



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้าน
การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach
เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Human Capital Development Policy and Strategy of Creative Thai
Gastronomic Tourism for Active Beach Tourism Cluster according to
ASEAN Economic Community (AEC)

โดย

รศ.ดร. ปิยะนุช เงินคล้าย และ คณะ

สิงหาคม ๒๕๕๘

สัญญาเลขที่ RDG๕๖๕๐๐๕๓

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับ
อาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน

Human Capital Development Policy and Strategy of Creative Thai Gastronomic Tourism
for Active Beach Tourism Cluster according to ASEAN Economic Community (AEC)

โดย

คณะผู้วิจัย

สังกัด

๑.รศ.ดร. ปิยะนุช เงินคล้าย

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๒.รศ.ดร.วันดี ไทยพานิช

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๓.ดร. วัชรพงษ์ พินิตอำรง

สถาบันรัชต์ภาคย์

๔.นายธนกร ช่อไม้ทอง

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๕.นางสาววิศรุตตา ปิตตานัง

ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

รศ. พงศ์สัณห์ ศรีสมทรัพย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.และสกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

Executive Summary

การวิจัยเรื่องแผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และรูปแบบการท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้จัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านดังกล่าว

องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้แก่

การจัดการเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้กว่าร้อยละ ๘๘เป็นผู้ประกอบการ SMEs และ MSEs รูปแบบของการประกอบธุรกิจจะมีลักษณะเป็นกิจการในครอบครัว ไม่ได้มีระบบการบริหารจัดการตามระบบทางธุรกิจอย่างเป็นระบบการดำเนินกิจการจะเป็นรูปแบบง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนเนื่องจากจะใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลักแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารงานกันตามความสมัครใจหรือความสามารถของสมาชิกในครอบครัวกันอย่างง่าย ๆ หรืออาจจะเป็นการให้ความช่วยเหลือกันระหว่างเพื่อนบ้านใกล้เคียงหรือคนในท้องถิ่นนั้นๆ โครงสร้างองค์กรหรือ Organization Chart จะมีลักษณะที่ค่อนข้างราบไม่ได้มีการแบ่งแยกเป็นสายงานหรือสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนหรือยุ่งยากซับซ้อนดังเช่นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่หากงานในส่วนไหนยังขาดคนรับผิดชอบก็สามารถเข้าไปทำแทนกันหรือแรงงานหนึ่งคนสามารถรับผิดชอบในหลายหน้าที่ในเวลาเดียวกันได้เนื่องจากไม่ได้แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างเด็ดขาดชัดเจนนักถึงแม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs บางรายจะมีการจ้างแรงงานเพิ่มเติมจากการใช้แรงงานในครอบครัวก็จะเป็นการจ้างงานเพียงชั่วคราวในฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากไม่ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการขยายการบริหารงานหรือการบริการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไม่มีการกำหนดตำแหน่งงานหรือการปรับระดับและอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กรหรือหลักเกณฑ์ในการบริหารงานขององค์กรธุรกิจทั่วไปรวมทั้งอาจไม่ได้มีการทำสัญญาจ้างงานและให้สวัสดิการต่าง ๆ ตามกฎหมายแรงงานโดยอาจจะเป็นการเจรจาตกลงราคาค่าจ้างและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบกันง่าย ๆ เท่านั้น หากทั้งผู้จ้างและผู้รับจ้างตกลงกันได้ก็เข้ามาร่วมงานกันไม่ใช่เป็นการหาแรงงานมาบรรจุตามตำแหน่งที่ว่างตามโครงสร้างองค์กรหากต้องการขยายงานหรือขยายการประกอบธุรกิจในส่วนไหนก็จะทำตามที่เขาของกิจการต้องการโดยไม่ได้มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า

สำหรับปัญหาหลักในการบริหารจัดการคือ ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ทางด้านการบริหารจัดการและผู้ประกอบการยังไม่ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจมากนัก อีกทั้งจากการที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลหรือสถิติสำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของตนเองอย่างเป็นระบบ

ผู้ประกอบการ จึงไม่เห็นความสำคัญของการที่จะต้องมีการจัดทำแผนงานหรือวางแผนเกี่ยวกับการดำเนินกิจการรวมทั้งการขยายกิจการในอนาคตการจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ มีลักษณะที่เรียบง่ายไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นทางการนักโดยอาศัยการบอกต่อโดยนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจจึงแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดหรือนักท่องเที่ยวรายอื่นหรือผู้ประกอบการอาจจัดทำเป็นใบปลิวหรือแผ่นพับที่พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์หรือถ่ายเอกสารแล้วนำไปแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวหรือติดไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการมักไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดอย่างเฉพาะเจาะจงอาจจะต้องมีการรวมกลุ่มกันในชุมชนหรือท้องถิ่นแล้วร่วมกันทำหรือขอความสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว

แผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีกรอบแนวคิดคือ “การขยายตัวของการลงทุนทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจทางด้านโรงแรมเติบโตและกระจายตัวสู่ธุรกิจทางด้านอาหาร ดังนั้นต้องพัฒนาธุรกิจทางด้านอาหารให้รองรับการท่องเที่ยวโดยเน้นไปที่ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์” โดยมียุทธศาสตร์ของแผนการจัดการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมทุนมนุษย์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพทางด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ยุทธศาสตร์ด้านการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ยุทธศาสตร์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ความพร้อมของพื้นที่ในด้านความพร้อมด้านสาธารณูปโภค ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกความพร้อมด้านบริการความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และความพร้อมด้านนโยบายของรัฐแนวทางในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติควรมียุทธศาสตร์ด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น

เนื้อหาของคู่มือการประกอบการแหล่งเรียนรู้อาหารไทยประกอบด้วยแนวทางการจัดการพื้นที่บริเวณอาคารและบริเวณโดยรอบ แนวทางการจัดการเครื่องมือ อุปกรณ์ และการบำรุงรักษา แนวทางการจัดการสุขลักษณะการประกอบอาหารในแหล่งเรียนรู้ แนวทางการจัดการสุขลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยแห่งความสำเร็จของแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

เนื้อหาของคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบด้วยคู่มือในการพัฒนาทักษะ ได้แก่ ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อการฝึกอบรม ความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์เพื่อการฝึกอบรม คู่มือในการรวบรวมความรู้ ได้แก่ ความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหาร ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร คู่มือการตลาด ได้แก่ ธุรกิจอาหาร ประเภทนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงตลาด

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานพัฒนาอาหารไทยประจำถิ่นนั้น ต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกัน ความสำเร็จจะนำมา ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ดังนั้นการ สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอาหาร โดยเฉพาะในท้องถิ่นจึงเป็น สิ่งสำคัญ โดยการสร้าง แพ็คเกจอาหารและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเลือกสินค้าและกลุ่มตลาดที่มาจากการวิเคราะห์สถานการณ์ของพื้นที่ การหาจุดยืนทