Loughlin, Moore, Using Delphi to achieve congruent objectives and activities in a pediatrics department. *International Journal of Medical Education*, 54(1), 101-106.
- Ludlow, J. (1975). *Delphi inquiries and knowledge utilization*. In H.A. Linstone, M. Turoff (Eds.), *The Delphi Method - Techniques and Applications*. Boston: Addison-Wesley.
- Lynn, M. R. (1986). Determination and quantification of content validity. *Nursing Research*, 35(6), 382-385. <https://doi.org/10.1097/00006199-198611000-00017>
- Ma, B., Han, Y., Cui, S., Geng, Z., Li, H., & Chu, C. (2020). Risk early warning and control of food safety based on an improved analytic hierarchy process integrating quality control analysis method. *Food Control*, 108.
- MacCarthy, B. L., & Atthirawong, W. (2003). Factors affecting location decisions in international operations—a Delphi study. *International Journal of Operations & Production Management*, 23(7), 794-818.
- MacMillan, T. T. (1971). The delphi technique. In *Proceedings Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development*. Monterey: California.
- Macmillan, T. T. (1971). *The Delphi Technique*. Retrieved from <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED064302.pdf>



96511980

- Madaleno, A., Eusébio, C., & Varum, C. (2017). The promotion of local agro-food products through tourism: a segmentation analysis. *Current Issues in Tourism*, 22(6), 643-663.
- Madaleno, A., Eusébio, C., & Varum, C. (2018a). Determinants of Visitors' Intentions to Consume and Recommend Local Agro-Food Products. *Journal of food products marketing*, 25(1), 1-28.
- Madaleno, A., Eusébio, C., & Varum, C. (2018b). Purchase of local food products during trips by international visitors. *International journal of tourism research*, 20(1), 115-125.
- Mak, A.H.N. and other. (2012). Factors Influencing Tourist Food Consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 928-936.
- Mamaqi, X., Miguel, J., & Olave, P. (2010). The e-delphi method to test the importance competence and skills: case of the lifelong learning Spanish trainers. *Engineering and Technology*, 4(1), 1204-1212.
- Manhas, P. S., Manrai, L. A., & Manrai, A. K. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25-29.
- Manias-Muñoz, I., Jin, Y., & Reber, B. H. (2019). The state of crisis communication research and education through the lens of crisis scholars: An international Delphi study. *Public relations review*, 45(4), 101797.
- Martín, J. C., Román, C., López-Guzmán Guzmán, T., & Moral-Cuadra, S. (2020). A fuzzy segmentation study of gastronomical experience. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 22, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2020.100248>
- Massey, V & Satao K. J. (2012). Comparing Various SDLC Models And The New Proposed Model On The Basis Of Available Methodology. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering* 170-177.



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Mehul Krishna Kumar, G. (2019). Gastronomic tourism— A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 16(100139), 1-6.
- Miroslava, K. & Pavlina, P. (2021). Global Aspects of the Gastronomic Trends and Innovations. *SHS Web of Conferences*, 9, 2, 04014 (2021) *Globalization and its Socio-Economic Consequences 2020*, 1 -10.
- Mitchell, M. P. (1998). Nursing education planning: A Delphi study. *Journal of Nursing Education*, 37(1), 305–307.
- Mitgosoom, Y., & Ashton, A. S. (2019). Thai street food and brand image development: An investigation from tourists' perspective. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 11(2), 69-82.
- Mohamed, M. E., and others. (2019). Marketing local food and cuisine culture online: a case study of DMO's websites in Egypt. *International Journal of Tourism Cities*, 6(4), 1045-1068.
- Molnar, F. J., Man-Son-High, M., Dalziel, W. B., Mitchell, S. L., Power, B. E., & Byszews, A. M. (1999). Assessing the quality of newspaper medical advice columns for elderly readers. *Canadian Medical Association Journal*, 161(1), 393–395.
- Moral-Cuadra, S., Acero de la Cruz, R., Rueda López, R., & Salinas Cuadrado, E. (2020). Relationship between Consumer Motivation and the Gastronomic Experience of Olive Oil Tourism in Spain. *Sustainability*, 12(10), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su12104178>
- Morgan, R. (2017). An investigation of constraints upon fisheries diversification using the Analytic Hierarchy Process (AHP). *Marine Policy*, 86, 24-30.
- Muresan, I. C., Harun, R., Arion, F. H., Oroian, C. F., Dumitras, D. E., Mihai, V. C., Ilea, M., Chiciudean, D. I., Gliga, I. D., & Chiciudean, G. O. (2019). Residents' Perception of Destination Quality: Key Factors for Sustainable Rural Development. *Sustainability*, 11(9), 1-21. <https://doi.org/10.3390/su11092594>
- Nachar, N. (2008). The Mann-Whitney U: A test for assessing whether two independent samples come from the same distribution. *Tutorials in Quantitative Methods for Psychology*, 4(1), 13-20.

- Namkoong, G., Boyle, T., El-Kassaby, Y. A., Palmberg-Lerche, C., Eriksson, G., Gregorius, H. R., & Young, A. (2002). Criteria and indicators for sustainable forest management: assessment and monitoring of genetic variation. *Forest genetic resources working paper FGR E*, 37.
- Nastasi, B. K., & Schensul, S. L. (2005). Contributions of qualitative research to the validity of intervention research. *Journal of School Psychology*, 43(3), 177-195.
- Nicoletti, S., Medina-Viruel, M. J., Di-Clemente, E., & Fruet-Cardozo, J. V. (2019). Motivations of the Culinary Tourist in the City of Trapani, Italy. *Sustainability*, 11(9) 1-11. <https://doi.org/10.3390/su11092686>
- Nilsson, J. H., Svard, A.-C., Widarsson, A. & Wirell, T. (2011). 'Cittáslow' Eco-gastronomic Heritage as a Tool for Destination Development. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 373-386.
- Pablos-Mendez, A., Cavanaugh, K., & Ly, C. (2016). The New Era of Health Goals: Universal Health Coverage as a Pathway to the Sustainable Development Goals. *Health Systems & Reform*, 2(1), 15-17.
- Palacios, C. (2013). Key elements for successful management of tourism ventures in rural communities. *Illuminare*, 11(1), 31-44.
- Park, E., Kim, S., & Yeoman, L. (2019). *Chapter 1 Eating in Asia: Understanding Food Tourism and Its Perspectives in Asia Food Tourism in Asia*. Gateway East: Springer.
- Pathak, A., & Motoki, K. (2022). Evaluating brand names without vowels. *Food Quality and Preference*, 97, 104450. doi:10.1016/j.foodqual.2021.104450
- Pérez Gálvez, J. C., Granda, M. J., López-Guzmán, T., & Coronel, J. R. (2017). Local gastronomy, culture and tourism sustainable cities: The behavior of the American tourist. *Sustainable Cities and Society*, 32, 604-612. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2017.04.021>
- Phondani, P. C., Bhatta, A., Elsarraga, E., & Alhorra, Y. M. (2016). Criteria and indicator approach of global sustainability assessment system for sustainable

- landscaping using native plants in Qatar. *Ecological Indicators*, 69(16), 381-389.
- Piramanayagam, S., Sud, S., & Seal, P. P. (2020). Relationship between tourists' local food experiencescape, satisfaction and behavioural intention. *Anatolia*, 31(2), 316-330.
- Pokorny, B., & Adams, M. (2003). What do criteria and indicators assess? An analysis of five C&I sets relevant for forest management in the Brazilian Amazon. *International Forestry Review*, 5(1), 20-28.
- Polit, D. F., Beck, C. T., & Owen, S. V. (2007). Is the CVI an acceptable indicator of content validity? Appraisal and recommendations. *Research in Nursing & Health*, 30(4), 459-467.
- Porter, M. E. (1985). *The competitive advantage*. New York: Free Press.
- Prabhu, R., Colfer, C. J. P., Venkateswarlu, P., Tan, L. C., Soekmadi, R., & Wollenberg, E. (1996). *Testing Criteria and Indicators for Sustainable Management of Forests: Final Report of Phase I*. Jakarta: CIFOR.
- Prasiasa, D. A. D. S. W., Kurniady, D. A., & Sutono, A. (2020). Interpreting Local Cuisine as a Tourist Attraction Klungkung City. *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(1), 56-64.
- Prentice, R. & Andersen, V. (2003). Festival as Creative Destination. *Annals of Tourism Research*. 30(1), 7-30.
- Quayle, E., & Cariola, L. (2019). Management of non-consensually shared youth-produced sexual images: A Delphi study with adolescents as experts. *Child Abuse Negl*, 95, 104064.
- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C. and Joukes, V. (2019), Food tourism and regional development: a systematic literature review. *European Journal of Tourism Research*, 21, 33-49.
- Rahman, M. N. A., Doroodian, M., Kamarulzaman, Y., & Muhamad, N. (2015). Designing and validating a model for measuring sustainability of overall innovation capability of small and medium-sized enterprises. *Sustainability*, 7(1), 537-562.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Raskin, M. S. (1994). The delphi study in field instruction revisited: expert consensus on issues and research priorities. *Journal Social Work Education*, 30(1), 75–89.
- Ravallion, M., & Chen, S. (2019). Global poverty measurement when relative income matters. *Journal of Public Economics*, 177, 104046.
- Ray, P. K., & Sahu, S. (1990). Productivity management in India: a Delphi study. *International Journal of Operations & Production Management*, 10(1), 25–51.
- Rayens, M. K., & Hahn, E. J. (2000). Building consensus using the policy Delphi method. *International Journal of Nursing Practice*, 1(1), 308–315.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Richards, G. (2010). *Creative Tourism and Local Development*. In Wurzburger, R. (Ed.). Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. (pp. 78–90). New Mexico. USA.
- Richards, K. (2003). *Qualitative inquiry in TESOL*. NY: Palgrave Macmillan.
- Ritchie, B., McDougall, C., Haggith, M., & de Oliveira, N. B. (2000). *Criteria and Indicators of Sustainability in Community Managed Forest Landscapes: An Introductory Guide*. Jakarta: SMT.
- Rogers, M. R., & Lopez, E. C. (2002). Identifying critical cross-cultural school psychology Competencies. *Journal of School Psychology*, 40(1), 115–141.
- Rohrbaugh, J. (1979). Improving the quality of group judgment: Social judgment analysis and the Delphi technique. *Organizational Behavior and Human Performance*, 24(1), 73-92.
- Rojas-Rivas, E., Urbine, A., Zaragoza-Alonso, J., & Cuffia, F. (2021). Cross-cultural representations of gastronomy among consumers in two Latin American countries. *Food Res Int*, 140, 109881, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2020.109881>
- Romana, K-V. (2013). *Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in tourism*, 1307-1320.



- Rousta, A., & Jamshidi, D. (2019). Food tourism value: Investigating the factors that influence tourists to revisit. *Journal of Vacation Marketing*, 26(1), 73-95.
<https://doi.org/10.1177/1356766719858649>
- Rowe, G., & Wright, G. (1999). The Delphi technique as a forecasting tool: issues and analysis. *International Journal of Forecasting*, 15(1), 353-375.
- Rua, O. L., & Santos, C. (2022). Linking brand and competitive advantage: The mediating effect of positioning and market orientation. *European Research on Management and Business Economics*, 28(2). doi:10.1016/j.iiedeen.2021.100194
- Russo, P. (2002). The vicious circle of tourism development in heritage cities. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 165-182.
- Russo, R. d. F. S. M., & Camanho, R. (2015). Criteria in AHP: A Systematic Review of Literature. *Procedia Computer Science*, 55, 1123-1132.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.07.081>
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G., (2012). *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process* (2nd ed). New York: Springer Science Business Media.
- Sadikoglu, E., & Zehir, C. (2010). Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: An empirical study of Turkish firms. *International Journal of Production Economics*, 127(1), 13-26.
- Salvia, A. L., Brandli, L. L., Leal Filho, W., & Kalil, R. M. L. (2019). An analysis of the applications of Analytic Hierarchy Process (AHP) for selection of energy efficiency practices in public lighting in a sample of Brazilian cities. *Energy Policy*, 132, 854-864.
- Sandra, N., Miguel, J. M-V., Elide, D.-C. & Juan, V. F-C. (2019). Motivations of the Culinary Tourist in the City of Trapani, Italy. *Sustainability*, 11(2686), 1-11.
- Santich, B. (1996). *Looking for flavour*. Kent Town: Wakefield Press.
- Saul, D., Newman, S., DePhelps, C., & Liao, F. (2022). Exploration of values and agency in place-based food systems. *Journal of Rural Studies*, 89, 337-347.
doi:10.1016/j.jrurstud.2021.12.010



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- Scheibe, M., Skutsch, M., & Schofer, J. (1975). *Experiments in Delphi methodology*. In Linstone, H.A., M. Turoff (Eds.), *The Delphi Method -Techniques and Applications*. Boston: Addison-Wesley
- Schmidt, R. C. (1997). Managing Delphi surveys using nonparametric statistical Techniques. *Decision Sciences*, 28(1), 763–774.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Schmitt, B.H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: Free Press.
- Schulte, J., & Knuts, S. (2022). Sustainability impact and effects analysis - A risk management tool for sustainable product development. *Sustainable Production and Consumption*, 30, 737-751. doi:10.1016/j.spc.2022.01.004
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *The Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (2nd ed). London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Seagle, E., & Iverson, M. (2002). Characteristics of the turfgrass industry in 2020: a delphi study with implications for agricultural education programs. *Journal of Southern Agricultural Education Research*, 52(1), 1-13.
- Seo, S., & Yun, N. (2015). Multi-dimensional scale to measure destination food image: case of Korean food. *British Food Journal*, 117(12), 2914-2929.
- Serkan, B. (2020). Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 21(100232),1-5.
- Sharma, D. P., Nairb, P. S., & Balasubramanian, R. (2003). Analytical search of problems and prospects of power sector through delphi study: case study of kerala state india, *Energy Policy*, 31(1), 1245–1255.
- Shen, L., Yang, J., Jin, X., Hou, L., Shang, S., & Zhang, Y. (2019). Based on Delphi method and analytic hierarchy process to construct the evaluation index system of nursing simulation teaching quality. *Nurse education today*, 79, 67-73.

- Sidali, L., K., & Hemmerling, S. (2014). Developing an authenticity model of traditional food specialties: Does the self-concept of consumers matter? *British Food Journal*, 116(11), 1692-1709.
- Sigle, M. A., Goslinga, S., Speklé, R. F., & van der Hel, L. E. C. J. M. (2022). The cooperative approach to corporate tax compliance: An empirical assessment. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 100447.
- Sims, R. (2010). Putting Place on the Menu: The Negotiation of Locality in UK Food Tourism Form Production to Consumption. *Journal of Rural Studies*, 26, 105-115.
- Singh, D., Thakur, A., & Chaudhary, A. (2015). A Comparative Study between Waterfall and Incremental Software Development Life Cycle Model. *International Journal of Emerging Trends in Science and Technology*, 2(4), 2205-2208
- Sitorus, F., Cilliers, J. J., & Brito-Parada, P. R. (2019). An integrated constrained fuzzy stochastic analytic hierarchy process method with application to the choice problem. *Expert Systems with Applications*, 138.
- Slaper, T. F., & Hall, T. J. (2011). The triple bottom line: What is it and How does it work?. *Indiana Business Review*, 86(1), 4-8.
- Smith, L.W. (2006). Experiential Tourism around the World and at Home: Definitions and Standards. *International Journal of Services and Standards*, 2(1), 1-14.
- Smith, M., MacLeod, N. & Robertson, M. H. (2010). *Key concepts in tourist studies*. London: SAGE.
- Sosiawani, I., Ramli, A. B., Mustafa, M. B., & Yusoff, R. Z. B. (2015). Strategic Planning and Firm Performance: A Proposed Framework. *International Academic Research Journal of Business and Technology*, 1(2), 201-207
- Spinelli, T. (1983). The Delphi decision-making process. *Journal of Psychology*, 113(1), 73-80.
- Stepchenkova, S., & Mills, J. E. (2010). Destination image: A meta-analysis of 2000-2007 research. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19(6), 575-609.

- Stewart, J., O'Halloran, C., Harrigan, P., Spencer, J. A., & Barton, J. R. (1999). Identifying appropriate tasks for the preregistration year: Modified Delphi technique. *British Medical Journal*, 319(1), 224–229.
- Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2017). Emotions elicited by local food consumption, memories, place attachment and behavioural intentions. *Anatolia*, 28(3), 363-380.
- Subramanian, L., Alexiou, C., Nellis J, J. G., Steele, P., & Tolani, F. (2020). Developing a sustainability index for public health supply chains. *Sustainable Futures*, 2. doi:10.1016/j.sftr.2020.100019
- Sun, J., Zhao, L., Liu, Z., Li, Q., Deng, X., Wang, Q., & Jiang, Y. (2022). Practical differentially private online advertising. *Computers & Security*, 112, 102504. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2021.102504>
- Tasci, A. D., & Gartner, W. C. (2007). Destination image and its functional relationships. *Journal of Travel Research*, 45(4), 413-425.
- Teitelbaum, S. (2014). Criteria and indicators for the assessment of community forestry outcomes: a comparative analysis from Canada. *Journal of Environmental Management*, 132(25), 257-267.
- Tong, T., Xu, X., Yan, N., & Xu, J. (2022). Impact of different platform promotions on online sales and conversion rate: The role of business model and product line length. *Decision Support Systems*. doi:10.1016/j.dss.2022.113746
- Umar, M. A., Kasim, R., & Martin, D. J. (2013). A review of service excellence models. *ICTMBE 2013 2nd International Conference on Technology Management, Business and Entrepreneurship* Mahkota Hotel Melaka Malaysia 5th December 2013, ISBN 978-967-0468-56-3
- UNDP. (1995). *Public Sector Management, Governance and Sustainable Development*. New York: United Nations Development Programme.
- UNESCO. (2006). *Towards sustainable strategies for creative tourism discussion report of the planning meeting for 2008*. International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA. October 25-27, 2006



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

- United Nations Thailand. (2015). *The global goals for sustainable development of Thailand*. Retrieved August 4, 2019 from www.un.or.th/globalgoals/th/the-goals/
- Urry, J. (2002). *The Tourism Gaze*. 2nd ed. London: Sage.
- Van Bueren, E. M. L., & Blom, E. M. (1997). *Hierarchical framework for the formulation of sustainable forest management standards*. Wageningen: Tropenbos Foundation.
- Vazquez-Burgos, J. L., Carbajal-Hernández, J. J., Sánchez-Fernández, L. P., Moreno-Armendáriz, M. A., Tello-Ballinas, J. A., & Hernández-Bautista, I. (2019). An Analytical Hierarchy Process to manage water quality in white fish (*Chirostoma estor estor*) intensive culture. *Computers and Electronics in Agriculture*, 167.
- Vázquez-Martínez, U. J., Sanchis-Pedregosa, C., & Leal-Rodríguez, A. L. (2019). Is Gastronomy A Relevant Factor for Sustainable Tourism? An Empirical Analysis of Spain Country Brand. *Sustainability*, 11(9), 1-13. <https://doi.org/10.3390/su11092696>
- Vet, D. E., Brug, J., Nooijer, De. J., Dijkstra, A., & Vries, De. N.K. (2005). Determinants of forward stage transitions: a Delphi study, *Health Education Research*, 20(1), 195–205.
- Villamediana-Pedrosa, and others. (2020). Predictors of tourist engagement: Travel motives and tourism destination profiles. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 1-18.
- Wang, X., Wong, Y. D., Qi, G., & Yuen, K. F. (2021). Contactless channel for shopping and delivery in the context of social distancing in response to COVID-19 pandemic. *Electronic Commerce Research and Applications*, 48, 101075. doi:10.1016/j.eierap.2021.101075
- Weaver, D., & Lawton, L. (2010). *Tourism Management* (4th ed.). Milton: John Wiley and Sons.



- Weir, C. R., Hicken, B. L., Rappaport, H. S., & Nebeker, J. R. (2006). Crossing the quality chasm: the role of information technology departments. *American Journal of Medical Quality*, 21(1), 382–393.
- West, J. F., & Cannon, G.S. (1988). Essential collaborative consultation competencies for regular and special educators. *Journal of Learning Disabil*, 21(1), 56–63.
- William S.Gosset, (1908). The Probable Error of a Mean, *Biometrika* 6, 1–25.
- Wisnicki, B. (2022). Consumer inertia fosters product quality. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 96, 101817. doi:10.1016/j.soccec.2021.101817
- Wolf, E. (2004). *Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition*. Portland, OR: International Culinary Tourism Association.
- Wong, C. H. L., Wu, I. X. Y., Balneaves, L. G., Lo, R. S. K., Witt, C. M., Wu, J. C. Y., & Chung, V. C. H. (2019). Prioritizing Chinese Medicine Clinical Research Questions in Cancer Palliative Care: International Delphi Survey. *J Pain Symptom Manage*, 58(6), 1002-1014.
- World Tourism Organization. (2001). *Sustainable development of Tourism*. Report of the Secretary-General (Document No. E/CN.17/2001/PC/21). New York. UN.
- World Tourism Organization. (2012). *Global report on food tourism: AM report volume four*. Madrid, Spain: Author.
- World Tourism Organization. (2012). *UNWTO Tourism Highlights 2012 Edition* (pp. 1-15). Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284414666>.
- World Travel & Tourism Council. (2017). *Travel & Tourism Benchmarking Reports 2017 - June 2017 -THAILAND*. Retrieved April 5, 2019, from <https://www.wttc.org/>.
- Zhang, H., and others. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism Management*, 40, 213-223.
- Zhou, S., & Yang, P. (2020). Risk management in distributed wind energy implementing Analytic Hierarchy Process. *Renewable Energy*, 150, 616-623.

Zinn, J., & Zalokowski, A. (2001). Identifying indicators of laboratory management performance: a multiple constituency approach. *Health Care Management Review, 26*(1), 40–53.



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ก

หนังสือรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัย



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

สำเนา

ที่ IRB4-074/2565



เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย : G-HU029/2565

โครงการวิจัยเรื่อง : การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หัวหน้าโครงการวิจัย : นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

หน่วยงานที่สังกัด : วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์	ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
2. เอกสารโครงการวิจัยฉบับภาษาไทย	ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย	ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
5. เอกสารแสดงรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	ฉบับที่ 1 วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565
6. เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี)	ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. -

วันที่รับรอง : วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2565

วันที่หมดอายุ : วันที่ 8 เดือน เมษายน พ.ศ. 2566

ลงนาม นางสาวพิมพ์พรณ เลิศล้ำ

(นางสาวพิมพ์พรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



ภาคผนวก ข

ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
(ผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



ที่ อว ๘๓๒๔/ว ๐๖๔

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

มหาวิทยาลัยบูรพา

ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๓

๒๙ เมษายน ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์

สิ่งที่ส่งมาด้วย เค้าโครงย่อตุษฏีนิพนธ์ และเครื่องมือ จำนวน ๓ ชุด

ด้วย นางสาวสิริลักษณ์ เกษรพัฒน์พันธ์ รหัสประจำตัวนิสิต ๕๙๘๑๐๐๑๖ นิสิตหลักสูตรตุษฏีบัณฑิต สาขาวิทยาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา ได้รับอนุมัติให้ทำตุษฏีนิพนธ์เรื่อง "การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร" ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนก พานทอง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ในการนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาสังเคราะห์และยกย่องเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทราวดี มากมี)

คณบดีวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

โทร. ๐ ๓๘๓๐ ๒๒๒๒ ต่อ ๒๐๗๗, ๒๐๗๘

โทร./ โทรสาร ๐ ๓๘๓๙ ๓๔๘๔

<http://www.rmcs.buu.ac.th>

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. นายสุทธิพงษ์ ดวงมณีรัตน์	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลบ่อสวก จังหวัดน่าน
2. นางนิยม กุลาศัย	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน กกสะทอน จังหวัดเลย
3. นางธิดา เอกแก่นำชัย	ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์ ตำบลบ้านปรก จังหวัดสมุทรสงคราม และ ปราชญ์ชุมชนด้านการท่องเที่ยวชุมชน สำนักงานเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
4. นายปรีชา สรรเสริญ	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านทะเลน้อย ระยองอี จังหวัดระยอง
5. นายวัชรินทร์ แสงวงการ	ประธานโฮมสเตย์ท้องถิ่นใหญ่ จังหวัดชุมพร



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (ต่อ)

กลุ่มผู้มีความรู้ด้านอาหารท้องถิ่น

6. นางคำพัน อ่อนอุทัย	ปราชญ์ชุมชนด้านการทำน้ำพริกแจ่วดำนํ้าผักสะทอน สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเลย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย และครุภูมิปัญญาไทยด้านโภชนาการ (นํ้าผักสะทอน) รุ่นที่ 7 สำนักงานเลขาธิการสภา การศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
7. นายปรีชา เจียบหุ	ปราชญ์ด้านอาหาร (นํ้าตาลมะพร้าว เตาตาลมิตรปรีชา) และผู้นำชุมชนบ้านลมทวน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สมุทรสงคราม กระทรวงวัฒนธรรม
8. นางสาวพิมพ์ใจ ดอกจันทร์	เชฟชุมชน บ้านทะเลน้อย จังหวัดระยอง และเลขานุการ วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านทะเลน้อยระยอง จังหวัดระยอง
9. นายสาริน แสงเกียรติวงศ์	เชฟชุมชน จุฬารักษ์พัฒนา 10 จังหวัดยะลา



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ง

แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



เครื่องมือการวิจัย

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
(ภาษาอังกฤษ) The Development of Assessment Criteria in
Gastronomic Tourism Management

ผู้วิจัย นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผศ.ดร.กนก พานทอง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ปิยะทิพย์ ประดุงพรม



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Assessment Criteria in Gastronomic Tourism Management) หมายถึง คุณลักษณะ หรือระดับที่ถือว่าเป็นคุณภาพ ความสำเร็จ หรือความเหมาะสมของการดำเนินงาน หรือผลการดำเนินงานที่กำหนดใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย ด้าน (Component) ตัวบ่งชี้ (Indicator) และเกณฑ์การพิจารณา (Considered Indicator Criteria)

จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ประเด็น แนวโน้ม ความเป็นไปได้เกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเบื้องต้น โดยมีแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับคุณลักษณะอาหารที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้
3. ท่านคิดว่าการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการประเมินผลการดำเนินการจัดการในประเด็นใด
4. ท่านคิดว่าประเด็น แนวโน้ม ความเป็นไปได้เกี่ยวกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเบื้องต้น ทั้ง 11 ด้าน ตามการสังเคราะห์เพื่อยกร่างเกณฑ์การประเมินนี้ มีความเป็นไปได้สำหรับประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือไม่ อย่างไร
5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่กรุณาเวลาให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นเป็นไปตามเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา



แบบสัมภาษณ์เชิงลึก



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก จ

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับ การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “เนื่องจากว่ากิจกรรมเดิมที่เป็นจุดเด่นของชุมชนก็คือเรื่องของการจัดกิจกรรมอนุรักษ์” ... “และแม่เหล็กอีกอย่างหนึ่งของเราก็คืออาหารนั่นเอง อาหารที่นี่จะเป็นเรื่องของอาหารที่เราได้จากธรรมชาติ และได้จากชุมชน รวมทั้งชุมชนรอบๆ ชุมชนข้างเคียงอะไรด้วย ชุมชนเครือข่ายเพื่อนบ้านของเราด้วย ในการที่จะเอามาทำอาหาร ทุกเมนูของเราจะเป็นเมนูพื้นบ้านหรือว่ามีการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างน้อยหรือน้อยที่สุด ก็จะมีเมนูที่เป็นเมนูโบราณของเรา ที่เกิดจากภูมิปัญญาหรือเกิดจากวิถีชีวิตในการเป็นชุมชนประมงชายฝั่งของเราแทรกอยู่ด้วยเกือบทุกมื้อ เช่น ตอนนี้เป็นฤดูกาลหมึก นักท่องเที่ยวออกไปตกหมึกตอนเย็นได้หมึกกลับมาสิบลกิโล 20 กิโล กินกันไม่ไหว เพราะฉะนั้น ก็จะใช้วิธีการถนอมอาหารแบบโบราณที่เก็บไว้กินนานๆ ได้ ในสมัยที่ยังไม่มีไฟฟ้า ไม่มีตู้เย็นต้องออกทะเลไปหลายๆ วัน หรือว่าเก็บไว้กินได้หลายๆ วัน หรือใช้ในการเดินทาง นั่นคือ เมนูหมึกคั่วหวาน ก็ใช้หมึกไข่ตัวกลมๆ เป่งๆ มาทำวิธีการผ่านกระบวนการคั่วหวาน ใช้น้ำตาลของสวี่เองของท้องถิ่นเราเอง เป็นเมนูที่ได้รับการร้องขอค่อนข้างมากสำหรับคนที่เคยได้ชิมรสแล้ว อีกอย่างคือเมนูหมึกที่พลาดไม่ได้เลยในช่วงฤดูกาลนี้ ช่วงหน้าร้อนจนถึงหน้าฝนก็คือ หมึกต้มสับปะรด ก็ใช้หมึกท้องถิ่นเหมือนกัน และก็สับปะรดสวี่ ซึ่งเป็นพืชที่เป็น GI ของอำเภอสวี่เหมือนกัน ก็มารวมกันเป็นเมนูโบราณของเราเหมือนกัน ไม่รวมอย่างอื่นอีก เช่น ปลาทุตม์หวาน มีอะไรหลาย ๆ อย่างประกอบกันแล้วแต่ฤดูกาล แล้วแต่วิถีของเรา แล้วแต่ว่าตอนนั้นอะไรรอบบ้านเรา ใต้ต้นบ้านเรา หลังบ้านเรา หน้าบ้านเรา ในทะเลของเรามีทรัพยากรอะไรเป็นจุดเด่นอยู่ตอนนั้น นี่คือรูปแบบของการให้บริการบริการอาหารที่ทำให้นักท่องเที่ยว และที่นักท่องเที่ยวมาเค้าติดเรื่องอาหารของเราค่อนข้างมาก” ... “ถ้ามีการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรมีการประเมินในการดำเนินการจัดการในประเด็นที่สำคัญ เช่น 1. เรื่องของอัตลักษณ์ ก็คือที่เราพูดมารวมทั้งหมดมันต้องมีอัตลักษณ์ของมันหาอัตลักษณ์ให้ได้ ค่ะแน่นอนสิ่งนี้สำคัญมาก 2. ที่มาของวัตถุดิบ และแนวคิดของอาหาร มายังไง 3. แนวคิดของเมนู แนวคิดของอาหารจานนี้ถ้ายินแนวคิดคืออะไร ... เพราะฉะนั้น 3 สิ่งนี้สำคัญมาก”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “เรามีการประเมินว่าในพื้นที่ของเรามีอะไรเป็นอาหารพื้นถิ่น เช่น ปลาเรามีปลาทุตม์ ปลากระพง เป็นอาหารพื้นถิ่น ถ้าเป็นพืชผักที่แปลกกว่าที่อื่นแต่ละที่ก็จะมีของพื้นถิ่น ของเขา ซึ่งเป็นพื้นถิ่นเฉพาะของเรามีเฉพาะอะไรบ้าง ก็นำมาเป็นจุดเด่นในการทำอาหาร การทำอาหารไม่จำเป็นต้องหรูหราให้ดีเลิศหรือใช้ภาชนะแพง ๆ อย่างเราจะจัดให้สวยงาม เราสามารถใช้วัสดุธรรมชาติ ในท้องถิ่นของเราได้ เช่น มีสวนมะพร้าว ก็สามารถนำสิ่งที่มีในสวนมาจัดวางองค์ประกอบ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

มาทำเป็นกระจาด วางอาหาร จุดที่เป็นน้ำหรือจุดที่ยังไม่สวยงาม ก็สามารถนำใบตองมาตกแต่ง เพื่อให้ดูเรียบร้อย สวยงาม” ... “เราทำตามวิถีของบ้านเรามากกลาง เราจัดเตรียมเรียนรู้ว่า อาหารที่เราจัดทำมีคุณค่าทางอาหาร ในเชิงสุขภาพอย่างไร ที่มาที่ไปอย่างไร นี่ถือเป็นหลักเกณฑ์อย่างหนึ่งจัดอาหารเฉพาะถิ่นของเรา ในสไตล์ของชุมชน วิถีท้องถิ่นของเรา” ... “สิ่งที่คิดว่าเราดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ คือ อาหารพื้นถิ่น เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวมา ก็อยากรับประทานอาหารของที่นี่อยากสัมผัสรสชาติอาหารของพื้นถิ่นตั้งแต่เริ่มแรกเลย ที่เราเปิดโฮมสเตย์ เราก็ใช้ความเป็นวิถีของเรามาตลอดต่อมาได้คิดวิเคราะห์ตัวเองว่าสิ่งที่เราทำไป มีอะไรที่มีคุณค่ามีความเหมาะสมมีประโยชน์คุณค่ากับชีวิตหรือทำให้คุณค่ากับสุขภาพเขา พอทำงานแล้ว จึงเริ่มรู้ และนำมาเป็นหลักเหตุผลสำคัญ อย่างการปลูกผักปลอดสาร พอแจ้งว่าที่นี่ปลูกผักปลอดสาร เราไปหาผักปลอดสารในสวนมาปรุงอาหารกัน ทุกคนก็อยากจะไปเก็บมาปรุงอาหารบางทีก็มีถามมีเมนู ให้ทำอะไรได้บ้าง ก็ไปเก็บใบชะคราม มาล้างทำความสะอาด เด็ดใบไปลวกบีบน้ำออกเพื่อลดความเค็ม แล้วนำมาปรุงอาหารได้หลายอย่างมีประโยชน์ บางคนที่ขาดโซเดียมรับประทานไม่มากไม่เป็นอันตราย ต่อสุขภาพ ที่สำคัญมีกากใยอาหารสูงกินแล้วดีต่อสุขภาพอย่างไรเราก็อธิบายให้เขาฟัง แต่สิ่งที่สำคัญ เป็นอาหารพื้นถิ่น อย่างใบชะคราม สามารถแปลงหรือใช้ปรุงเป็นอาหารได้หลายอย่าง เช่น แกงส้มใบชะคราม แกงคั่วปูไข่ ผัดน้ำมันหอย ที่อร่อยสุด คือ ยำใบชะคราม ที่เด็ดสุดคือ ลวกราดกะทิ ราดน้ำพริกกะปิ ซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นของคนที่นี่ กลายเป็นว่าทุกคนอยากมาที่นี่ เพื่อกินอาหารที่ทำจากใบชะคราม และอาหารทะเลที่รู้อยู่แล้วว่ามีคุณค่าอะไร อย่างปลาทุ มีโอเมก้า 3 ทุกคนจะรู้อยู่แล้วว่าปลาทุอร่อยสุด ต้องมาสมุทรสงคราม ... ก่อนที่จะนำเสนออาหาร ต้องรู้ว่าในท้องถิ่นเรามีภูมิปัญญาปู้ย่าตายาย มีอาหารถิ่นอะไรบ้าง วิธีการปรุงอย่างไร ใช้วัตถุดิบอะไร แล้วนำมาเรียบเรียงแล้วถ่ายทอด วิธีการนำเสนอ ต้องบอกเล่าเรื่องอาหารว่ามาจากท้องถิ่น มาจากภูมิปัญญาของคนไหน มีรสชาติเป็นอย่างไร”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “เอกลักษณ์ของอาหาร คือ ต้องชูจุดเด่นของอาหาร คือ สด สะอาด รสชาติดี วัตถุดิบดี อาหาร คือการจัดรูปแบบอย่างหนึ่ง จัดใส่ภาชนะให้สวยงาม เราไม่ต้องการคำว่าจัดสวย แต่เราต้องการคำว่าอร่อยมาก นั่นคือเอกลักษณ์ของที่นี่” ... “การเลือกซื้อวัตถุดิบที่ปลอดสาร วัตถุดิบต้องสด”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “อย่างที่ทราบกันว่ายุทธศาสตร์ทางด้านการท่องเที่ยว นอกจากไปท่องเที่ยวชมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีอยู่แล้ว สิ่งหนึ่งที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับด้านการท่องเที่ยว น่าจะเกิดจากอาหารมากกว่า ซึ่งนักท่องเที่ยวไปเที่ยวก็จะต้องมีการทานอาหาร ซึ่งบางทีกิจกรรมท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้มีมากเลยซึ่งรายได้หลักมาจากอาหาร ซึ่งการที่ชุมชนที่มีศักยภาพในการทำร้านอาหารในมิติของชุมชน หรือร้านอาหาร ในมิติที่ผมจะนำเสนอของชุมชนชะแมกกว่า คือ ที่นี่เป็นวิสาหกิจชุมชน ถ้าไม่มีอาหารรายได้จากการท่องเที่ยวของเราแทบจะไม่เท่าไรเลย กิจกรรมท่องเที่ยว

เราเชิงนิเวศน์ เติบโตที่ก็คือระยะสั้นก็เก็บแค่คนละ 50 บาท 60 บาท มา 10 คนก็ได้แค่ 600 บาท แต่เป็นอาหารลักษณะที่เราทำกับข้าว อาหารกับข้าว 6 ถึง 7 อย่าง สามารถสร้างรายได้ให้กับอาหารชั้นต่ำโตะนี้ 1600 1800 2000 แล้วแต่ไซด์ แล้วก็กับข้าวที่สิ่งซึ่งนี่คือราคาข้าว ซึ่งข้าวที่มาจากตากันในราคา 2000 หรือว่า 1800 ว้อคั้งเข้ามาจะได้ระดับที่ลดลงมาหน่อยนึงแต่มันก็หลักร้อย ซึ่งหมายความว่ารายได้ทั้งหมดเบ็ดเสร็จ จริงๆ แล้ว 80 เปอร์เซ็นต์ มาจากอาหารในลักษณะภาพรวม ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเข้ามาผนวกในวิถีชุมชนที่มีอยู่แล้ว จริงๆ การท่องเที่ยวลักษณะของชุมชนก็คือขึ้นต้นหรือว่ากำกับภายใต้วิถีชีวิตชุมชน ซึ่งถ้าชุมชนนั้นวิถีเชิงเกษตรก็ทำด้านอาหารได้ เช่นการใช้พืชผักสวนครัว ผลไม้ในท้องถิ่น รวมไปถึง ปลา เป็ด ไก่ ต่าง ๆ ซึ่งที่นี้ตั้งเรื่องปลานิลสายน้ำโหนด เป็นปลาที่มีกลิ่นคาวดิน กิโลหนึ่ง 100 บาทซึ่งอาจจะแพงกว่าที่อื่นเล็กน้อย พอมาก็อยากจะลองชิม นี่ก็เมื่อชุมชนก็เป็นการกระจายรายได้ สร้างอาชีพให้กับคนในพื้นที่ มองกลับมาอีกทีในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งถ้ามีอาหารเรื่องของเชิงอนุรักษ์ มันก็จะเข้าในส่วนเรื่องของอนุรักษ์พืชพันธุ์ท้องถิ่น หรือพืชผักสวนครัวที่มีการเพาะปลูกมาแล้วแต่ถ้าไม่มีการท่องเที่ยวเค้าจะลืมและก็ไม่ปลูกแล้วมันก็จะทำให้พืชผักเหล่านี้หายไปจากชุมชน อันนี้ก็คือในมิติเรื่องของความเชื่อมโยง ในชุมชนที่เราทำอยู่คือว่าเกิดการเชื่อมโยงให้มีการปลูกและใช้วัตถุดิบในชุมชนเอามาผลิตเป็นอาหารและก็นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวอันนี้จะป็นวงจรที่คิดว่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อชุมชนและการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับชุมชนและสามารถสร้างรายได้” ... “การจัดงานและการเชื่อมโยงวิถีชีวิตวัฒนธรรมก็คือวัตถุดิบกับอุปกรณ์การจัดนั่นเอง 1. รูปลักษณ์ 2. วัตถุดิบ 3. จัดงาน 4. รสชาติ ถ้าทำได้คนก็มาแล้ว ... ในชุมชนจะทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือครัวมันก็ต้องซัพพอร์ทในการสร้างรายได้ให้กับชุมชน” ... “อัตลักษณ์ของเราใช้ตะเกียบ หนึ่งเลยบอกว่าเราเป็นจีน สองจริงๆ เนี่ย เมนูก็มีปัจจัยสำคัญ ชื่อของเมนูต่างๆ เช่น เราจะมีย่างที่นี้ในชุมชนจะไม่มีที่อื่นเลยอย่างเช่นก็คือสำคัญคือเซฟต้องบรรยาย ... คือการสื่อความหมายของอาหาร อันนี้ก็มีบทบาทสำคัญ” ... “ในชุมชนในวิถีของคนจีนกวาสีเราจะมีเมนูที่เรียกว่า หมอไม่ยัดไส้ที่จะเป็นคนกวาสีเลยถ้าเสิร์ฟที่อื่นไม่มีใครทำเอา หมอไม่มาผสมกับเนื้อสัตว์แล้วเอามาเอาไปย่างเอาไปนึ่งเมนูอื่นที่อื่น ไม่มีเลย จีนแผ่นดินใหญ่ เราเสิร์ฟไปตู้ก็จะเจอที่กวาสีมันพล้นมันพลเดียว ก็จะเป็นวิถีชีวิตที่สืบทอดกันมา ก็คือเซฟก็จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวหรือคนที่มาชิมอาหารว่าเนี่ยมันเป็นเมนูที่สืบทอดกันรุ่นสู่รุ่น เราก็จะทานกันในช่วงเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ วันตรุษจีน วันรวมญาติกันเท่านั้น ก็คือจะเป็นอาหารในครอบครัวที่ทำให้ลูกค้ากิน ก็คือการนำเสนอแบบนี้ไม่มันเค้าก็จะไม่รู้หรือว่ามันคืออาหารท้องถิ่นของชุมชนวิถีไหน” ... “อาหารมันมาจากวิถีชีวิตเราอยู่แล้ว” ... “อย่างของเรามันจะมาจากสตอรี่ของคนในพื้นที่ดีกว่า เพราะบางคนคิดว่าถ้าภาคใต้คือเป็นอาหารใต้น้อยครั้งที่จะคิดว่าเป็นอาหารจีน เพราะอาหารจีนก็หมายความว่าก็มีสตอรี่ของคนจีนอยู่ในพื้นที่แล้ว เมื่อรู้ว่าพื้นที่นี้มีสตอรี่ของคนจีนมีเรื่องเล่าของ

มีกลุ่มคนจีนที่อยู่ในชุมชน เป็นกลุ่มใหญ่ๆ เลยเค้าจะมีวิถีชีวิตการทานอาหารที่เป็นอาหารจีนรสชาติที่ออกเหมือนจีนๆ รสออกจืดแต่เอกลักษณ์อาหารเชิงเหลาหน่อยนึง อาหารเชิงภัตตาหาร กึ่งภัตตาหารของเมืองจีน ก็จะสะท้อนให้เค้าเห็นว่ามันเป็นอาหารจีน วิถีของคนจีน ภาพลักษณ์ที่สื่อออกมา ก็จะแตกต่างกันเลย ... ชื่อของวัตถุดิบก็สะท้อนถึงอาหารเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ เช่น ถ้าเป็นพื้นที่ของชุมชนที่เป็นภาษาชุมชนมุสลิมเค้าจะมีชื่อของเมนูที่เป็นภาษายาวี ที่มันแตกต่างกันไปมันก็ทำให้เรารู้สึกว่ามันก็คืออาหารตามวิถีของชาวมุสลิมนี่เอง ออกมามันก็เป็นรสชาติ ออกมาจะเป็นหน้าตาแบบนี้ มันจะเป็นการสร้างภาพโดยจากการใช้ชื่อเมนูอาหารด้วย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “จุดเด่นของที่นี่ คือ การทำอาหารที่นี่ไม่ได้นำผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่อื่นเข้ามาในชุมชน ผักกระชับมีที่นี่ที่เดียว 1 เดียวในประเทศไทย แม่พันธุ์เป็นพืชที่ปลูกหมุนเวียนกับนาข้าว ไม่ใช่ปุ๋ยเคมี เพราะว่าใช้ไม่ได้ ผักนี้เป็นผักที่ยิ่งกว่า baby อี้อ่าง คางคกเดินผ่านไม่ได้เป็นรารดน้ำต้องแหวกและหยอด เป็นวัชพืชที่อยู่กลางนาสมัยปู่ย่า ตายาย ปัจจุบันรุ่นที่เป็นคณะกรรมการเป็นประธานกลุ่มผักกระชับมีความคิดว่า ทำอย่างไรให้ผักนี้ทำให้เป็นรายได้นอกจากนาข้าวเพราะว่าสมัยก่อนนาข้าวปลูกข้าวเสร็จ 4 เดือนเก็บเกี่ยวนาโล่งรอบปลูกข้าวอย่างเดียว มีแม่น้ำรอบจริงแต่เป็นน้ำเค็มจะอย่างไรให้เราขายได้ ไม่ได้ปล่อยนาเสียไป เขาจึงคิดวิธีว่าลองนำมาดัดแปลงว่า ถ้าเขาทำแบบนี้แล้วจะเป็นพืชเศรษฐกิจได้หรือไม่ เขาจึงนำมาทดลองก่อน พอทดลองแล้วได้จากบ้าน 1 หลัง ขยายเป็น 2 หลัง 3 หลัง ณ ปัจจุบันนี้ 13 หลังที่ปลูกผักกระชับเป็นพืชหมุนเวียนจากนาข้าว เพราะว่าดินที่จะมาเพาะต้นอ่อนของผักกระชับต้องเป็นดินนา เป็น story เรื่องเล่าเวลานักท่องเที่ยวมาดูแปลงผักกระชับ แปลงเพาะ 13 ครัวเรือน การปลูกปลูกอยู่ในนาเดือนมีนาคม เมษายน เริ่มเก็บได้แล้ว พอเราเก็บเกี่ยวข้าวเสร็จจะเริ่มเตรียมดิน รถไถไถหน้าดิน ทิ้งไว้สัก 2 – 3 วัน แล้วนำเมล็ดพันธุ์ไปหยอดไม่ต้องรดน้ำแล้วจะขึ้นเอง พอผ่านไปเกือบเดือนทำหญ้าผัก คือ นำวัชพืชที่ไม่ใช่ผักกระชับใช้วิธีการลงแขกเหมือนเกี่ยวข้าว วันนี้ทำวันนี้ พรุ่งนี้มีนาอื่นต่อไป สมัยก่อนเวลาเกี่ยวข้าวเป็นแบบนี้หมุนเวียนของเขาไป เดือนมีนาคม เมษายนใกล้เก็บเกี่ยวผักต้นสีเขียวจะแห้ง ตอนที่เราเห็นเป็นแบบนี้ พอถึงหน้ามีนาคม เมษายนจะแห้ง ปล่อยให้แห้งไปเหมือนต้นไม้ตาย แต่ไม่ใช่ตายแล้วเขาจะเก็บเกี่ยวเดือนมีนาคม เมษายน มีวิธีการอีกอย่างหนึ่ง คือ นำตะแกรงมีรูร้อนเอาขนออกก่อน เพราะว่าคัน นำท่อซีเมนต์มาวางและเทปูนพื้นล่างให้เป็นพื้นเดียวแล้วนำเมล็ดผักกระชับใส่ลงไปเกือบเต็มบล็อกลูก นำน้ำใส่ลงไปแช่ประมาณ 3 – 4 เดือน หลังจากนั้นนำเมล็ดมาแกะว่ามีจาวงอกหรือไม่ 1 เมล็ดมี 2 งอก คือ 2 ต้น ถ้างอกพอได้แล้ว ถ้ายังก็แช่เป็นตาข่ายนำมาบ่มทำมาปิดอีกครั้งหนึ่งเอาไม้ทับไม่ให้เมล็ดลอยขึ้นมา ถ้าเมื่อไรที่เมล็ดลอยขึ้นมาจะกลายเป็นต้นแม่ จากนั้นเพาะลงในพื้นที่ได้มาตรฐาน บ้านโมเดลผลิตจากเมล็ดข้าวกับไม้ไผ่”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “เราทำห้องเที่ยวชุมชน แต่ใช้อาหารท้องถิ่นมาเป็นจุดขายด้วย เวลานักท่องเที่ยวสั่งอาหาร ใน 1 มื้อเรานำเมนูท้องถิ่นขึ้นโต๊ะ 1 อย่าง เป็นภาคบังคับ เช่น ปลาเค็มแดดเดียว ต้มข้าวไก่ ผัก-น้ำพริก เพื่อโปรโมทเมนูท้องถิ่น และเพื่อสนับสนุนสินค้าในชุมชน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7 “อพท.องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้ประกาศให้ที่นี่เป็นพื้นที่พิเศษ เพราะเรามีเตาเผาโบราณ เป็น 1 ใน 5 ตำบล ที่ได้รับการประกาศในราชกิจจานุเบกษา ตามมติ ครม. ให้เป็นพื้นที่พิเศษของ อพท. ที่เขามาประสานส่งเสริมสนับสนุน เมื่อเรามองเห็นโอกาสจึงรวมกลุ่มคนในพื้นที่ ขึ้นมาเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชน แล้วก็จัดตั้ง เป็นชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน” ... “มีการนำคนในชุมชนร่วมกัน เป็นชมรม มีหลายกลุ่ม เรานำแหล่งโบราณคดีมาเชื่อมกับวิถีวัฒนธรรมชุมชน เช่น กลุ่มปั้นดินเผาที่เราซื้อพื้นขึ้นมาใหม่ กลุ่มผู้ผลิตน้ำอ้อยโบราณ แหล่งอาหารเดิมของชุมชน กลุ่มทอผ้า กลุ่มจักสาน กลุ่มสมุนไพรลูกประคบ นำมาเรียงร้อยเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานเกี่ยวกับอาหาร ถือเป็นเรื่องหนึ่งที่สำคัญ มีการเรียนรู้เรื่องเกณฑ์มาตรฐาน ตั้งแต่เริ่มต้นโดยสำนักท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เข้ามาเป็นพี่เลี้ยง พัฒนาให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน คืออะไร ต้องจัดการอย่างไร จัดการแล้วได้อะไร เพื่อให้เรานำทรัพยากร ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ที่มีอยู่ในชุมชน มาใช้ให้เกิดประโยชน์” ... “อาหารเป็นหัวใจสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน เพราะอาหารเป็นสิ่งที่รองรับการให้บริการกับนักท่องเที่ยว เราทำการท่องเที่ยวชุมชน เป็นอาชีพเสริม ชุมชนเรามีคุณภาพชีวิตการดำเนินชีวิต ทางด้านการเกษตร จึงทำกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มต่างๆ กลุ่มน้ำอ้อย กลุ่มจักสาน กลุ่มผ้าทอ กลุ่มแพทย์แผนไทย กลุ่มสมุนไพร แต่ละกลุ่ม เป็นวิสาหกิจชุมชน ที่เข้มแข็ง เรานำการท่องเที่ยวมาพัฒนาและสร้างรายได้เสริมให้เขา เรื่องอาหารเดิมที่เราขาดองค์ความรู้ ด้านการจัดการอาหาร เข้าใจว่าการจัดการอาหารในการรับนักท่องเที่ยว ต้องคิดถึงเรื่องปริมาณ คุณภาพ รสชาติ และความปลอดภัย เราอบรมแม่แต่ละหมู่บ้านที่เชิญมาร่วมงาน จัดขันโตกตามเมนูที่เรานัด นำเสนอให้นักท่องเที่ยว เป็นขันโตก จัดรูปแบบบ้านๆ ข้าวหม้อ แกงหม้อ น้ำพริกหม้อ ต้มยำหม้อ หมูบ้านไหนถนัดทำเมนูอะไรก็ให้ทำเมื่อนั้นมาบริการนักท่องเที่ยว เราเข้าใจว่าได้กระจายโอกาส ไปสู่หมู่บ้านต่างๆ แล้ว เมื่อเราเรียนรู้ ก็เข้าใจว่า มาตรฐานตามเกณฑ์มาตรฐาน การท่องเที่ยวโดยชุมชน การบริการความปลอดภัยความประทับใจที่เป็นหัวใจสำคัญ บริษัททัวร์ที่เขาจะซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวของเรา ได้เสนอมาว่าการบริการ ความปลอดภัย และความประทับใจ สำคัญที่สุด ให้เราไปทบทวนให้ดี การบริการต้องมีกระบวนการทุก อย่างสะอาดปลอดภัย คุณภาพ วัตถุดิบแหล่งที่มา ต่อมาประมาณปี 2560 เราได้รับรางวัลกินรี จึงมองเห็นโอกาสทางการตลาด คนที่เขารู้จักจากรางวัลกินรี รายการโทรทัศน์ต่างๆ เริ่มเข้ามา เราคิดกระบวนการร่วมกันกับคนในชุมชน และทีมพี่เลี้ยง เรามีพี่เลี้ยงการ

ห้องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ททท. อพท. มาช่วยพัฒนาส่งเสริมด้านอาหาร เพราะรูปแบบหน้าตา รสชาติความสะอาดและปลอดภัยสำคัญ เราค้นหาอาหารที่ชุมชน เราควรนำมาประยุกต์ แล้วตั้งชื่อ อาหารขึ้นมา เช่น ธิาดอย คือ หน่อไม้” ... “ในการทำอาหาร เราพยายามถามผู้เฒ่าผู้แก่เกี่ยวกับ อาหารดั้งเดิมของพื้นที่เรา ที่อาจจะสูญหายไป หรือถูกกลืนเป็นอาหารร่วมสมัย พยายามหาอาหาร ประเภทแกง ประเภทน้ำพริกมีอะไรบ้าง ทำบันทึกเป็นตำราไว้” ... “ตอนนี้มีการทำเป็นน้ำอ้อยแคว้น คือ ไซร์ปน้ำอ้อยนำไปขายคู่กับกาแฟ บ่อสวนมีน้ำอ้อยดี ตามสูตรที่เขาให้มาเป็นน้ำตาล เราก็ปรับใช้น้ำอ้อยแทน เราใช้เกลือจากบ่อเกลือของน่าน ใช้มะแขว่นเป็นเครื่องดับคาว ซึ่งมะแขว่น เป็นเครื่อง ราชบรรณาการ ในสมัยก่อนที่ส่งคุ้มเจ้าหลวง ในประวัติศาสตร์โบราณน่านจะมีเกลือและมะแขว่น ทำให้เขาอยากมาตี เอาเมื่อน่าน มะแขว่น เป็นเครื่องดับคาวที่ดีที่สุดในสมัยโบราณ และสมัยก่อน เกลือมีค่าดังทองคำ เราได้นำมะแขว่น มีผลผลิตเป็นซอสมะแขว่น น้ำอ้อยไซร์ปไว้ทานกับกาแฟดำ”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 8 “การท่องเที่ยวที่นี้ อิงด้วยอากาศ คือจะเป็นการที่ลักษณะนอกเหนือ การควบคุมของเรา ช่วงก่อนระยะเวลาทำการท่องเที่ยวจะมีระยะเวลานานถึง 3 เดือน พอหลังๆ มา อากาศร้อนขึ้นระยะเวลาทำการท่องเที่ยวเริ่มลดน้อยลง และก็การบานของดอกนางพญาเสือโคร่งเริ่ม เป็นตัวแปรไม่คงที่ อย่างปี 61 ดอกนางพญาเสือโคร่งบานแค่ 13 วันแล้วก็หมดเลย เราก็คิดว่าถ้าเรา จะทำท่องเที่ยวเราอิงดอกนางพญาเสือโคร่งอย่างเดียวมันทำให้ช่วงเวลาทำการท่องเที่ยวน้อยลง เรา เลยมาคิดว่าจะทำอย่างไรที่จะทำท่องเที่ยวที่นอกเหนือจากชมนางพญาเสือโคร่ง เราก็หันมามองว่าใน ชุมชนเรามีอะไร มีอาหารพื้นถิ่น จึงมาเชื่อมโยงกับอาหารพื้นถิ่นด้วย ซึ่งต้มข้าวไก่ดำจริงๆ แล้วมีมา ในพื้นที่ตั้งแต่โบราณ คือตั้งแต่โตขึ้นมาก็เห็นเมนูนี้แล้ว ซึ่งเมนูนี้เป็นช่วงเดือน 7 เค้าเรียกว่าประเพณี เลี้ยงบ้าน แถวนี่จะมีความเชื่อเลี้ยงบ้าน เค้าจะมีการบน อย่างบางบ้านถ้าเจ็บไข้ได้ป่วยหรืออยากให้ อะไรที่ทำแล้วสบายใจเค้าจะทำการบน บนด้วยไก่ บางบ้านเค้าบนบางที่ก็ 20 ถึง 30 ตัวก็มี แล้วไก่ที่ จะนำไปแกบนต้องต้มให้สุก แล้วที่นี้ไก่มันจืด แล้วน่าจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เค้าคิดว่าน่าจะเอามา ทำเมนูอะไรเพื่อให้มันอร่อยและทานได้ ก็เลยมีเมนูต้มข้าวไก่ดำซึ่งเห็นอยู่ในพื้นที่ของเรา จะมีการ นำเอาสมุนไพรต่างๆ อย่าง ขิง ข่า ตะไคร้ และที่ขาดไม่ได้งาดำ งาดำคั่ว ใส่เข้าไปตอนท้าย มันจะเข้า กับความหอมของผักชีฝรั่ง ได้เมนูออกมาเป็นต้มข้าวไก่ดำ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เพราะใคร ที่มาชมจะติดใจรสชาติ มันหอม อร่อย จะใช้น้ำผักสะทอนซึ่งเป็นภูมิปัญญามาแต่โบราณอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งมีการนำไปไม่มากนัก เคียงจนเป็นน้ำสดำ อันนี้จะใช้ใส่ส้มตำแทนปลาร้าแล้วก็ใช้ใส่แกงบางชนิด ก็ เลยมีอยู่ในเมนูต้มข้าวไก่ดำ นอกจากการดึงเมนูอาหารพื้นถิ่นมาด้วย เราก็จะมองว่าจะมีตัวไหนเป็น การดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามา เราก็มองภูมิปัญญาท้องถิ่นเราที่มี ก็จะมีน้ำผักสะทอน แล้วก็เราจะมีแปร รูปเป็นน้ำผักสะทอน และชาใบสะทอน อย่างตัวขิงจะมีขิงผง ขิงผงของเราจะใช้กระบวนการโบราณ คือ คั้นเอาแต่น้ำ เคี้ยวด้วยเตาถ่าน พอเดือดได้ที่ก็จะลงน้ำตาล ตัวน้ำตาลจะพาแตกตัวออกมาเป็นผง

ซึ่งเวลาคุยกันเรื่องชิงผงบางท่านอาจจะคิดว่าจะมีการนำชิงไปตากแห้งและเอามาบดเป็นผง ซึ่งจริงๆ ไม่ใช่ อันนี้เราจะคั้นเอาแต่น้ำเพราะว่าเวลาชงจะไม่เหลือตะกอน” ... “เราก็คใช้ตัวนี้เป็นฐานกิจกรรม คือ 1 ฐานเราคิด 1,000 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาร่วมทำจะได้ชิงผงบที่ทำเสร็จแล้ว 1 กิโลกรัม ซึ่งก็ ฐานกิจกรรมนี้ถือว่าไม่แพงเพราะถ้าเราขายปลีกชิงผงบกิโลนั้นก็ตกกิโลละ 800 บาทแล้ว” ... “ใน กระบวนการทำของเราเราเน้นใช้ไม้พื้นบ้านที่เลี้ยงในชุมชน เพราะการทำท่องเที่ยวในชุมชนเรามองว่า วัตถุประสงค์ที่นำมาใช้ก็ไม่ควรนำมาจากข้างนอกเยอะ ทั้งต้นทุนแล้วก็เวลาทำท่องเที่ยวถ้าเราเอาวัตถุดิบ ในชุมชนจะเอื้อประโยชน์คนในชุมชนด้วย ทั้งคนเลี้ยงไก่เค้าจะมีรายได้กับเราอย่างพืชผักต่างๆ เวลา มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเราก้สั่งที่ปลูกในชุมชน อย่างตรงนั้นที่มีโรงอยู่ตรงนั้นก็ปลูกแตงญี่ปุ่น ก็ะปลอด สารด้วย” ... “แถวนี้จะมีอีกหมู่บ้านหนึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีโครงการหลวงเข้ามา เช่น บ้านหมากแข้ง จะ เป็นหมู่บ้านที่อยู่ในหลวง ร.10 ท่านเคยมากระโดดฮอว์มบับูชาการรบ ก็มีโครงการหลวงปลูกพวกแตง พวกผักปลอดสารพิษ ซึ่งตรงนี้น่าทำเพราะว่าเป็นแหล่งต้นน้ำสำคัญ ซึ่งถ้าเรามองว่า เป็นแหล่งน้ำด้วย ซึ่งถ้าเราเน้นทำพืชผักที่เป็นอินทรีย์ปลอดภัยก็จะไม่กระทบกับคนที่อยู่ปลายน้ำ เพราะว่าของเราถือ ว่าเป็นต้นน้ำ ถ้าเราทำพืชที่ใช้เคมีสูงก็จะมีเคมีปนเปื้อนลงไปตามลำน้ำ มีครั้งนึงไปได้ที่แม่คำปองแล้ว มันไม่เห็นเขาหัวโล้น พอไปได้ต้นไม้ใหญ่เค้าปลูกต้นพลับก็ออกลูกเหลืองเต็มไปหมด แล้วได้ต้นพลับก็ มีกาแฟ ซึ่งเค้าผลิตกาแฟเอง แล้วนำกาแฟมารับนักท่องเที่ยว เค้าทำท่องเที่ยวมา 20 ปี เค้ามี ท่องเที่ยวทั้งปี โดยที่พอมันักท่องเที่ยวเข้ามาทั้งปีเค้ามีรายได้คนของเค้าก็ไม่ได้ออกไปทำลายป่า ซึ่ง พอไปเห็นก็เกิดแรงบันดาลใจว่าจะทำอะไรให้เกิดกับชุมชนของเรา คืออยากเห็นภาพของชุมชนเรา เป็นแบบนั้น อันนี้เป็นแนวคิดของ อพท.ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว ฟังชื่อหน่วยงานเค้าก็รู้แล้วเนอะ องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อันนี้คำว่ายั่งยืนมันก็ต้องอยู่ได้นาน มี ส่งต่อถึงมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถส่งต่อถึงรุ่นลูกรุ่นหลานได้ หลักการสำคัญเค้าบอกว่าต้อง สร้างคนก่อน สร้างคนที่มีจิตสำนึกที่จะทำ พอทำแรกๆ เรารู้สึกเฉยๆ พอทำไปทำมา เราก้มามองว่า จริงๆ แล้ว หน่วยงานเป็นหน่วยงานที่มาจากข้างนอก เค้าก็พยายามเที่ยวไร่เที่ยวซื้อให้เราทำ เราก้มา มองว่าแล้วเราละที่เป็นคนในชุมชน ถ้าเราไม่ทำชุมชนของเราแล้วใครเค้าจะมาทำ อันนี้ก็เลยมีแนวคิด ที่จะทำขึ้นมา เพราะว่าเวลาทำแล้วมันสามารถส่งต่อให้คนอื่นมีรายได้ขึ้นมา มันทำให้เรารู้สึกว่าชีวิต เกิดมาแล้วมีคุณค่า มีความหมาย ไม่ใช่ว่าพอเกิดมาแล้วสร้างคำร่ำรวยให้แก่ตัวเอง คือมองว่ามัน ไม่ใช่” ... “การรับประทานอาหารเฉยๆ ทุกคนจะรู้สึกเฉยๆ เนอะ แต่ถ้ามีเรื่องเล่าอันนี้มันเกิดจากตัว นั้นะ อันนั้นะอย่างน้ำผักสะทอนที่นำมาปรุงเป็นภูมิปัญญาที่มีมาแต่โบราณ ซึ่งเราก้ที่เหมือนกันว่า ปู ยา ตา ยาย เราคิดได้อย่างไรว่า เอาใบไม้อันนี้มาต้มแล้วทำให้มาใช้ใส่ส้มตำแทนปลาร้าได้ เอามาใส่ เมนูอันนี้ได้ก็จะเป็นเรื่องเล่าได้ ที่นี้จากนักท่องเที่ยวที่ทานอาหารเฉยๆ เนี่ย คือพอมาทานซึ่งเป็นเมนู ท้องถิ่นที่เราก้บอกว่ามีที่นี้ที่เดียวนะ ที่สามารถทำได้ ทานได้และจะมีเรื่องเล่าด้วยมันทำให้เกิด มัน

ไม่ใช่การทำอาหารเฉยๆ แต่มันมีสตอรี่ มีเรื่องเล่า และก็ได้อ่านสัมภาษณ์ชีวิตคนในชุมชนที่มันลึกซึ้งขึ้น จากที่ผ่านไปผ่านมารู้แล้วว่านี่แต่พอได้มาทานจริงในชุมชนแล้วมันได้เรียนรู้ ได้แลกเปลี่ยนกับคนในชุมชน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 9 “จะมีการเน้นการทำอาหารเป็นหลัก ไม่ว่าจะศาสนาหรือคนอยู่ที่แห่งใดต้องอาหารเป็นความสำคัญ กินที่ไหนนอนที่ไหนเราจะมีแนะนำกันว่า มาที่นี่มีอาหารพื้นบ้านซึ่งถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นแล้ว มีพื้นฐานของปู่ย่าตายายมาปรับปรุงประยุกต์ ให้กับคนสมัยนี้เช่นทำแจ่ว ลาบ ต้มชุป ยำเมี่ยงและอื่นๆ ทำอาหารเข้ากับอาหารพื้นบ้านทั้งนั้น พอมีคนมาก็จะบอกว่ามีพักอะไรประเภทไหนจะทำรายการอาหารสมมติมีทัวร์มาหรือคณะก็จะมาบอกเรา แล้วก็บอกเครือข่ายเราพี่ที่ปลูกว่าวันนี้ต้องการจับลูกเท่านั้นเท่านี้เอามาส่งหน่อยจะได้ของสดใหม่อย่างใบผักกูดเราก็ผลิตกัน เช่นน้ำพริกน้ำผักสะเดาเป็นน้ำปรุงรสที่เข้าเครื่องนูนนี่นั่นมีอะไรบ้างเราก็ใส่เข้าไปแล้วรสชาติก็จะกลมกล่อมไม่เผ็ดเกินไปไม่เค็มเกินไปมันก็จะลงตัวมีทุกระส ผัดเปรี้ยวหวานกลมกล่อมอย่างเช่นส้มตำเราก็ตำใส่ผักสะทอนไม่ใส่ปลาร้าไม่ใส่กะปิไม่ใส่นู่นนี่นั่นเหมือนที่อื่นเราจะใช้น้ำผักสะทอน ใส่เกลือใส่มะขามน้ำผักสะทอนใส่พอดีน้ำใส่ปริมาณเท่าไรก็จะมีของเราใส่เครื่องปรุงเท่านั้นมันก็จะเป๊ะๆ เวลาสอนใครที่ศึกษาหรือผู้ที่อยากรู้เราก็สอนให้” ... “ทุกอย่างเราทำเองอย่างสตอรี่เรื่องเล่า เช่น ลาบไก่ ถ้าใครทานแล้วจะมีโชคลาภเพราะว่าไก่หรือเนื้อจะเป็นอาหารตั้งแต่บรรพบุรุษมา สมัยแต่ก่อนเราก็จะมีไก่ฟุ่มพวง ซื้ฟักก็จะตามห้างร้านอาหารต่างๆ ไก่ฟุ่มพวงเขาก็จะเอามาขายแบบรถพ่วงแต่ของเราจะเป็นไก่จากเหล่าของเราเองอย่างครอบครัวของเราเลี้ยงไก่อย่างแม่ไก่สักสิบตัวแล้วกินไข่ไก่สักห้าตัวห้าแม่ไก่เราก็ได้สักห้าสิบตัวเราจะเลี้ยงไว้ทำลาบ ทำนุนทำนี้แล้วก็บอกว่าคนเราอะถ้ารักกันจริงก็ต้องทำลาบให้กินเราจะเห็นว่าแขกที่มาเยือนเรามีคุณค่าอยากให้กินแล้วประทับใจมีนั้นแม่ไก่ก็จะบอกต่อกันว่าไข่มีเราก็บอกว่าทำยากแต่เราก็อยากจะทำให้กินเพื่อสร้างความประทับใจ สมมติว่าสมัยแต่ก่อนเขาก็บอกว่าไก่เนี่ย ก็ต้องมีเป็นหมูอยู่เป็นฝูงแม่ไก่มันจะร้องเวลาเห็นเหยื่อ ข้าวโพด ข้าวสารหรืออื่นๆ ตัวแมลงไ้ที่ข้างมันกินอยู่ตามหญ้ามันเจอแหล่งอาหารเนี่ยมันก็จะร้อง กู๊กๆ มันก็อยู่กันเป็นหมู่แล้วก็กินเป็นฝูงเปรียบเทียบเพราะไ้มีความรัก ความผูกพันกันอย่างมีความรักต่อกันโอบอ้อมอารีต่อกัน พอกู๊กๆ ก็วิ่งเข้ามากินด้วยกัน ที่นี้ไ้ถ้าเขาเจอเหตุร้ายมีโน่นมีนี่มีนั้นแม่ไ้ก็จะบอกต่อกันว่ากะตาดๆ เห็นไหมไ้มันก็จะหนีไปก็เหมือนว่าถ้าหนีไม่พ้นมันก็จะกางปีกกรูไปหาแม่ไ้ ถ้ามีคนจะมาจับแม่ไ้ ปกป้องก็แสดงว่าแม่ไ้มีคุณค่าแล้วสามารถปกป้องลูกไ้ หรือบอกข่าว เป็นผู้นำทีมขึ้นมาเหมือนแม่ไ้ใช้ไหม ที่นี้ลูกทีมพูดไม่ดีหรือว่าทำยังไงทำให้ที่รับรองเราเนี่ยไม่พอใจเราก็จะเป็นผู้ ประสานว่าคนนี้เป็นอย่างจ้อย่างจี้ ก็คือพูดปรับความเข้าใจชี้แจงให้ฟังแก้ต่างให้กันได้กับลูกทีมก็เหมือนแม่ไ้ แล้วใครที่กินลาบไ้ก็เหมือนว่ารักกันไม่แตกกัน กินกันเป็นหมู่อยู่กันเป็นฝูงไม่ทอดทิ้งกันความรักความผูกพันก็จะเหมือนแม่ไ้ปกป้องกันได้ถึงความสนใจออกมาเช่น ทำ

ลาบไก่วันนี้ทำด้วยใจกว่าจะได้มันต้องยุ่งยากมากต้องเตรียมเข้าข้าวพริกป่นมะขามเตรียมนุ่นนี่นุ่นเยอะเยอะไปหมด กว่าจะล้างผักกว่าจะไปชะกว่าจะมารวน ขั้นตอนมันเยอะเยอะเพราะจั้นเราเห็นคุณค่าของแขกที่มาเยือนอยากให้อิ่มมาที่นี้หาแม่กรรมพันธ์ที่นี้ต้องกินอิ่ม นอนอุ่น หุ่นไม่ต้องสนกลับไปแล้วค่อยลดนะจ๊ะ เห็นไหม 1.เราต้องมีรอยยิ้ม 2. ต้องมีน้ำคำ 3. ต้องมีน้ำมือ 4. ต้องมีน้ำใจ 5. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ช่วยเหลือเจือจุน นักท่องเที่ยวมาจากไหนยิ้มใส่ก่อนสบตาปั๊บยิ้มแล้ว แสดงว่าไม่เก้อเงินพร้อมที่จะเปิดใจใส่กัน ก็พูดมานานหรือยังลูกมาคอยแม่นานไม่เข้าม้านบ้านก่อนนี่คือคำทักทายคือน้ำคำเช่นน้ำใจเปรียบเทียบกับ นักท่องเที่ยวที่มาหาแม่วันนี้นี่ก็คือเรียกว่าน้ำคำแล้วรอยยิ้มแล้วพอน้ำมือเนี่ยเราก็ต้มน้ำหาคาแฟหาแก้วหาถ้วยมานี่คือน้ำใจมาเตรียมให้ไม่เก้อเงินเหมือนว่าเรา ทำเหมือนลูกหลานมาเยี่ยมญาติ เราไม่ได้ทำเหมือนกับ เชิงธุรกิจที่ว่าฉันต้องคิดค่าหัวเท่านั้น จานนี้เท่านั้น เราไม่ได้ตามราคาเท่านั้นเท่านี้คือเราต้อนรับทักทายมีรอยยิ้มให้กันมีคำพูดคำถามการมีการลงใช้น้ำมือหาอาหารให้กินก่อนเข้า น้ำใจ น้ำใจก็มีอะไร กัน ก็หาผัก หาของให้ มาเตรียมไว้ให้นั้นก็คือนำมือใช้ไหม น้ำใจก็เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่สามารถช่วยเหลือเจือจุนกันได้เห็นไหม มันอยู่ครบ”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านคุณภาพการบริการ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “ก่อนที่เราจะเปิดบ้านรับนักท่องเที่ยวเป็นโฮมสเตย์ เราทำการทำกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนขึ้นมาก่อน พอทำแล้วได้ผลก็เลยมีคนอยากมาดู อยากมาเที่ยว อยากมาศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เลยต้องมีบริการที่พักอาหารอะไรต่างๆ ก็เลยเกิดเป็นโฮมสเตย์ขึ้นมา ที่นี้เราให้คนมาพักได้ตั้งแต่ปี 2532 สมัยตั้งแต่พายุเก แต่มาเรียกตัวเองว่าเป็นโฮมสเตย์หรือว่าเริ่มคิดค่าใช้จ่ายในภายหลัง เมื่อก่อนไม่ได้คิดค่าใช้จ่ายใครมาขอพักก็ให้พักและก็ใครอยากให้น้ำคำไฟเท่าไรก็แล้วแต่เขาไม่ได้มีการตั้งค่าใช้จ่ายก็หุงข้าวหุงปลาให้กิน สมัยนั้นประเทศไทยยังไม่มีคำว่าโฮมสเตย์ เพิ่งมาใช้คำว่าโฮมสเตย์ประมาณซัก 16 - 17 ปีที่ผ่านมาเอง ตั้งแต่มีการพูดคุยเรื่องของโฮมสเตย์ขึ้นมา เรื่องของท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นมา และก็เริ่มจัดรูปแบบกระบวนการต่างๆ การบริหาร หรืออะไรต่างๆ ให้เป็นรูปแบบโฮมสเตย์ ... การบริการท่องเที่ยวชุมชนมันอยู่ที่อธัยาศัยมากกว่า ไม่ใช่การบริการแบบมาเสิร์ฟ มายก มาอะไรอย่างนี้มันไม่ใช่เลย วิธีชุมชนมันไม่ใช่แบบนี้เลยไม่ทำเลย คนมาท่องเที่ยวทุกคนต้องยกกับข้าวกินเอง กินเสร็จล้างเอง ... ท่องเที่ยวชุมชนวิถีเค้าไม่บริการใครเค้าเป็นเจ้าของบ้านไม่มีสถานะผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ มีสถานะก็คือเจ้าของบ้านกับแขกผู้มาเยือน ... พอทำแบบนี้เค้าจะรู้สึกเวลามาท่องเที่ยวเหมือนมาบ้านเพื่อนบ้านญาติไม่ได้รู้สึกว่ามีสถานที่ท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นความรู้สึกเค้าจะเปลี่ยนไป จากเค้ามามีสถานที่ท่องเที่ยวเค้ามามีเพื่อนมาบ้านญาติ ความเป็นกันเองหรือว่าความผิดพลาดอะไรต่างๆ เค้าจะไม่ถือเลย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “คุณภาพของการบริการ จะเป็นการบริการด้วยใจ นักท่องเที่ยวจะมา มีการต้อนรับ Welcome drink เรามีน้ำตาลสด มีอะไรก็เสิร์ฟ นักท่องเที่ยวเขาจะรู้สึก ว่าเราต้อนรับเขา อย่างดี สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกเรามี WiFi มีไฟฟ้า มีน้ำประปา สะดวกสบาย ที่นอนสะอาด” ... “มีมาตรฐาน สำหรับบ้านที่มีเจ้าของบ้านพักอยู่ และอีกแบบเรียกว่า Home Lodge เป็นอีกหนึ่ง มาตรฐานของกรรมการท่องเที่ยว”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “อะไรที่เป็นตัวตนของเรายังคงอยู่ ให้นั่งพับใบเตย พับใบตองเราทำไม่ได้ หรือจะมาเปลี่ยนให้จัดอาหารโรงแรม เราบอกว่า เราเป็นชุมชน คงวิถีของคำว่าชุมชนของเรา มี เจ้าหน้าทีบอกว่า ขอให้คงความเป็นชุมชนของเราและเป็นเจ้าบ้านที่ดีอย่างนี้เรื่อย ๆ ไป อย่าไป เปลี่ยน ตามที่คนอื่นบอกว่าต้องเป็นแบบนี้ ถ้าคิดว่าเราทำผลตอบรับแขกบอกว่า เป็นเจ้าบ้านที่ดี อาหารอร่อยมาก การต้อนรับดี นั่นคือความสุขที่ยึดตลอดทั้งวัน เพราะจะคุยหลังแขกไปแล้ว ส่วนมากจะชม”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “คุณภาพการบริการ มันก็คือ น้ำคำ รอยยิ้ม ความเป็นกันเองของเราเนี่ยแหละ เราก็จะพอลูกก็ลูก พ่อพ่อก็พ่อ แม่ก็แม่ เราก็พูดตามความเป็นจริงแหละเนอะ ให้ความสนิทสนมเหมือนลูกเหมือนหลาน เราไม่ได้กฎเกณฑ์ต้องอย่างงั้น ต้องอย่างนี้ ให้ความยุ่งยากขั้นตอน คือรักเหมือนลูกเหมือนหลานคนที่มาหาเราไ้ก็ต้องมีคน คนก็ต้องมีเพื่อน แล้วทุกคนเราต้องมีการยิ้มแย้มแจ่มใสพูดจาดี มีความที่ดีต่อกันมีความจริงใจต่อกัน มันก็มีความสุขแล้ว ก็อยากมาหากัน ถ้าเราทำไม่ดี ดูเคลงกันก็ไม่ดี คือดีเรา ก็แนะนำเนอะ ที่ไม่ดีเขาทำไม่ได้เราก็แนะนำ ที่เขาดีเราก็ชมเชย มันก็โอเคเนอะลงตัวเราไม่ต้องไปด่าสบประมาทกันหรือเธอต้องอย่างงั้น เธอต้องอย่างงี้ มันต้องไม่มีข้อแม้กัน ถ้าเราไม่ตั้งหลักใส่กันมันก็จะไม่มีอะไร มีแต่ความไว้นื้อเชื่อใจกันเหมือนลูกหลาน”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านพื้นที่ สถานที่ แหล่งท่องเที่ยว

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “การให้ข้อมูลสำคัญมากเลย คือ ชุมชนท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีปัญหา เรื่องการให้ข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลก่อนตัดสินใจ หลากๆ ชุมชนมีปัญหา” ... “ต้องไปหาจากคนที่เค้าบอกต่อกันมาผ่านอินเทอร์เน็ต บางทีอาจจะไม่ชัดเจน อาจจะผิดพลาดอาจจะไม่ทันสมัยข้อมูลเก่าไปแล้วหรือเค้าเล่ามาผิดๆ อันนี้ข้อมูลก่อนตัดสินใจ และข้อมูลหลังจากตัดสินใจ เรื่องของข้อมูลเรื่องของข้อควรปฏิบัติ กติกา วิธีการเดินทางอะไรต่างๆ สุดท้ายคือข้อมูลเมื่อเข้าพักหรือเมื่อทำกิจกรรม ข้อมูล 3 อย่างนี้สำคัญมาก”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ในกรณีเดินทางโดยรถสาธารณะ นักท่องเที่ยวจะโทรมาถามว่าเดินทางจาก จุดนั้นๆ ได้อย่างไร จากแต่ละสถานีขนส่ง เช่น หมอชิต เอกมัย สายใต้เก่า สายใต้ใหม่ จะมีรถตู้มาที่ เมื่อมาถึงนั่งรถตุ๊กๆ ต่อเข้ามาที่นี่” ... “ถ้าเป็นชาวต่างชาติมักจะมากับคนไทยหรือกับบริษัททัวร์

ช่วงก่อนมีทัวร์ฟรายเดย์, Local Alike อีกบริษัทเป็นชาวเยอรมัน มาโดยเฉพาะ เมื่อก่อนซื้อโฮเทลเว็บ แต่ตอนนี้เขาเปลี่ยนชื่อบริษัทแล้ว ถ้าฟรายเดย์ เขาจะพานักท่องเที่ยว ไปเที่ยวภาคเหนือก่อนไปเที่ยว Local ไปเดินป่า นอนเขา กินของป่า แล้วเดินทางโดยรถไฟนำรถตู้มาพักที่นี่ เขาก็ได้สัมผัสวิถีของคนที่นี่ มานอนโฮมสเตย์ที่เป็นเรือนไทย ทำกิจกรรมอาหารชีจรรย์าน ที่เราทำเป็น Package ให้เขา รุ่งขึ้นก็จะทานอาหารเข้ากับเรา แล้วไปดูการทำน้ำหวานดอกมะพร้าว แล้วเขาก็เดินทางไปเที่ยวตลาดน้ำท่า แล้วไปสนามบินเดินทางกลับเลย แบบนี้ได้รับหลายทริปต่อปี ตอนช่วงที่ยังไม่มีโควิด”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “มีการจัดวันน้อมระลึกพระบาทสมเด็จพระเจ้าตากสิน และจัดงานย้อนยุค โดยนำเงินไปแลกเบี้ยหอย 1 เหรียญ 10 บาท ลานวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น โดยให้คนที่ขายอาหารเป็นคนในชุมชนแต่งชุดย้อนยุค ใส่เสื้อคอกระเช้า เสื้อทันสมัยลายฉลุ แต่ขอให้เป็นวัฒนธรรมขายอาหารโดยนำเบี้ยหอย ก่อนเข้างานมีซุ้มแลกเบี้ยหอย ทุกวันที่ 28 ธันวาคม วันสมเด็จพระเจ้าตากสิน มีจัดงาน 3 วัน วันที่ 28 - 30 มีอาหารพื้นถิ่น วัฒนธรรมย้อนยุค มีขนมโบราณและอาหารพื้นถิ่นในชุมชน เช่น ขนมถ้วยใส่ใบตอง ขนมเปียะสอดใส่ใบตองดูย้อนยุค ยำผักกระชับ แกงส้มผักกระชับ นำเรือหรือแคร่แล้วแต่คณะกรรมการจัดให้ นำมาวางจัดเหมือนไปเที่ยวตลาดน้ำจำลอง มีการละเล่นพื้นบ้าน หรือวันที่ 13 - 15 เมษายน วันที่ 13 ก่อเจดีย์ทราย ประกวดเจดีย์ทราย วันที่ 15 วันผู้สูงอายุ รดน้ำคำหัวผู้สูงอายุและพระสงฆ์ที่อยู่ในวัด จัดทุกปี เป็นวัฒนธรรม รำกลางยาว ซึ่งวันที่จัดทางด้านวัฒนธรรมดั่งนักท่องเที่ยวได้เยอะมาก มีออกบูธวัฒนธรรม จัดย้อนยุค เหมือนไปเผยแพร่อาหารพื้นถิ่นของอำเภอแกลง ผักกระชับเป็นของอำเภอแกลง คุณไปซื้อที่อื่นไม่ได้ เวลาไปออกบูธได้ไปนำเสนอว่าอาหารพื้นถิ่นของหมู่บ้านนี้ วิสาหกิจชุมชนนี้ อำเภอแกลง คือ อาหารแบบนี้ทำจากผักกระชับ”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านความสะอาดและความปลอดภัย

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “จริงๆ แล้ว เรื่องความปลอดภัย ให้ใส่เรื่องความปลอดภัยด้วย ส่วนใหญ่อยังขาดอยู่นะ ส่วนใหญ่จะไม่ได้คะแนนข้อนี้ แต่อยากให้พัฒนา ควรให้ใส่เป็นมาตรฐานไว้” ... “จะมีทั้งหมด 5 ด้าน ไม่ต้องเอาไปใช้ทั้งหมด ผมยกตัวอย่างเฉยๆ ได้แก่ 1. ความปลอดภัยเรื่องของอาหาร เช่น ความสะอาดแบบปกติของชาวบ้าน 2. ที่พัก 3. กิจกรรม 4. เส้นทาง 5. ยานพาหนะ เช่น แคร่ไปเรือ เรือต้องปลอดภัยมีชูชีพ กิจกรรม เส้นทาง ไม่ใช่พาไปเดินมีเหวแล้วไม่มีอะไรจับเลย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ประเมินความสะอาด ความเป็นครัว ครัวที่สมบูรณ์ คือ เครื่องปรุงเครื่อง ไม่เครื่องมือ เมื่อทำอาหารเสร็จแล้ว มีการจัดจานอาหารให้สวยงาม เป็นองค์ประกอบ” ... “ในกลุ่มมีการสร้างกฎ ระเบียบเพื่อนักท่องเที่ยว มีการประชุมถามกัน ต้องมีกฎระเบียบ เราสร้างกฎร่วมกัน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “ด้านสถานที่ประกอบอาหาร มีครัวกลาง มีมาตรฐานตามที่ อย. เขามาดู มีชั้นวาง มีที่เก็บไม่ให้ฝุ่นเข้า ฝุ่นกระเบื้อง สถานที่ที่ใช้สอนใช้ตั้งโต๊ะด้านนอก เป็นต้น” ... “สถานที่ต้องสะอาดอยู่เสมอ” ... “มีบ่อพักน้ำเสีย มีการกำจัดขยะ ขยะที่ย่อยสลายเศษอาหาร ได้นำมาทำปุ๋ย ปลูกพลาติกนำมาล้าง ตาก ม้วน เก็บไปขาย ไปรีไซเคิล ไม่นำมาทิ้งถึงขยะ น้ำที่ล้างมี 2 ถัง ที่บ้านมีถังทั้งหมด 6 จุด น้ำที่ขึ้นมาจะสะอาด ดัชนีชีวิตที่ดี คือ ปลาตีน ตอนน้ำแห้งจะเห็นปลาตีนเต็มคลอง”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “ห้องครัวยุคนี้เค้าก็รวมถึงการบำบัดน้ำเสียด้วยซ้ำไป แต่ก็คงเป็นไปได้ ในลักษณะของชุมชน แต่ก็ควรมีไว้ในเกณฑ์มาตรฐานนะ ว่ามีการบริหารจัดการการบำบัดน้ำเสียหรือ ปาว หรือมีกระบวนการคัดแยกเศษอาหารมัย แล้วเศษอาหารมีกระบวนการจัดการอย่างไร” ... “ในมุมมองของความสะอาดปลอดภัยมีความสำคัญ ถ้าเป็นไปได้ เช่น ควรจะมีโลโก้อะไรสักอย่างนะ โดย อบต. มาตรวจ ถ้ามีโลโก้ทุกอย่างก็ช่วยได้อย่างหนึ่งแล้ว เป็นการรับรองจากหน่วยงานบางสิ่งบางแห่ง”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “มีการอบรมกักกันฉุกเฉินทางน้ำและทางบก คณะกรรมการที่เป็น อสม. กิ่งหนึ่ง มีเคสกรณีฉุกเฉินเราพลิกสถานการณ์ตรงนั้นให้ดีขึ้น” ... “ที่นี่มีการตั้งกฎระเบียบหรือไม่ว่า เวลาที่แขกจะไปนอนในบ้าน homestay มีกฎระเบียบหรือไม่ เราบอกว่ามีเบอร์ฉุกเฉิน เราเป็นคนทำให้ ถ้าใครเจ็บไข้ได้ป่วยติดต่อใครได้ในชุมชน เราทำเป็นกระดาน A4 และเคลือบให้” ... “ด้าน คุณภาพการบริการควรมีการรักษาความปลอดภัย ตรวจวัดอุณหภูมิ ล้างมือแอลกอฮอล์ มี อสม. ดูแล ห้องน้ำมีบริการเพียงพอ ที่จอดรถเพียงพอ โดยคำว่า เพียงพอ เช่น เวลาไปเที่ยวห้องน้ำมีอยู่ห้องเดียว บางที่ 2 ห้อง ผู้หญิงผู้ชายไม่เพียงพอ เราแบ่งชาย 1 ห้อง หญิง 1 ห้อง และห้องน้ำผู้พิการ หรือ แม้กระทั่งที่วัดมีเพียงพอ ลานจอดรถมีเพียงพอ จึงไม่มีปัญหา การดูงานเข้าพื้นที่แต่ก่อนไม่มีตารางจะเป็นรบบัสเข้าไปไม่ได้ ตอนหลังเป็นรถโดยสารสาธารณะ ธ.ก.ส. สนับสนุนให้ดอกเบี๋ยศูนย์เปอร์เซ็นต์ เสีย ปีก 50 บาท 5 แสนบาท เราจึงซื้อรถมาเพื่อนำนักท่องเที่ยวไปจุดต่างๆ ของเราได้ครบพื้นที่ การ บริการเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว แบ่งกรรมการ อย่างวิทยากรที่วัดมีผู้ช่วยไป 1 – 2 คน ต้องมี แนะนำ และมีคนพูดประวัติความเป็นมา”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “มีการจัดสถานที่ทำกิจกรรมอาหารให้มีคุณภาพ ถูกสุขลักษณะ ถูกหลัก สุขาภิบาล โดยเราทำบนโต๊ะ โต๊ะต้องสูงเมตร 20 ตามหลักสุขาภิบาล ผู้ทำอาหารต้องใส่ผ้ากันเปื้อน ต้องคุมหมวก สัมผัสอาหารต้องใส่ถุงมือ ถุงมือต้องเป็นถุงมือยางไนโตร สำหรับสัมผัสอาหารเป็น Food Grade เราจะควบคุมหมด เพราะเป็นภาพลักษณ์เป็นเครื่องมือ ทำมาหากินของเรา ถ้าเราทำไม่ดีจะเกิดข้อตำหนิ เหมือนเราเสียลูกค้าไปในตัว ถ้าเราทำดีทำสะอาด จะเหมือนเป็นกระบอกเสียง

เป็นตัวการันตีคุณภาพให้เราไปในตัว สอนน้องๆ ในทีมว่าให้ใส่ใจทำ ไม่ใช่ทำให้มันจบ ๆ ไป คิดว่างานคือ สิ่งที่เรารัก แล้วเราจะทำงานอย่างมีความสุข ไม่เครียดไม่หวังว่า จะได้รายได้เท่าไร จะคุ้มค่าเหนื่อยหรือไม่ เราสอนน้องว่ารายได้มีถัวเฉลี่ยกันไป บางวันเยอะบางวันน้อย แต่ถ้าเราทำด้วยใจ ทำด้วยความสนุก เหมือนเรามาเจอกันมานั่งคุยกันแลกเปลี่ยนกันก็สนุก อยู่ในระดับหนึ่งแล้ว” ... “ส่วนใหญ่วัตถุดิบ ได้มาจากครัวเรือนที่เขาปลูกกินเอง เขาไม่ใส่สารเคมีใดๆ เขาเหลือกินก็นำมาขายให้ มีแปลงใหญ่ๆ ที่เป็นกลุ่มเห็ด สวนผักกอกงาม ไร่ตามรอยพ่อ พอดีฟาร์ม เขามีการรับรองจากมหาวิทยาลัยจุฬารักษ์ ดินเขาเป็นอินทรีย์เป็น Organic”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7 “การทำท่องเที่ยวสิ่งที่สำคัญที่สุดเน้นความปลอดภัย ถ้าเป็นกลุ่มที่ปลูกอินทรีย์ กลุ่มที่ปลูกอาหารปลอดภัย ซึ่งเขามีมาตรฐานรองรับอยู่แล้ว อย่างเก็บที่เค้าได้และก็มีมาตรฐานอินทรีย์เค้าก็จะมีมาตรฐานของเค้า ซึ่งกลุ่มที่เราเข้าไปดูก็มีมาตรฐานของเค้าอยู่แล้ว เพราะเราก็ก็นับมาตรฐานด้วย อย่างชมรมของเราก็มีมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว อย่างพอเกิดสถานการณ์โควิดแล้วก็มีมาตรฐานSHA อันนี้จะเป็มาตรฐานด้านสุขอนามัย ที่ทุกชุมชน นับเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะว่าบางทีเค้าจะมารัศมาเลยว่าการณับริษัททัวร์ที่จะนำนักท่องเที่ยวมาถ้ารวมโครงการของรัฐจะต้องไปเ็นชุมชนที่ได้มาตรฐาน SHA พอมาทำอาหารเราก็จะมองถึงมาตรฐานเพราะว่าเราไม่รู้ว่าจะวัดยังงัว่าปลอดภัยยังงัเราเลยต้องใช้ตัวมาตรฐานมาจับ” ... “ความปลอดภัยของสถานที่ถ้าเป็นชมรมจะมีกล้อง มีหลายตัว และก็มีคนจะมี อปพร. คอยดูแล และในโซนนี้ก็จะดูแลมาถึงโซนนี้ด้วย อันนี้ก็ความร่วมมือจากท้องถิ่น อบต.” ... “กล้องนี้จะอยู่ที่ชมรม ทั้งลานจอดรถ ดูแลเรื่องรถของนักท่องเที่ยวด้วย” ... “มีจุดปฐมพยาบาล เพราะว่าของ อบต. จะมีหน่วยกู้ชีพ และเวลาอบรมซ้อมแผนจะร่วมกันและก็จะม็โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลอยู่ตรงนี้ และก็โรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชด่านซ้าย และก็จะม็มูลนิธิที่มาร่วมซ้อมแผน เค้าจะมีเบอร์ติดต่อกันถ้าเกิดเหตุ รถของมูลนิธิจะเข้าถึงจุดเกิดเหตุภายในกี่นาที่ จะมีการเชื่อมกันทั้งหมด”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 8 “วัตถุดิบที่หามาเครื่องใช้ ภาชนะ เช่น กะละมัง ถ้วย จานเครื่องปรุงต่างๆ เราต้องพร้อม ผ้าเช็ดมือ โต๊ะสูงประมาณเท่าไหน เราก็ต้องมาตามฐาน ความสะอาดผ้ากันเปื้อนใช้หมวก ก็ต้องเตรียมให้ครบต้องสำรวจก่อนว่าเป็นของชอยผัก ชอยเนื้อ เชียงชอยเนื้อ มีดชอยเนื้อ มีดชอยผัก ต้องมีสัญลักษณ์ต้องเตรียมพร้อม เราต้องมีพร้อมเรียบร้อย นี่คืมาตรฐานของการปรุงอาหาร โต๊ะพอดี มีถังขยะไว้ อย่างถุกก็วางเอาไว้ถังแห่งสักอันนึ่ง ของเปียกอันนี้เราจะแยกให้สำหรับแบบนี้ แล้วก็ช้อนชิม ถ้วย ก็เตรียมให้พร้อมเลยนะ...ผักมาไว้มันก็สดใหม่ เราจะใช้ผ้าขาวบางคลุมผักไว้ไม่ให้บูบให้สุกอยู่ตลอด เราก็จะมีเป็นคลังอาหาร เช่น น้ำตาลเป็นกระปุก พริกป่นเป็นกระปุก แล้วก็จะมีถ้วยจานไปแบ่งออกมาเป็นสัดเป็นส่วนความพึงพอใจของลูกค้าที่นี้เราไม่ต้องประเมินจากไหน คื ลูกค้าจะพิมพ์เลย พิมพ์ให้เรว่าอันนี้ 5 ดาวนะ เอาเปรียบเทียบให้เราและเขา

จะเขียนให้แล้วก็เขียนจากที่สมุดเยี่ยมรณะ เยาวชนจะออกความคิดเห็นนั่นแหละคือมาตรฐาน เราจะได้รู้ว่าทำได้เกณฑ์ไหน เขาชื่นชมเขียนแล้วก็บอกว่าจะกลับมาอีกแล้วก็บอกเป็นตามหมู่คณะก็พาต่อกันมาเรื่อยไปก็แสดงว่ากลับมาเหมือนเดิมลูกค้าเพิ่มขึ้นมากกว่าเก่า”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านการส่งเสริมการตลาดและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “หากนักท่องเที่ยวต้องการเข้ามาเที่ยวในชุมชน ตอนนี้เราใช้ระบบจองผ่านช่องทางไลน์อย่างเดียวเท่านั้น ไม่ว่าจะมาจากช่องทางไหน จากเฟซบุ๊ก จากอื่นก็แล้วแต่ หรือโทรมา หรือเห็นสื่อ หรือเพื่อนบอกต่อ แต่สุดท้ายบันทึกการจองผ่านทางไลน์เท่านั้น เพราะว่าเราต้องการหลักฐานในการที่จะบันทึกการสนทนาก็เลยใช้ไลน์เป็นเครื่องมือ” ... “การส่งเสริมการตลาดและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี” ... “ถ้าเราทำเป็นตรงนี้ได้ ก็จะสร้างจุดขายให้เค้าไปต่อยอดในการที่จะให้เค้าไปโปรโมทประชาสัมพันธ์หรือการสื่อสารได้” ... “ทำไมลูกค้าผมถึงมา 10 คนขึ้นไป เพราะผมมีสิ่งล่อ คือว่า ถ้ามา 10 คนผมแถมเรือให้ 1 รายการ เลือกไปตกหมึกหรือดำน้ำก็ได้ฟรี 1 อย่าง เป็นต้น” ... “ประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่ได้ผลมากที่สุดคือปากต่อปาก”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ถ้าต้องการจองห้องพัก จะตกลงกัน ใน Facebook เราแจ้งบัญชีให้เขาโอนมา โดยมีมัดจำก่อนครึ่งราคาเพื่อจองบ้านหลังนั้นๆ ไว้ให้” ... “เรารู้ว่าคนรุ่นใหม่ เขาทำอะไร เราขายใครเราก็มุ่งไปตรงนั้น มี Facebook มีอะไรก็ทำ ก็คือการส่งเสริมด้านการตลาด ... ช่องทางการจัดจำหน่ายนอกจากการบอกต่อ Facebook LINE แล้ว มีเว็บไซต์ หน่วยงานต่างๆ ช่วยประชาสัมพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะโทรถาม” ... “แต่ที่สำคัญ คือ รางวัลต่างๆ ที่จะมีการประชาสัมพันธ์ต่อยอดให้เรา”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “มีการเผยแพร่ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ มีผ่านสื่อโทรทัศน์” ... “สื่อออนไลน์นี้สำคัญ เราเกิดจากรายการครอบครัววาลของหม่อมถนัดศรี มีโอกาสไปออกถึง 2 ครั้ง และได้ไปออกรายการ SEM ตีแตกของเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ รายการตุ๊กกี้โชว์ และรายการคุณพระช่วย มีคนตามมาจากรายการต่างๆ คนก็เริ่มติดแล้ว เราก็ต้อง รักษาคุณภาพถึงจะอยู่ได้”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “ยุคนี้เค้าเน้นวิดีโอเนอะ โฟโต้แบบนี้อาจจะดึงดูดความสนใจได้แต่ไม่เท่าแล้ว หลังๆ สังเกตช่วงโควิด สิ่งที่มีนัยก็คือทุกคนอยู่บ้านต้องทำอาหาร กลายเป็นยูทูบเบอร์เกิดขึ้นมาเต็มไปหมดเลย สอนทำอาหารมาปรุงอาหารต่างๆ อย่างนึงเลยคือช่องอันนิ่งก็อยู่ยูทูบเนอะ ช่องทางออนไลน์ การนำเสนอ ที่ในแต่ละเซพมีการนำเสนอที่แตกต่างกันไป ก็จะบอกว่าถ้าเป็นส่วนใหญ่จะนำเสนอวัตถุดิบที่วันนี้เราจะมากินแกงส้ม ก็จะมียอดอะไรบางอย่างของชุมชนนี้ที่มันเปรี้ยว ๆ หรือส้มแขก แกงส้มส้มแขกที่มาจากชุมชนนี้ก็คือการนำเสนอวัตถุดิบที่มาจากวัตถุดิบเพื่อดึงดูด

ความสนใจของคนที่ชม ของลูกค้า ถ้าเป็นลักษณะของวิดีโอมันจะสื่อสารได้ แต่ถ้าจากโฟโต้จากรูปถ่าย ก็คือสวยเป็นหลัก มันจะได้แค่มิติเดียวเท่านั้น” ... “มีการนำเสนอแบบเชิงรุกก็คือนำเสนอโปรแกรมให้เค้าไปเลย บอกว่าเรามีกิจกรรมที่เป็นลักษณะแบบอาหารนะ ก็คือไปเชื่อมพาร์ทเนอร์ที่เป็นเครือข่ายตามบริษัทต่างๆ ตาม ททท. เค้าก็จะถามว่ามีกิจกรรมอะไร เราก็บอกมีด้านการทำอาหารก็เป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายก็จะเป็นการสร้างความรู้ทั้งสองฝั่งว่าเรามีกิจกรรมที่เป็นลักษณะอาหารด้วยให้นักท่องเที่ยวได้มีการทดลองกิจกรรมมองอาหารได้ก็มาแชร์ พวกนักท่องเที่ยวมา”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “การสื่อสารผ่านสื่อและเทคโนโลยี เป็นหัวใจสำคัญ อย่างหนึ่ง จากสถานการณ์โควิด นักท่องเที่ยวลดลงรายได้น้อยลง หลายกลุ่มไลฟ์สไตล์ขายผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า จากที่เคยขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ปัจจุบันไลฟ์สไตล์ขายเองได้เยอะกว่า มีนักท่องเที่ยวชนเขาเข้ามาตั้งแต่ 6 ขวบ ท่อเสร็จ เขาโพสต์ถ่ายลงมีคนจองเลย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “ช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น เวลาออกบูธลูกค้าก็มีการสั่งจองไปสามารถสั่งจองไปขายได้ปลีกและส่งได้ ปลีกเท่าไร ส่งเท่าไร เช่น การค้าเนอะได้ออเดอร์ก็มา ส่วนการส่งเสริมการตลาดและการขาย เช่น จะมีการขายหน้าร้าน ร้านขายของฝากในอำเภอ จังหวัด แล้วก็ออนไลน์ มีการไปออกบูธกรุงเทพ ห้างไอคอนสยาม เจเจมอลล์ สวนลม พระราม 3 เมืองทอง เป็นต้น ก็ไปเรื่อยๆ ทุกปี ... โปรโมชั่นพิเศษ เช่น ถ้าเขาซื้อ เราก็จะแถมอะไรให้ สมมติหนูเอากะปุกขายส่ง 60 บาท แต่เราขายปลีกหน้าร้าน 70 หรือ 3 กระปุก 200 บาท จะนำเสนอว่าอันนี้ กระปุกละ 70 นะคะ ถ้า 3 กระปุก ก็จะได้ 10 บาท 3 กระปุกก็ 200 หรือถ้าเอา 6 กระปุกขึ้นไป หรือ 5 กระปุกขึ้นไป ก็ลดให้ราคาส่งเลยละ สมมติว่าวันนี้เนี่ยหนูจะไปขายเราก็ให้พิเศษอีกอันนึง หมายความว่าอันนี้เวลาไปเปิดให้เขาชม เราก็จะมีเผื่อไปก็อันนี้เป็นของฝากนะเราก็จะให้ไป อันนี้เป็นของที่ให้ลูกค้าชิมเราบอกแบบนี้เขาก็จะประทับใจมันจะดีว่ามาลดแลก แจก แถมเหมือนของเราไม่มีค่า”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านการตระหนัก รักษา รับผิดชอบ ต่อสิ่งแวดล้อม

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “เนื่องจากว่ากิจกรรมเดิมที่เป็นจุดเด่นของชุมชนก็คือเรื่องของการจัดกิจกรรมอนุรักษ์ เพราะฉะนั้น การท่องเที่ยวของชุมชนและอีกหลายๆ ที่ในจังหวัดชุมพร ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการท่องเที่ยวทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ทำบ้านปลา บ้านลูกปู บ้านหมึก บ้านม้าน้ำ และเราก็ทำกิจกรรมพวกนี้โดยใช้การท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการจัดกิจกรรมอนุรักษ์” ... “การที่จะรักษาคุณค่าของมันให้มันมาได้ก็คือเริ่มการอนุรักษ์ตรงนี้สิ่งแวดล้อม ก็คือเราต้องใส่ในเรื่องของการรักษาทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งมันคนละ

เรื่องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม” ... “การรักษาทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ก็คือการรักษาหม้อข้าวที่เราเอามาทำเป็นเมนู เช่น ถ้าไม่รักษาไม่ทำบ้านหมึก หมึกชุมชนอาจจะหมดไป ถ้าบ้านผมมีเมนูแบบผัดเผ็ดกะปอม และผมก็ไม่ทำให้กะปอมมันเหลืออยู่ก็จะขายได้ไม่กี่ครั้ง” ... “ที่ชุมชนทำก็คือเรามีนโยบายในเรื่องของการลดขยะที่ต้องกำจัด อย่างของที่นี่ เราไม่ใช่โฟมมาแล้วเป็นสิบปี เราไม่อนุญาตให้เขานำขวดน้ำที่ใช้ครั้งเดียวทิ้งมาใช้หรือมาลงเรือ เราก็จะบอกให้เค้าเตรียมกระบอกน้ำที่เติมได้มาเอง เวลาลงเรือเรามีกอน้ำ มีकुलเลอร์ มีน้ำเย็น มีน้ำแข็งให้เค้าเติมเต็มที่ได้เลยแล้วลงเรือไป ไม่มีขวดน้ำสิงห์ ไม่มีขวดน้ำเนปจูนพวกนี้ไม่มี” ... “ลดการใช้ขยะ ลดการเกิดการสร้างขยะจากการท่องเที่ยว”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ทางอำเภอแกลง มีชุมชนตัวอย่างที่ได้ระดับประเทศมาสอนให้ความรู้ว่าต้องทำอะไร ขยะมูลฝอยขยะเปียกต้องทำอะไร สร้างมูลค่าอย่างไร แต่ขวดน้ำรู้มานานแล้ว บางทีนักท่องเที่ยวทิ้งสร้างอะไรก็ได้ที่เป็นสตางค์ ทำให้เป็นมูลค่าได้” ... “บางพื้นที่ของสมัยก่อน เป็นพื้นที่ของบริษัทเอกชน แต่ไม่มีหลักฐานเอกชนมายึด ตอนหลังรัฐยึดที่ดินไม่มีชื่อกรรมสิทธิ์ ทกจ. อบต. อำเภอจึงมาปลูกป่าชายเลน บ่อที่ยึดมาได้ให้เป็นป่าคินธรรมาชาติ มี 3 เดือน 6 เดือนจะมาปลูกกัน อำเภอนำรถรางแต่ละพื้นที่พามา และเราไปช่วยเขาปลูกป่า ทำกิจกรรม เป็นเด็กในชุมชน คนในชุมชนข้างๆ คินธรรมาชาติที่เขายึดคืนมาได้ให้เป็นป่าชายเลน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “ที่นี่มีวิธีรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ผักกระชับห่อใบตอง ขยะเศษอาหารสมัยก่อนไม่ได้ส่งเสริมเกี่ยวกับอาชีพให้กับเด็กที่อยู่ในชุมชน จึงนำขยะเหล่านั้นไปทำปุ๋ยหมักรดน้ำต้นไม้ เช่น เปลือกแตงโม ข้าวที่เหลือ กองทุนแม่สั่นสนับสนุนเด็กในชุมชนทำอาชีพ เด็กแต่ละกลุ่มเลือกอาชีพของเขา บางคนเลี้ยงไก่ ปลากระพง ปลาดุก ปู บ้านที่เลี้ยงไก่เขานำเปลือกแตงโมไปให้ไก่ใช้เล่นเศษข้าวเหลือไม่ทิ้ง ถ้าไม่ก็เอาเศษอาหารไปขายข้าวที่วัดมีสุนัขจรจัดมาก นำเศษอาหารที่เหลือไปให้พวกเขากิน ที่เหลือนำไปให้ไก่ เป็ด ปลา ไม่ได้ทำอะไรที่สูญเสีย ตอนทำการท่องเที่ยวใหม่ๆ เราใช้แก้วพลาสติก ตอนหลังไปอบรมที่อื่นบอยเขาถามว่า ชุมชนของคุณรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างไร เริ่มแรกนำจานมาจากวัด ไม่มีทุน นำแก้วนํ้าที่กินอยู่ทุกวันใช้แล้วนำกลับมาล้างใหม่ ขยะพลาสติกหมดไป ถูงด้าต้องนำกลับบ้านขวดพลาสติกขายได้กิโลกรัมละ 10 บาท ขวดเปียร์ เวลาไปซังกิโลขายขวดละ 50 สตางค์ ตอนหลังถ้าใส่ลัง 10 – 12 บาท ขวดเหล้าแม่โขง 12 บาท นักท่องเที่ยวมาให้เขาขยะ เศษอาหารทิ้งในถูด้าได้ ขวดเก็บเอง โดยที่ไม่ต้องเสียสตางค์ ซื้อมาแล้วทิ้งให้เราเราสร้างมูลค่าในตัวเองเป็นค่าขนมให้ลูกได้ เคยขายได้ครั้งหนึ่ง 1,400 – 1,500 บาท”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “หลังจากกรณีรณรงค์ว่า ชุมชนของเราขอให้ลดการใช้สารเคมี ปูนที่เคยหายไปก็เริ่มฟื้นคืนมาถึงฤดูกาลหนึ่งเขาจะมา ปูนก็เป็นแหล่งอาหารที่สำคัญ” ... “เดิมที่เราจัดเบรคแบบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอยู่แล้ว จะไม่เห็นไส้แม็กในงานที่ทำ กระทง ใบตองเราใช้ไม่กัลด แก้วห่อ

ด้วยใบตองมัดด้วยดอก ทุกอย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ใช่พลาสติก ถ้าใช้จะเลือกใช้พลาสติกที่ย่อยสลายได้ เมื่อ LOCAL ALIKE TEATA (สมาคมท่องเที่ยวไทยเชิงอนุรักษ์ และผจญภัย) เห็นเรา จึงให้เราเข้ามาเป็นหนึ่งในเส้นทางของเขาให้เราเข้าไปขายกลุ่มท่องเที่ยว ของเขาเป็นกลุ่มคนที่กำลังซื้อ”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “มีค่าใช้จ่าย คือ ในการกางเต็นจะมีค่าใช้จ่าย เราจะจัดโซนสำหรับให้กางเต็นนอน มันไม่ได้ปิดใครก็สามารถขึ้นได้ แต่มันมีปัญหาที่นักท่องเที่ยวที่ขึ้นมาเอง แคะขึ้นมาแล้วนำขยะมาแล้วไม่ได้เอากลับไปด้วย แล้วแคะไปนอนนอกตรงจุดที่จัดไว้ ไปนอนใต้ต้นไม้แล้วก่อกองไฟ เรามองแล้วว่ามันน่าจะสร้างความเสียหาย ก็เลยคุยกับทางอุทยานว่าเราจะไม่มีการนอนบนภูมโลอีก ถ้าเป็นช่วงเสาร์ อาทิตย์ เราต้องใช้รถขึ้นไปขนขยะลงมา พอปีที่ 4 ที่ 5 ทำท่องเที่ยวภูมโลเริ่มเป็นที่รู้จัก ต่างคนต่างขับขึ้น คนที่ไม่ขับขึ้นก็ใช้บริการของชมรม มีทั้งรถชมรมและรถนักท่องเที่ยว มันเกิดรถติดบนภูมโล 2 ชั่วโมง แต่ไม่ได้ชมเลยก็มี เราก็เลยมามองว่าจะทำอย่างไรที่จะให้เกิดการชมดอกนางพญาเสือโคร่งโดยไม่มีรถติด เพราะว่าบางที่มันจะเป็นเส้นทางขับที่ไม่ชิน แล้วคนที่ขับขึ้นไปเองจะติดอยู่บนนั้นก็พาเพื่อนติดไปหมด เราก็เลยมาคุยกันโดยใช้อุทยานเป็นตัวกลาง สุดท้ายไม่อนุญาตให้ขับรถขึ้นไปเอง ให้ใช้บริการรถชมรมเฉพาะ 2 ผัง และเมื่อก่อนที่นักท่องเที่ยวขึ้นไปเองได้มันไม่มีเจ้าหน้าที่ควบคุมเค้าก็จะสามารถนำอาหารขึ้นไปทานเองได้ ก็จะมีขวดน้ำกลองข้าวจะทิ้งอยู่ตามโคนต้นนางพญาเสือโคร่งก็มีให้เห็นเยอะ พอห้ามไม่ให้ขับรถขึ้นไปเอง เราก็มาตั้งกฎเพิ่มเติมด้วยว่า รถนำเที่ยวแต่ละคันต้องมีถุงดำขึ้นไปด้วยเพื่อเก็บขยะของคณะของคุณลงมา ซึ่งก็ไม่สามารถแก้ปัญหาเรื่องขยะได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ทำให้บนภูมโลไม่มีขยะ” ... “ในส่วนของารรับผิดชอบสิ่งแวดล้อม ก็เรื่องขยะ ทั้ง ผังกลม ก็มีทางคุณหมอมจากทางสาธารณสุขเลยมา ของเราจะมีการจัดการขยะก็อย่างไฟล์บังคับให้รถทุกคันต้องมีถุงดำประจำรถ เพื่อเก็บขยะของแต่ละคนกลับลงมา” ... “การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนี้ เราจะปลูกป่าเพิ่ม หรือสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนเราก็ใช้เงินรายได้จาก 10 % ของเราไปช่วยปลูก เช่น ต้นนางพญาเสือโคร่ง และหลังๆ มา พอเราทำวิถึภูมิปัญญาเรื่องน้ำผักสะทอน เราก็ปลูกต้นสะทอนเพิ่ม เรามองว่าถ้าจะใช้จากป่าที่มีอย่างเดียวก็น่าจะหมดไป จุดนี้ก็จะปลูกไปเรื่อยๆ ทั้งนักท่องเที่ยวที่มาช่วยปลูก เราก็ขยายพันธุ์ด้วย อยู่ในนี้ก็จะปลูกแซมอยู่ก็มีเกือบๆ ร้อยต้นแล้ว”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “เดี๋ยวนี้อำเภอด่านซ้ายก็จะมีขยะ มันมีช่วงนึงแต่ว่าไม่มีงบประมาณ เขาเลยไม่ทำ ทีนี้เราก็ต้องพวกถุงพลาสติกต่างๆ รวบรวมเราก็จะเผา 2-3 วัน เผาที่นี้เอง เปลือกต่างๆ ที่เราไม่เอาก็ก็นำน้ำหมัก เป็นปุ๋ยหมักใส่ในน้ำตาลมีเกษตรกรเข้ามาหมักก็จะหมักใส่ถังไว้ในร้านอาหารต้องมีการคัดแยก เช่น พวกก้างปลาเราก็จะไปเผากับขยะ มันก็จะไหม้ คือ ไม่เป็นพิษเป็นภัยกับเรา ส่วนพวกเปลือกเราก็เอาไปใส่โคนต้นไม้หรือเป็นกากข้าวโพดหรือกากอะไร ก็จะไปลดที่ต้นไม้ที่ว่ามันแห้ง มันก็คลุมไม่ให้หญ้าขึ้น”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านการพัฒนาบุคลากร

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “การพัฒนาบุคลากร อย่างแม่ครัว พ่อครัว ควรจะมีการอบรมให้ความรู้เค้า แต่ลักษณะการอบรมที่เป็นการส่งเสริมสิ่งที่เค้ามี ไม่ใช่ไปแนะในสิ่งที่เราอยากให้เค้าทำ เช่น เป็นการที่พัฒนาเมนูที่เป็นจุดเด่นของชุมชน” ... “ชุมชนควรได้รับการอบรมเรื่องสุขภาพ โดยควรจะมีการจัดอบรมให้หน่วยงานรัฐด้วยเช่น อบต. เทศบาลด้วย ให้มาอบรมด้วยกันหรือว่าแยกก็ได้” ...

“สรุปแล้วควรที่จะพัฒนาบุคลากร หรือคนในชุมชน คือ อบรมให้พัฒนาเมนูอาหารที่เป็นจุดเด่นของชุมชน” ... “ก็คือมีอยู่แล้ว มาช่วยให้มันเด่นขึ้นมา” ... “อบรมภาษาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ได้”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์มีใจเปิดกว้างให้กับสมาชิก มีวิสัยทัศน์ว่า งานนี้จะไปอย่างไร งานต้องก้าว มีความเป็นผู้นำ ไม่เอาเปรียบใคร มีความพร้อมที่จะให้ เช่น บ้านบางแม่หม้ายมาดูงาน เขาขาดผู้นำเพราะผู้นำไม่สบายไม่สามารถบริหารได้ ก็แจ้งว่า ให้เขาพักผ่อน แล้วมองหาผู้บริหารใหม่ ผู้นำสำคัญมาก ถ้าผู้นำไม่ทำอะไรก็อยู่เฉยๆ แต่ถ้าผู้นำทำแล้วคนที่อยู่ข้างๆ ก็จะทำด้วย” ... “ด้านการพัฒนาบุคลากรมีการจัดให้สมาชิก หมุนเวียนกันไปอบรม เช่น เรื่องของการผลิต การบริหารจัดการท่องเที่ยวชุมชน การทำผลิตภัณฑ์ และเดี๋ยวนี้มีช่องทาง ZOOM ด้วย”.

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “มีการอบรมบุคลากร โดยคนที่มาอยู่ที่นี่ ต้องผ่านการให้ความรู้ ซึ่งวิธีการสอนคนที่ดีที่สุด คือ สอนแบบไม่ให้เขารู้ตัวว่าถูกสอน คนที่มาทำงานเป็นผู้ใหญ่พอสมควร เราเพิ่มเติมความรู้เรื่องการให้บริการ อธิบาย การต้อนรับ คำพูดกับการต้อนรับนี้สำคัญ เราสอนแบบให้เขาได้แสดงออกมาว่าเหตุการณ์แบบนั้นแบบนี้ จะทำอย่างไร”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “ได้อบรมนักสื่อความหมายและปราชญ์ชาวบ้าน โดยถอดเอามาจากปราชญ์ชาวบ้าน เช่น บ้านนี้ทำปลาเค็มแดดเดียว บ้านนี้บ้านโมเดล คนนี้ทำกะปิ คนนี้ทำใบจาก นำปราชญ์เหล่านั้นมาจับคู่กับคนที่เขาไม่รู้เรื่อง พอจับคู่แล้วเวียนมาถอดบทเรียนให้รู้ไว้ว่าบ้านหลังนี้เป็นแบบนี้ เพื่อเวลาที่เรากอดบทเรียนของเขามาแล้วเวลานักท่องเที่ยวมาเราสามารถพูดเป็นเสียงเดียวกันได้ คือ ไม่แตกเสียง จะได้รู้ว่าบ้านปลาเค็มกว่าจะเป็นแบบนี้ทำอย่างไร บ้านโมเดลต้องรู้จักตัวตนของเขา วัดราชบัลลังก์เกิดจากอะไร ทำไมพระเจ้าตากมาประทับที่นี่ก่อนไปตีจันทบูร พระพุทธรูปโครงหวายมาอย่างไร มากับพระเจ้าตาก ต้องรู้ story ของเขาทุกอย่าง นำปราชญ์มาเล่าเรื่องให้เราฟัง และสื่อให้นักสื่อความหมาย ... มีการไปอบรมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น อบต. ทกจ. ททท. กรมการท่องเที่ยว homestay อบรมหลายอย่าง เป็นเจ้าบ้านที่ดี นักสื่อความหมาย มัคคุเทศก์ อบรมกู้ชีพทางน้ำ กู้ชีพบนบก เครื่อง AED ประเมินสถานการณ์นักท่องเที่ยวได้ กรรมการของเราทั้งหนึ่งเป็นอสม. ในทั้งหนึ่งมีคนที่เป็นแล้วคล่อง รู้และสามารถพลิกแพลงสถานการณ์ได้ เราสามารถประเมินได้ เพราะเราอบรมมาแล้วทุกอย่างสามารถดูได้ โดยได้รับการอบรมจากหลายแห่ง เช่น โรงพยาบาล หรือจัดอบรมสถานที่ตามโรงแรม แต่หน่วยงานเป็นคนจัดอบรม เจ้าหน้าที่กู้ชีพฉุกเฉินจริงๆ จะมาสอนให้

สามารถประเมินผู้ป่วยได้ว่าสถานการณ์แบบนี้จะต้องโทรศัพท์เรียกหน่วยกู้ภัย ต้องรู้เบอร์โทรศัพท์กู้ภัย 1669 ต้องแจ้งสถานที่ให้ได้” ... “มีเคส 300 คน ไปกินอาหารทะเลแถวระยอง เริ่มท้องเสีย ตั้งแต่เช้า ร้านอาหารนั้นเก็บขนน้ำ คนท้องเสียไปถ่ายท้องแล้วน่าจะมึนเชื่อกโรค เขากลัวว่านักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหารกลัวเชื่อกโรคติดไปแล้วจะมาเสียชื่อที่นี่ อีกส่วนหนึ่งส่งไปโรงพยาบาลแล้ว 1 คันรถบัส พอมาถึงบ้านทะเลน้อยผจญภัยทำห้องน้ำต่อนั้นเข้าได้แค่ 4 ห้อง สามล้อเกว๋ๆ วิ่งเที่ยวส่ง เริ่มมีนักท่องเที่ยวอาเจียน โทรศัพท์ติดต่อ 1669 มีรถ 12 คัน วิ่งเรียงมา 5 คันรถบัส ให้เตรียมตัวขึ้นรถบัสจะ standby แพทย์ดูแลให้ เกณฑ์ขึ้นรถและขับรถพาไป เราตามไปดูดูแลเขาต่อ สิ่งที่ได้รับมา คือขอบคุณ จากการอบรม และกรรมการของเราทั้งหนึ่งเป็น อสม. ทำให้เราดูแลได้ ประเมินได้ จุดนี้ทำให้นักท่องเที่ยวพอใจ”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “พื้นที่ชุมชนนี้ถูกพัฒนาแรกเริ่มมาโดย อบท. เราจัดทำการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เขาให้เราไปอบรมมีนำเข้มาถ่ายทอดความรู้พาไปอบรมกับสาธิตรสกับกระทรวงสิ่งแวดล้อม ให้ทราบเรื่องสุขอนามัย เรื่องเทคนิควิธีการกำจัดขยะที่เกิดจากการทำอาหาร ส่วนใหญ่น้องๆ ในทีมจะมีพื้นฐานในเรื่องนี้”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “การท่องเที่ยวเราเน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวด้วย เราจะทำ MOU กับโรงพยาบาลสมเด็จพระยุพราชด่านซ้าย ซึ่งก่อนเปิดฤดูกาลจะมีเจ้าหน้าที่มาซ่อมแผนเผชิญเหตุแผนรองรับอุบัติเหตุ ซึ่งจริงๆ แล้วมันใช้ได้จริงๆ คือ ปีที่ 2 ที่เราเริ่มซ่อมแผนรองรับอุบัติเหตุ ที่นี้เราพานักท่องเที่ยวไปบนภูมิล้อ แล้วมีนักท่องเที่ยวที่ขึ้นเองจากฝั่งล่องกล้า ค่าต้องการภาพแบบกระโดดขึ้นลอยๆ แล้วตรงที่เค้ากระโดดเป็นเทอเรส และเป็นพื้นแผ่นยิบซัมบอร์ด เค้ากระโดดลงมาแล้วมันทะลุ แล้วข้างล่างเป็นหินเค้าสลับเลย ซึ่งลูกสาวที่มาด้วยเป็นพยาบาล แต่มันประสบเหตุกับคนใกล้ชิดเค้าก็ทำอะไรไม่ถูกเหมือนกัน ของเรานี้ซ่อมแผนเผชิญเหตุพอดีคือ คนรถของเราวันนั้นเราไปหลายคันเพราะเราปรับคณะแบบทึบ แบบรถสี่ห้าคันตามกัน อันนี้ก็มองดูคนรถของเราเค้าช่วยเหลือแบบได้ทันทั่วที่และรวดเร็วมาก”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเกณฑ์ด้านความร่วมมือ เครือข่ายพันธมิตร และการบริหารจัดการ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “การมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น ชาวต๋อติบ ถ้าเราหาเองได้เราหาได้ ถ้าเราจำเป็นต้องซื้อเราก็ต้องซื้อเพื่อนบ้าน ซื้อชุมชนใกล้เคียง หรือซื้อคนในชุมชน ไม่ใช่ไปซื้อแมคโคร” ... “กลุ่มพันธมิตรหลักของเราคือกลุ่มทำกิจกรรมอาสา พวกนี้เค้าจะรวมกันมาโดยไม่หวังผลประโยชน์ไม่หวังผลตอบแทนพวกนี้จะมาเป็นกลุ่มลูกค้าประจำของเรา ... ความร่วมมือเครือข่ายพันธมิตรสำคัญมาก ก็คือ ที่ทำกันอยู่จะมี 3 ระดับคือ ระดับชุมชน อย่างที่บอกว่าต้องมีการใช้ทรัพยากรในชุมชน

แบบเป็นหลักก็คือถ้าเราหาได้เองก็หาได้เอง ถ้าหาไม่ได้ก็ซื้อจากบ้านข้างๆ ซื้อจากเพื่อนบ้าน ซื้อจากหมู่บ้านใกล้เคียง ก่อนที่จะไปตลาด ในระดับชุมชน และในระดับเครือข่าย อย่างเช่น บ้านผมอยู่ติดทะเล ผมไม่มีสวนส้ม ในการที่จะมาทำแกงส้ม ผมก็จะไปอีกหมู่บ้านหนึ่ง อีกอำเภอหนึ่ง เพื่อที่จะเอาส้มมาทำแกงส้ม เอาใบเหลียงมาทำผัดไข่ให้ลูกค้ากินก็คือเป็นเครือข่ายภายในจังหวัด และก็เครือข่ายระดับภาค ผมก็จะมีการเชื่อมโยงกันอยู่แบบนี้ในสมาคมการท่องเที่ยวชุมชนภาคใต้... ระดับชุมชน คือกลุ่มโฮมสเตย์ ถ้าเป็นระดับจังหวัดคือสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดชุมพร ถ้าระดับภาคได้คือ สมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคใต้ นี่คือน้องค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งเราจับมือกันอยู่แล้ว มันก็คือรูปแบบของเครือข่าย รูปแบบของพันธมิตร รูปแบบของผู้มีส่วนได้เสีย รูปแบบของการสนับสนุนอยู่แล้ว ... องค์กรสนับสนุนก็คือจริงๆ แล้วสำคัญเลย คือสถาบันการศึกษา และก็หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น รวมถึงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นด้วย 3 ส่วนนี้ 1. ก็คือสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ทั้งระดับวิทยาลัย มัธยม วิทยาลัย มหาลัย โดยควรมีส่วนร่วมในด้าน เช่น 1. ในเรื่ององค์ความรู้ ในการเก็บข้อมูล ในการทำเรื่องเล่า ทำคุณค่าทำอะไรแบบนี้ หน่วยงานศึกษาทำได้หมดเลย หรือแม้แต่ทำการตลาดทำเว็บไซต์หน่วยงานศึกษาทำให้ได้ มันมีวิชาเรียนของนักศึกษาอยู่แล้ว อย่างหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น ททท. ท่องเที่ยวก็หา หรือว่าหน่วยงานต่างๆ เค้าต้องเข้าถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อน เพราะบางทีเค้าแยกไม่ออกว่าท่องเที่ยวเพียงโดยชุมชนกับท่องเที่ยวกระแสหลักเป็นยังไง เวลาเค้าการสนับสนุนหรือเกณฑ์อะไรต่างๆ ก็เป็นเกณฑ์รวม ซึ่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเข้าไม่ถึง ไม่ว่าจะเป็นเกณฑ์สนับสนุนเรื่องของการเงินให้โอกาสให้อะไรต่างๆ ต้องมีจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวต้องมีโน้มนมี้ ซึ่งชุมชนก็จะติดเกณฑ์พวกนี้ก็จะไปไม่ถึง และในส่วนขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อบต. เทศบาล อบจ. เราต้องมีนโยบายและมีแผนที่สนับสนุน คือทั้งนโยบายและแผนที่สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหาร”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ที่สำคัญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องมีความสามัคคีกัน” ... “กลุ่มเราอยู่ในธรรม มีความเป็นมาอย่างไร เราทำเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพ มีอะไรบ้าง มีใครเป็นวิทยากรบ้าง” ... “มีการนำเสนออาหารอะไรบ้าง ความสำคัญของอาหาร มีที่มาที่ไปอย่างไร ความเป็นมา รับประทานกันในพื้นถิ่น หรือว่าเพิ่งมาประยุกต์ เป็นนวัตกรรม ทำเป็นอาหารชนิดใหม่ขึ้นมาอะไร และประกอบอาหารให้ดู จัดจานให้เรียบร้อย และองค์ประกอบอย่างอื่น เช่น สิ่งแวดล้อม การทำความสะอาด จาน น้ำ บ่อบำบัด เป็นต้น” ... “การเชื่อมร้อยเครือข่ายพันธมิตรสำคัญ เพราะเราอยู่คนเดียวเราอยู่ไม่ได้ จำเป็นต้องมีเครือข่าย ช่วยขาย ช่วยแนะนำ ช่วยตอบรับการต่อยอดซึ่งกันและกันได้” ... “มีบางบริษัททัวร์ที่ได้ติดต่อเข้ามา ตามที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้เข้าร่วมการสัมมนาของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “ในพื้นที่ในอำเภอ ก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่ทำเชื่อมโยงกันอยู่แล้วหลายที่ อย่างบริษัททัวร์ ก็จะมาบ้าน 10 ก็ไปเที่ยวที่อื่นต่อ มันก็มีการโคกันอยู่แล้ว อย่างเราก็มีการโคกับ บริษัทนาเที่ยวในพื้นที่ซึ่งเราเองก็มีบริษัทนาเที่ยวเองด้วยในลักษณะของชุมชนก็มีบริษัทนาเที่ยวด้วย ตัวเอง เราก็จะพาลูกค้าไปบ้านเรา 1 คืน แล้วก็ไปเที่ยวในเมือง 1 คืน และไปแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง ด้วย ก็เคยทำบ้าน 10 บ้าน 9 ก็เคยทำเหมือนกัน คือลูกค้ามาเที่ยวเสร็จมาเที่ยวบ้าน 10 และเราก็ไป ต่อทิปและก็เอารถของเราพาเค้าไปบ้าน 9 ต่อเลย เราเคยทำได้มันก็เป็น การแชร์กลุ่มนักท่องเที่ยวให้ กันและกัน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “จะมีการเชิญคนทุกกลุ่มที่ทำกิจกรรมมาคุยกันว่า เราจะนำเสนอของดี ของเด่นที่เป็นจุดเด่นของบ้านเรามาเป็นของขวัญของฝาก กลัวยน้ำว่าขึ้นชื่อ เลื่องลือผักกระชับ ถิ่น ประทับพระเจ้าตาก ของฝากกะปิ น้ำปลา ล่องธาราลำน้ำกระแสนี้คือคำขวัญเรา กลัวยเรา เป็นกลัวย สามน้ำ น้ำเค็ม น้ำจืด น้ำกร่อย ได้ธาตุแคลเซียม โพแทสเซียมเยอะ จึงอร่อยกว่าที่อื่น พอเราได้คำ ขวัญไปนำเสนอ ออกบูธต่างๆ นำเสนอบนเวทีขององค์การท่องเที่ยวได้”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “มีกลุ่มปลูกผัก Organic เขาทำ MOU กับ เลมอนฟาร์ม ล่าสุตร่วม โครงการกับ LOCAL ALIKE TEATA (สมาคมท่องเที่ยวไทยเชิงอนุรักษ์และผจญภัย) คือ สมาคม ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เขาใช้นานเป็นพื้นที่ทำโครงการคาร์บอนสุทธิเป็นศูนย์ สอนให้เราใช้วัตถุดิบหลัก ที่มีในชุมชน ไม่ซื้อพวกเนื้อสัตว์จากบริษัทยักษ์ใหญ่ ด้วยความที่เขา สร้างคาร์บอนเยอะ ใช้ภาชนะทุก อย่าง ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจริงๆ เราทำอยู่แล้ว เราเคยจัดเบรคให้ TEATA ที่ศูนย์ราชการฯ เขาเห็น เขาเลยมาติดต่อให้เราเป็นตัวนำร่องโครงการว่า เขาจะใช้น้ำเป็นพื้นที่นำร่องด้วย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป้าหมายมาชมนางพญาเสือโคร่งภูมโล แต่ อาหาร ก็เป็นส่วนหนึ่ง คือช่วงที่ไม่มีดอกไม้ แต่ถ้าช่วงมีดอกไม้ชุมชนของเราดิวกกับทางภูมโลคาร์สิร์ท ซึ่งภูมโลคาร์สิร์ทเค้าจะเป็นโรงแรมสีเขียว ลักษณะของเค้าจะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เค้าจะมีการส่งต่อบอกว่าถ้ามาเที่ยวชมนางพญาเสือโคร่งก็ให้แวะชิมอาหารพื้นถิ่น ซึ่งของเราจะได้ นักท่องเที่ยวจากภูมโลเค้าเยอะพอสมควรปีละหลายรอบ และช่วงที่ไม่มีดอกไม้ พอเค้าเคยมาพัก ภูมโลแล้วเคยมาชิมอาหารพื้นถิ่นซึ่งล่าสุดไม่มีดอกไม้แต่มีคณะเดินทางมาจากกรุงเทพก็พุ่งเป้ามาทำ กิจกรรมและมาทานอาหาร ประมาณนี้” ... “การทำอาหารสามารถเชื่อมโยงเครือข่าย อย่างเมนูจาก ภูมโลสุ่มหานที คือ ยำหัวปลีกล้วยฮอกของเราอยู่บนภูมโล ก็ไปเชื่อมกับท่าลี่ เชียงคาน ซึ่งเป็นแหล่ง ท่องเที่ยว ของเราจะมีเครือข่ายการท่องเที่ยว อย่างเชียงคานจะมีกลุ่มประมงพื้นบ้าน กลุ่มประมง พื้นบ้านเค้าจะมีต้มปลาแม่น้ำโขง อย่างชุมชนท่าลี่เค้าจะมีโคโคเล ซึ่งเป็นสาหร่ายน้ำจืด เค้าเอามา ตากแห้งทำเป็นผงสีเขียวๆ แล้วนำมาหุงข้าวเป็นข้าวโคโคเล แล้วก็จะมีชุมชนภูหลวง เค้าจะทำไก่อบ ขอสเสาวรส ซึ่งก็เป็นเสาวรสที่ปลูกในพื้นที่ ถ้าเชื่อมระดับจังหวัดเราจะมีเมนูที่ชื่อว่าจากภูมโลสุ่มหา

นที่อันนี้ก็สนับสนุนโดย อพร.5 ที่จะทำเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงเรื่องอาหาร ก็จะดึงนักท่องเที่ยวมาชุมชนนี้สามารถไปทานอาหารที่นี่ ตรงนี้ และก็เชื่อมโยงกันและก็มีคณะไหนที่ไปรวมตัวกันอยู่ที่จังหวัดก็จะให้แต่ละชุมชนนำเมนูของตัวเองไปทำสื่อ” ... “ในการทำท่องเที่ยว เรื่อง เครือข่ายสำคัญมาก เพราะว่าอย่างกรณีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชุมชน แล้วอยากไปที่ชุมชนนี้ เราก็สามารถบอกเส้นทางและส่งต่อนักท่องเที่ยวได้ อย่างนักท่องเที่ยวมาโซนนั้นบอกว่าต้องการไปภูมโลเคาก็สามารถบอกเส้นทางได้เพราะว่าเราจะพบปะกันตลอดและทุกคนจะรู้เส้นทางหมดเลย อย่างภูมโลเรา บางทีนักท่องเที่ยวโทรมาต้องการไปตรงนี้ ตรงนั้น เราก็สามารถบอกได้หมดเลย อย่างต้องการเข้าไปกลุ่มทอผ้า เราก็สามารถนัดให้ได้เลย บางทีนักท่องเที่ยวมาเคาก็ชอบบอกว่าโทรมาที่เดียวจบเลย แล้วก็นัดให้ค่าประมาณนี้” ... “ภาคชุมชนในท้องถิ่นที่มีส่วนร่วม โดยเริ่มจากคนในชุมชนก่อน แล้วก็มันจะมีเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างๆ ที่มีอยู่ อย่างของในชุมชนของเราเป็นชมรมท่องเที่ยวมีท่องเที่ยวภูพระ เราก็มีการรู้จักบริบทของกัน และถ้าเชื่อมโยงไปต่างอำเภอก็มีทำสี่ของแม่เสด็จ ภูหลวงก็บานาน่าแลนด์ อย่างไปเชียงคานก็ประมงพื้นบ้าน ซึ่งอันนี้เป็นชุมชนท่องเที่ยว บานาน่าแลนด์ จะเป็นของน้องที่ทำท่องเที่ยวและก็ทำเชิงธุรกิจ SE ของสังคมอะไรนั้นนะ แล้วก็ถ้าอย่างภูปากเหาะ เราก็รู้จักกัน เป็นเครือข่ายกัน ซึ่งแต่ละชุมชนที่ทำท่องเที่ยวลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างภูไธเลิศปากหมัน อันนี้ก็จะรู้จักกันสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยว อย่างนักท่องเที่ยวมาชุมชนของเราบางที่เค้าจะถามว่ามีที่เที่ยวนะแนะนำเพราะในจังหวัดเลยเรายังไม่ได้เที่ยวทั่ว เราก็สามารถแนะนำได้ว่าตรงนั้นตรงนี้มี โนน นี นันนะ” ... “จะมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำท่องเที่ยวว่าอันนี้มีปัญหาตรงนี้เราแก้ยังไง ก็จะมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวกัน หน่วยงานอื่นที่มีส่วนเข้ามาช่วยส่งเสริม เช่น การพบปะเครือข่ายที่ให้เราได้แลกเปลี่ยนกันจะมีทั้งงบประมาณทั้งของทาง อพท. เอง และก็ทาง ททท. ทกจ. อันนี้มีส่วนช่วยได้เยอะเลย เพราะว่าการที่จะไปรวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ และก็แลกเปลี่ยนเรียนรู้ก็จะมีด้านงบประมาณอยู่แล้ว อย่างสถานที่จัด โรงแรม ค่าที่พัก เดินทางอะไรเนี่ย ซึ่งจริงๆ แล้ว ชุมชนถ้าจะให้เค้าไปเองทุกอย่างมันก็จะเดือดร้อนในส่วนนั้น ก็จะมีค่าเดินทางค่าอะไรเนี่ย ก็จะมีงบประมาณของ ททท. ทกจ. อพท. และก็บางครั้งจะเป็นงบประมาณของจังหวัดก็มี”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7 “ความร่วมมือพันธมิตรเครือข่าย เช่น ร้านขายส่ง อบต. เทศบาลเราก็แจ้งไปว่ามาช่วยหน่อยค่ะ สมมุติว่าใครอยากได้พริกเผ็ดๆ ทำจากพริกหนุ่มจะพริกนี้ตำน้ำจิ้มพริกนี้เราก็พันธมิตรแจ้งไปเขาก็จัดมาให้หรือผักมากินกับส้มตำ เราก็ต้องมีเครือข่ายพันธมิตร”

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอาหาร

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “ตัวกิจกรรมขอเราเป็นกิจกรรมทำประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อมและชุมชน เพราะฉะนั้น กิจกรรมมีความหลากหลายค่อนข้างมาก เรามีกิจกรรมเป็นร้อยกิจกรรม แต่กิจกรรมหลักๆ ของเราในการทำประโยชน์ให้สิ่งแวดล้อมและชุมชนเป็นเรื่องของบ้านปลา คือ ปะการังเทียม แบบภูมิปัญญาชาวบ้าน เรื่องของบ้านลูกปู บ้านลูกปู คือ ธนาครบุมาแบบพอเพียง เรื่องของบ้านหมึก ก็จะเป็นแหล่งวางไข่ให้หมึกหอมในธรรมชาติที่เดียวในประเทศไทย และสุดท้าย คือ บ้านม้าน้ำ เราทำเป็นแหล่งอาหาร ทำเป็นที่อยู่อาศัยให้ม้าน้ำ สัตว์มหัศจรรย์ที่ใกล้จะสูญพันธุ์ของโลก นี่คือ กิจกรรมหลักๆ ของเรา ส่วนกิจกรรมอีกเป็นร้อยกิจกรรมของเรานั้นคือกิจกรรมวิถีชีวิต นักท่องเที่ยวที่มาจะมาช่วงที่เราทำวิถีชีวิตอะไรอยู่นักท่องเที่ยวก็จะได้เรียนรู้เรื่องนั้น อย่างเช่น ถ้ามาปลายหน้าหนาว ชุมชนทำเรื่องกะปิ ทำเรื่องเคย ก็จะได้เห็นวิธีการที่จะไปรูนกเคย หรือจับกุ้งเคยมา วิธีการเลือก วิธีการที่จะเอากุ้งเคยมาตำ มาทำเป็นกะปิ ทุกกระบวนการเค้าจะได้เห็น นี่คือการทำกะปิ มาช่วงฤดูกาลที่เราวางอวนปลา เราก็จะได้เห็นอวนปลามา ช่วงเวลาที่เราได้เห็นวิธีการจับกุ้ง จับปู จับหมึก อะไรต่างๆ ก็จะเป็นวิถีที่เราทำอยู่นักท่องเที่ยวจะสามารถที่จะมาเรียนรู้ มาเรียนรู้ มาร่วมลงมือทำกับเราด้วย นี่คือกิจกรรมที่เป็นวิถีชีวิต และอีกกิจกรรมหนึ่งคือการเรียนรู้ การเรียนรู้ของเราจะแตกต่างจากที่อื่นที่ไม่ใช่การเรียนรู้ดูงาน แต่จะเป็นการเรียนรู้เพื่อปฏิบัติลงมือทำเพื่อนำไปถ่ายทอดต่อได้ ก็คือเราจะมีหลักสูตรการสอน และก็ได้อะไรเลย ทั้งในระดับสากลใช้ได้ทั่วโลก หรือว่าใบเซอร์ที่ออกโดยสมาคมการท่องเที่ยวชุมชน ร่วมกับมหาลัยในท้องถิ่น ที่ทำหลักสูตรขึ้นมา อย่าง 11 สาขาวิชาที่ชุมชนหลายๆ ชุมชนในจังหวัดชุมพรเป็นครูภูมิปัญญาในการที่จะถ่ายทอดและก็ทางสมาคมทางมหาวิทยาลัยรับรองให้ รวมถึงหลักสูตรที่เป็นของชุมชนเองซึ่งชุมชนรับรองด้วยตัวเองก็จะมีหลายหลักสูตรในเรื่องกิจกรรมอนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลชายฝั่ง กิจกรรมของการที่จะดูแลสิ่งแวดล้อม ทั้งสำหรับเด็กตั้งแต่ประถม มัธยม มหาวิทยาลัย จนถึงในการที่จะนำไปใช้ต่อ นำไปถ่ายทอด หรือเป็นครูสามารถที่จะไปสร้างเครือข่าย สร้างอะไรต่างๆ ได้ นี่คือกิจกรรมที่เป็นตัวดึงดูดของเราเสริมจากเรื่องของอาหาร”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “ตอนนี้เรามองเห็นเส้นทางท่องเที่ยวหลายเส้นทาง เราเป็นตัวนำ เข้าไปเที่ยวคลองโคนก่อนคนอื่น ทำเส้นทางจากบ้านเราให้มานอนพัก กินที่นี่ ดูหิ่งห้อย เข้าใส่บาตร เสริ่งก็พาไปเที่ยวคลองโคน หัวละเท่าไรก็ขายเป็นแพคเกจ” ... “ถ้าต่างชาติ มาทำกิจกรรมกับเรา 2 คน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนตั้งแต่เสริฟมะพร้าว เดินตามหาน้ำหวาน ทำน้ำตาล ทำขนมไทย ทำจักรสาน ทำอาหารไทย รับประทานอาหารเที่ยง ตกคนละ 2,100 บาท ในระยะเวลา 4 ชั่วโมง เป็นต้น”



ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “กิจกรรมพาชมกลุ่มอาชีพในชุมชน เช่น การทำน้ำตาลมะพร้าว พายเรือ ชมหิ่งห้อย แต่ก่อนนี้ดังมาก เราใช้เรือพายตอนนี้เหลืออยู่ 2 ลำ เรียกว่า เทียวแบบ อนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “มีการเที่ยวชมฟาร์มเกษตรอยู่แล้ว ก็คือเก็บเอง ปลูกเอง เก็บเอง และก็ปรุงเอง ร่วมกันปรุง เหล่านี้ เครื่องปรุงบางสิ่งบางอย่างถ้ามันเป็นของที่มีพื้นที่มันมีเครื่องปรุงเฉพาะ เราก็ใช้เครื่องปรุงพื้นที่มีชี้อ้วที่หมักเอง หมายความว่าเรามองภาพใหญ่ที่เราไม่ได้มองหมู่บ้านเราทีเดียว เราก็ใช้ชี้อ้วนี้ ที่เป็นชี้อ้วที่เราทานตั้งแต่เด็กๆ เอามาใช้ในอาหารของเรา ก็คือเป็นการรำลึกถึงอาหารของแม่ ก็คือใช้วัตถุดิบรวมไปถึงเครื่องปรุงที่มีในพื้นที่มาผสมผสานในการปรุงอาหาร” ... “การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมันแน่นอนก็ต้องมาทำในชุมชน กินในชุมชน มันก็คือสิ่งที่ควรจะเป็นอยู่แล้ว เมื่อชุมชนมีเวลาเหลือจึงไปแปรรูปส่งออกผลิตภัณฑ์อย่างนั้น เป็นอาชีพเสริมมากกว่า” ... “กิจกรรมเรื่องของอาหารอย่างจะจัดกิจกรรมคึกคักคลาส เราจะเลือกเมนูที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของพื้นที่ ที่จะทำก็มีเช่น ผัดหมี่ ก็คล้ายๆ กับภูเก็ต ก็จะมีผัดหมี่ฮกเกี้ยน ก็คือหนึ่งเมนูที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวจะต้องไปฝึกทำ สองก็คือการทดลองการทำห่อหมกมัดไส้ คือที่อื่นไม่มี เราต้องนำเสนอว่าห่อหมกที่นี่จริงๆ คือห่อหมกที่ไม่เหมือนที่อื่นอีก มันเป็นอย่างที่เราเล่าได้ในระหว่างการทำ” ... “ถ้าฐานอื่น เป็นวิถีชีวิต การไปเก็บไข่อารมณ์ดี หรือการไปเก็บผักในสวนผัก หรือว่าการไปปลูกผักและก็เก็บผัก ตามสตอรี่ที่เราตั้งขึ้นมาจะตกที่ 600 บาท” ... “ความโดดเด่นของชุมชน คือ การเสิร์ฟอาหารที่กินอยู่บนแม่น้ำ ก็คือกินอยู่บนลำธารเล็กๆ ของชุมชน การเสิร์ฟอาหารกับแพไม้ไผ่เล็กๆ และก็นั่งกินอยู่บนอาหารแม่น้ำก็ต้องแชร์ตัวไปกินดื่มด่ำกับความชุ่มชื้น ความเย็น แต่ก็มีคนที่โอเค มันแล้วแต่ท่าทีที่ว่า ท่าทีกลุ่มเราจะเป็นกลุ่มสูงวัยหรือวัยรุ่น อีกชุมชนหนึ่ง จะเป็นกลุ่มที่วัย สามสิบ สี่สิบ ส่วนช่วงวัยรุ่นน้อย ก็จะเดินป่าเดินเขาได้”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “การทำธุรกิจท่องเที่ยวของเราแปลกกว่าที่อื่น เพราะเราขาย ความเป็นวิถีชีวิตชุมชน เราต้องกลับมาดูแลชุมชน ดูแลคุณภาพชีวิตชุมชน และดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย ภายใต้แนวคิดในการพัฒนาชุมชน คือ ถ้าเอาเงินหรือรายได้เป็นตัวตั้ง บางคนได้ บางคนไม่ได้ คนก็จะไม่มาร่วม แต่ถ้าเราทำแล้วได้ทุกคน กลุ่มผักกระชับได้ กลุ่มทำปลาเค็มได้ กลุ่มแม่ครัวได้ กลุ่มขายของได้ คนช่วยงานได้ เราเอาประโยชน์ของสาธารณะมาก่อน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “ตอนนี้การท่องเที่ยวของเรามีการล่องแพชมเหยี่ยวแดง รับประทานอาหารบนแพ ออกจากกรุงเทพมหานครมาถึงที่ ที่มีล่องแพดูเหยี่ยวแดง และชมธรรมชาติ มีคาราโอเกะ อาหาร น้าอยู่ในนั้นให้บริการนักท่องเที่ยว” ... “ที่นี่เป็นการท่องเที่ยวรวมทุกอย่าง อยู่ในที่เดียวกันทั้งหมดไม่ว่าวัฒนธรรม ป่าชายเลน ปล่อยูป ปล่อยปลา ปลูกป่าโกงกาง แม้กระทั่งเกษตรผสมผสานที่มีหมดทุกอย่าง เวล่านักท่องเที่ยวมาดูงานเขาสามารถเลือกได้ว่าจะมาดูงาน

แบบไหน ดูแบบวัฒนธรรมพาไปดูปลั๊กจาลอง พาไปดูพระพุทธรูปโครงหวาย คนสมัยก่อนตอนที่ สมเด็จพระเจ้าตากสินเข้ามาทำอะไร ระดมพลก่อนที่จะไปตีจันทบูรทำอะไร หรือคุณจะดู เกษตรผสมผสานที่นี่มีเลี้ยงไก่ ปลุกมะละกออย่างไรมะละกอเค็ม เพราะว่าขุดจากพื้นลงไปประมาณ 50 เซนติเมตร ดินเป็นเปลือกหอย ที่นี่เป็นทะเล ทำให้มะม่วง มะพร้าว มะละกอเค็ม เหมือนเรากิน สัปปะรดถ้าเราโรยเกลือจะมีรสชาติเข้มข้น ซื้อมะม่วงที่นี่ก็โลกริมละ 20 บาท 1 หวี 30 – 40 บาท หวานและเข้มข้น อย่างน่านเป็นน้ำเค็ม เพราะฝนไม่ตก ถ้าฝนตกเป็นน้ำจืด น้ำกร่อย เหมือนเวลาเรา ไปทะเลเขาบอกว่าน้ำเสีย คือ ทะเลนํ้าจืด น้ำกร่อย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7 “แหล่งอาหารได้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวด้วย โดยเรามีหลายเส้นทาง อย่าง ที่ปลุกอ้อยเขามีเมนูทำไส้เมี่ยงให้นักท่องเที่ยวลงมือ ส่วนประกอบมีน้ำอ้อย น้ำจิ้ม ใบผักแค กับตะไคร้ จึงให้ได้ลงมือทำทานเอง น้ำอ้อย ถือเป็นแหล่งอาหารของชุมชนตั้งแต่โบราณ ทุกหลังคาเรือนมีหีบ อ้อยโบราณผลิตน้ำอ้อยเพื่อส่งให้ราชสำนักนาน เมื่อก่อน ใช้น้ำอ้อยในการปรุงรสอาหาร ทั้งคาวหวาน แต่เมื่อวิธีการเกษตรเปลี่ยนไปคนเริ่มทิ้งอ้อย ไปปลูกยาง มันสำปะหลัง ข้าวโพดที่มีระยะเวลา ที่สั้น และกระบวนการไม่เยอะ แต่เราก็ชื่นชมว่า มันมีกลุ่มคน ที่เขาห่วงแหนภูมิปัญญานี้มาถึงปัจจุบัน ทำ เป็นวิสาหกิจชุมชนผลิตอ้อยโบราณ จึงเชิญเขามาร่วม เป็นเส้นทางท่องเที่ยว เรื่องแหล่งผลิต เรา เน้นว่าเมนูอาหารที่ใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยว วัตถุดิบ ขอเป็นของในชุมชนเราเพื่อให้โอกาส และกระจาย รายได้ไปสู่แหล่งผลิตในชุมชน เชฟต้องการวัตถุดิบ อะไร จำนวนเท่าไร จะแจ้งใน Line กลุ่มชมรม เราประสานแหล่งอาหารในชุมชนเป็นหลัก มีที่เรานำจากภายนอกมาบ้าง ในกรณีที่นักท่องเที่ยว ต้องการ ส่วนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เราเน้นการสร้างโอกาส สร้างรายได้ให้กับคนใน ชุมชนนี้ เป็นหัวใจสำคัญ ที่เราให้แนวทางไว้กับกลุ่มอาหาร” ... “ภาคชุมชนส่วนใหญ่มีแทบทุกที่ใน ชุมชน เพราะเรามี 13 หมู่บ้าน แต่ละหมู่บ้านจะมีของดีแตกต่างกันไป ทริปนี้เน้นเส้นทางท่องเที่ยว เรื่องน้ำอ้อย เราก็ไปกินที่ไร่อ้อย เราจะดูเรื่องที่จะนำเสนอในวันนั้นว่า เป็นแบบไหน อยากกินต้มไผ่บง หวาน ก็ไปพอดีฟาร์ม อยากกินน้ำอ้อย ก็ไปไร่อ้อย อยากได้บรรยากาศแบบสวน ก็ไปกินข้าว ท่ามกลางสวนมะพร้าว”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 8 “เส้นทางท่องเที่ยวก็จะเชื่อมกับอาหารด้วย อย่างกิจกรรม work shop ที่นักท่องเที่ยวมาลงมือทำ ก็เป็นพวกชาโบสสะท้อน พวกชิง ซึ่งจะเป็นเมนูที่อยู่ในอาหารแล้ว ใช้ตัวนี้ดึง ด้วยจากอาหารอย่างเดียวก็เป็นเมนูคือเป็นกิจกรรมเป็นเส้นทางอย่างสามารถไปชมวิธีการขุดชิง นำมา แปรรูป กิจกรรม work shop ทำ work shop เสร็จก็ทานอาหารพื้นถิ่นที่ทำจากชิงด้วย และก็มีเมนู พื้นถิ่นก็เลือกใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น มันต้องมีการเชื่อมทั้งเส้นทางด้วย อาหารด้วย”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 9 “การนำเสนออาหารในรูปแบบทางเหนือเนี่ยเขาจะนำเสนอในรูปแบบขันโตก ส่วนบ้านเราเขาจะพาน้ำแกง เหมือนขันโตกมันเป็นไม้ใช้ไหม แต่อันนี้เป็นหวาย หรือไม้ตอกที่มันแข็ง

เตี้ยงไม้อะเนอะ วิธีการรับประทานอาหาร จะนั่งปูเสื่อแล้วก็มีการตีบข้าว มีถ้วยสำหรับ แต่มาเดี๋ยวนี้ผู้หลักผู้ใหญ่เขานั่งไม้ไผ่เขาก็เอาแคร่มาวางแล้วก็เอาขันโตกตั้งเอาพานแล่งตั้งแล้วก็เอาเก้าอี้มาให้นั่ง นั่งล้อม ถ้าคนหนุ่มๆ เขาจะนั่งเลย เช่น เวลาขึ้นบ้านใหม่เขาก็จะปูเสื่อทำพานแล่งอย่างงานเกษียณ งานขึ้นบ้านใหม่ งานบวชพระ งานนุ่งงานนุ่งงานนั้น วิธีชีวิตก็จะจัดอย่างนี้แหละ แล้ววิถีอาหารต้อง 5 อย่าง เช่น 1.น้ำพริก ก็เป็นว่าเมืองชาเป็นเมืองหนาว เอาข้าวเหนียวจิ้มกับน้ำพริกจะได้เหงื่อตก แล้วก็จะมีของเคียงเช่นผักนัว หมูปิ้ง ไก่ปิ้ง เนื้อแดดเดียว พวกปลาที่เป็น 2 อย่าง อย่าง 3 ให้มีลาบ 4. ให้มีต้มขมิ้นน้ำให้คล่องคอแล้วก็จะมีหมด ของหวานก็มีข้าวต้มใส่ไส้กล้วย ใส่มัน ใส่เผือกแล้วก็มีข้าวปาด แต่เดี๋ยวนี้เรียกตะไคร้ที่เราหยอดใส่กล้วยได้ หยอดใส่ใบเตยที่เขาจัดเป็นถ้วย แต่ถ้วยใส่ข้าว”

ผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะเพิ่มเติมด้านเศรษฐกิจ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 “การแบ่งปันรายได้ ถ้ามีการรวมกลุ่มชาวบ้าน จะแบ่งรายได้ตามหน้าที่ของแต่ละคน ใครทำอะไร อย่างที่คนเข้าจับเรือเอาเรือมารับเค้าได้ค่าเรือไป คนที่ทำอาหารก็ได้ค่าแม่ครัวไป คนที่จัดบ้านให้แขกนอนก็ได้ค่าที่นอนไป” ... “ถ้าเงินที่จะเอาไปใช้ประโยชน์ส่วนกลางจะเป็นเงินจากที่ส่วนของบ้านหลัก บ้านหลักคือบ้านประธานก็คือบ้านที่ผมจัดการอยู่ตรงนี้เป็นหลัก”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 “กิจกรรมฐานเรียนรู้แต่ละฐาน ค่าวิทยากร ชั่วโมงละ 600 บาท ให้วิทยากร 500 บาท 100 บาท ลงบันทึกเป็นกองกลาง” ... “วิสาหกิจชุมชนนี้ ปกติจะมีเงินปันผลตอนสิ้นปี แต่สองปีที่ผ่านมาไม่มี เนื่องจากสถานการณ์ COVID 19 ต้องเก็บไว้หมุนเวียน และสมาชิกก็เห็นด้วย” ... “มีการจัดทำบัญชีบันทึกการประชุมสมุทเยียม แบบสอบถามประเมิน ... กลุ่มวิสาหกิจเรา มีคณะกรรมการบริหารจัดการ มีที่ปรึกษา นำรายได้ไปทำอะไรบ้าง มีรายได้เข้าส่วนกลางหรือไม่ นำรายได้ส่วนกลางไปทำอะไรบ้าง” ... “มีหน่วยงานรัฐสนับสนุนชุมชนในด้านเงินทุน เช่น ธกส. ให้กู้เราเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ ธกส. มีงบปรับปรุงภูมิทัศน์มาให้ ส่วนพัฒนาชุมชนฯ จะมีเป็นช่วงๆ เราเป็นเศรษฐกิจฐานรากจะมีประจำปี หรือถ้าเราเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชน จะมีค่าใช้จ่ายต้นแบบอย่าง มีงบพัฒนาภูมิทัศน์มาส่งเสริม”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 “การกำหนดราคา มีการคุยกันในกลุ่มว่าราคาควรจะทำไหร่ แพงเกินไป ถูกเกินไป” ... “ก็เกิดจากการพูดคุยการปรึกษาของกลุ่มว่าโอเคมัย และก็เปรียบเทียบราคาของตลาดสากล ถ้าเราแพงเกินไปมันก็จะเข้าถึงยากแล้วกัน เรามองว่าอย่างนี้ก็จะเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น ... ช่องทางการจัดจำหน่าย มี 1. โปรโมทผ่านเพจเฟซบุ๊กอะไรอย่างนี้ 2. คือ หน่วยงานที่เป็นบริษัททัวร์ ก็มาโปรโมท 3. พวกบล็อกเกอร์ เพจต่างๆ ที่มาลง เพจเราเองเราก็โปรโมทของเราไป ส่วนบล็อกเกอร์และยูทูบ ยูทูบนี้ถ้าชุมชนไหนมีศักยภาพก็ถ่ายเองได้นะ TIKTOK เพราะที่กำลังมา” ... “การ

กระจายรายได้หรือมีการปันผลสู่ชุมชน” ... “ก็คือในลักษณะของชุมชน ถ้าเป็นของเอกชนอันนั้นก็อาจจะไม่ใช่เสียมาก เพราะมีเจ้าแก่คนเดียวเจ้าแก่จะเอาอย่างไรก็ได้ มีในเรื่องของการใช้แรงงาน มันจะต้องก็คือไม่ใช่แรงงานผิดกฎหมายหรือใช้แรงงานเด็ก อันนี้น่าจะมีมาตรฐานการจัดการโดยทั่วไป” ... “สมาชิกวิสาหกิจเราจริงๆ คือ 99 เปอร์เซนต์ ทุกหมู่บ้านสมมติมีประมาณ 150 คน การจัดการท่องเที่ยวของที่นี่ก็คือเริ่มจากการลงหุ้นส่วนในชุมชนก็คือชาวบ้านทุกคนลงหุ้นส่วนร่วมกันในการจัดการด้านการท่องเที่ยวก็คือทุกคนเป็นเจ้าของบริษัทนี้หมดเลย ในลักษณะวิสาหกิจตรงนี้และก็นอกจากนั้นชุมชนจะแบ่งวิธีการลงทุนแบบนี้ มีการลงทุน 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งคือการระดมทุนของทุนชุมชน สิ่งแวดล้อมก็คือทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแม่น้ำ ลำธาร อย่างนี้ที่อยู่ในชุมชน ศูนย์เรียนรู้ต่าง ๆ ดีเป็นมูลค่าอันนี้คือชุมชนดีประมาณ หนึ่งล้านบาทสมมติอันนี้ก็เป็นกองทุนชุมชนแยกไปอีกกลุ่มหนึ่งเป็นการลงทุนแบบชาวบ้าน ชาวบ้านทุกคนที่ร่วมลงทุนทุกคน 99 เปอร์เซนต์ และอีกบางส่วนคือคนที่สนใจอย่างเราถ้าสนใจก็ลงทุนได้มาเป็นหุ้นส่วนของที่นี่ได้ 1 หุ้น หนึ่งพันบาท ก็เป็นกระจายสู่ภายนอกได้” ... “จึงเป็นการบริหารที่ค่อนข้างเข้มแข็ง ภาวะเปียบก็ค่อนข้างเข้ม ซึ่งมันจะมีกฎข้อหนึ่งว่าใครมีหุ้นที่มากก็จะสามารถเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการกลุ่มได้ แต่ที่นี้บอกว่า ถ้าคุณไม่ได้มีทะเบียนบ้านอยู่ในหมู่บ้านต่อให้มีหุ้นเยอะก็ไม่สามารถเป็นผู้บริหารจัดการกลุ่มได้ และก็มีทางเลือกคณะกรรมการกลุ่มทุก 2 ปี อันนี้ก็มีที่ตั้งกฎระเบียบที่ชัดเจน มีการปันผลทุกๆ 2 ปี จากกำไร 7 เปอร์เซนต์”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 “ระบบการจัดการของเรา เช่น เงินค่าวิทยากร 600 บาท และวัด 600 บาท เงินอาหารกลางวัน หรืออาหารเย็น นอน homestay แปลว่า ทุกอย่างหัก 10 เปอร์เซนต์ แต่ 10 เปอร์เซนต์ เราไม่ได้ไปยุ่งเกี่ยว กรรมการ 15 คนจะได้ คือ ค่าอาหาร” ... “การจ่ายเงิน ได้ 3 แบบ คือ 1. QR Code 2. จ่าย 30 เปอร์เซนต์ก่อนจ่ายเงินสดที่เหลือ 3. จ่ายหน้างาน”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 “มีการจัดการการตลาด เนื่องจากมีรายการติดต่อกันมาถ่ายทำ เราได้ข้อมูลมาจาก อพท. ททท. และเรามีไปออกบูธที่สวนลุม ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ไปขายโปรแกรมท่องเที่ยวด้วย” ... “ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่นิยมของกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องของอาหาร เราจึงพัฒนารูปแบบหน้าตาผลิตภัณฑ์รูปลักษณะของอาหาร โดยเฉพาะเมนูท้องถิ่น ที่ถูกยกระดับขึ้นมา อย่างเช่น ถ้ามาที่ชุมชนนี้ต้องได้ชิมธิดาดอย คือ หน่อไม้ หนุมบ้านนา คือ ปูนา ที่เราเก็บมาเคี้ยวมาทำน้ำปู”

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6 “การรวมชาวบ้าน มีสิ่งที่สำคัญที่สุดคือความโปร่งใส สำคัญมาก เราต้องชี้แจง บางครั้งเรารู้ว่าเราโปร่งใส เราตั้งใจทำ แต่ถ้าเราไม่กระจายบอกให้เค้ารู้ความเข้าใจจะต้องมีของเราเวลาเสร็จฤดูการท่องเที่ยวจะมีการประชุมใหญ่ ก็จะชี้แจงว่าค่าใช้จ่ายตรงไหน อะไร ทำไมเงินเหลือเท่าไร ความโปร่งใสสำคัญมาก ความเชื่อมั่นและกฎ กติกา ที่ตั้งขึ้น มันต้องสามารถ

บังคับใช้ได้ อย่างศิริธ ต้องเข้ม ต้องรันคิวให้ตามรอบ คือ ไม่ใช่ว่าอันนี้เป็นญาติประธานชมรมจะได้สิทธิพิเศษจะได้วิ่งก่อน ซึ่งตัวนี้มันพอทำมาแล้วมันจะมันพอสิ้นฤดูกาลจะมีการประชุมสรุปผลว่าตัวนี้ปัญหามันติดตรงไหนอย่างไร เดิมทีจะมีนักท่องเที่ยวกับคนรถที่รู้จักกันมาก่อน เค้ามาก็จะขอจองคันเดิมๆ เราก็มาดูว่าถ้าปล่อยไปแบบนี้ เราได้รับรถที่วิ่งขึ้นมาใหม่เรื่อยๆ แล้วคันไหนที่เค้าไม่รู้จักนักท่องเที่ยวก็น่าจะวิ่งได้อย่างไร เราก็เลยงดเลย คุณไม่สามารถจองคิวเพราะว่ารู้จักกันได้ ให้ทุกคนแจ้งว่าทุกคันดีหมด คือให้รันตามคิวเพื่อความเป็นธรรม ถ้ามันอยู่ด้วยกันไม่ได้” ... “รถนักท่องเที่ยวนัก 1 คัน ประมาณค่าใช้จ่าย 1,500 บาท ทางกรรมการชมรมจะจ่ายให้เค้า 1350 ต่อ 1 เที่ยว ก็จะหัก 150 ไว้ 150 เราเอาทำอะไรบ้าง เราจ้างคนล้างห้องน้ำก็ใช้เงินตัวนี้ จ้างคนที่มาอยู่เวรคอยออกบิลคอยรับนักท่องเที่ยวยังสถานการณ์โควิด ต้องมี อสม. มาสแกนไข้ เราก็ไม่ได้ใช้ อสม.ฟรี เราให้วันละ 300 บาท ช่วงเสาร์ อาทิตย์ เยาวชนที่มาช่วยอยู่เวรเราก็ให้ค่าชมวันละ 300 เหมือนกัน แล้วก็ก่อนที่จะทำการท่องเที่ยวนักต้องมีการตัดหญ้า เพราะช่วงหน้าฝนจะขึ้น พอดอกไม้เริ่มเป็นตุ่มๆ ผลัดใบ เราก็ไปช่วยกันตัดซึ่งอันนี้ไม่มีค่าแรงเราก็ใช้เงินกองกลางตัวนี้ ใช้แรงงานคนรถฟรี แต่ค่าน้ำมัน ค่าอะไรเราก็ใช้เงินสิบเปอร์เซ็นต์ที่เราหักเข้ามาไว้ แล้วอย่างใช้รถไล่ตัดเครื่องตัดหญ้าเราจะจ้างวันละ 3,000 บาท บางทีเราจ้างวันละ 3 คัน เพื่อให้ตัดได้เยอะ”



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ฉ
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการสอบถามความคิดเห็นด้วยเทคนิค
การวิจัยแบบ Real Time Delphi

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิค REAL-TIME DELPHI

กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. นางฐนิวรรณ กุลมงคล	นายกสมาคมภัตตาคารไทย
2. นางลัดดา สำเภาทอง	นายกสมาคมธุรกิจร้านอาหาร
3. นางวิภาณฎา กุลสุจริต	นายกสมาคมการค้าธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยวไทย
4. นายสมศักดิ์ รารองคำ	นายกสมาคมแห่งประเทศไทย

กลุ่มอาจารย์สอนระดับมหาวิทยาลัย

5. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สติยพงษ์ มั่นหล้า	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบ อาหาร วิทยาลัยดุสิตธานี (กรุงเทพฯ)
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐรัฐ แปกุล	อาจารย์ประจำสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
8. อาจารย์ ดร.ณัฏฐา พันธุ์วงศ์	อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ โรงเรียนการเรือน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต วิทยาเขตสุพรรณบุรี
9. อาจารย์ ดร.ชัชณพงค์ ศิริโชตินิศากร	หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิค REAL-TIME DELPHI (ต่อ)

กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

10. นายมหิทธิร โคกเกษม	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชัยนาท สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
11. นางปองทิพย์ วิวัฒนสินศร	หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดปทุมธานี
12. นายปาสุกรณ์ แก้วมรกต	หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาด้านการ ท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดภูเก็ต
13. ดร.ศัชล จันเพชร	หัวหน้างานพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว ผู้แทน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว

14. นางพรรษา บัวมะลิ	ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไทลื้อ บ้านใบบุญ และผู้เชี่ยวชาญวัฒนธรรมอาหาร ท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ไทลื้อเมืองหลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่
15. นายโสภณ พันธ	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบล บ้านแหลม (บ้านสวนแผ่นดินแม่) จังหวัด สุพรรณบุรี ประชาสัมพันธ์และการตลาด วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบลบ้าน แหลม



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เทคนิค REAL-TIME DELPHI (ต่อ)

กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว
(ต่อ)

16. นายอัศวิน อรรถธรรม	ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและ ประเพณี วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่น ชุมชน ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต
17. นางสาวศุทธา โกติรัมย์	ประธานหมู่บ้านท่องเที่ยวไหมสวนนอก ชุมชนบ้านสวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์
18. นางรสริน วิริญโท	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ข
แนวทางการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



เครื่องมือการวิจัย

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
(ภาษาอังกฤษ) The Development of Assessment Criteria in
Gastronomic Tourism Management

ผู้วิจัย นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

สถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา
วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ผศ.ดร.กนก พานทอง

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ผศ.ดร.ปิยะทิพย์ ประดุงพรม

แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ซ
แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2

เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

คำชี้แจง

แบบสอบถามออนไลน์นี้สร้างขึ้นจากการสังเคราะห์ผลการสอบถามความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญตามแนวทางการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน เกณฑ์ (Criteria) และตัวบ่งชี้ (Indicator) เกี่ยวกับเกณฑ์การประเมิน ซึ่งประกอบด้วย 10 เกณฑ์ และ 39 ตัวบ่งชี้ โดยแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2 เป็นแบบสอบถามออนไลน์แบบมาตรฐาน ประมาณค่า 7 ระดับ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเหมาะสมของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตอนที่ 2 ความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญสามารถเข้าถึงแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2 ได้ที่ เว็บไซต์

<https://dataaith.com/webfood2/>

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาและให้ความคิดเห็นในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในครั้งนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง

นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

นิสิตระดับปริญญาเอก

สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา



ภาคผนวก ณ
ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1
(ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 2	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการ อาหารแก่นักท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่ง ท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 2	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะใน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและ สุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	0.84	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความ ต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิง อาหารอย่างต่อเนื่อง	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และ บริการของชุมชน	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.84	ยอมรับ

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 2	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทาง อากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.89	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	0.79	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้าน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหารของชุมชน	0.84	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	0.84	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 1 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 2	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหาร	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้าน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.95	ยอมรับ

ภาคผนวก ญ
แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



แบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3

เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

คำชี้แจง

แบบสอบถามออนไลน์นี้สร้างขึ้นจากการสรุปผลการสอบถามความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญตามแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 2 โดยแสดงค่าคุณภาพของการประเมินขอบเขตล่าง (QL) หรือการวัดฉันทามติตามแบบทฤษฎีรีฟเซต (Rough Set Theory) ของแต่ละตัวบ่งชี้ อีกทั้งยังได้ระบุตำแหน่งคำตอบของท่านที่ได้ตอบในรอบที่ 2 เทียบกับภาพรวมคำตอบของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ท่านได้ทบทวนและพิจารณาคำตอบของท่าน ด้วยการยืนยันคำตอบเดิมหรือเปลี่ยนคำตอบใหม่อีกครั้ง ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งประกอบด้วย 10 เกณฑ์ และ 36 ตัวบ่งชี้ โดยแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3 (รอบสุดท้าย) เป็นแบบสอบถามออนไลน์แบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ จำนวน 1 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การยืนยันคำตอบด้านความเหมาะสม และด้านความเป็นไปได้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญสามารถเข้าถึงแบบสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3 ได้ที่ เว็บไซต์

<https://dataaiith.com/webfood2/>

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างสูงที่กรุณาสละเวลาและให้ความคิดเห็นในการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในครั้งนี้

ขอแสดงความนับถืออย่างยิ่ง

นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

นิสิตระดับปริญญาเอก

สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา



ภาคผนวก ก
ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2
(ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3)



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 3	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.94	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการ อาหารแก่นักท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิ ทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่ง ท่องเที่ยว	1.00	ยอมรับ

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 3	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและ สุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความ ต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิง อาหารอย่างต่อเนื่อง	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และ บริการของชุมชน	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.88	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทาง อากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.94	ยอมรับ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 3	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	0.78	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการ ดำเนินงาน	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และ ความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	0.89	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	0.94	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว เชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ

ผลการวัดฉันทามติ ครั้งที่ 2 (ในการสอบถามออนไลน์ รอบที่ 3) (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	รอบที่ 3	
	QL ≥ 0.75	ผลการ พิจารณา
เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.00	ยอมรับ
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.94	ยอมรับ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ก
ผลการพัฒนาชุดข้อมูลของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ที่ผ่านการวัดฉันทามติแล้ว

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย
10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ 111 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
1. ผลิตภัณฑ์อาหาร	1.1 มีกระบวนการสรรหา วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	1.1.1 มีการกำหนดนโยบายการ จัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก หรืออันดับแรก 1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อผู้ส่งมอบ วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น 1.1.3 สามารถทำการตรวจสอบ วัตถุดิบย้อนหลังไปถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้ 1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณวัตถุดิบ ให้เพียงพอกับความต้องการในการ ให้บริการนักท่องเที่ยว (Safety Stock) 1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุนของ วัตถุดิบที่สั่งซื้อให้เป็นไปตามที่ตั้ง ประมาณการไว้ เช่น มีการควบคุม ต้นทุนวัตถุดิบให้เป็นไปตาม งบประมาณจัดซื้อที่ประมาณการไว้ เป็นไปตามคุณภาพและราคา เป็นต้น
	1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ของ อาหารในท้องถิ่น	1.2.1 มีการคัดสรรวัตถุดิบหลักและ เครื่องปรุงรสที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น มี ความแท้และดั้งเดิมตามต้นตำรับของ ชุมชน 1.2.2 มีเทคนิค กรรมวิธี ขั้นตอนการ ปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นที่ถูก สุลักษณะและสะท้อนถึงภูมิปัญญา ชาวบ้านในท้องถิ่นตามตำรับที่สืบทอด กันมา



เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		1.2.3 มีรสชาติ กลิ่นและรูปลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเป็นไปตามตำรับดั้งเดิมของชุมชน 1.2.4 มีการนำเสนอสำหรับอาหารและวิธีการรับประทานอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น 1.2.5 มีข้อมูล/เรื่องราวที่บอกเล่าประวัติความเป็นมาของวัตถุดิบ หรืออาหารในท้องถิ่น และคุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหารในท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว
	1.3 มีการจัดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	1.3.1 มีการสืบค้นภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและสะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน จากผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และตำรับตำราอาหาร 1.3.2 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลอาหารท้องถิ่นในรูปแบบลายลักษณ์อักษร หรือสื่อดิจิทัล เช่น เอกสาร หนังสือ และคู่มือตำราอาหารท้องถิ่น Website แอปพลิเคชันเอกสารข้อมูล (File) วิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น 1.3.3 มีการถ่ายทอด เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับผู้มีส่วนได้เสีย/ผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางต่าง ๆ 1.3.4 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานหรือองค์กรหรือชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้มาพัฒนาชุมชนของตนเอง



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และกระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.4.1 มีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาดัดแปลงรังสรรค์ต่อยอดเป็นเมนูอาหารใหม่ที่หลากหลาย 1.4.2 มีการเพิ่มมูลค่าเมนูอาหารท้องถิ่น โดยใช้ศิลปะการตกแต่งเมนูอาหารในท้องถิ่น (Food Design) 1.4.3 มีการใช้นวัตกรรมเครื่องมือเครื่องใช้ผ่านกรรมวิธี ขั้นตอนการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่น เช่น อุปกรณ์ทุ่นแรงที่ใช้ในครัว เป็นต้น 1.4.4 มีการใช้นวัตกรรมในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น อุปกรณ์ที่ให้บริการเสริมให้กับนักท่องเที่ยว อุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โปรแกรมการส่งอาหารผ่านมือถือ ระบบเมนูอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการชำระเงิน (เช่น การสแกน QR Code) เป็นต้น 1.4.5 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือเอกชน เช่น สถาบันการศึกษา กระทรวงอุตสาหกรรม ที่มีโครงการพัฒนา หรือให้การสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมความร่วมมือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น
	1.5 ชุมชนได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1.5.1 ได้รับรางวัลหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน เช่น รางวัลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		ท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น 1.5.2 ได้รับเกียรติบัตรการรับรอง มาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร ด้าน รสชาติและสุขอนามัย เช่น อย. มผช. OTOP ฮาสาละ GAP GMP เชลล์ชวนชิม Clean Food Good Taste มิชลิน Thai Select เป็นต้น
2. คุณภาพการบริการ ตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	2.1 มีการสร้างมาตรฐานของ ผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2.1.1 บุคลากรในชุมชน ต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมอันดีงาม ของท้องถิ่น เช่น ต้อนรับนักท่องเที่ยว ด้วยเครื่องดื่มประจำท้องถิ่น มีการแต่ง กายด้วยชุดประจำท้องถิ่น เป็นต้น 2.1.2 บุคลากรในชุมชน สามารถ แนะนำ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ อาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น ตลอดจน กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2.1.3 บุคลากรในชุมชน สามารถ สื่อสารและให้บริการนักท่องเที่ยว ต่างชาติได้ 2.1.4 ผู้สัมผัสอาหารที่เป็นบุคลากรใน ชุมชนต้องปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาล อาหาร



96511980

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	2.2.1 มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกตามวิธีชุมชนได้มาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย 2.2.2 มีห้องสุขาให้บริการที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ แยกสุขาชายหญิง และผู้ด้อยโอกาส 2.2.3 มีอ่างล้างมือให้บริการ หรือจุดล้างมือที่สามารถใช้ได้ และจัดให้มีสบู่สำหรับล้างมือ 2.2.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด รววจับ เป็นต้น 2.2.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิธีชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ปลอดภัย มีการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี เป็นต้น
	2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2.3.1 มีการควบคุมและดูแลผู้ให้บริการการขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีมาตรฐานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกของผู้ใช้บริการ 2.3.2 มีป้ายบอกทางและแสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน เป็นระยะแสดงจุดเชื่อมโยงต่าง ๆ 2.3.3 มีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน 2.3.4 มียานพาหนะที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		2.3.5 มีตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่บนแผนที่ออนไลน์ เช่น Google Map เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น
3. แหล่งท่องเที่ยว	3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	3.1.1 มีการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับสภาพชุมชน ไม่มีทัศนียภาพสกปรก (Visual Pollution) เช่น กองขยะ น้ำขัง ทางเดินฝุ่นผง เป็นต้น 3.1.2 มีการจัดสถานที่ ที่ให้บริการหรือจัดกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสะดวกและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนถูกสุขลักษณะ เช่น จัดสถานที่ประกอบอาหาร (ครัว) สถานที่การจัดเก็บอาหาร สถานที่การจัดเก็บภาชนะที่ใส่อาหาร สถานที่จัดกิจกรรมสาธิตวิธีการปรุงอาหาร สถานที่รับประทานอาหาร ให้เป็นสัดส่วน เป็นต้น 3.1.3 มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ หรือมีจุดถ่ายภาพให้มีความน่าสนใจ หรือมีการจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบวิถีชีวิตคนในท้องถิ่น เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	3.2.1 มีการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้เกิดความปลอดภัย เมื่อเดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีคู่มือ/เอกสารแนะนำการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น 3.2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในจัดระบบความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น ทางหนีไฟ อุปกรณ์ดับเพลิง ชุดปฐมพยาบาล ระบบระบายอากาศ เป็นต้น 3.2.3 ชุมชนมีแผนฉุกเฉินและมีการฝึกซ้อมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณีมีเหตุฉุกเฉิน ตามที่กำหนดและระบุไว้ในแผน
4. ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4.1 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4.1.1 มีการกำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติที่ดีในการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานสาธารณสุข เช่น ความสะอาดของสถานที่ประกอบอาหาร การเลือกใช้ภาชนะและอุปกรณ์ที่มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีความปลอดภัยจากโรคติดต่ออันตราย (ได้รับมาตรฐาน SHA) เป็นต้น 4.1.2 มีการให้ความรู้ และฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	4.2.1 มีการจัดการที่พักค้างแรม ผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ของกรมการท่องเที่ยว เป็นต้น 4.2.2 มีการจัดการที่พักค้างแรมให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ 4.2.3 มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ
	4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	4.3.1 จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอกับรูปแบบกิจกรรมในแต่ละประเภท เช่น - กิจกรรมทางน้ำ เช่น ต้องมีเสื้อชูชีพ - กิจกรรมทางบก เช่น เดินป่า/หาวัตถุดิบในป่า จุดที่อันตรายต้องมีราวจับ หรือมีคนคอยแนะนำ เป็นต้น 4.3.2 มีการจัดอบรมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวประสบภัยขณะทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
	4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4.4.1 จัดทำป้ายบอกเส้นทางสื่อความหมายที่ชัดเจนสำหรับการเดินทางไปทำกิจกรรมในแต่ละฐานการเรียนรู้ 4.4.2 มีบุคลากรในชุมชน คอยให้คำแนะนำและดูแลความปลอดภัยตลอดเส้นทางในการเดินทางไปทำกิจกรรม



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	4.5.1 มีจัดเตรียมและเลือกใช้ยานพาหนะที่เหมาะสมกับการเดินทางไปทำกิจกรรมตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การเดินทางด้วยยานยนต์ (รถมอเตอร์ไซด์ รถซาเล้ง รถอีแต็ก เรือหางยาว) การเดินทางด้วยจักรยาน หรือการเดินทางด้วยเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น 4.5.2 มีการทำความสะอาดและตรวจสอบความปลอดภัยของยานพาหนะรวมถึงเส้นทางการเดินเท้าก่อนให้บริการนักท่องเที่ยวทุกครั้ง เช่น - เรือหางยาวต้องทำความสะอาดไม่ให้มีหอย ไม่ให้มีเพรียงเกาะตามข้างเรือ หรือต้องมีบันไดขึ้นเรือ และทำความสะอาดไม่ให้บันไดลื่น เป็นต้น - รถซาเล้ง บรรทุกนักท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 4 – 5 คน การนั่งต้องมีราวจับ เป็นต้น - การเดินเท้า เส้นทางเดินด้วยเท้า มีแสงสว่างเพียงพอ มีความสะอาด ปลอดภัย มีป้ายบอกทาง มีป้ายเตือนภัย เป็นต้น
5. การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	5.1.1 มีการจัดเก็บสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของชุมชน 5.1.2 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ และข้อเสนอแนะของ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
	5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	5.2.1 มีช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนและหลังมาใช้บริการของชุมชน ให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย หรือสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาใช้บริการของชุมชน 5.2.2 มีการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบวันเกิดของลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น
	5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	5.3.1 มีการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมครอบคลุมการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทางร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5.3.2 มีการแจ้งราคาการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และราคาเมนูอาหารท้องถิ่นที่เป็นธรรม และชัดเจน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ 5.3.3 มีช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการ



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		ห้องเที่ยวเชิงอาหาร /ผลิตภัณฑ์อาหาร ท้องถิ่น ผ่านสื่อทั่วไป หรือสื่อดิจิทัล เช่น แนะนำปากต่อปาก รายการ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือแนะนำ การเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์แหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เครือข่าย ท่องเที่ยวชุมชน บริษัททัวร์ Website Instagram Twitter QR Code YouTube TikTok Line Facebook Page ของชุมชน เป็นต้น 5.3.4 มีการดำเนินงานและติดตาม แผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่ กำหนด เช่น มีการประเมินการ ดำเนินงานตามแผนการตลาด มีรายงาน ฝ่ายการตลาด เป็นต้น
	5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ ของชุมชน	5.4.1 มีการสร้างการยอมรับในตัว ผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชนใน ด้านอาหารผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การชนะการประกวด หรือผ่าน การรับรองตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร 5.4.2 มีกระบวนการ การสร้างภาพจำ ของผลิตภัณฑ์และการบริการของ ชุมชน เช่น มีตราผลิตภัณฑ์และ เรื่องราวของชุมชน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย มีการสร้าง การรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สื่อ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	5.5.1 มีการกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และการบริการ เช่น การจัดทำคู่มือการให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือขั้นตอนกรรมวิธีการปรุงเมนูอาหารในท้องถิ่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น 5.5.2 มีกระบวนการรับประกันความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น การปรับเปลี่ยนอาหารที่ลูกค้าร้องเรียน (รสชาติเพี้ยนเปลี่ยนได้) 5.5.3 มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร้องเรียนหรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ
	5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	5.6.1 มีจัดการระบบฐานข้อมูลของชุมชนที่เป็นระบบ และสามารถนำมาใช้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5.6.2 มีระบบรักษาความปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูลของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 5.6.3 มีการนำข้อมูลที่จัดเก็บหรือรวบรวมได้มาใช้ในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่ประจักษ์ เช่น การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาด การจัดทำประมาณการรายรับ รายจ่ายของชุมชน เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
6. สิ่งแวดล้อม	6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	6.1.1 ชุมชนมีการรวบรวมและคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ เช่น มีการคัดแยกขยะต้นทาง เป็นต้น 6.1.2 ชุมชนมีการจัดเก็บขยะที่เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ ไม่มีขยะตกค้างในชุมชน เช่น การกำหนดเวลาจัดเก็บขยะ การปลอดถังขยะในชุมชน เป็นต้น 6.1.3 ชุมชนมีการกำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การมีเตาเผาขยะของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น 6.1.4 ชุมชนการนำขยะมาเข้าสู่กระบวนการทำให้ขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) หรือการใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำขยะอินทรีย์มาเข้าสู่กระบวนการทำปุ๋ย การนำขยะกระดาษมาเข้าสู่กระบวนการหมุนเวียนใช้ซ้ำ เป็นต้น 6.1.5 มีการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น มีการใช้วัสดุ/ภาชนะ/บรรจุภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ย่อยสลายได้) โดยคนในชุมชนผลิตเอง เช่น ไม้ไผ่ ป่าน ใบตอง ทางมะพร้าว ถุง กระดาษ เป็นต้น



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	6.2.1 มีกระบวนการระบบกำจัดน้ำเสีย ตั้งแต่ต้นทาง เช่น มีการติดตั้งถังดัก ไขมันจากน้ำเสียของชุมชน เป็นต้น 6.2.2 ชุมชนมีระบบบำบัดน้ำเสียที่มี ประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน เช่น การวัดคุณภาพน้ำทิ้งภายหลังผ่าน กระบวนการบำบัด เป็นต้น 6.2.3 ชุมชนมีการติดตั้งระบบควบคุม มลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นจาก กระบวนการ การให้บริการนักท่องเที่ยว ของชุมชน เช่น การติดตั้งป้ายระบาย ควันจากการปรุงอาหาร
7. เศรษฐกิจ	7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชน ท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	7.1.1 คนในชุมชนมีรายได้จากการ ผลิต หรือจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อ นำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิง อาหารของชุมชน 7.1.2 มีการจัดทำและพัฒนา เมนูอาหารท้องถิ่น หรือแปรรูป ผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบ ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก
	7.2 มีความสามารถในการ จัดหาแหล่งเงินทุน	7.2.1 ชุมชนมีความสามารถในการ ระดมเงินทุน เพื่อมาใช้ในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การออกหุ้นจำหน่ายให้กับสมาชิก ชุมชน การได้รับเงินสนับสนุนจาก ภาครัฐหรือองค์กรภายในชุมชน เป็นต้น 7.2.2 มีโครงสร้างของแหล่งที่มาของ เงินทุนที่เหมาะสม เช่น สัดส่วนของ เงินกู้และส่วนของทุนที่มาจากสมาชิก เป็นต้น



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	7.3 มีการคำนวณต้นทุน และ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	7.3.1 ชุมชนมีการจัดทำรายงานทาง บัญชีและการเงินเป็นไปตามมาตรฐาน ทางบัญชีที่สามารถสะท้อนตัวเลข รายรับและรายจ่ายของการดำเนินงาน 7.3.2 ชุมชนมีนโยบายในการจัดสรร กำไรจากการดำเนินงานที่ชัดเจน เช่น อัตราการจ่ายเงินปันผลแก่สมาชิก หรือผู้ถือหุ้น เป็นต้น
	7.4 มีการกระจายรายได้ ให้กับคนในชุมชน	7.4.1 มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิด โอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมใน การดำเนินงานจัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อ ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง 7.4.2 มีการจัดสรรผลประโยชน์ หรือ ค่าตอบแทนจากดำเนินงานของชุมชน ที่เป็นธรรม หรือตามข้อตกลงในการ ว่าจ้าง เช่น มีเอกสารการจ่าย ค่าตอบแทน มีการจ่ายค่าตอบแทน ตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำในท้องถิ่นตาม ประกาศของทางราชการ เป็นต้น
	7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และบริการด้านการท่องเที่ยว เชิงอาหาร	7.5.1 มีการปรับปรุงและพัฒนาต่อ ยอรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม เช่น มีการพัฒนาเมนูอาหาร ท้องถิ่น เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ มีความต้องการเฉพาะส่วน (กลุ่ม อาหารมังสวิรัต กลุ่มอาหารเพื่อ สุขภาพ กลุ่มอาหารตามหลักศาสนา ฯลฯ) มีการพัฒนาออกแบบบรรจุ



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		เกณฑ์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น 7.5.2 มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมเพื่อเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดกิจกรรมสพา นวดแผนไทย เป็นต้น
8. ทรัพยากรมนุษย์	8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	8.1.1 ผู้นำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 8.1.2 ผู้นำมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนโดยรวม เช่น การจัดการบัญชีและการเงิน การตลาด การบริหารบุคคล เป็นต้น 8.1.3 ผู้นำสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น การสร้างกำไรจากการประกอบการ การได้รับรางวัล หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น 8.1.4 ผู้นำมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ ความเข้าใจกับคนในชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
	8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	8.2.1 มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน 8.2.2 มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในชุมชนตามโครงสร้างการบริหาร เช่น มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ของประธาน กรรมการ ผู้ปรุงอาหาร มัคคุเทศก์ชุมชน เป็นต้น 8.2.3 มีการวางแผนอัตรากำลังบุคลากรในชุมชนให้พร้อมกับการรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยว
	8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	8.3.1 มีแผนการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 8.3.2 มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในชุมชนตามแผนงานที่กำหนด เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ชุมชน การศึกษาดูงานชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น 8.3.3 มีการติดตามและประเมินผลบุคลากรในชุมชนที่ผ่านการฝึกอบรมหรือศึกษาดูงาน เช่น ติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรในการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นให้มีมาตรฐานเดียวกัน เป็นต้น 8.3.4 มีการพัฒนาศักยภาพ ทักษะบุคลากรในชุมชน โดยการสับเปลี่ยนหน้าที่ ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / rev: 21042566 07:02:28 / seq: 57

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
9. ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9.1.1 มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การสมัครเป็นบุคลากร การร่วมถือหุ้น เป็นต้น 9.1.2 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น มีการจัดการประชุมประชาคมชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกชุมชน ผ่านกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมภาคภูมิใจ เป็นต้น
	9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9.2.1 มีการสนับสนุนและส่งเสริมเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน เช่น การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นของชุมชน การออกบูธร้านอาหารในงานประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน เป็นต้น 9.2.2 มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาส่งเสริมบุคลากร หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดอบรมมัคคุเทศก์รุ่นเยาวชนในสถานศึกษา เป็นต้น
	9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9.3.1 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กรภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาของรัฐ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน เป็นต้น 9.3.2 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กร

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		ภาคเอกชน เช่น สมาคมธุรกิจ ท่องเที่ยว ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น 9.3.3 มีเครือข่ายความร่วมมือกับ เครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดย ชุมชนทุกระดับ เช่น เครือข่ายชุมชน การท่องเที่ยวในท้องถิ่น สมาพันธ์การ ท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น
10. กิจกรรมท่องเที่ยว เชิงอาหาร	10.1 มีการพัฒนารูปแบบการ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	10.1.1 มีการระดมความคิดจาก บุคลากรในชุมชน เพื่อพัฒนา และต่อ ยอดกิจกรรม หรือเมนูอาหารที่แสดง ถึงความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้าน อาหารท้องถิ่นเป็นหลัก 10.1.2 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงอาหาร เชื่อมโยงกับเครือข่ายชุมชน ท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ชุมชนท่องเที่ยว บริเวณใกล้เคียง เป็นต้น 10.1.3 มีการพัฒนากิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยวและเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น มีบริการที่พัก ค้างแรมภายในชุมชน บริการสปา เป็นต้น
	10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชนมา ประยุกต์ใช้ในการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้ สัมผัสถึงวัฒนธรรมผ่านอาหารใน ท้องถิ่น เช่น การชมและร่วม กระบวนการสาธิตขั้นตอน กรรมวิธี การปรุงเมนูอาหารท้องถิ่น จัดเส้นทาง



96511980

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา
		การท่องเที่ยวในการชิมอาหารท้องถิ่น เป็นต้น
	10.2.2	มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมา ใช้ในการจัดวางรูปแบบอาหารแต่ละ เมนู เช่น การประดิษฐ์วัสดุ/ ภาชนะ สำหรับจัดวางอาหารโดยใช้ภูมิปัญญา ท้องถิ่น เป็นต้น
	10.2.3	มีการนำขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณีมาใช้ในการบริการ อาหารให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การ รับประทานแบบขันโตก/พาแลง/สำหรับ การรับประทานด้วยมือ เป็นต้น
	10.2.4	มีการนำเสนอเรื่องราวและองค์ ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการแก่ นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมา ของเมนูอาหารในท้องถิ่น ส่วนผสม และคุณประโยชน์ของเมนูอาหาร ท้องถิ่น เป็นต้น



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ฐ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญจัดลำดับความสำคัญของชุดข้อมูลเกณฑ์และตัวบ่งชี้ ในกระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์

เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. นางลัดดา สำเภาทอง	นายกสมาคมธุรกิจร้านอาหาร

กลุ่มอาจารย์สอนระดับมหาวิทยาลัย

2. ศาสตราจารย์ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	ผู้อำนวยการหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สติติพงษ์ มั่นหล่า	อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการครัวและศิลปะการประกอบ อาหาร วิทยาลัยดุสิตธานี (กรุงเทพฯ)

กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

4. ดร.คัชพล จันเพชร	หัวหน้างานพัฒนานวัตกรรมการท่องเที่ยว ผู้แทน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)

กลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว

5. นางพรรษา บัวมะลิ	ผู้อำนวยการศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยไทลื้อ บ้านใบบุญ และผู้เชี่ยวชาญวัฒนธรรมอาหาร ท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน ไตลื้อเมืองหลวงเหนือ จังหวัดเชียงใหม่
6. นายอัศวิน อรรถธรรม	ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและ ประเพณี วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่น ชุมชน ท่องเที่ยวย่านเมืองเก่าภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม: กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

แบบสอบถาม
การจัดลำดับความสำคัญของเกณฑ์ (Criteria) และตัวบ่งชี้ (Indicator)
เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



ภาคผนวก ฅ

ผลการวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ผลการวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์: ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 5 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 1 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 6 EVM check: 1.0E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-1.1		19.9%	2.0%
2	Indicator-1.2		21.4%	1.6%
3	Indicator-1.3		18.9%	2.1%
4	Indicator-1.4		17.8%	1.1%
5	Indicator-1.5		22.0%	1.9%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 5.016 MRE: 6.8%
Consistency Ratio 0.37 GCI: 0.01 Psi: 36.7% CR: 0.3%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 3 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 2 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 9 EVM check: 2.8E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-2.1		37.9%	2.7%
2	Indicator-2.2		28.2%	2.0%
3	Indicator-2.3		33.9%	2.4%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 3.005 MRE: 7.1%
Consistency Ratio 0.37 GCI: 0.02 Psi: 10.0% CR: 0.5%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 2 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 3 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 14 EVM check: 6.4E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-3.1		25.5%	0.2%
2	Indicator-3.2		74.5%	0.0%
3			0.0%	0.0%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 2.000 MRE: 0.0%
Consistency Ratio 0.37 GCI: n/a Psi: n/a CR: 0.0%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 5 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 4 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 6 EVM check: 9.2E-10

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-4.1		32.8%	2.7%
2	Indicator-4.2		15.8%	1.2%
3	Indicator-4.3		15.5%	1.3%
4	Indicator-4.4		17.7%	0.8%
5	Indicator-4.5		18.2%	1.4%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 5.011 MRE: 7.3%
Consistency Ratio 0.37 GCI: 0.01 Psi: 15.7% CR: 0.2%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 6 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 5 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 5 EVM check: 1.9E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-5.1		15.9%	2.7%
2	Indicator-5.2		15.7%	2.7%
3	Indicator-5.3		15.0%	2.3%
4	Indicator-5.4		22.8%	1.8%
5	Indicator-5.5		13.3%	1.8%
6	Indicator-5.6		17.2%	3.3%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 6.060 MRE: 15.5%
Consistency Ratio 0.37 GCI: 0.04 Psi: 40.0% CR: 1.0%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisg.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 2 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 1 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: n/a
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective Criterion 6 Indicator

Author Sirilux
Date 11/2023 Threshold 1E-08 Iterations: 14 EVM check: 9.3E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-6.1		50.0%	0.0%
2	Indicator-6.2		50.0%	0.0%
3			0.0%	0.0%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result Eigenvalue Lambda: 2.000 MRE: 0.0%
Consistency Ratio 0.37 GCI: n/a Psi: n/a CR: 0.0%

ผลการวิเคราะห์กระบวนการลำดับชั้นเชิงวิเคราะห์: ชุดข้อมูลของตัวบ่งชี้ (ต่อ)

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisq.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 5 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective: Criterion 7 Indicator

Author: Sirilux
Date: 11/2023 Threshold: 1E-08 Iterations: 6 EVM check: 8.8E-10

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-7.1		20.0%	2.9%
2	Indicator-7.2		17.7%	3.2%
3	Indicator-7.3		16.0%	2.2%
4	Indicator-7.4		21.0%	4.1%
5	Indicator-7.5		25.3%	4.8%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result: Eigenvalue Lambda: 5.060 MRE: 17.2%
Consistency Ratio 0.37 GC: 0.05 Psi: 33.3% CR: 1.3%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisq.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 3 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective: Criterion 8 Indicator

Author: Sirilux
Date: 11/2023 Threshold: 1E-08 Iterations: 9 EVM check: 2.8E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-8.1		29.1%	1.8%
2	Indicator-8.2		28.7%	1.8%
3	Indicator-8.3		42.3%	2.6%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result: Eigenvalue Lambda: 3.004 MRE: 6.3%
Consistency Ratio 0.37 GC: 0.01 Psi: 33.3% CR: 0.4%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisq.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 3 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective: Criterion 9 Indicator

Author: Sirilux
Date: 11/2023 Threshold: 1E-08 Iterations: 9 EVM check: 2.8E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-9.1		38.5%	2.7%
2	Indicator-9.2		25.6%	1.8%
3	Indicator-9.3		35.9%	2.6%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result: Eigenvalue Lambda: 3.005 MRE: 7.1%
Consistency Ratio 0.37 GC: 0.02 Psi: 33.3% CR: 0.5%

AHP Analytic Hierarchy Process (EVM multiple inputs)
K. D. Goepel Version 07.07.2022 Free web based AHP software on: <https://bpmisq.com>

Only input data in the light green fields and worksheets!

n= 2 Number of criteria (2 to 10) Scale: 1 AHP 1-9
N= 6 Number of Participants (1 to 20) α: 0.1 Consensus: #####
p= 0 selected Participant (0=consol.) 2 7 Consolidated

Objective: Criterion 10 Indicator

Author: Sirilux
Date: 11/2023 Threshold: 1E-08 Iterations: 14 EVM check: 9.1E-09

Table	Criterion	Comment	Weights	+/-
1	Indicator-10.1		43.3%	0.0%
2	Indicator-10.2		56.7%	0.0%
3			0.0%	0.0%
4			0.0%	0.0%
5			0.0%	0.0%
6			0.0%	0.0%
7			0.0%	0.0%
8			0.0%	0.0%
9			0.0%	0.0%
10		for 9&10 unprotect the input sheets and expand the question section ("*" in row 66)	0.0%	0.0%

Result: Eigenvalue Lambda: 2.000 MRE: 0.0%
Consistency Ratio 0.37 GC: n/a Psi: n/a CR: 0.0%



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ณ

คู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

สามารถดาวน์โหลดคู่มือการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ผ่าน

www.gastronomict.com

คู่มือการใช้โปรแกรมประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์



ลิขสิทธิ์ : วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา



96511980 BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

คำนำ

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการสะท้อนถึงวัฒนธรรมด้านอาหารและวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยในแต่ละพื้นที่ของชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น ถือเป็นเครื่องมือในการส่งผ่านวัฒนธรรมการรับประทานอาหารท้องถิ่นสู่สังคม และคนทั่วโลก อีกทั้งเป็นการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชนท้องถิ่น และยังเป็นการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมโดยเฉพาะด้านอาหาร เป็นสิ่งที่มีความเฉพาะของบุคคลและชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไปได้

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สืบเคราะห์มาจากแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อันเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนขึ้น จนได้องค์ประกอบของเกณฑ์และตัวบ่งชี้ สำหรับให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (เช่น ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน ประธานชมรมท่องเที่ยวชุมชน ฯลฯ) หรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง สามารถนำเกณฑ์การประเมินดังกล่าวไปใช้ประเมินตนเอง (Self – Assessment) เพื่อทำให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา และนำผลการประเมินที่ได้มาใช้เป็นแนวทางกำหนดแผนการปฏิบัติงาน ปรับปรุงพัฒนาระบบการดำเนินงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวต่อไปได้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ พร้อมคู่มือการใช้งานโปรแกรมฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือองค์กรที่เกี่ยวข้องได้นำโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ไปใช้ในการประเมินระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของท่าน ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนากิจการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของท่านให้ก่อเกิดเป็นความอยั่งยืนต่อไปได้

สิริลักษณ์ เกษรปทุมานนท์

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	2
สารบัญ	3
สารบัญตาราง	4
สารบัญภาพ	5
บทที่ 1 ความสำคัญของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	6
บทนำ	6
วัตถุประสงค์	7
ประโยชน์ในการนำไปใช้	7
บทที่ 2 โครงสร้างและวิธีคำนวณคะแนนเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9
โครงสร้างของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	9
เกณฑ์และวิธีการประเมินตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา	31
เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา	69
การคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	74
การจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	77
ตัวอย่างการคำนวณและจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	78
การประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	85
บทที่ 3 โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	90
การเข้าสู่โปรแกรมประเมินแบบออนไลน์	90
ขั้นตอนการประเมินแบบออนไลน์	91
รายงานผลการประเมิน	95



สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา	69
2	ค่าน้ำหนักและค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ในการคำนวณคะแนนการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	75
3	ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	77
4	ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม	78
5	ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์ที่ 1	84
6	ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้	85



96511980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	องค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	10
2	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร	11
3	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 2 คุณภาพบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	11
4	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว	12
5	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	12
6	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	13
7	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม	13
8	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ	14
9	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์	14
10	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	15
11	ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	15
12	ชื่อเว็บไซต์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	90
13	หน้าจอหลักเข้าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จาก Google Chrome	91
14	หน้าจอหลักโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์	91
15	หน้าจอแสดงคำชี้แจงการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	92
16	หน้าจอแสดงส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการกรอกรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน	93
17	หน้าจอแสดงส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	93
18	หน้าจอแสดงการยืนยันส่งคำตอบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	95
19	หน้าจอแสดงส่วนที่ 3 ผลการประเมิน	96
20	หน้าจอแสดงข้อมูลผู้ประเมิน	96
21	หน้าจอแสดงระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	97
22	หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม	98
23	หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์	99
24	หน้าจอแสดงจุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้	100
25	หน้าจอแสดงจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้	101
26	หน้าจอแสดงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	102



บทที่ 1

ความสำคัญของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งจะเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหาร สำหรับบางประเทศจึงให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่ง “อาหาร” เป็นสื่อที่บ่งบอกถึงความเป็นมาของสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละชุมชนของประเทศต่าง ๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ ทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับการขับเคลื่อนจากการเติบโตของเทคโนโลยี สื่อออนไลน์เป็นส่วนสำคัญในการช่วยส่งเสริมการสืบค้นข้อมูล สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยว ร้านอาหารใหม่ ๆ ที่ไม่เคยลิ้มรสมาก่อน แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นฉบับ แนะนำเมนูอาหารท้องถิ่น รวมถึงการแนะนำท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่โดดเด่นระดับโลก เช่น เส้นทางชิมไวน์ ทัวร์ชิมอาหารของญี่ปุ่น การท่องเที่ยวชิมผลไม้ในสวนภาคตะวันออก หรือการเข้าร่วมในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการผสมผสานธรรมชาติของท้องถิ่น วัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การให้บริการที่ดีแสดงให้เห็นถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น อันนำไปสู่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะความรู้สึก การลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีการปรุงอาหารท้องถิ่น และลงมือปรุงอาหารท้องถิ่นด้วยตนเอง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ที่สามารถทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่คนในชุมชนท้องถิ่นได้อีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะภาคเกษตรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น อาหารใช้ผลผลิตการเกษตรเป็นวัตถุดิบหลัก การเข้าร่วมกิจกรรมเรียนรู้ และแปรรูปผลผลิตการเกษตรในฟาร์ม เป็นต้น สินค้าของที่ระลึกเกี่ยวกับอาหาร อาทิ เครื่องเทศ เครื่องปรุง ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป ผลไม้ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ อาจจะไม่เกิดประโยชน์กับคนในชุมชนท้องถิ่นมากเท่าที่ควร หากขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี ที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวไทยเผชิญปัญหาการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ขาดการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนไม่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ชุมชนขาดความรู้ด้านการท่องเที่ยว เช่น การจัดการภูมิทัศน์ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น ด้านเงินลงทุน ด้านราคาสินค้า ด้านการให้บริการทางการท่องเที่ยว และสิ่งที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางในการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ ภาพลักษณ์ในแง่ลบของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารไทย เช่น มาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย ราคาสินค้า และการบริการ เป็นต้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขาดระบบการบริหารจัดการที่ดีของท้องถิ่นต่าง ๆ ที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยจึงได้ทำการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ 111 เกณฑ์การพิจารณา เพื่อใช้ศึกษาและสร้างความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และผู้ใช้งานทั่วไป ในการนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปใช้ประเมินระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง (Self-assessment) อย่างถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ได้อำนวยความสะดวกการใช้งานในรูปแบบของโปรแกรมคอมพิวเตอร์ผ่านระบบออนไลน์ โดยการคำนวณ และจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่ทำให้ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ทราบถึงจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนา และสิ่งที่ต้องดำเนินการปรับปรุง แก้ไข พร้อมทั้งสามารถนำผลที่ได้ไปใช้กำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การยกระดับความสามารถในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวต่อไปได้

วัตถุประสงค์

การจัดทำคู่มือเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ทำความเข้าใจและศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบของเกณฑ์ ตัวบ่งชี้ และเกณฑ์การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงวิธีการให้คะแนน และการจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะสามารถนำไปใช้ประเมินได้อย่างถูกต้อง และทราบถึงสถานการณ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตนเองว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงในเรื่องใด อันจะนำไปสู่การพัฒนา และยกระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนให้สูงขึ้นต่อไปในอนาคตได้

ประโยชน์ในการนำไปใช้

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำข้อมูลเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของตนเอง ตลอดจนก่อให้เกิดการดำเนินงานที่เป็นระบบอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถพัฒนา

ศักยภาพในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น

สำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ/ผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ไปศึกษาและนำไปใช้ประเมินตนเอง (Self-Assessment) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา หรือกำหนดเป็นนโยบายการบริหารงาน และพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการคอยติดตาม ควบคุม และประเมินผลการดำเนินงานที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

สำหรับระดับปฏิบัติการ

ผู้ปฏิบัติงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสามารถทราบถึงจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาของประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบัน ทำให้สามารถแก้ไขปรับปรุง และพัฒนาได้ตรงจุดและสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

บทที่ 2

โครงสร้างและวิธีคำนวณคะแนนเกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

โครงสร้างของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Assessment Criteria in Gastronomic Tourism Management) หมายถึง คุณลักษณะ หรือระดับที่ถือว่าเป็นคุณภาพ ความสำเร็จ หรือความเหมาะสมของการดำเนินงาน หรือผลการดำเนินงานที่กำหนดใช้ในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย เกณฑ์ (Criteria) ตัวบ่งชี้ (Indicator) และเกณฑ์การพิจารณา (Considered Criteria)

เกณฑ์ (Criteria) หมายถึง องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

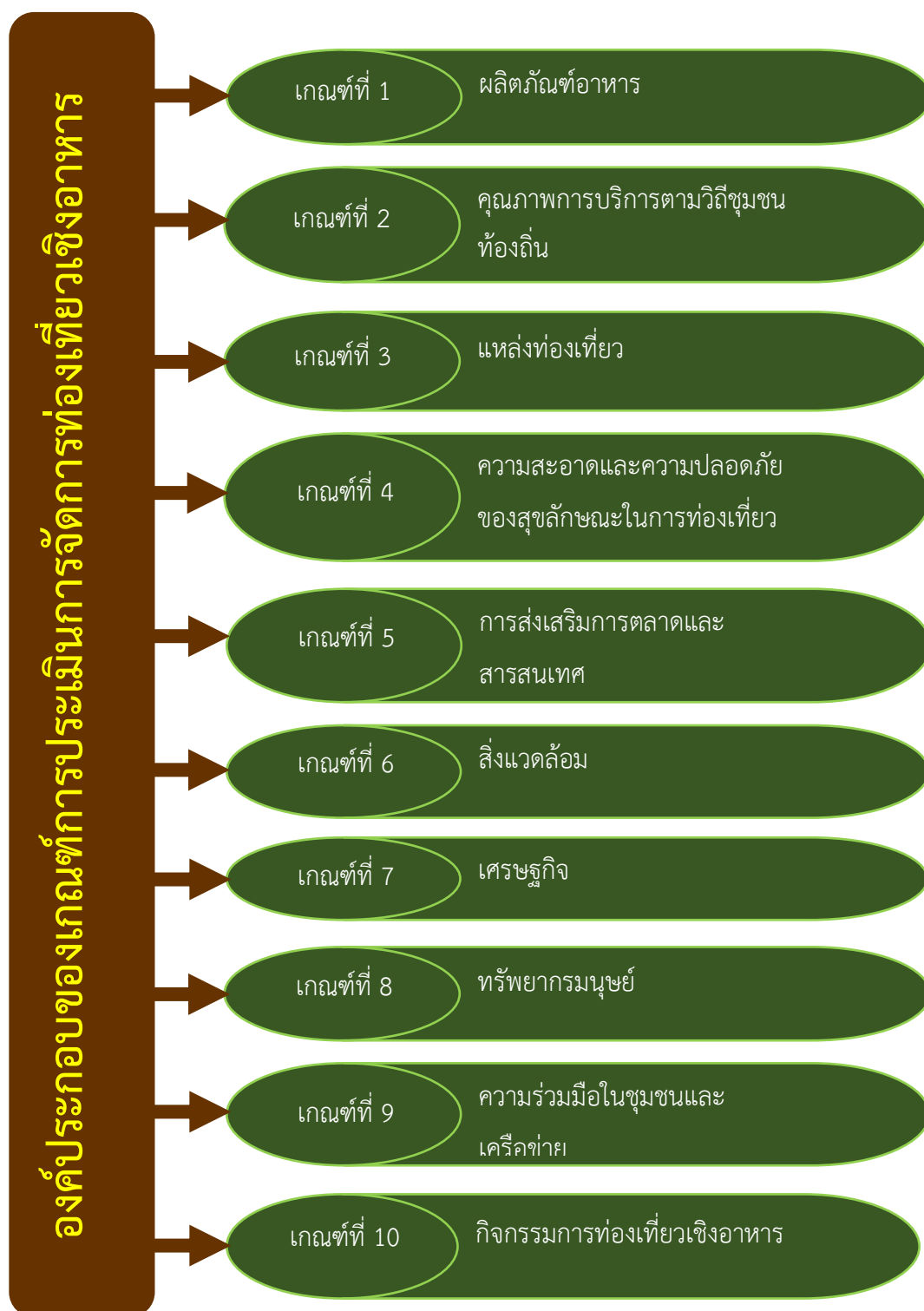
ตัวบ่งชี้ (Indicator) หมายถึง คุณลักษณะหรือกิจกรรมสำคัญที่สังเกตได้ภายในเกณฑ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา (Considered Criteria) หมายถึง ประเด็นการพิจารณาเชิงปริมาณ และคุณภาพที่สังเกตได้ตามคุณลักษณะของตัวบ่งชี้ที่กำหนดในการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Assessment Criteria in Gastronomic Tourism Management) ฉบับนี้ ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ 111 เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

โครงสร้างของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ ดังภาพที่ 1 ถึง ภาพที่ 11





ภาพที่ 1 องค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์ที่ 1

ผลิตภัณฑ์อาหาร

- ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)
- ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น
- ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึง วัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น
- ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

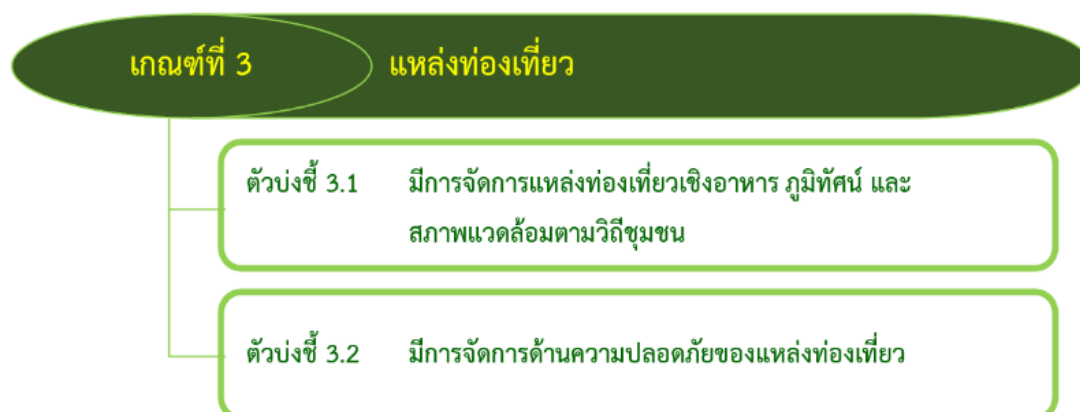
ภาพที่ 2 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร

เกณฑ์ที่ 2

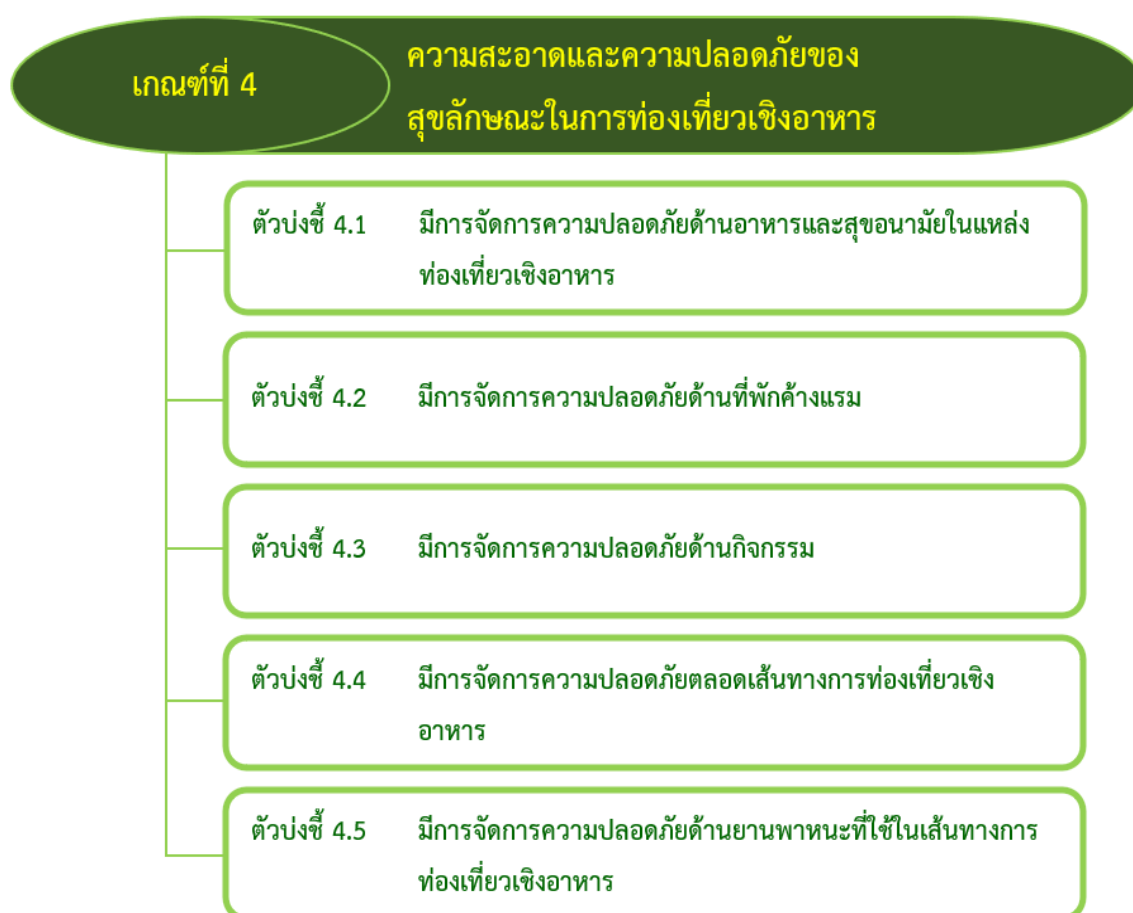
คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น

- ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว
- ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 3 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น



ภาพที่ 4 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 5 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์ที่ 5

การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

- ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง
- ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด
- ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน
- ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน
- ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ภาพที่ 6 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

เกณฑ์ที่ 6

สิ่งแวดล้อม

- ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 7 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม

เกณฑ์ที่ 7

เศรษฐกิจ

- ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน
- ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
- ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน
- ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 8 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ

เกณฑ์ที่ 8

ทรัพยากรมนุษย์

- ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน
- ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน
- ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 9 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์

เกณฑ์ที่ 9

ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย

- ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 10 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย

เกณฑ์ที่ 10

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

- ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภาพที่ 11 ตัวบ่งชี้ในเกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณาในแต่ละตัวบ่งชี้ของเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีทั้งหมด 111 เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)

เกณฑ์การพิจารณา

1.1.1 มีการกำหนดนโยบายการจัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักหรืออันดับแรก

1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น

1.1.3 สามารถทำการตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไปถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้

1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Safety Stock)

1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุนของวัตถุดิบที่สั่งซื้อให้เป็นไปตามที่ตั้งประมาณการไว้ เช่น มีการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้เป็นไปตามงบประมาณจัดซื้อที่ประมาณการไว้เป็นไปตามคุณภาพและราคา เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 1.2 ีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น

เกณฑ์การพิจารณา

1.2.1 มีการคัดสรรวัตถุดิบหลักและเครื่องปรุงรสที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น มีความแท้และดั้งเดิมตามต้นตำรับของชุมชน

1.2.2 มีเทคนิค กรรมวิธี ขั้นตอนการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นที่ถูกสุขลักษณะและสะท้อนถึงภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่นตามตำรับที่สืบทอดกันมา

1.2.3 มีรสชาติ กลิ่นและรูปลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเป็นไปตามตำรับดั้งเดิมของชุมชน

1.2.4 มีการนำเสนอสำหรับอาหารและวิธีการรับประทานอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

1.2.5 มีข้อมูล/เรื่องราวที่บอกเล่าประวัติความเป็นมาของวัตถุดิบ หรืออาหารในท้องถิ่น และคุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหารในท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว

ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหาร เฉพาะถิ่น

เกณฑ์การพิจารณา

- 1.3.1 มีการสืบค้นภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและสะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน จากผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และตำรับตำราอาหาร
- 1.3.2 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลอาหารท้องถิ่นในรูปแบบลายลักษณ์อักษร หรือสื่อดิจิทัล เช่น เอกสาร หนังสือ และคู่มือตำราอาหารท้องถิ่น Website แฟ้มเอกสารข้อมูล (File) วิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น
- 1.3.3 มีการถ่ายทอด เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับผู้มีส่วนได้เสีย/ผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางต่าง ๆ
- 1.3.4 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานหรือองค์กรหรือชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้มาพัฒนาชุมชนของตนเอง

ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหาร ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

- 1.4.1 มีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาดัดแปลงรังสรรค์ต่อยอดเป็นเมนูอาหารใหม่ที่หลากหลาย
- 1.4.2 มีการเพิ่มมูลค่าเมนูอาหารท้องถิ่น โดยใช้ศิลปะการตกแต่งเมนูอาหารในท้องถิ่น (Food Design)
- 1.4.3 มีการใช้นวัตกรรมเครื่องมือ เครื่องใช้ผ่านขั้นตอน กรรมวิธีการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่น เช่น อุปกรณ์ทุ่นแรงที่ใช้ในครัว เป็นต้น
- 1.4.4 มีการใช้นวัตกรรมในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น อุปกรณ์ที่ให้บริการเสริมกับนักท่องเที่ยว อุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โปรแกรมการส่งอาหารผ่านมือถือ ระบบเมนูอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการชำระเงิน (เช่น การสแกน QR Code) เป็นต้น
- 1.4.5 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐ หรือเอกชน เช่น สถาบันการศึกษา กระทรวงอุตสาหกรรม ที่มีโครงการพัฒนา หรือให้การสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมให้ความร่วมมือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

1.5.1 ได้รับรางวัลหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น รางวัลอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

1.5.2 ได้รับเกียรติบัตรการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร ด้านรสชาติและสุขอนามัย เช่น อย. มผช. OTOP ฮาลาล GAP GMP เซลล์ชวนชิม Clean Food Good Taste มิชลิน Thai Select เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น

ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

2.1.1 บุคลากรในชุมชน ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น เช่น ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยเครื่องดื่มประจำท้องถิ่น มีการแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2.1.2 บุคลากรในชุมชน สามารถแนะนำ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.1.3 บุคลากรในชุมชน สามารถสื่อสารและให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

2.1.4 ผู้สัมผัสอาหารที่เป็นบุคลากรในชุมชนต้องปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว

เกณฑ์การพิจารณา

2.2.1 มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกตามวิถีชุมชนได้มาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาด และถูกสุขอนามัย เช่น ช้อน ส้อม ตะเกียบ ภาชนะ อุปกรณ์ที่ใช้ในครัว เครื่องปรุงรส ไม้จิ้มฟัน กระดาษเช็ดปาก โตะ แก้ว น้ำดื่ม เป็นต้น

2.2.2 มีห้องสุขาให้บริการที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ แยกสุขาชาย หญิง และผู้ด้อยโอกาส

2.2.3 มีอ่างล้างมือให้บริการ หรือจุดล้างมือที่สามารถใช้การได้ดี และจัดให้มีสบู่สำหรับล้างมือ

2.2.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ราวจับ เป็นต้น

2.2.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิถีชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ปลอดภัย มีการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

2.3.1 มีการควบคุมและดูแลผู้ให้บริการ การขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีมาตรฐานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกของนักท่องเที่ยว/ผู้ใช้บริการ

2.3.2 มีป้ายบอกทางและแสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน เป็นระยะแสดงจุดเชื่อมโยงต่าง ๆ

2.3.3 มีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน

2.3.4 มียานพาหนะที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย

2.3.5 มีตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่บนแผนที่ออนไลน์ เช่น Google Map เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

3.1.1 มีการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับสภาพชุมชน ไม่มีทรศณะอุจาด (Visual Pollution) เช่น กองขยะ น้ำขัง ทางเดินผู้พิการ เป็นต้น

3.1.2 มีการจัดสถานที่ ที่ให้บริการหรือจัดกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนถูกสุขลักษณะ เช่น จัดสถานที่ประกอบอาหาร (ครัว) สถานที่การจัดเก็บอาหาร สถานที่จัดเก็บภาชนะที่ใส่อาหาร สถานที่จัดกิจกรรมสาธิต

วิธีการปรุงอาหาร สถานที่รับประทานอาหาร ให้เป็นส่วน เป็นต้น

3.1.3 มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ หรือมีจุดถ่ายภาพให้มีความน่าสนใจ หรือมีการจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบวิถีชีวิตคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

เกณฑ์การพิจารณา

3.2.1 มีการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้เกิดความปลอดภัยเมื่อเดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีคู่มือ/เอกสารแนะนำการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการจัดระบบความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น ทางหนีไฟ อุปกรณ์ดับเพลิง ชุดปฐมพยาบาล ระบบระบายอากาศ เป็นต้น

3.2.3 ชุมชนมีแผนฉุกเฉินและมีการฝึกซ้อมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณีมีเหตุฉุกเฉิน ตามที่กำหนดและระบุไว้ในแผน

เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

4.1.1 มีการกำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติที่ดีในการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานสาธารณสุข เช่น ความสะอาดของสถานที่ประกอบอาหาร การเลือกใช้ภาชนะและอุปกรณ์ที่มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีความปลอดภัยจากโรคติดต่ออันตราย (ได้รับมาตรฐาน SHA) เป็นต้น

4.1.2 มีการให้ความรู้ และฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ

ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม

เกณฑ์การพิจารณา

4.2.1 มีการจัดการให้บริการที่พักค้างแรมภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือภายในชุมชน/เครือข่ายการท่องเที่ยวแนะนำให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

4.2.2 มีการจัดการที่พักค้างแรมให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

4.2.3 มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ

ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม

เกณฑ์การพิจารณา

4.3.1 จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอกับรูปแบบกิจกรรมในแต่ละประเภท เช่น

- กิจกรรมทางน้ำ เช่น ต้องมีเสื้อชูชีพ
- กิจกรรมทางบก เช่น เดินป่า/หาวัตถุโบราณในป่า จุดที่อันตรายต้องมีราวจับ หรือมีคนคอยแนะนำ เป็นต้น

4.3.2 มีการจัดอบรมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวประสบภัยขณะทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

4.4.1 จัดทำป้ายบอกเส้นทางสื่อความหมายที่ชัดเจนสำหรับการเดินทางไปทำกิจกรรมในแต่ละฐานการเรียนรู้

4.4.2 มีบุคลากรในชุมชน คอยให้คำแนะนำและดูแลความปลอดภัยตลอดเส้นทางในการเดินทางไปทำกิจกรรม

ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

4.5.1 มีการจัดเตรียมและเลือกใช้ยานพาหนะที่เหมาะสมกับการเดินทางไปทำกิจกรรมตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การเดินทางด้วยยานยนต์ (รถมอเตอร์ไซด์ รถซาเล้ง รถอีแต๋น เรือหางยาว ฯลฯ) การเดินทางด้วยจักรยาน หรือการเดินทางด้วยเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น

4.5.2 มีการทำความสะอาดและตรวจสอบความปลอดภัยของยานพาหนะ รวมถึงเส้นทาง การเดินเท้าก่อนให้บริการนักท่องเที่ยวทุกครั้ง เช่น

- เรือหางยาวต้องทำความสะอาดไม่ให้มีหอย ไม่ให้มีเพรียงเกาะตามข้างเรือ หรือต้องมีบันไดขึ้นเรือ และทำความสะอาดไม่ให้บันไดลื่น เป็นต้น
- รถซาเล้ง บรรทุกนักท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 4 – 5 คน การนั่งต้องมีราวจับ เป็นต้น
- การเดินเท้า เส้นทางเดินด้วยเท้า มีแสงสว่างเพียงพอ มีความสะอาดปลอดภัย มีป้ายบอกทาง มีป้ายเตือนภัย เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

5.1.1 มีการจัดเก็บสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของชุมชน

5.1.2 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง

เกณฑ์การพิจารณา

5.2.1 มีช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนและหลังมาใช้บริการของชุมชน ให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย หรือสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาใช้บริการของชุมชน

5.2.2 มีการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบวันเกิดของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด

เกณฑ์การพิจารณา

5.3.1 มีการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมครอบคลุมการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทางร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

5.3.2 มีการแจ้งราคาการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และราคาเมนูอาหารท้องถิ่นที่เป็นธรรมและชัดเจน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

5.3.3 มีช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร/ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ผ่านสื่อทั่วไป หรือสื่อดิจิทัล เช่น แนะนำปากต่อปาก รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน บริษัททัวร์ Website Instagram Twitter QR Code YouTube TikTok Line Facebook Page ของชุมชน เป็นต้น

5.3.4 มีการดำเนินงานและติดตามแผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เช่น มีการประเมินการดำเนินงานตามแผนการตลาด มีรายงานฝ่ายการตลาด เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

5.4.1 มีการสร้างการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชนในด้านอาหาร ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ชนกระประกวด หรือผ่านการรับรองตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

5.4.2 มีกระบวนการ การสร้างภาพจำของผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชน เช่น มีตราผลิตภัณฑ์และเรื่องราวของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย มีการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

5.5.1 มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การจัดทำคู่มือการให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือขั้นตอน กรรมวิธีการปรุงเมนูอาหารในท้องถิ่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

5.5.2 มีกระบวนการรับประกันความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น การรับเปลี่ยนอาหารที่ถูกคำร้องเรียน (รสชาติเปลี่ยนแปลงได้) เป็นต้น

5.5.3 มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ

ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

เกณฑ์การพิจารณา

5.6.1 มีจัดการระบบฐานข้อมูลของชุมชนที่เป็นระบบ และสามารถนำมาใช้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

5.6.2 มีระบบรักษาความปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูลของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

5.6.3 มีการนำข้อมูลที่จัดเก็บหรือรวบรวมได้มาใช้ในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่ประจักษ์ เช่น การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาด การจัดทำประมาณการรายรับ รายจ่ายของชุมชน เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

6.1.1 มีการรวบรวมและคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ เช่น มีการคัดแยกขยะต้นทาง มีกระบวนการคัดแยกเศษอาหาร มีกระบวนการจัดการเศษอาหาร เป็นต้น

6.1.2 มีการจัดเก็บขยะที่เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ ไม่มีขยะตกค้าง เช่น การ

กำหนดเวลาจัดเก็บขยะ การปลอดถังขยะ เป็นต้น

6.1.3 มีการกำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การมีเตาเผาขยะของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

6.1.4 มีการนำขยะมาเข้าสู่กระบวนการทำให้ขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) หรือการใช้ซ้ำหรือหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำขยะอินทรีย์มาเข้าสู่กระบวนการทำเป็นปุ๋ยหมัก การนำขยะกระดาษมาเข้าสู่กระบวนการหมุนเวียนใช้ซ้ำ เป็นต้น

6.1.5 มีการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น มีการใช้วัสดุ/ภาชนะ/บรรจุภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ย่อยสลายได้) โดยคนในชุมชนผลิตเอง เช่น ไม้ไผ่ ป่าน ใบตอง ทางมะพร้าว ถุงกระดาษ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

6.2.1 มีกระบวนการบำบัดน้ำเสีย ตั้งแต่ต้นทาง เช่น มีการติดตั้งถังดักไขมันจากน้ำเสียของชุมชน มีท่อ/บ่อ/ถังดักไขมันย่อยได้อย่างล้างภาชนะ และดักไขมันทิ้งเสมอ เป็นต้น

6.2.2 มีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน เช่น การวัดคุณภาพน้ำทิ้งภายหลังผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

6.2.3 มีการติดตั้งระบบควบคุมมลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นจากกระบวนการ การให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การติดตั้งปล่องระบายควันจากการปรุงอาหาร เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ

ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

7.1.1 คนในชุมชนมีรายได้จากการผลิต หรือจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น คนในชุมชนร่วมส่งวัตถุดิบ เช่น ผัก ผลไม้ ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

7.1.2 มีการจัดทำและพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน

เกณฑ์การพิจารณา

7.2.1 มีความสามารถในการระดมเงินทุน เพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การออกหุ้นจำหน่ายให้กับสมาชิกชุมชน การได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐหรือองค์กรภายในชุมชน เป็นต้น

7.2.2 มีโครงสร้างของแหล่งที่มาของเงินทุนที่เหมาะสม เช่น สัดส่วนของเงินกู้และส่วนของทุนที่มาจากสมาชิก เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

เกณฑ์การพิจารณา

7.3.1 มีการจัดทำรายงานทางบัญชีและการเงินเป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชีที่สามารถสะท้อนตัวเลขรายรับและรายจ่ายของการดำเนินงาน

7.3.2 มีนโยบายในการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานที่ชัดเจน เช่น อัตราการจ่ายเงินปันผลแก่สมาชิก หรือผู้ถือหุ้น เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

7.4.1 มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง

7.4.2 มีการจัดสรรผลประโยชน์ หรือค่าตอบแทนจากดำเนินงานของชุมชนที่เป็นธรรม หรือตามข้อตกลงในการว่าจ้าง เช่น มีเอกสารการจ่ายค่าตอบแทน มีการจ่ายค่าตอบแทนตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำในท้องถิ่นตามประกาศของทางราชการ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

7.5.1 มีการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น มีการพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความ

ต้องการเฉพาะส่วน (กลุ่มอาหารมังสวิรัต กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารตามหลักศาสนา ฯลฯ) มีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

7.5.2 มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมเพื่อเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดกิจกรรมสปา นวดแผนไทย เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์

ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

- 8.1.1 ผู้นำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 8.1.2 ผู้นำมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน โดยรวม เช่น การจัดการบัญชีและการเงิน การตลาด การบริหารบุคคล เป็นต้น
- 8.1.3 ผู้นำสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น การสร้างกำไรจากการประกอบการ การได้รับรางวัล หรือมาตรฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น
- 8.1.4 ผู้นำมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ ความเข้าใจกับคนในชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน

เกณฑ์การพิจารณา

- 8.2.1 มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน
- 8.2.2 มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในชุมชนตามโครงสร้างการบริหาร เช่น มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของประธาน กรรมการ ผู้ปรุงอาหาร มัคคุเทศก์ชุมชน เป็นต้น
- 8.2.3 มีการวางแผนอัตรากำลังบุคลากรในชุมชนให้พร้อมกับการรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยว

ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

- 8.3.1 มีแผนงานการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 8.3.2 มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในชุมชนตามแผนงานที่กำหนด เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ชุมชน ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ภาษาต่างประเทศ นักสื่อความหมาย/นักเล่าเรื่องที่ดี การศึกษาดูงานชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น
- 8.3.3 มีการติดตามและประเมินผลบุคลากรในชุมชนที่ผ่านการฝึกอบรม หรือศึกษาดูงาน เช่น ติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรในการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นให้มีมาตรฐานเดียวกัน มีการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้อย่างจริงจัง เป็นต้น
- 8.3.4 มีการพัฒนาศักยภาพ ทักษะบุคลากรในชุมชน โดยการสับเปลี่ยนหน้าที่ ตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ

เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย

ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

- 9.1.1 มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การสมัครเป็นบุคลากร การร่วมถือหุ้น เป็นต้น
- 9.1.2 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น มีการจัดการประชุมประชาคมชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกชุมชน ผ่านกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมภาคภูมิใจ เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

9.2.1 มีการสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน เช่น การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นของชุมชน การออกบูธร้านอาหารในงานประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน เป็นต้น

9.2.2 มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนา ส่งเสริมบุคลากรหรือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดอบรมมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ในสถานศึกษา เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

9.3.1 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กรภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาของรัฐ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นต้น

9.3.2 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กรภาคเอกชน เช่น สมาคมการท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจอาหาร ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

9.3.3 มีเครือข่ายความร่วมมือกับเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกระดับ เช่น เครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น สมาพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

10.1.1 มีการระดมความคิดจากบุคลากรในชุมชน เพื่อพัฒนา และต่อยอดกิจกรรม หรือเมนูอาหารที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก

10.1.2 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เชื่อมโยงกับเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ชุมชนท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

10.1.3 มีการพัฒนากิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น มีบริการที่พักค้างแรมภายในชุมชน บริการสปา เป็นต้น

ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมผ่านอาหารในท้องถิ่น เช่น การชมและร่วมกระบวนการสาธิตขั้นตอน กรรมวิธีการปรุงเมนูอาหารท้องถิ่น จัดเส้นทางท่องเที่ยวในการชิมอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

10.2.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการจัดวางรูปแบบอาหารแต่ละเมนู เช่น การประดิษฐ์วัสดุ/ ภาชนะสำหรับจัดวางอาหารโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

10.2.3 มีการนำขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีมาใช้ในกระบวนการบริการอาหารให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การรับประทานแบบขันโตก/พาแลง/สำหรับ การรับประทานด้วยมือ เป็นต้น

10.2.4 มีการนำเสนอเรื่องราวและองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของเมนูอาหารในท้องถิ่น ส่วนผสมและคุณประโยชน์ของเมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น



เกณฑ์และวิธีการประเมินตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความแท้ ดั้งเดิม ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่นผสมผสานกับการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลอดจนมีผลิตภัณฑ์อาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ และมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ได้รับรางวัลหรือเป็นต้นแบบด้านการท่องเที่ยว

ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)

หมายถึง การดำเนินการจัดให้มีกระบวนการสรรหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพจากแหล่งผลิตวัตถุดิบที่อยู่ในท้องถิ่นเป็นหลัก พร้อมทั้งจัดทำรายชื่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่นที่สามารถทำการตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไปถึงแหล่งผลิตได้ ตลอดจนมีการควบคุมปริมาณวัตถุดิบและต้นทุนของวัตถุดิบ

เกณฑ์การพิจารณา

1.1.1 มีการกำหนดนโยบายการจัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักหรืออันดับแรก

1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น

1.1.3 สามารถทำการตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไปถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้

1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Safety Stock)

1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุนของวัตถุดิบที่สั่งซื้อให้เป็นไปตามที่ตั้งประมาณการไว้ เช่น มีการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้เป็นไปตามงบประมาณจัดซื้อที่ประมาณการไว้เป็นไปตามคุณภาพและราคา เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น

หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ ลักษณะเฉพาะตัวของอาหารท้องถิ่น ประกอบด้วย สี กลิ่น รสชาติ เนื้อสัมผัส วัตถุดิบในท้องถิ่น เครื่องปรุงรสมีความแท้และดั้งเดิมนำมาผ่านกรรมวิธีขั้นตอนการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นที่ถูกสุขลักษณะ และแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการรับประทานอาหารในแต่ละท้องถิ่น ตลอดจนผลิตภัณฑ์อาหารในแต่ละงานมีคุณค่าทางโภชนาการและสามารถถ่ายทอดเรื่องราวของวัตถุดิบ ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์อาหารในแต่ละงานที่ได้แสดงออกให้เห็นถึงอัตลักษณ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาในแต่ละท้องถิ่นได้

เกณฑ์การพิจารณา

1.2.1 มีการคัดสรรวัตถุดิบหลักและเครื่องปรุงรสที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น มีความแท้และดั้งเดิมตามต้นตำรับของชุมชน

1.2.2 มีเทคนิค กรรมวิธี ขั้นตอนการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นที่ถูกสุขลักษณะและสะท้อนถึงภูมิปัญญาชาวบ้านในท้องถิ่นตามตำรับที่สืบทอดกันมา

1.2.3 มีรสชาติ กลิ่นและรูปลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่นเป็นไปตามตำรับดั้งเดิมของชุมชน

1.2.4 มีการนำเสนอสำหรับอาหารและวิธีการรับประทานอาหารที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

1.2.5 มีข้อมูล/เรื่องราวที่บอกเล่าประวัติความเป็นมาของวัตถุดิบ หรืออาหารในท้องถิ่น และคุณค่าทางโภชนาการของเมนูอาหารในท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น

หมายถึง การสืบค้น รวบรวม จัดระเบียบความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและสะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน จากผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และตำรับตำราอาหารในรูปแบบลายลักษณ์อักษร หรือสื่อดิจิทัล มีช่องทางการถ่ายทอด เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับผู้มีส่วนได้เสีย/ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเองได้

เกณฑ์การพิจารณา

1.3.1 มีการสืบค้นภูมิปัญญาด้านอาหารท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและสะท้อนถึงเอกลักษณ์ วัฒนธรรมของคนในชุมชน จากผู้รู้ ปราชญ์ชาวบ้าน และตำรับตำราอาหาร

1.3.2 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลอาหารท้องถิ่นในรูปแบบลายลักษณ์อักษร หรือสื่อดิจิทัล เช่น เอกสาร หนังสือ และคู่มือตำราอาหารท้องถิ่น Website แฟ้มเอกสารข้อมูล (File) วิดีโอผ่านสื่อออนไลน์ เป็นต้น

1.3.3 มีการถ่ายทอด เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับผู้มีส่วนได้เสีย/ผู้ที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางต่าง ๆ

1.3.4 มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานหรือองค์กรหรือชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้มาพัฒนาชุมชนของตนเอง

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารมีการผสมผสานระหว่างวัตถุดิบในท้องถิ่น กรรมวิธีการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่น ผ่านนวัตกรรมเครื่องมือ เครื่องใช้ที่สามารถให้บริการอาหารท้องถิ่นและอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมาก รวมถึงมีการเพิ่มมูลค่าให้กับเมนูอาหารท้องถิ่น โดยใช้ศิลปะการตกแต่งเมนูอาหาร ตลอดจนมีความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือเอกชน

เกณฑ์การพิจารณา

1.4.1 มีการนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาดัดแปลงรังสรรค์ต่อยอดเป็นเมนูอาหารใหม่ที่หลากหลาย

1.4.2 มีการเพิ่มมูลค่าเมนูอาหารท้องถิ่น โดยใช้ศิลปะการตกแต่งเมนูอาหารในท้องถิ่น (Food Design)

1.4.3 มีการใช้นวัตกรรมเครื่องมือ เครื่องใช้ผ่านขั้นตอน กรรมวิธีการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่น เช่น อุปกรณ์ทุ่นแรงที่ใช้ในครัว เป็นต้น

1.4.4 มีการใช้นวัตกรรมในการให้บริการนักท่องเที่ยวที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น อุปกรณ์ที่ให้บริการเสริมกับนักท่องเที่ยว อุปกรณ์อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว โปรแกรมการส่งอาหารผ่านมือถือ ระบบเมนูอิเล็กทรอนิกส์ ระบบการชำระเงิน (เช่น การสแกน QR Code) เป็นต้น

1.4.5 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความร่วมมือกับองค์กรภาครัฐหรือเอกชน เช่น สถาบันการศึกษา กระทรวงอุตสาหกรรม ที่มีโครงการพัฒนา หรือให้การสนับสนุน หรือจัดกิจกรรมให้ความร่วมมือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น



เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้รับรางวัลหรือผ่านมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ครอบคลุมถึงการได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงได้รับประกันความอร่อยด้านรสชาติอาหารจากองค์กรหรือหน่วยงานภายนอก เพื่อสร้างความมั่นใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาใช้บริการ

สำหรับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ณ ปัจจุบัน มีดังนี้

อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) เป็นมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขสำหรับการให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่มีภาชนะบรรจุสนิท

มผช. (มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน) เป็นมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำหรับ การให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชน ที่เกิดการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งที่จดทะเบียนอย่าง เป็นทางการหรือไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มเองโดยธรรมชาติ หรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการคัดเลือกจากจังหวัด และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

มกท. (มาตรฐานเกษตรอินทรีย์) เป็นมาตรฐานของสำนักงานเกษตรอินทรีย์ สำหรับการตรวจสอบและรับรองการผลิตและการประกอบการ ไม่ใช่เฉพาะตรวจรับรองผลผลิต โดยอาจเริ่มจากการผลิตการเกษตร (ซึ่งอาจเป็นการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ เลี้ยงผึ้ง เก็บเกี่ยวผลผลิตจากป่าและธรรมชาติ การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ) ไปจนถึงการจัดการผลผลิตและการแปรรูป

OTOP (ONE TAMBON ONE PRODUCT) หรือ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นเครื่องหมายที่คณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติออกให้กับผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน

ฮาลาล เป็นเครื่องหมายที่คณะกรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล ของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย หรือคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดต่าง ๆ ได้อนุญาตให้ผู้ประกอบการประทับหรือแสดงลงบนฉลากหรือผลิตภัณฑ์หรือกิจการใดๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่เรียกว่า “ฮาลาล”

GAP (Good Agricultural Practice) เป็นมาตรฐานของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์สำหรับการปฏิบัติในการผลิตพืชเพื่อให้ผลผลิตได้มาตรฐานความปลอดภัย ปลอดภัยพืชและคุณภาพถูกใจ

GMP (Good Manufacturing Practice) เป็นหลักเกณฑ์ วิธีการที่ดีในการผลิตอาหารเป็นเกณฑ์หรือข้อกำหนดขั้นพื้นฐานที่จำเป็นในการผลิตและควบคุมเพื่อให้ผู้ผลิตปฏิบัติตาม และทำให้สามารถผลิตอาหารได้อย่างปลอดภัย โดยเน้นการป้องกันและขจัดความเสี่ยงที่อาจจะทำให้อาหารเป็นพิษ เป็นอันตราย หรือเกิดความไม่ปลอดภัยแก่ผู้บริโภค สำหรับประเทศไทย มีสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ในการตรวจรับรอง

เกณฑ์การพิจารณา

1.5.1 ได้รับรางวัลหรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย รางวัลมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

1.5.2 ได้รับเกียรติบัตรการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหาร ด้านรสชาติและสุขอนามัย เช่น อย. มผช. OTOP ฮาลาล GAP GMP เซลล์ชวนชิม Clean Food Good Taste มิชลิน Thai Select เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จาก

การปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น

หมายถึง การจัดการให้บริการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการภายในแหล่งท่องเที่ยว จนเกิดเป็นความประทับใจเกินความคาดหวังในประสบการณ์ที่ได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดความประทับใจในวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น โดยเฉพาะด้านอาหาร จนต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ ที่สำคัญไปบอกต่อหรือชักชวนนักท่องเที่ยวยาวนานขึ้น

เกณฑ์การพิจารณา

2.1.1 บุคลากรในชุมชน ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น เช่น ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยเครื่องดื่มประจำท้องถิ่น มีการแต่งกายด้วยชุดประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2.1.2 บุคลากรในชุมชน สามารถแนะนำ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.1.3 บุคลากรในชุมชน สามารถสื่อสารและให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

2.1.4 ผู้สัมผัสอาหารที่เป็นบุคลากรในชุมชนต้องปฏิบัติตามหลักสุขาภิบาลอาหาร

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว

หมายถึง การจัดดำเนินการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารที่ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย ถูกหลักอนามัยตามวิธีชุมชน ครอบคลุมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิธีชุมชนท้องถิ่นจริง และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย เกิดเป็นความประทับใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว

เกณฑ์การพิจารณา

2.2.1 มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกตามวิธีชุมชนได้มาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาด และถูกสุขอนามัย เช่น ช้อน ส้อม ตะเกียบ ภาชนะ อุปกรณ์ที่ใช้ในครัว เครื่องปรุงรส ไม้จิ้มฟัน กระดาษเช็ดปาก โตะ แก้วน้ำ ที่นั่ง เป็นต้น

2.2.2 มีห้องสุขาให้บริการที่ถูกสุขลักษณะและเพียงพอ แยกสุขาชาย หญิง และผู้ด้อยโอกาส

2.2.3 มีอ่างล้างมือให้บริการ หรือจุดล้างมือที่สามารถใช้ได้ดี และจัดให้มีสบู่สำหรับล้างมือ

2.2.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด รวจจับ เป็นต้น

2.2.5 มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิธีชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ปลอดภัย มีการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการจัดระบบให้มีเส้นทางคมนาคมในการขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนที่สะดวกและปลอดภัย

เกณฑ์การพิจารณา

2.3.1 มีการควบคุมและดูแลผู้ให้บริการ การขนส่งเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีมาตรฐานโดยคำนึงถึงความปลอดภัยและความสะดวกของนักท่องเที่ยว/ผู้ให้บริการ

2.3.2 มีป้ายบอกทางและแสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน เป็นระยะแสดงจุดเชื่อมโยงต่าง ๆ

2.3.3 มีการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ชัดเจน

2.3.4 มียานพาหนะที่ให้บริการที่ได้มาตรฐานด้านความปลอดภัย

2.3.5 มีตำแหน่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่บนแผนที่ออนไลน์ เช่น Google Map เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสืบค้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว

หมายถึง การจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน โดยการวางแผนปฏิบัติการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดเป็นความประทับใจและความรู้สึกปลอดภัยในการเดินทางเข้ามาใช้บริการ

ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน

หมายถึง การดำเนินการด้านจัดแต่งสถานที่ ปรับภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายให้แก่ผู้ใช้บริการ รวมถึงให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

เกณฑ์การพิจารณา

3.1.1 มีการจัดการสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตยกรรมที่สอดคล้องกับสภาพชุมชน ไม่มีทรศนะขุจาด (Visual Pollution) เช่น กองขยะ น้ำขัง ทางเดินผู้พัง เป็นต้น

3.1.2 มีการจัดสถานที่ ที่ให้บริการหรือจัดกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ตลอดจนถูกสุขลักษณะ เช่น จัดสถานที่ประกอบอาหาร (ครัว) สถานที่การจัดเก็บอาหาร สถานที่จัดเก็บภาชนะที่ใส่อาหาร สถานที่จัดกิจกรรมสาธิตวิธีการปรุงอาหาร สถานที่รับประทานอาหาร ให้เป็นสัดส่วน เป็นต้น

3.1.3 มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ หรือมีจุดถ่ายภาพให้มีความน่าสนใจ หรือมีการจัดสถานที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับบรรยากาศที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงบรรยากาศการรับประทานอาหารแบบวิถีชีวิตคนในชุมชนท้องถิ่น เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จาก

การปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนตลอดเวลา รวมถึงการสร้างความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้เกิดความปลอดภัย ครอบคลุมถึงการจัดทำแผนฝึกซ้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในสถานการณ์ฉุกเฉิน แผนการประเมินและทบทวนด้านความปลอดภัย

เกณฑ์การพิจารณา

3.2.1 มีการสร้างความเข้าใจกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปฏิบัติตนให้เกิดความปลอดภัย เมื่อเดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มีคู่มือ/เอกสารแนะนำการดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการจัดระบบความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางเข้ามาใช้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น ทางหนีไฟ อุปกรณ์ดับเพลิง ชุดปฐมพยาบาล ระบบระบายอากาศ เป็นต้น

3.2.3 ชุมชนมีแผนฉุกเฉินและมีการฝึกซ้อมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณีมีเหตุฉุกเฉิน ตามที่กำหนดและระบุไว้ในแผน

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการรักษาความสะอาดและดูแลความปลอดภัยให้ถูกสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามวิธีชุมชนท้องถิ่น ให้ครอบคลุมด้านอาหาร ที่พักค้างแรม กิจกรรม เส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงยานพาหนะที่ใช้เดินทางตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอาหารให้ถูกสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานสาธารณสุข รวมถึงให้ความรู้และฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนที่ทำหน้าที่บริการด้านอาหาร ให้ครอบคลุมถึงการรักษาความสะอาดสถานที่ประกอบอาหาร การเลือกใช้ภาชนะ และอุปกรณ์ที่มีความปลอดภัย การจัดการเศษขยะ เศษอาหาร คราบน้ำมัน และสิ่งสกปรก สิ่งปฏิกูลต่างๆ อย่างเหมาะสม เพื่อการป้องกันการแพร่เชื้อโรคที่สอดคล้องกับกฎหมายกำหนด

เกณฑ์การพิจารณา

4.1.1 มีการกำหนดมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติที่ดีในการจัดการด้านความปลอดภัยของอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นไปตามมาตรฐานสาธารณสุข เช่น ความสะอาดของสถานที่ประกอบอาหาร การเลือกใช้ภาชนะและอุปกรณ์ที่มีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีความปลอดภัยจากโรคติดต่ออันตราย (ได้รับมาตรฐาน SHA) เป็นต้น

4.1.2 มีการให้ความรู้ และฝึกอบรมบุคลากรในชุมชนที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับอาหารในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จาก

การปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม

หมายถึง การดำเนินการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีการให้บริการที่พักค้างแรม ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนไม่มีการให้บริการที่พักค้างแรม จะต้องจัดให้มีบริการแนะนำที่พักค้างแรมที่อยู่ภายในชุมชน/ที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ที่ผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ ครอบคลุมถึงการแนะนำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตนขณะอยู่ในที่พัก เพื่อให้เกิดความปลอดภัย พร้อมทั้งบอกเบอร์โทรศัพท์ที่สามารถติดต่อถ้าเกิดเหตุฉุกเฉิน

เกณฑ์การพิจารณา

4.2.1 มีการจัดการให้บริการที่พักค้างแรมภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือภายในชุมชน/เครือข่ายการท่องเที่ยวแนะนำให้กับนักท่องเที่ยว ผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนต์ เกสต์เฮาส์ เป็นต้น

4.2.2 มีการจัดการที่พักค้างแรมให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

4.2.3 มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม

หมายถึง การดำเนินการรักษาความปลอดภัยในขณะที่นักท่องเที่ยวกำลังทำกิจกรรมให้ครอบคลุมถึงการเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอกับรูปแบบกิจกรรมในแต่ละประเภท รวมถึงมีการจัดอบรมบุคลากรในชุมชนให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้ทันเวลา ในกรณีที่นักท่องเที่ยวประสบภัยขณะทำกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

4.3.1 จัดเตรียมอุปกรณ์ความปลอดภัยส่วนบุคคลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับ

นักท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเพียงพอกับรูปแบบกิจกรรมในแต่ละประเภท เช่น

- กิจกรรมทางน้ำ เช่น ต้องมีเสื้อชูชีพ
- กิจกรรมทางบก เช่น เดินป่า/หาวัตถุดิบในป่า จุดที่อันตรายต้องมีราวจับ หรือมีคน

คอยแนะนำ เป็นต้น

4.3.2 มีการจัดอบรมช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวประสบภัยขณะทำ

กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการดูแลรักษาความปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการจัดทำป้ายบอกเส้นทางที่ใช้เดินทางไปทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สามารถสื่อความหมายอย่างชัดเจน รวมถึงจัดให้มีบุคลากรในชุมชน คอยให้คำแนะนำและดูแลความปลอดภัยตลอดเส้นทางในการเดินทางไปทำกิจกรรม

เกณฑ์การพิจารณา

4.4.1 จัดทำป้ายบอกเส้นทางสื่อความหมายที่ชัดเจนสำหรับการเดินทางไปทำกิจกรรมในแต่ละฐานการเรียนรู้

4.4.2 มีบุคลากรในชุมชน คอยให้คำแนะนำและดูแลความปลอดภัยตลอดเส้นทางในการเดินทางไปทำกิจกรรม

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางรถท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการดูแลรักษาความสะอาดและความปลอดภัยยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางรถท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงเส้นทางรถเดินทางก่อนให้บริการนักท่องเที่ยวทุกครั้ง

เกณฑ์การพิจารณา

4.5.1 มีการจัดเตรียมและเลือกใช้นานพาหนะที่เหมาะสมกับการเดินทางไปทำกิจกรรมตลอดเส้นทางรถท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การเดินทางด้วยยานยนต์ (รถมอเตอร์ไซด์ รถซาเล้ง รถอีแต็ก เรือหางยาว ฯลฯ) การเดินทางด้วยจักรยาน หรือการเดินทางด้วยเส้นทางเดินเท้า เป็นต้น

4.5.2 มีการทำความสะอาดและตรวจสอบความปลอดภัยของยานพาหนะ รวมถึงเส้นทางรถเดินทางก่อนให้บริการนักท่องเที่ยวทุกครั้ง เช่น

- เรือหางยาวต้องทำความสะอาดไม่ให้มีหอย ไม่ให้มีเพรียงเกาะตามข้างเรือ หรือต้องมีบันไดขึ้นเรือ และทำความสะอาดไม่ให้บันไดลื่น เป็นต้น
- รถซาเล้ง บรรทุกนักท่องเที่ยวไม่ควรเกิน 4 – 5 คน การนั่งต้องมีราวจับ เป็นต้น
- การเดินทางเท้า เส้นทางรถเดินทางด้วยเท้า มีแสงสว่างเพียงพอ มีความสะอาด ปลอดภัย มีป้ายบอกทาง มีป้ายเตือนภัย เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ

หมายถึง การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาข้อมูลการใช้บริการของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงวิเคราะห์ข้อมูลของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการตลาดและการจัดรายการส่งเสริมการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนวิธีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน และการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในจัดเก็บรวบรวมข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการตลาด

ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการจัดเก็บข้อมูลการใช้บริการของนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งสำรวจความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการพัฒนาการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

เกณฑ์การพิจารณา

5.1.1 มีการจัดเก็บสถิติข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์ใช้ในการวางแผนการดำเนินงานของชุมชน

5.1.2 มีการสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการ และข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง

หมายถึง การดำเนินจัดให้มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน โดยดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และแสดงให้เห็นนักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความมุ่งมั่นและยินดีในการให้บริการที่ดี

เกณฑ์การพิจารณา

5.2.1 มีช่องทางการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนและหลังมาใช้บริการของชุมชน ให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการจัดกิจกรรม การส่งเสริมการขาย หรือสิทธิประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาใช้บริการของชุมชน

5.2.2 มีการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบวันเกิดของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด

หมายถึง การวางแผนการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างเป็นระบบ โดยจัดทำแผนการตลาดให้ครอบคลุมการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร และติดตามแผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว

เกณฑ์การพิจารณา

5.3.1 มีการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมครอบคลุมการดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดตำแหน่งทางการตลาด มีการส่งเสริมการตลาดหลากหลายช่องทางร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นต้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

5.3.2 มีการแจ้งราคาการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และราคาเมนูอาหารท้องถิ่นที่เป็นธรรมและชัดเจน ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

5.3.3 มีช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร / ผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น ผ่านสื่อทั่วไป หรือสื่อดิจิทัล เช่น แนะนำปากต่อปาก รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือแนะนำการเดินทางท่องเที่ยว โบรชัวร์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เครือข่ายท่องเที่ยวชุมชน บริษัททัวร์ Website Instagram Twitter QR Code YouTube TikTok Line Facebook Page ของชุมชน เป็นต้น

5.3.4 มีการดำเนินงานและติดตามแผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เช่น มีการประเมินการดำเนินงานตามแผนการตลาด มีรายงานฝ่ายการตลาด เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ ของชุมชน

หมายถึง การสร้างการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชนในด้านอาหาร ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีกระบวนการ การสร้างภาพจำของผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

5.4.1 มีการสร้างการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชนในด้านอาหาร ผ่านการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ชนาะการประกวด หรือผ่านการรับรองตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

5.4.2 มีกระบวนการ การสร้างภาพจำของผลิตภัณฑ์และการบริการของชุมชน เช่น มีตราผลิตภัณฑ์และเรื่องราวของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ง่าย มีการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน

หมายถึง การจัดทำให้มีการดำเนินการให้หลักประกันที่มอบให้แก่นักท่องเที่ยว/ลูกค้าว่าจะได้รับความพึงพอใจต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการด้านอาหารอย่างสม่ำเสมอ

เกณฑ์การพิจารณา

5.5.1 มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การจัดทำคู่มือการให้บริการด้านอาหารแก่นักท่องเที่ยว การจัดทำคู่มือขั้นตอน กระบวนการปรุงเมนูอาหารในท้องถิ่นที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

5.5.2 มีกระบวนการรับประกันความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ เช่น การรับเปลี่ยนอาหารที่ลูกค้าร้องเรียน (รสชาติเปลี่ยนแปลงได้) เป็นต้น

5.5.3 มีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ร้องเรียน หรือข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารผ่านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศ

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

หมายถึง การจัดการให้มีการดำเนินการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นระบบ โดยมีการจัดระบบฐานข้อมูลของชุมชน รวมถึงมีระบบรักษาความปลอดภัยในการเข้าถึงข้อมูลให้เป็นไปตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และมีการนำข้อมูลที่จัดเก็บหรือรวบรวมได้มาใช้ในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างเป็นรูปธรรม

เกณฑ์การพิจารณา

5.6.1 มีจัดการระบบฐานข้อมูลของชุมชนที่เป็นระบบ และสามารถนำมาใช้เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

5.6.2 มีระบบรักษาความปลอดภัยและการเข้าถึงข้อมูลของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ และเป็นไปตามกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

5.6.3 มีการนำข้อมูลที่จัดเก็บหรือรวบรวมได้มาใช้ในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นที่ประจักษ์ เช่น การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยว การวางแผนการตลาด การจัดทำประมาณการรายรับ รายจ่ายของชุมชน เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม

หมายถึง การวางแผนในการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับมาตรฐาน ข้อกำหนด หรือกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดการขยะครบทุกประเภทให้ถูกสุขลักษณะ การจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การดำเนินการจัดให้มีกระบวนการจัดการขยะอย่างเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนให้ความสำคัญกับการรณรงค์ ส่งเสริม สนับสนุนให้มีการจัดกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

6.1.1 มีการรวบรวมและคัดแยกขยะอย่างเป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ เช่น มีการคัดแยกขยะต้นทาง มีกระบวนการคัดแยกเศษอาหาร มีกระบวนการจัดการเศษอาหาร เป็นต้น

6.1.2 มีการจัดเก็บขยะที่เป็นระบบ และมีประสิทธิภาพ ไม่มีขยะตกค้าง เช่น การกำหนดเวลาจัดเก็บขยะ การปลอดถังขยะ เป็นต้น

6.1.3 มีการกำจัดขยะที่ถูกสุขลักษณะและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การมีเตาเผาขยะของชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ไม่สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

6.1.4 มีการนำขยะมาเข้าสู่กระบวนการทำให้ขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) หรือการใช้ซ้ำ หรือหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การนำขยะอินทรีย์มาเข้าสู่กระบวนการทำปุ๋ยหมัก การนำขยะกระดาษมาเข้าสู่กระบวนการหมุนเวียนใช้ซ้ำ เป็นต้น

6.1.5 มีการส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชน เช่น มีการใช้วัสดุ/ภาชนะ/บรรจุภัณฑ์ที่มีในท้องถิ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ย่อยสลายได้) โดยคนในชุมชนผลิตเอง เช่น ไม้ไผ่ ป่าน ใบตอง ทางมะพร้าว ถุงกระดาษ เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 – 5 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิง

อาหาร

หมายถึง การดำเนินการจัดให้มีกระบวนการจัดการบำบัดน้ำเสีย/น้ำทิ้ง อย่างเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน รวมถึงมีระบบควบคุมมลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นจากการปรุง/ประกอบอาหารภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

6.2.1 มีกระบวนการบำบัดน้ำเสีย ตั้งแต่ต้นทาง เช่น มีการติดตั้งถังดักไขมันจากน้ำเสียของชุมชน

มีท่อ/บ่อ/ถังดักไขมันย่อยได้อย่างล้าสมัย และดักไขมันทิ้งเสมอ เป็นต้น

6.2.2 มีระบบบำบัดน้ำเสียที่มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน เช่น การวัดคุณภาพน้ำทิ้ง ภายหลังผ่านกระบวนการบำบัดน้ำเสีย เป็นต้น

6.2.3 มีการติดตั้งระบบควบคุมมลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นจากกระบวนการ ให้บริการนักท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การติดตั้งปล่องระบายควันจากการปรุงอาหาร เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ

หมายถึง การวางแผนในการจัดสรรทรัพยากรทางธรรมชาติให้ได้วัตถุดิบที่เป็นแหล่งผลิตจากคนในชุมชนท้องถิ่น และเงินลงทุน เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการคำนวณต้นทุนและค่าใช้จ่าย การจัดหาแหล่งเงินทุน รวมถึงการสร้างรายได้กระจายสู่คนในชุมชน และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยการจัดซื้อวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ตลอดจนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่น หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นที่มีการใช้วัตถุดิบที่มาจากแหล่งผลิตของคนในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก

เกณฑ์การพิจารณา

7.1.1 คนในชุมชนมีรายได้จากการผลิต หรือจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น คนในชุมชนร่วมส่งวัตถุดิบ เช่น ผัก ผลไม้ ให้กับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

7.1.2 มีการจัดทำและพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น หรือแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นที่ใช้วัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลัก

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน

หมายถึง การดำเนินงานเพื่อให้ได้มาซึ่งเงินทุน โดยที่มาของแหล่งเงินทุนอาจมาจากกองทุนของกลุ่มสมาชิกชุมชน การกู้ยืมจากภายนอกกลุ่มสมาชิกชุมชน เช่น สถาบันการเงินของรัฐหรือเอกชน และการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ

เกณฑ์การพิจารณา

7.2.1 มีความสามารถในการระดมเงินทุน เพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การออกหุ้นจำหน่ายให้กับสมาชิกชุมชน การได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐหรือองค์กรภายในชุมชน เป็นต้น

7.2.2 มีโครงสร้างของแหล่งที่มาของเงินทุนที่เหมาะสม เช่น สัดส่วนของเงินกู้และส่วนของทุนที่มาจากสมาชิก เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

หมายถึง การจัดทำบัญชีและรายงานทางการเงินให้เป็นไปตามมาตรฐานการบัญชี หรือ หลักการบัญชีที่รับรองกันทั่วไป เพื่อใช้ประกอบการวางแผน ควบคุมและตัดสินใจในการดำเนินงาน เช่น การจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่าย การเปิดเผยข้อมูลทางบัญชีและการเงิน และการมีระบบ ตรวจสอบข้อมูลบัญชีและการเงิน ตลอดจนมีการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานที่ชัดเจน

เกณฑ์การพิจารณา

7.3.1 มีการจัดทำรายงานทางบัญชีและการเงินเป็นไปตามมาตรฐานทางบัญชีที่สามารถ สะท้อนตัวเลขรายรับและรายจ่ายของการดำเนินงาน

7.3.2 มีนโยบายในการจัดสรรกำไรจากการดำเนินงานที่ชัดเจน เช่น อัตราการจ่ายเงินปันผล แก่สมาชิก หรือผู้ถือหุ้น เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบ ต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จาก การปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน

หมายถึง การขยายพื้นฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น โดยการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ตลอดจนมีการจัดสรรผลประโยชน์ หรือค่าตอบแทนจากดำเนินงานของชุมชนที่เป็นธรรม

เกณฑ์การพิจารณา

7.4.1 มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง

7.4.2 มีการจัดสรรผลประโยชน์ หรือค่าตอบแทนจากดำเนินงานของชุมชนที่เป็นธรรม หรือตามข้อตกลงในการว่าจ้าง เช่น มีเอกสารการจ่ายค่าตอบแทน มีการจ่ายค่าตอบแทนตามอัตราค่าแรงขั้นต่ำในท้องถิ่นตามประกาศของทางราชการ เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น โดยมีการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และออกแบบกิจกรรมเสริมเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อให้คนในชุมชนหลากหลายกลุ่มอาชีพมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจัดกิจกรรมเสริม

เกณฑ์การพิจารณา

7.5.1 มีการปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น มีการพัฒนาเมนูอาหารท้องถิ่น เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะส่วน (กลุ่มอาหารมังสวิรัต กลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ กลุ่มอาหารตามหลักศาสนา ฯลฯ) มีการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น

7.5.2 มีการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเสริมเพื่อเชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดกิจกรรมสปา นวดแผนไทย เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์

หมายถึง การให้ความสำคัญกับการจัดการโครงสร้างการบริหารงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน การจัดสรรทรัพยากร และออกแบบการทำงานของบุคลากรในชุมชนให้เหมาะสมลงตัว รวมถึงความสามารถในการบริหารของผู้นำ และการพัฒนาระบบการทำงานให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนการวางแผนการพัฒนาความรู้และการฝึกทักษะให้กับบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อย่างต่อเนื่อง

ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

หมายถึง ผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร/ผู้นำกลุ่มท่องเที่ยว/ผู้นำชมรมท่องเที่ยว ถือเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อการทิศทางการดำเนินการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารซึ่งเป็นสินค้าและบริการของตนเอง มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนโดยรวม และสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ที่เปิดกว้าง รับฟัง และเต็มใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทำให้สามารถสร้างความร่วมมือและความเข้าใจกับคนในชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

8.1.1 ผู้นำมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

8.1.2 ผู้นำมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนโดยรวม เช่น การจัดการบัญชีและการเงิน การตลาด การบริหารบุคคล เป็นต้น

8.1.3 ผู้นำสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น การสร้างกำไรจากการประกอบการ การได้รับรางวัล หรือมาตรฐานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

8.1.4 ผู้นำมีความสามารถในการสร้างความร่วมมือ ความเข้าใจกับคนในชุมชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน

หมายถึง การรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยว ชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีการกำหนดโครงสร้างการบริหาร และบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในชุมชนตามโครงสร้างการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน มีการวางแผนอัตรากำลังบุคลากรในชุมชนให้พร้อมกับการรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดบุคลากรในตำแหน่งที่สำคัญ อีกทั้งเป็นการตระเตรียมคนไว้ทดแทนอยู่ตลอดเวลา

หมายเหตุ บุคลากรในชุมชน หมายถึง คนในชุมชน หรือ คนที่เข้ามาทำงานในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

8.2.1 มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อรองรับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

8.2.2 มีการกำหนดบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในชุมชนตามโครงสร้างการบริหาร เช่น มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของประธาน กรรมการ ผู้ปรุงอาหาร มัคคุเทศก์ชุมชน เป็นต้น

8.2.3 มีการวางแผนอัตรากำลังบุคลากรในชุมชนให้พร้อมกับการรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยว

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การส่งเสริมและสนับสนุนบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้ ฝึกอบรม ศึกษางานด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการวางแผนงานพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านอาหารหรือด้านการท่องเที่ยว ปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนด มีการติดตามและประเมินผลบุคลากรในชุมชนที่ผ่านการฝึกอบรม หรือศึกษางาน และพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการช่วยยกระดับมาตรฐานการบริการท่องเที่ยว และเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดและรองรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หลักสูตรการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านอาหาร หรือด้านการท่องเที่ยว เช่น

1. หลักสูตรการอบรมผู้ประกอบการและผู้สัมผัสอาหาร
2. หลักสูตรอบรมด้านอาหารและโภชนาการ สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร
3. หลักสูตรอบรมวิชาชีพด้านอาหาร
4. เชิญชุมชนเพื่อท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน
5. พัฒนาศักยภาพการตลาดและการประชาสัมพันธ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
6. พัฒนานักสื่อความหมายท้องถิ่น มัคคุเทศก์ มัคคุเทศก์น้อย และผู้นำท่องเที่ยวชุมชน
7. การจัดการ การเงิน และการตลาดสำหรับธุรกิจขนาดเล็กผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
8. การพัฒนาสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
9. การเป็นเจ้าบ้านที่ดีผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
10. การให้บริการนักท่องเที่ยวผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
11. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
12. พัฒนาภาษาที่สองและสามให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
13. หลักสูตรอื่น ๆ

เป็นต้น

เกณฑ์การพิจารณา

8.3.1 มีแผนงานการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

8.3.2 มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในชุมชนตามแผนงานที่กำหนด เช่น การอบรม มัคคุเทศก์ชุมชน ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี ภาษาต่างประเทศ นักสื่อความหมาย/นักเล่าเรื่องที่ดี การศึกษาดูงานชุมชนที่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น

8.3.3 มีการติดตามและประเมินผลบุคลากรในชุมชนที่ผ่านการฝึกอบรม หรือศึกษาดูงาน เช่น ติดตามและประเมินผลการพัฒนาบุคลากรในการปรุง/ประกอบอาหารท้องถิ่นให้มีมาตรฐานเดียวกัน มีการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาใช้ปฏิบัติงานจริง เป็นต้น

8.3.4 มีการพัฒนาศักยภาพ ทักษะบุคลากรในชุมชน โดยการสับเปลี่ยนหน้าที่ ตำแหน่งงาน ที่รับผิดชอบ

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย

หมายถึง การมีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารของคนในชุมชน รวมถึงการสร้างและขยายเครือข่ายภายนอกชุมชน เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความร่วมมือทางธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การบริหารจัดการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน

เกณฑ์การพิจารณา

9.1.1 มีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เช่น การสมัครเป็นบุคลากร การร่วมถือหุ้น เป็นต้น

9.1.2 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น มีการจัดการประชุมประชาคมชุมชน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกชุมชน ผ่านกระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมภาคภูมิใจ เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน รวมถึงการประสานความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริม และพัฒนาบุคลากร หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา

9.2.1 มีการสนับสนุนและส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมของคนในชุมชน เช่น การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นของชุมชน การออกบูธร้านอาหารในงานประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน เป็นต้น

9.2.2 มีการประสานความร่วมมือกับองค์กรในท้องถิ่น เพื่อการพัฒนา ส่งเสริมบุคลากร หรือแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น การจัดอบรมมัคคุเทศก์รุ่นใหม่ในสถานศึกษา เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 ข้อ	มีการดำเนินการ 2 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การร่วมกันทำงานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกับองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และหน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อนำองค์ความรู้จากภายนอกมาพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท้องถิ่น

เกณฑ์การพิจารณา

9.3.1 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กรภาครัฐ เช่น สถาบันการศึกษาของรัฐ กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นต้น

9.3.2 มีเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารกับองค์กรภาคเอกชน เช่น สมาคมการท่องเที่ยว สมาคมธุรกิจอาหาร ชมรมมัคคุเทศก์อาชีพ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

9.3.3 มีเครือข่ายความร่วมมือกับเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนทุกระดับ เช่น เครือข่ายชุมชนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น สมาพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และแสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก

ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การจัดให้มีกระบวนการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลอดจนการดำเนินการสร้างมูลค่าเพิ่มในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

เกณฑ์การพิจารณา

10.1.1 มีการระดมความคิดจากบุคลากรในชุมชน เพื่อพัฒนา และต่อยอดกิจกรรม หรือเมนูอาหารที่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ วัฒนธรรมด้านอาหารท้องถิ่นเป็นหลัก

10.1.2 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เชื่อมโยงกับเครือข่ายชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ชุมชนท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

10.1.3 มีการพัฒนากิจกรรม โปรแกรมการท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น มีบริการที่พักค้างแรมภายในชุมชน บริการสปา เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 2 ข้อ	มีการดำเนินการ 3 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จากการปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

หมายถึง การให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ผ่านวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น โดยมีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มมูลค่าในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน ตลอดจนการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม

เกณฑ์การพิจารณา

10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึง วัฒนธรรมผ่านอาหารในท้องถิ่น เช่น การชมและร่วมกระบวนการสาธิตขั้นตอน กรรมวิธีการปรุง เมนูอาหารท้องถิ่น จัดเส้นทางท่องเที่ยวในการชิมอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

10.2.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการจัดวางรูปแบบอาหารแต่ละเมนู เช่น การ ประดิษฐ์วัสดุ/ ภาชนะสำหรับจัดวางอาหารโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

10.2.3 มีการนำขนบธรรมเนียม จารีตประเพณีมาใช้ในการกระบวนการบริการอาหารให้กับ นักท่องเที่ยว เช่น การรับประทานแบบขันโตก/พาแลง/สำหรับ การรับประทานด้วยมือ เป็นต้น

10.2.4 มีการนำเสนอเรื่องราวและองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของเมนูอาหารในท้องถิ่น ส่วนผสมและคุณประโยชน์ของเมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

เกณฑ์การให้คะแนน

0 คะแนน	1 คะแนน	2 คะแนน
ไม่มีการดำเนินการ	มีการดำเนินการ 1 – 3 ข้อ	มีการดำเนินการ 4 ข้อ

วิธีการประเมิน

ผู้ประเมินสามารถพิจารณาจากหลักฐานประกอบ (Evidence-Based) ที่จัดเก็บไว้ในรูปแบบ ต่าง ๆ เช่น เอกสาร ข้อบังคับของกลุ่ม ประกาศ คำสั่ง รายงานการประชุม รูปภาพ บันทึกที่ได้จาก การปฏิบัติงาน หรือกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การพิจารณา กรณีผู้ประเมินเป็นบุคคลที่สาม (Third Party) อาจจะใช้การสังเกต และสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องร่วมด้วย

ทั้งนี้สามารถสรุปรายการของเกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา ดังแสดงใน ตารางที่ 1

เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้
เกณฑ์ที่ 1 ผลลัพธ์อาหาร	ตัวบ่งชี้ 1.1	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 1.2	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 1.3	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 1.4	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 1.5	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิธีชุมชนท้องถิ่น	ตัวบ่งชี้ 2.1	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 2.2	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 2.3	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน



ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว	ตัวบ่งชี้ 3.1	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 3.2	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของ สุขลักษณะในการท่องเที่ยว เชิงอาหาร	ตัวบ่งชี้ 4.1	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 4.2	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 4.3	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 4.4	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 4.5	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริม การตลาดและสารสนเทศ	ตัวบ่งชี้ 5.1	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 5.2	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 5.3	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 5.4	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 5.5	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 5.6	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม	ตัวบ่งชี้ 6.1	5 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 - 5 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 6.2	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ	ตัวบ่งชี้ 7.1	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 7.2	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 7.3	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 7.4	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 7.5	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์	ตัวบ่งชี้ 8.1	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 8.2	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 8.3	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน

ตารางที่ 1 เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้จากเกณฑ์การพิจารณา (ต่อ)

เกณฑ์	ตัวบ่งชี้	เกณฑ์การพิจารณา	เกณฑ์การให้คะแนนตัวบ่งชี้
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	ตัวบ่งชี้ 9.1	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 9.2	2 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 2 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 9.3	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ตัวบ่งชี้ 10.1	3 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 2 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 3 ข้อ = 2 คะแนน
	ตัวบ่งชี้ 10.2	4 ข้อ	ไม่ดำเนินการ = 0 คะแนน ดำเนินการ 1 - 3 ข้อ = 1 คะแนน ดำเนินการ 4 ข้อ = 2 คะแนน

การคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. กำหนดวิธีการให้คะแนนแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Sum Model)
2. การคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ
 - 2.1 การคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม
 - 2.2 การคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์
3. ให้คะแนนของตัวบ่งชี้ (Indicator Score: IS) โดยการพิจารณาเกณฑ์การพิจารณา (Considered Criteria) ของแต่ละตัวบ่งชี้ว่า “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” (ตารางที่ 1)
4. นำคะแนนของตัวบ่งชี้ (IS) ที่ประเมินได้ตามข้อ 3. ไปคูณกับค่าน้ำหนักและค่าถ่วงน้ำหนัก (ตารางที่ 2) ดังนี้
 - 4.1 นำคะแนนของตัวบ่งชี้ (IS) ไปคูณกับค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ (W_3) สำหรับคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม
 - 4.2 นำคะแนนของตัวบ่งชี้ (IS) ไปคูณกับค่าน้ำหนักของตัวบ่งชี้ (W_2) สำหรับคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์
5. คำนวณคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยนำคะแนนที่ได้ตามข้อ 4. ของแต่ละตัวบ่งชี้ ทั้งหมด 36 ตัวบ่งชี้มารวมกันตามสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\sum_{(i=1,n)} (W_i IS_i) = W_1 IS_1 + W_2 IS_2 + \dots W_n IS_n$$

โดย Σ หมายถึง ผลรวมถ่วงน้ำหนักของคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

n หมายถึง จำนวนตัวบ่งชี้

W หมายถึง น้ำหนักของตัวบ่งชี้ (Weighted)

IS หมายถึง คะแนนที่ได้จากการประเมินตัวบ่งชี้ (Indicator Score)

6. นำคะแนนผลการประเมินที่ได้ตามข้อ 5. ไปจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไป (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักและค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ในการคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์	ค่าน้ำหนัก ของเกณฑ์ (W_1)	ตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W_2)	ค่าถ่วง น้ำหนักของ ตัวบ่งชี้ (W_3)
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร	0.1446	ตัวบ่งชี้ 1.1	0.1989	0.0288
		ตัวบ่งชี้ 1.2	0.2139	0.0309
		ตัวบ่งชี้ 1.3	0.1893	0.0274
		ตัวบ่งชี้ 1.4	0.1783	0.0258
		ตัวบ่งชี้ 1.5	0.2196	0.0317
รวมเกณฑ์ที่ 1			1.000	0.1446
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการ ตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	0.1091	ตัวบ่งชี้ 2.1	0.3791	0.0414
		ตัวบ่งชี้ 2.2	0.2823	0.0308
		ตัวบ่งชี้ 2.3	0.3386	0.0369
รวมเกณฑ์ที่ 2			1.0000	0.1091
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว	0.1025	ตัวบ่งชี้ 3.1	0.2546	0.0261
		ตัวบ่งชี้ 3.2	0.7454	0.0764
รวมเกณฑ์ที่ 3			1.0000	0.1025
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและ ความปลอดภัยของสุขลักษณะ ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1110	ตัวบ่งชี้ 4.1	0.3282	0.0364
		ตัวบ่งชี้ 4.2	0.1576	0.0175
		ตัวบ่งชี้ 4.3	0.1552	0.0172
		ตัวบ่งชี้ 4.4	0.1766	0.0196
		ตัวบ่งชี้ 4.5	0.1825	0.0203
รวมเกณฑ์ที่ 4			1.0000	0.1110

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักและค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ในการคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ต่อ)

เกณฑ์	ค่าน้ำหนัก ของเกณฑ์ (W_1)	ตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W_2)	ค่าถ่วง น้ำหนักของ ตัวบ่งชี้ (W_3)
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริม การตลาดและสารสนเทศ	0.0659	ตัวบ่งชี้ 5.1	0.1588	0.0105
		ตัวบ่งชี้ 5.2	0.1574	0.0104
		ตัวบ่งชี้ 5.3	0.1502	0.0099
		ตัวบ่งชี้ 5.4	0.2283	0.0150
		ตัวบ่งชี้ 5.5	0.1331	0.0088
		ตัวบ่งชี้ 5.6	0.1722	0.0113
รวมเกณฑ์ที่ 5			1.0000	0.0659
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม	0.1019	ตัวบ่งชี้ 6.1	0.5000	0.0509
		ตัวบ่งชี้ 6.2	0.5000	0.0509
รวมเกณฑ์ที่ 6			1.0000	0.1019
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ	0.0688	ตัวบ่งชี้ 7.1	0.1996	0.0137
		ตัวบ่งชี้ 7.2	0.1771	0.0122
		ตัวบ่งชี้ 7.3	0.1602	0.0110
		ตัวบ่งชี้ 7.4	0.2101	0.0144
		ตัวบ่งชี้ 7.5	0.2530	0.0174
รวมเกณฑ์ที่ 7			1.0000	0.0688
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากร มนุษย์	0.0868	ตัวบ่งชี้ 8.1	0.2908	0.0252
		ตัวบ่งชี้ 8.2	0.2865	0.0249
		ตัวบ่งชี้ 8.3	0.4227	0.0367
รวมเกณฑ์ที่ 8			1.0000	0.0868

ตารางที่ 2 ค่าน้ำหนักและค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้ในการคำนวณคะแนนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ต่อ)

เกณฑ์	ค่าน้ำหนัก ของเกณฑ์ (W_1)	ตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W_2)	ค่าถ่วง น้ำหนักของ ตัวบ่งชี้ (W_3)
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือใน ชุมชนและเครือข่าย	0.1004	ตัวบ่งชี้ 9.1	0.3854	0.0387
		ตัวบ่งชี้ 9.2	0.2556	0.0257
		ตัวบ่งชี้ 9.3	0.3589	0.0361
รวมเกณฑ์ที่ 9			1.0000	0.1004
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรม ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1090	ตัวบ่งชี้ 10.1	0.4333	0.0472
		ตัวบ่งชี้ 10.2	0.5667	0.0618
รวมเกณฑ์ที่ 10			1.000	0.1090
ผลรวมทั้งหมด	1.0000		10.0000	1.0000

การจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

คะแนนผลการประเมินที่ได้ สามารถนำมาจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าอยู่ในระดับใด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ตารางที่ 3 ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดีมาก (★★★★★)
1.2001 – 1.6000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับดี (★★★★)
0.8001 – 1.2000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับพอใช้ (★★★)
0.4001 – 0.8000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับควรปรับปรุง (★★)
0.0000 – 0.4000	การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ในระดับต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (★)

ตัวอย่างการคำนวณและจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 3 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม
- 2) การคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์

ตัวอย่างที่ 1 การคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม

ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม สามารถคำนวณคะแนนผลการประเมินได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}
 &\text{ขั้นตอนที่ 1 รวมคะแนนผลการประเมินในแต่ละเกณฑ์จากทุกตัวบ่งชี้ (W}_3 \times \text{IS)} \\
 &= 0.2618 + 0.1874 + 0.1286 + 0.1870 + 0.1115 + 0.2038 + \\
 &\quad 0.1376 + 0.1736 + 0.2008 + 0.2180 \\
 &= 1.8101 \text{ คะแนน (คะแนนเต็ม 2.0000)}
 \end{aligned}$$

ขั้นตอนที่ 2 นำคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม ซึ่งได้เท่ากับ 1.8101 คะแนน ไปจัดระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (ตารางที่ 3) ปรากฏว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม อยู่ในระดับดีมาก (★★★★★)

ทั้งนี้ สามารถแสดงตัวอย่างที่ 1 ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ × IS)
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหา วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.0288	2	0.0575
ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ของ อาหารในท้องถิ่น	0.0309	2	0.0619

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม (ต่อ)

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ × IS)
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม อาหารเฉพาะถิ่น	0.0274	1	0.0274
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0258	2	0.0516
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0317	2	0.0635
รวมเกณฑ์ที่ 1	0.1446	9	0.2618
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น			
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐาน ของผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0414	2	0.0827
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	0.0308	1	0.0308
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบ ขนส่งหรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0369	2	0.0739
รวมเกณฑ์ที่ 2	0.1091	5	0.1874

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม (ต่อ)

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ × IS)
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว			
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และ สภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.0261	2	0.0522
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความ ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	0.0764	1	0.0764
รวมเกณฑ์ที่ 3	0.1025	3	0.1286
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความ ปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0364	2	0.0729
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความ ปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	0.0175	0	0.0000
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความ ปลอดภัยด้านกิจกรรม	0.0172	2	0.0345
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความ ปลอดภัยตลอดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0196	2	0.0392
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความ ปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0203	2	0.0405
รวมเกณฑ์ที่ 4	0.1110	8	0.1870

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม (ต่อ)

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ x IS)
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ			
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวม ข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของ นักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0105	2	0.0209
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์ กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	0.0104	1	0.0104
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้าน การตลาด	0.0099	1	0.0099
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตรา ผลิตภัณฑ์ของชุมชน	0.0150	2	0.0301
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกัน คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	0.0088	2	0.0175
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	0.0113	2	0.0227
รวมเกณฑ์ที่ 5	0.0659	10	0.1115
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม			
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0509	2	0.1019
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/ น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยว เชิงอาหาร	0.0509	2	0.1019
รวมเกณฑ์ที่ 6	0.1019	4	0.2038

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม (ต่อ)

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ x IS)
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ			
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจาก ชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0137	2	0.0275
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการ จัดหาแหล่งเงินทุน	0.0122	2	0.0244
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.0110	2	0.0220
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ ให้กับคนในชุมชน	0.0144	2	0.0289
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0174	2	0.0348
รวมเกณฑ์ที่ 7	0.0688	10	0.1376
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์			
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหาร จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.0252	2	0.0505
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้าง ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของ บุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	0.0249	2	0.0497
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากรใน ชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0367	2	0.0734
รวมเกณฑ์ที่ 8	0.0868	6	0.1736

ตารางที่ 4 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน โดยภาพรวม (ต่อ)

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าถ่วงน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₃)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₃ × IS)
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย			
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0387	2	0.0774
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0257	2	0.0513
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยาย เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	0.0361	2	0.0721
รวมเกณฑ์ที่ 9	0.1004	6	0.2008
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0472	2	0.0945
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0618	2	0.1235
รวมเกณฑ์ที่ 10	0.1090	4	0.2180
คะแนนผลการประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม	1.0000	65	1.8101

ตัวอย่างที่ 2 การคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์

ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์ ยกตัวอย่างเช่น

เกณฑ์ที่ 1 ผลผลิตอาหาร สามารถคำนวณคะแนนได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ขั้นตอนที่ 1} \quad & \text{รวมคะแนนผลการประเมินของเกณฑ์ในแต่ละตัวบ่งชี้ (W}_2 \times \text{IS)} \\ & = 0.3978 + 0.4278 + 0.1893 + 0.3566 + 0.4392 \\ & = 1.8107 \text{ คะแนน (คะแนนเต็ม 2.0000)} \end{aligned}$$

ตารางที่ 5 ตัวอย่างการคำนวณคะแนนผลการประเมิน จำแนกตามเกณฑ์ที่ 1

เกณฑ์และตัวบ่งชี้	ค่าน้ำหนัก ของตัวบ่งชี้ (W ₂)	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	คะแนนผล การประเมิน (W ₂ × IS)
เกณฑ์ที่ 1 ผลผลิตอาหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหา วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.1989	2	0.3978
ตัวบ่งชี้ 1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของ อาหารในท้องถิ่น	0.2139	2	0.4278
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม อาหารเฉพาะถิ่น	0.1893	1	0.1893
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.1783	2	0.3566
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.2196	2	0.4392
รวมเกณฑ์ที่ 1	1.0000	9	1.8107

การประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สำหรับ จุดแข็ง (Strong Point) และจุดที่ควรพัฒนา (Weak Point) พิจารณาจากคะแนนที่ได้จากการประเมิน (IS) ของแต่ละตัวบ่งชี้ (คะแนนเต็ม 2.0000) ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strong Point) พิจารณาจากตัวบ่งชี้ที่ได้คะแนนประเมิน 2.0000

คะแนน

2. จุดที่ควรพัฒนา (Weak Point) พิจารณาจากตัวบ่งชี้ที่ได้คะแนนประเมินตั้งแต่ 0.0000 – 1.0000 คะแนน

ยกตัวอย่างเช่น เกณฑ์ที่ 3 : ด้านแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏว่า

จุดแข็ง ได้แก่ มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน (ตัวบ่งชี้ 3.1) ได้คะแนนประเมินตัวบ่งชี้เท่ากับ 2.0000 คะแนน

ส่วนจุดที่ควรพัฒนา ได้แก่ มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว (ตัวบ่งชี้ 3.2) ได้คะแนนประเมินตัวบ่งชี้ เท่ากับ 1.0000 และ 0.0000 คะแนน ตามลำดับ

ทั้งนี้ สามารถแสดงตัวอย่างจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	คะแนน เต็ม	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	ผลการประเมิน
เกณฑ์ที่ 1 ผลิตภัณฑ์อาหาร			
ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหา วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 1.2 ความเป็นอัตลักษณ์ ของอาหารในท้องถิ่น	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึง วัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	2	1	จุดที่ควรพัฒนา

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้ (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	คะแนน เต็ม	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	ผลการประเมิน
ตัวบ่งชี้ 1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์			
อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการ นวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 1.5 มีการจัดการคุณภาพให้			
ได้รับมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 1	10	9	
เกณฑ์ที่ 2 คุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น			
ตัวบ่งชี้ 2.1 มีการสร้างมาตรฐานของ			
ผู้ทำหน้าที่ให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก			
สะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	2	1	จุดที่ควรพัฒนา
ตัวบ่งชี้ 2.3 มีการจัดการระบบขนส่ง			
หรือเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 2	6	5	
เกณฑ์ที่ 3 แหล่งท่องเที่ยว			
ตัวบ่งชี้ 3.1 มีการจัดการแหล่ง			
ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และ	2	2	จุดแข็ง
สภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน			
ตัวบ่งชี้ 3.2 มีการจัดการด้านความ			
ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	2	1	จุดที่ควรพัฒนา
รวมเกณฑ์ที่ 3	4	3	

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้ (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	คะแนน เต็ม	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	ผลการประเมิน
เกณฑ์ที่ 4 ความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ตัวบ่งชี้ 4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	2	0	จุดที่ควรพัฒนา
ตัวบ่งชี้ 4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 4	10	8	
เกณฑ์ที่ 5 การส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ			
ตัวบ่งชี้ 5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	2	1	จุดที่ควรพัฒนา
ตัวบ่งชี้ 5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	2	1	จุดที่ควรพัฒนา
ตัวบ่งชี้ 5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	2	2	จุดแข็ง

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้ (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	คะแนน เต็ม	คะแนนที่ได้จากการ ประเมิน (IS)	ผลการประเมิน
ตัวบ่งชี้ 5.5 มีกระบวนการประกัน คุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 5.6 มีการจัดการระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศ	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 5	12	10	
เกณฑ์ที่ 6 สิ่งแวดล้อม			
ตัวบ่งชี้ 6.1 มีการจัดการขยะใน แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/ น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 6	4	4	
เกณฑ์ที่ 7 เศรษฐกิจ			
ตัวบ่งชี้ 7.1 มีการใช้วัตถุดิบจาก ชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 7.2 มีความสามารถในการ จัดหาแหล่งเงินทุน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 7.4 มีการกระจายรายได้ ให้กับคนในชุมชน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 7.5 มีการเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 7	10	10	

ตารางที่ 6 ตัวอย่างการประเมินจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนา จำแนกตามตัวบ่งชี้ (ต่อ)

เกณฑ์การประเมิน การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	คะแนน เต็ม	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน (IS)	ผลการประเมิน
เกณฑ์ที่ 8 ทรัพยากรมนุษย์			
ตัวบ่งชี้ 8.1 มีภาวะผู้นำในการ บริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 8.2 มีการกำหนดโครงสร้าง ตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของ บุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 8.3 มีการพัฒนาบุคลากร ในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 8	6	6	
เกณฑ์ที่ 9 ความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย			
ตัวบ่งชี้ 9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 9.2 มีการสนับสนุนและ ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 9.3 มีการสร้างและขยาย เครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิง อาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 9	6	6	
เกณฑ์ที่ 10 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ตัวบ่งชี้ 10.1 มีการพัฒนารูปแบบ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทาง วัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการ จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2	2	จุดแข็ง
รวมเกณฑ์ที่ 10	4	4	
คะแนนผลการประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม	72	65	

บทที่ 3

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การเข้าสู่โปรแกรมประเมินแบบออนไลน์

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ เป็นโปรแกรมที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สามารถเข้ามาประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของตนเองว่าอยู่ในระดับใด มีจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาในด้านใดบ้าง เพื่อจะได้นำผลการประเมินไปพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการบริหารจัดการของตนเอง ตลอดจนพัฒนาศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขัน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตลอดจนส่งมอบสินค้าและบริการให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ประสงค์จะประเมินตนเอง (Self-Assessment) สามารถเข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวแบบออนไลน์นี้ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน และไม่มีค่าใช้จ่ายใด ๆ ที่เว็บไซต์ www.gastronomict.com หรือ <http://gastronomict.com> ดังภาพที่ 12

www.gastronomict.com

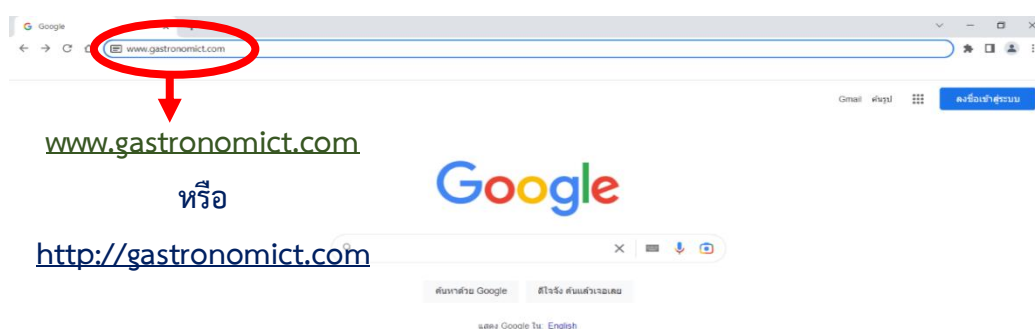
หรือ

<http://gastronomict.com>

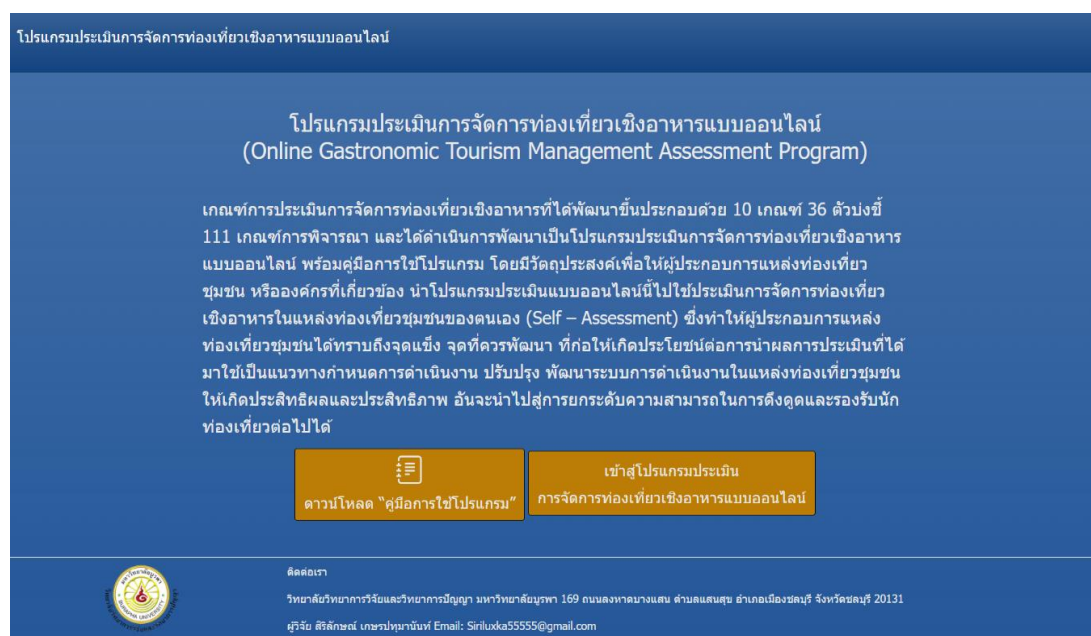
ภาพที่ 12 ชื่อเว็บไซต์ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ขั้นตอนการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

1. โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รองรับการใช้งานบนเบราว์เซอร์ (Browser) Google Chrome
2. เลือกเบราว์เซอร์ (Browser) Google Chrome
3. เข้าสู่หน้าจอหลักของโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ได้ที่ www.gastronomict.com หรือ <http://gastronomict.com> ดังภาพที่ 13 ถึง ภาพที่ 14



ภาพที่ 13 หน้าจอหลักเข้าโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จาก Google Chrome



ภาพที่ 14 หน้าจอหลักโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

จากภาพที่ 14 เมื่อเข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แสดงรายละเอียด
ดังนี้

4. เมื่อเข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร แล้ว ท่านสามารถเลือก **ดาวน์โหลด “คู่มือการใช้งานโปรแกรม”**

5. เข้าสู่ระบบ โดยเลือก **“เข้าสู่โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร”** ดังภาพ
ที่ 14

6. เริ่มเข้าสู่การประเมินแบบออนไลน์ โดยเลือก **“เริ่มเข้าสู่การประเมิน”** ดังภาพที่ 15

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์
(Online Gastronomic Tourism Management Assessment Program)

คำชี้แจง
โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้
111 เกณฑ์การพิจารณา ได้แก่

เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร 5 ตัวบ่งชี้ 21 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น 3 ตัวบ่งชี้ 14 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว 2 ตัวบ่งชี้ 6 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5 ตัวบ่งชี้
11 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ 6 ตัวบ่งชี้ 16 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม 2 ตัวบ่งชี้ 8 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ 5 ตัวบ่งชี้ 10 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์ 3 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย 3 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา
เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา

โดยผู้ประเมินต้องทำให้ครบทุกข้อ
โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์นี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ส่วนที่ 3 ผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

[เริ่มเข้าสู่การประเมิน](#)

ภาพที่ 15 หน้าจอแสดงคำชี้แจงการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

7. ข้อมูลส่วนที่ 1 ให้กรอกรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน ดังภาพที่ 16 และเลือก **“เริ่มการประเมิน”**

โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ นามสกุล (ผู้ประเมิน)

เบอร์โทรศัพท์

อีเมล/ช่องทางการสื่อสาร

เว็บไซต์ (ถ้ามี)

ที่อยู่ (ผู้ประกอบการ/ผู้ประเมิน)/ที่ตั้งแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เลขที่

หมู่ที่

ตำบล

อำเภอ

จังหวัด

อำเภอ

ตำบล

รหัสไปรษณีย์

เริ่มการประเมิน

ภาพที่ 16 หน้าจอแสดงส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปการกรอรายละเอียดของเข้าผู้ประเมิน

8. ข้อมูลส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้ปฏิบัติตามรายละเอียดต่อไปนี้ ดังภาพที่ 17

ส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1 เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร

2 ตัวบ่งชี้ 1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)

3 เกณฑ์การพิจารณา	4 ผลการพิจารณา	
	มี/ใช่	ไม่มี/ไม่ใช่
1.1.1 มีการกำหนดนโยบายการจัดซื้อ/สรรหา/ใช้วัตถุดิบสด ใหม่ สะอาดที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่นเป็นหลักหรืออันดับแรก	☐	☐
1.1.2 มีการจัดทำรายชื่อผู้ส่งมอบวัตถุดิบในชุมชนท้องถิ่น	☐	☐
1.1.3 สามารถทำการตรวจสอบวัตถุดิบย้อนหลังไปถึงต้นน้ำ (ปลูก) ได้	☐	☐
1.1.4 มีระบบควบคุมปริมาณวัตถุดิบให้เพียงพอกับความต้องการในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Safety Stock)	☐	☐
1.1.5 มีระบบควบคุมต้นทุนของวัตถุดิบที่สั่งซื้อให้เป็นไปตามที่ตั้งประมาณการไว้ เช่น มีการควบคุมต้นทุนวัตถุดิบให้เป็นไปตามงบประมาณจัดซื้อที่ประมาณการไว้เป็นไปตามคุณภาพและราคา เป็นต้น	☐	☐

ภาพที่ 17 หน้าจอแสดงส่วนที่ 2 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

8.1 เกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย 10 เกณฑ์ 36 ตัวบ่งชี้ 111 เกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

เกณฑ์ที่ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร มี 5 ตัวบ่งชี้ 21 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น มี 3 ตัวบ่งชี้ 14 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว มี 2 ตัวบ่งชี้ 6 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสัญลักษณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 5 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ มี 6 ตัวบ่งชี้ 16 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 6 ด้านสิ่งแวดล้อม มี 2 ตัวบ่งชี้ 8 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 7 ด้านเศรษฐกิจ มี 5 ตัวบ่งชี้ 10 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 8 ด้านทรัพยากรมนุษย์ มี 3 ตัวบ่งชี้ 11 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย มี 3 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา

เกณฑ์ที่ 10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร มี 2 ตัวบ่งชี้ 7 เกณฑ์การพิจารณา

(สามารถดูรายละเอียดของแต่ละเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารนี้ได้ในบทที่ 2)

8.2 ส่วนประกอบของแต่ละเกณฑ์ ประกอบด้วย

- 1) ชื่อเกณฑ์
- 2) ชื่อตัวบ่งชี้
- 3) เกณฑ์การพิจารณา
- 4) ช่องผลการพิจารณาเกี่ยวกับเกณฑ์การพิจารณาในแต่ละตัวบ่งชี้

8.3 พิจารณาเกณฑ์การพิจารณาทุกข้อของแต่ละตัวบ่งชี้ แล้ว แล้วเลือกคำตอบว่า “มี/ใช่” หรือ “ไม่มี/ไม่ใช่” ตามความเป็นจริง ดังนี้

1) เลือก “มี/ใช่” แสดงว่า ผู้ประเมิน “มี” การดำเนินการ หรือ “ได้” ดำเนินการตามเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้

2) เลือก “ไม่มี/ไม่ใช่” แสดงว่า ผู้ประเมิน “ไม่มี” การดำเนินการ หรือ “ไม่ได้” ดำเนินการตามเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้

11.4 เมื่อได้คำตอบครบทุกข้อแล้ว เลือก “ยืนยันการส่งคำตอบ” ดังภาพที่ 18

ตัวบ่งชี้ 10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เกณฑ์การพิจารณา	ผลการพิจารณา	
	มี/ใช่	ไม่มี/ไม่ใช่
10.2.1 มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมผ่านอาหารในท้องถิ่น เช่น การชมและร่วมกระบวนการผลิตขึ้นตอน กรรมวิธีการปรุงเมนูอาหารท้องถิ่น จัดเส้นทางท่องเที่ยวในการชิมอาหารท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐
10.2.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการจัดวางรูปแบบอาหารและเมนู เช่น การประดิษฐ์รส/ ภาชนะสำหรับจัดวางอาหารโดยช่างภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐
10.2.3 มีการนำชนบทมาเชื่อมโยงกับกระบวนการบริการอาหารให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การรับประทานแบบขันโตก/ พายเรือ/ ลำเรือ การรับประทานด้วยมือ เป็นต้น	☐	☐
10.2.4 มีการนำเสนอเรื่องราวและองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ประวัติความเป็นมาของเมนูอาหารในท้องถิ่น ส่วนผสมและวัตถุดิบของเมนูอาหารท้องถิ่น เป็นต้น	☐	☐

ยืนยันการส่งคำตอบ

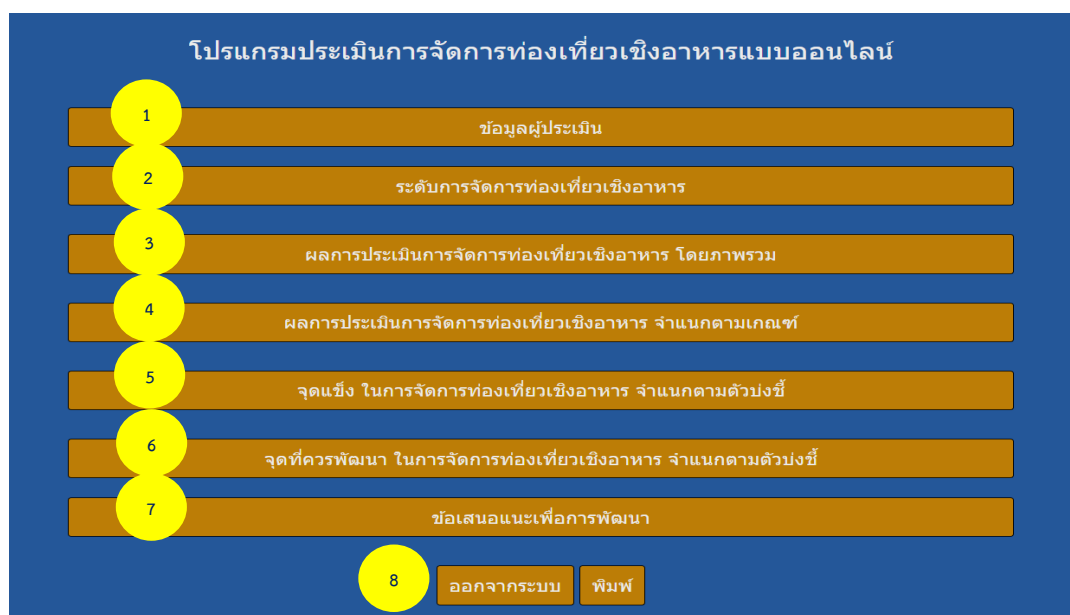
ภาพที่ 18 หน้าจอแสดงการยืนยันส่งคำตอบการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

รายงานผลการประเมิน

9. ข้อมูลส่วนที่ 3 ผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา ซึ่งสามารถเลือกดูผลการประเมินแต่ละรายการต่อไปนี้ ดังภาพที่ 19

9.1 รายงานผลการประเมิน ประกอบด้วย

- 1) ข้อมูลผู้ประเมิน
- 2) ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
- 3) ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม
- 4) ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์
- 5) จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
- 6) จุดที่ควรพัฒนา ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้
- 7) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา
- 8) ออกจากระบบ



ภาพที่ 19 หน้าจอแสดงส่วนที่ 3 ผลการประเมิน

9.2 เลือก “ข้อมูลผู้ประเมิน” ดังภาพที่ 20 เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ประเมินตนเอง และแหล่งท้องเที่ยวชุมชน

โปรแกรมประเมินการจัดการท้องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ข้อมูลผู้ประเมิน

ข้อมูลผู้ประเมิน	
ชื่อ	ชวนชื่น สุนทสนาน
ชื่อแหล่งท้องเที่ยวชุมชน	น้ำเตี้ย
เลขที่	56
หมู่ที่	-
ซอย	ตลาดใหญ่ อำเภอเมืองภูเก็ต ภูเก็ต
ถนน	-
รหัสไปรษณีย์	ถกลาง
หมายเลขโทรศัพท์	83000
เว็บไซต์	1111111111
วันที่ประเมิน	2023-01-24 15:02:16

ภาพที่ 20 หน้าจอแสดงข้อมูลผู้ประเมิน

9.3 เลือก “ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ดังภาพที่ 21 เพื่อดูรายงานผลการประเมินภาพรวมว่าแหล่งท่องเที่ยวชุมชน/องค์กรมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในระดับใด (1 - 5 ดาว) ตามตารางระดับดาวและความหมาย และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: นาเที่ยว

วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.

แหล่งท่องเที่ยวของท่านมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร อยู่ใน ระดับดีมาก (1.8102 คะแนน) จากคะแนนเต็ม 2.0000

★★★★★

(ระดับดีมาก 5 ดาว)

การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดีมาก (5 ดาว)
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดี (4 ดาว)
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)

ภาพที่ 21 หน้าจอแสดงระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

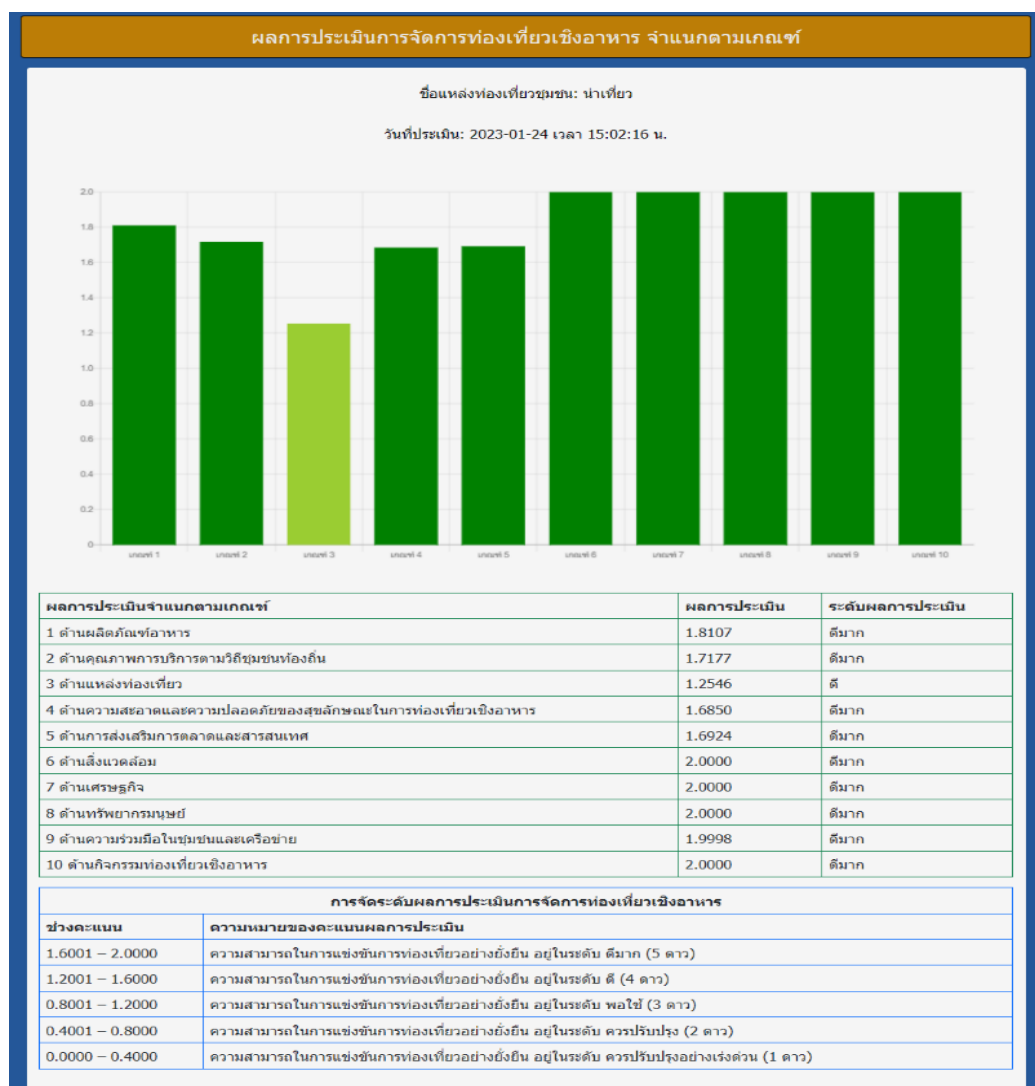
9.4 เลือก “ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม” ดังภาพที่ 22 เพื่อดูรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละเกณฑ์ และตัวบ่งชี้ และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม			
ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: น้ำเตียว			
วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.			
	ค่าถ่วงน้ำหนักของตัวบ่งชี้	คะแนนที่ได้จากการประเมิน	คะแนนผลการประเมิน
1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร			
1.1 มีการควบคุมมาตรฐานวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	0.0288	2	0.0575
1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	0.0309	2	0.0619
1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	0.0274	1	0.0274
1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการบริหารจัดการอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0258	2	0.0516
1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0318	2	0.0635
รวม	0.1446	9	0.2618
2 ด้านคุณภาพการบริหารตามวิถีชุมชนท้องถิ่น			
2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้นำให้บริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0414	2	0.0827
2.2 มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	0.0308	1	0.0308
2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0369	2	0.0739
รวม	0.1091	5	0.1874
3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว			
3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	0.0261	2	0.0522
3.2 มีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	0.0764	1	0.0764
รวม	0.1025	3	0.1286
4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0364	2	0.0729
4.2 มีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	0.0175	0	0.0000
4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	0.0172	2	0.0345
4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0196	2	0.0392
4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0203	2	0.0405
รวม	0.1110	8	0.1870
5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ			
5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความคิดเห็นและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0105	2	0.0209
5.2 มีการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	0.0104	1	0.0104
5.3 มีการจัดการด้านการตลาด	0.0099	1	0.0099
5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	0.0150	2	0.0301
5.5 มีการระบุการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	0.0088	2	0.0175
5.6 มีการจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.0113	2	0.0227
รวม	0.0659	10	0.1115
6 ด้านสิ่งแวดล้อม			
6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0510	2	0.1019
6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0510	2	0.1019
รวม	0.1019	4	0.2038
7 ด้านเศรษฐกิจ			
7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0137	2	0.0275
7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	0.0122	2	0.0244
7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.0110	2	0.0220
7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	0.0145	2	0.0289
7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0174	2	0.0348
รวม	0.0688	10	0.1376
8 ด้านทรัพยากรมนุษย์			
8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	0.0252	2	0.0505
8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรู้รับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	0.0249	2	0.0497
8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0367	2	0.0734
รวม	0.0868	6	0.1736
9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย			
9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0387	2	0.0774
9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0257	2	0.0513
9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0360	2	0.0721
รวม	0.1004	6	0.2008
10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
10.1 มีการพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0472	2	0.0945
10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	0.0618	2	0.1235
รวม	0.1090	4	0.2180
รวมทั้งหมด	1.0000	65	1.8101
การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร			
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน		
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ต่ำมาก (5 ดาว)		
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ต่ำ (4 ดาว)		
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)		
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)		
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)		

ภาพที่ 22 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยภาพรวม

9.5 เลือก “ผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์”

ดังภาพที่ 23 เพื่อดูรายงานผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละเกณฑ์ และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น



ภาพที่ 23 หน้าจอแสดงผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามเกณฑ์

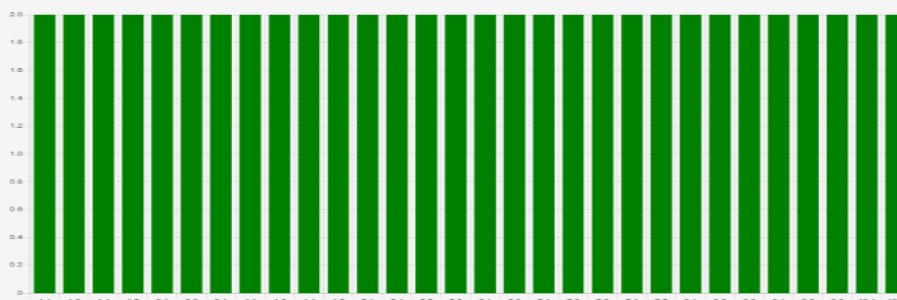
9.6 เลือก “จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้” ดัง

ภาพที่ 24 เพื่อดูรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดแข็ง และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

จุดแข็ง ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

ชื่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชน: นาเหี่ยว

วันที่ประเมิน: 2023-01-24 เวลา 15:02:16 น.

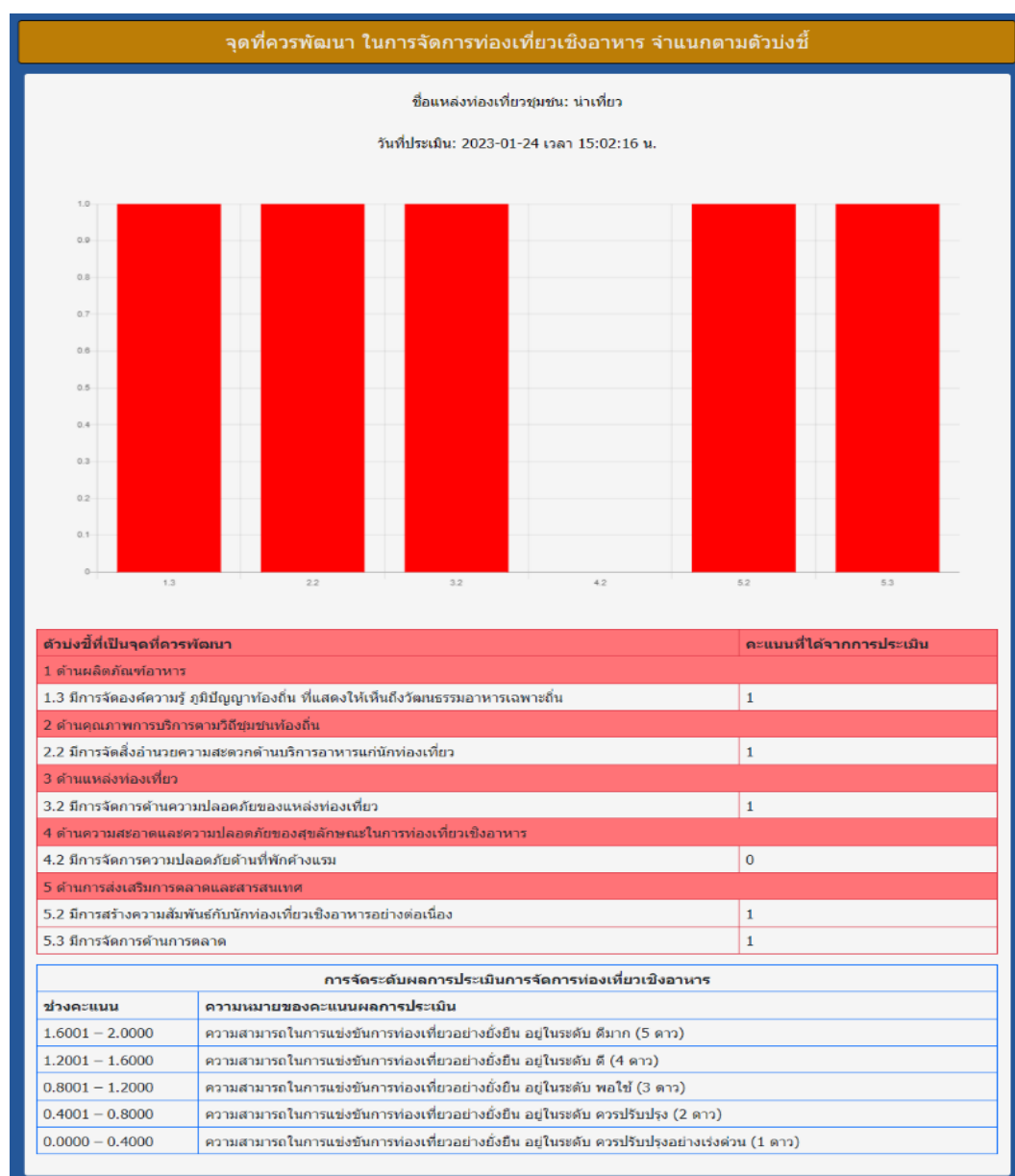


ตัวบ่งชี้ที่เป็นจุดแข็ง	คะแนนที่ได้จากการประเมิน
1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	
1.1 มีกระบวนการสรรหาวัตถุดิบสด ใหม่ สะอาด ตั้งแต่ ต้นน้ำ (ปลูก) กลางน้ำ (ผลิต) ปลายน้ำ (ขาย)	2
1.2 มีความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารในท้องถิ่น	2
1.4 มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการนวัตกรรมอาหารด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
1.5 มีการจัดการคุณภาพให้ได้มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	
2.1 มีการสร้างมาตรฐานของผู้จำหน่ายในบริการ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
2.3 มีการจัดการระบบขนส่งหรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	
3.1 มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภูมิทัศน์ และสภาพแวดล้อมตามวิถีชุมชน	2
4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
4.1 มีการจัดการความปลอดภัยด้านอาหารและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
4.3 มีการจัดการความปลอดภัยด้านกิจกรรม	2
4.4 มีการจัดการความปลอดภัยตลอดเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
4.5 มีการจัดการความปลอดภัยด้านยานพาหนะที่ใช้ในเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	
5.1 มีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูล รับฟังความต้องการและปัญหาของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
5.4 มีการสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์อาหาร หรือตราผลิตภัณฑ์ของชุมชน	2
5.5 มีกระบวนการประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์และบริการของชุมชน	2
5.6 มีการจัดการชุมชนเทคโนโลยีสารสนเทศ	2
6 ด้านสิ่งแวดล้อม	
6.1 มีการจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
6.2 มีการจัดการน้ำเสีย/น้ำทิ้ง และมลพิษทางอากาศในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
7 ด้านเศรษฐกิจ	
7.1 มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
7.2 มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน	2
7.3 มีการคำนวณต้นทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2
7.4 มีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน	2
7.5 มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
8 ด้านทรัพยากรมนุษย์	
8.1 มีภาวะผู้นำในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน	2
8.2 มีการกำหนดโครงสร้างตำแหน่ง หน้าที่ และความรับผิดชอบของบุคลากรในชุมชนที่ชัดเจน	2
8.3 มีการพัฒนาบุคลากรในชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9 ด้านความร่วมมือในชุมชนและเครือข่าย	
9.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9.2 มีการสนับสนุนและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
9.3 มีการสร้างและขยายเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
10 ด้านกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
10.1 มีการพัฒนาูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2
10.2 มีการนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	2

การจัดระดับผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ช่วงคะแนน	ความหมายของคะแนนผลการประเมิน
1.6001 – 2.0000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดีมาก (5 ดาว)
1.2001 – 1.6000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ดี (4 ดาว)
0.8001 – 1.2000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ พอใช้ (3 ดาว)
0.4001 – 0.8000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุง (2 ดาว)
0.0000 – 0.4000	ความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับ ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน (1 ดาว)

ภาพที่ 24 หน้าจอแสดงจุดแข็งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

9.7 เลือก “จุดที่ควรพัฒนา ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้” ดังภาพที่ 25 เพื่อดูรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่ควรพัฒนา และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น



ภาพที่ 25 หน้าจอแสดงจุดที่ควรพัฒนาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จำแนกตามตัวบ่งชี้

9.8 เลือก “ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา” ดังภาพที่ 26 เพื่อดูข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาตามรายงานผลการประเมินของตัวบ่งชี้ที่ควรพัฒนา และสามารถเลื่อนหน้าจอขึ้น – ลง เพื่อดูรายงานผลการประเมินอื่น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา	
เกณฑ์ 1 ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร	
ตัวบ่งชี้ 1.3 มีการจัดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมอาหารเฉพาะถิ่น	ควรมีการพัฒนาองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยจัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากหน่วยงานหรือองค์กรหรือชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และสามารถนำองค์ความรู้ที่เป็นแนวปฏิบัติที่ดี (Best Practice) มาใช้ในการพัฒนาชุมชนของตนเอง
เกณฑ์ 2 ด้านคุณภาพการบริการตามวิถีชุมชนท้องถิ่น	
ตัวบ่งชี้ 2.2 ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยว	- ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ด้อยโอกาสและผู้สูงอายุ เช่น ทางลาด ราวจับ เป็นต้น - ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปตามวิถีชุมชนท้องถิ่นจริง เช่น มีที่พักสะอาด มีลานจอดรถที่ปลอดภัย มีการให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต wifi ฟรี เป็นต้น
เกณฑ์ 3 ด้านแหล่งท่องเที่ยว	
ตัวบ่งชี้ 3.2 ควรมีการจัดการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว	ควรดำเนินการจัดทำแผนฉุกเฉินและจัดให้มีการฝึกซ้อมการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเป็นประจำ กรณีไม่เกิดฉุกเฉิน ตามที่กำหนดและระบุไว้ในแผน
เกณฑ์ 4 ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของสุขลักษณะในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	
ตัวบ่งชี้ 4.2 ควรมีการจัดการความปลอดภัยด้านที่พักค้างแรม	- ควรดำเนินการจัดการให้บริการที่พักค้างแรมภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือภายในชุมชน/เครือข่ายการท่องเที่ยว โดยสามารถแนะนำที่พักค้างแรมให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งที่พักค้างแรมผ่านมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ เช่น มาตรฐานโฮมสเตย์ มาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท เซอร์วิส อพาร์ทเมนท์ เกสต์เฮาส์ เป็นต้น - ควรดำเนินการจัดการที่พักค้างแรมให้เพียงพอและสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ - ควรจัดให้มีป้ายแนะนำความปลอดภัย ป้ายบอกเบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน หรือเบอร์โทรศัพท์ผู้ประกอบการ หรือเบอร์โทรศัพท์โรงพยาบาล ฯลฯ
เกณฑ์ 5 ด้านการส่งเสริมการตลาดและสารสนเทศ	
ตัวบ่งชี้ 5.2 ควรจัดให้มีการดำเนินการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างต่อเนื่อง	ควรดำเนินการจัดกิจกรรมลูกค้าสัมพันธ์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น การส่งบัตรอวยพรครบรอบวันเกิดของนักท่องเที่ยว/ลูกค้า หรือเทศกาลวันสำคัญ เป็นต้น
ตัวบ่งชี้ 5.3 ควรมีการจัดการด้านการตลาด	ควรมีการดำเนินงานและติดตามแผนการตลาดให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด เช่น มีการประเมินการดำเนินงานตามแผนการตลาด มีรายงานฝ่ายการตลาด เป็นต้น
ออกจากระบบ พิมพ์	

ภาพที่ 26 หน้าจอแสดงข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

9.9 เมื่อประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเสร็จเรียบร้อยแล้ว เลือก “ออกจากระบบ” หรือ เลือก “พิมพ์” เพื่อสั่งพิมพ์รายงานผลการประเมินนี้ ดังภาพที่ 26



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ด

ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย
(ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการ
ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์)



ที่ อว ๘๑๒๔/ว ๐๘๔๔

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา
มหาวิทยาลัยบูรพา
ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี ๒๐๑๓๑

๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ประกอบ กรณีกิจ

สิ่งที่ส่งมาด้วย คำร้องย่อดุษฎีนิพนธ์ และเครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์ รหัสประจำตัวนิสิต ๕๙๘๑๐๐๑๖ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์เรื่อง “การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร” ซึ่งอยู่ในความควบคุมดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนก พานทอง อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ในการนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากท่าน เพื่อประเมินให้คะแนนประสิทธิภาพต่อการใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะทิพย์ ประดุงพรม)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย ปฏิบัติการแทน

ผู้รักษาการแทนคณบดีวิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา

โทร. ๐ ๓๘๓๐ ๒๒๒๒ ต่อ ๒๐๗๗, ๒๐๗๘

โทร/ โทรสาร ๐ ๓๘๓๙ ๓๔๘๔

<http://www.rmcs.buu.ac.th>



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ต

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการ
จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

เรื่อง การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

1. รองศาสตราจารย์ ดร.ประกอบ กรณีกิจ	อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสาร การศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ดร.ชวาลศักดิ์ เพชรจันทร์ฉาย	กรรมการบริหารหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
3. นายชลพรรธน์ ธนะพัฒน์ดำรงค์	เจ้าหน้าที่ระบบงานคอมพิวเตอร์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ถ

แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อาหารแบบออนไลน์ (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

แบบประเมินความเหมาะสม การใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

คำชี้แจง

แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นและวิเคราะห์เนื้อหาในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำผลที่ได้ไปพัฒนาโปรแกรมให้มีความสมบูรณ์ต่อไป แบบประเมินฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาสละเวลามาให้ความคิดเห็นในการประเมินโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์



ขอแสดงความนับถือ

นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

นิสิตระดับปริญญาเอก

สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก ท
ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบประเมินความเหมาะสมการใช้
โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหาของแบบประเมินความเหมาะสม
การใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

รายการประเมิน	ข้อที่	ลำดับผู้เชี่ยวชาญ			I-CVI
		1	2	3	
ด้านความสะดวกในการนำไปใช้	1	4	3	4	1.0000
	2	4	4	4	1.0000
	3	4	4	4	1.0000
	4	4	4	4	1.0000
	5	4	4	4	1.0000
ด้านความถูกต้องในการใช้งาน	1	4	3	3	1.0000
	2	4	3	4	1.0000
	3	4	4	4	1.0000
	4	4	4	4	1.0000
	5	4	4	4	1.0000
ด้านลักษณะทั่วไปของโปรแกรม	1	4	3	3	1.0000
	2	4	4	3	1.0000
	3	4	4	4	1.0000
	4	4	4	3	1.0000
	5	4	3	3	1.0000
ด้านความชัดเจนของคู่มือการใช้โปรแกรม	1	4	3	3	1.0000
	2	4	4	4	1.0000
	3	4	3	4	1.0000
	4	4	4	3	1.0000
	5	4	4	4	1.0000
S-CVI/ Ave					1.0000

ภาคผนวก ๕

รายชื่อผู้ใช้โปรแกรมในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมิน
การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้ใช้โปรแกรมในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรม ประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ภาคเหนือ

1. นายจิรศักดิ์ ธนุมาศ	ประธานชุมชนท่องเที่ยวบ้านดอนทราย จังหวัดแพร่
2. นายสวิง สิงห์หล้า	ประธานกลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านปาง (ห้วยลาน) จังหวัดเชียงใหม่
3. นางอุษณีย์ ไชยสกุล	ประธานท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองหล่ม จังหวัดพะเยา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

4. นายสายฝน แก้วสมบัติ	ประธานชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบ่อเกลือพันชั้น จังหวัดร้อยเอ็ด
5. นายอิน มุลพิมาย	ประธานท่องเที่ยวหมู่บ้านบุไทรโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา
6. นางนุศรี วิชัยศรี	ประธานชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เขมราฐนาแวงเจียด จังหวัดอุบลราชธานี
7. นางปัทมนันท์ จันทำมา	ประธานโฮมสเตย์ท่องเที่ยวชุมชนบ้านเตื่อและหัวหน้า เซฟชุมชน จังหวัดหนองคาย
8. นางสาวพรพิมล มิ่งมิตรมี	ประธานท่องเที่ยวชุมชนบ้านหนองสำน จังหวัดสกลนคร

ภาคกลาง

9. นายไชยวัฒน์ สุคันธวิภาติ	ประธานชมรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไทยพวนบางน้ำเชี่ยว จังหวัดสิงห์บุรี
10. นายซัชชัย นาคสุข	ประธานวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่สะท้อน ถ้ำรงค์ จังหวัดเพชรบุรี
11. นางสาวสุวลี เสรีวัฒนาชัย	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวชุมชนบ้านทุ่งประดู่ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคตะวันออก

12. นางนงลักษณ์ มณีรัตน์	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน รักษ์เขาบายศรี จังหวัดจันทบุรี
13. นายสุเทพ บุญเพียร	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม บ้านแหลมมะขาม จังหวัดตราด

ภาคใต้

14. นายวิสูตร ประกอบ	ประธานวิสาหกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านท่าข้ามควาย จังหวัดสตูล
15. นายปรีชา หัสจักร์	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวชุมชนตำบลม่วงกลวง และประธานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดระนอง



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก น
แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อาหารแบบออนไลน์

แบบประเมินความเหมาะสม การใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ (สำหรับผู้ใช้โปรแกรม)

คำชี้แจง

แบบประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นและวิเคราะห์เนื้อหาในการประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์จากผู้ใช้โปรแกรม แล้วนำผลที่ได้ไปพัฒนาโปรแกรมให้มีความสมบูรณ์ต่อไป แบบประเมินฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งานโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ตอนที่ 2 การประเมินความเหมาะสมการใช้โปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาสละเวลามาให้ความคิดเห็นในการประเมินโปรแกรมประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบออนไลน์



ขอแสดงความนับถือ

นางสาวสิริลักษณ์ เกษรปทุมานันท์

นิสิตระดับปริญญาเอก

สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา

วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา





96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคผนวก บ

รายชื่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
ในการเปรียบเทียบผลการประเมินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

รายชื่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั่วไป

ภาคเหนือ

1. นางสาวสุมิตรา มุลกันทาสวัสดิ์ ประธานกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนบ้านแพะหนองห้า
จังหวัดลำพูน
2. นางสาวอัปสรสวรรค์ เขียวขจีไพร ประธานกลุ่มอาหารท่องเที่ยวโดยชุมชนพระบาทห้วยต้ม
จังหวัดลำพูน
3. นายสุชิน โนวิชัย ประธานชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทลื้อเชียงคำ
จังหวัดพะเยา
4. นางมะลิวัลย์ นักรบไพร ประธานกลุ่มแม่บ้านผ้าทอชนกะบ้านห้วยห้อม และ
ประชาสัมพันธ์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านห้วยห้อม
จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

5. นายเทียม ละอองกลาง ประธานท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท
นายกสมาคมท่องเที่ยวโดยชุมชนภาคอีสาน
ประธานโฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา
6. นายอำคา แสงงาม ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลภูเก้าสิงห์
จังหวัดร้อยเอ็ด
7. นายสุภวิทย์ พรณวงศ์ ประธานท่องเที่ยวโดยชุมชนเผ่าไทญ้อบ้านโพน
จังหวัดนครพนม

ภาคกลาง

8. นางปทุมมรัตน์ ธรรมโม ประธานหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านต้นโพธิ์
จังหวัดปทุมธานี
9. นางแวว สว่างแจ้ง ประธานวิสาหกิจชุมชนวนเกษตรดงเย็น
จังหวัดสุพรรณบุรี



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคตะวันออก

10. นางสาวสุกัลภัทร ใจจรูญ	ประธานวิสาหกิจชุมชนส่งเสริมท่องเที่ยวชุมชน ตำบลไร่หลักทอง จังหวัดชลบุรี
11. นางดวงฤดี ขวัญนิยม	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยววิถีชุมชนตำบล ปากน้ำประแส จังหวัดระยอง

ภาคใต้

12. นางขวัญตา ผกามาศ	ประธานชุมชนท่องเที่ยวบ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่
13. นายพรหมพจน์ ศิริพรชัยเจริญ	ประธานเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านทุ่งหว่า โฮมสเตย์ จังหวัดสตูล
14. นายปรารมภ์ สล่ำเส้ง	รองประธานชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี บ้านตาพะเยา จังหวัดยะลา
15. นายชนินทร์ ศิเษรินทร์	ประธานวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านทรายขาว จังหวัดปัตตานี



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

รายชื่อผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ได้รับรางวัล อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี พ.ศ. 2564

ภาคเหนือ

1. นางกมลลักษณ์ ธนानันต์เมธี	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านวังกรด จังหวัดพิจิตร
2. นางชุติมา ณ น่าน	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบล ในเวียง-บ้านหนองเต่า จังหวัดน่าน
3. นายสมศักดิ์ อินทะชัย	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่
4. นางสาวสุใจ ชมภูมี	ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านผารังหมี จังหวัดพิษณุโลก
5. นายเศรษฐศักดิ์ พรหมมา	ประธานโฮมสเตย์บ้านท่าชันทองการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดเชียงราย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

6. นางสาวสัมพันธ์ สืบวัน	ประธานโฮมสเตย์ชุมชนท่องเที่ยวบ้านโคกเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
7. นางบุญจันทร์ จำนงเพียร	ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านโพธิ์ทอง จังหวัดสุรินทร์

ภาคกลาง

8. ว่าที่ร้อยตรี ขาดิชา ยอดมิ่ง	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนไทยพวน จังหวัดนครนายก
9. นายประยูร อสัมภินพงศ์	ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมือง โบราณทวารวดี อุทง จังหวัดสุพรรณบุรี



965111980

BVU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

ภาคตะวันออก

10. นางสาวสุภัทร วงศ์ศรี	ประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ วัฒนธรรมบ้านวังห้ว จังหวัดระยอง
11. นางสาวตนา ภูมิมาโนช	ประธานกลุ่มท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว และประธาน วิสาหกิจชุมชนโฮมสเตย์ บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด
12. นางวันดี ประกอบธรรม	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลตะเคียนเตี้ย จังหวัดชลบุรี

ภาคใต้

13. นายชาญวิทย์ เพิ่มทรัพย์	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวแหลมสีก จังหวัดกระบี่
14. นายชนะ แซ่อู่	ผู้ประสานงานและประชาสัมพันธ์วิสาหกิจโฮมสเตย์ บ้านจุฬาภรณ์ 9 จังหวัดยะลา
15. นางฟาติมะห์ บากา	ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว 3 วิถีผ่านเสน่ห์ เปอรานากัน จังหวัดปัตตานี



96511980

ภาคผนวก ป
ผลการวิเคราะห์สถิติทดสอบแมน-วิทนีย์ โดยรวม



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

NPar Tests

Mann-Whitney Test

		Ranks		
	แหล่งท่องเที่ยว	N	Mean Rank	Sum of Ranks
คะแนนรวม	1.00	15	8.00	120.00
	2.00	15	23.00	345.00
	Total	30		

Test Statistics^a

	คะแนนรวม
Mann-Whitney U	.000
Wilcoxon W	120.000
Z	-4.666
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.000 ^b

a. Grouping Variable: แหล่งท่องเที่ยว

b. Not corrected for ties.

ภาคผนวก ผ

ผลการวิเคราะห์สถิติแมน-วิทนีย์ ยู จำแนกตามเกณฑ์



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

NPar Tests

Mann-Whitney Test

กรณีศึกษา	แหล่งท่องเที่ยว	Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
C1	1.00	15	9.40	141.00
	2.00	15	21.60	324.00
	Total	30		
C2	1.00	15	8.33	125.00
	2.00	15	22.67	340.00
	Total	30		
C3	1.00	15	9.97	149.50
	2.00	15	21.03	315.50
	Total	30		
C4	1.00	15	8.07	121.00
	2.00	15	22.93	344.00
	Total	30		
C5	1.00	15	8.57	128.50
	2.00	15	22.43	336.50
	Total	30		
C6	1.00	15	11.97	179.50
	2.00	15	19.03	285.50
	Total	30		
C7	1.00	15	9.23	138.50
	2.00	15	21.77	326.50
	Total	30		
C8	1.00	15	9.13	137.00
	2.00	15	21.87	328.00
	Total	30		
C9	1.00	15	10.87	163.00
	2.00	15	20.13	302.00
	Total	30		
C10	1.00	15	9.90	148.50
	2.00	15	21.10	316.50
	Total	30		



96511980

BUU iThesis 59810016 dissertation / recv: 21042566 07:02:28 / seq: 57

Test Statistics^a

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10
Mann-Whitney U	21.000	5.000	29.500	1.000	8.500	59.500	18.500	17.000	43.000	28.500
Wilcoxon W	141.000	125.000	149.500	121.000	128.500	179.500	138.500	137.000	163.000	148.500
Z	-3.850	-4.671	-3.602	-4.825	-4.316	-2.282	-3.958	-4.141	-3.340	-3.877
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.000	.001	.000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	.000 ^b	.000 ^b	.000 ^b	.000 ^b	.000 ^b	.026 ^b	.000 ^b	.000 ^b	.003 ^b	.000 ^b

a. Grouping Variable: แหล่งท่องเที่ยว

b. Not corrected for ties.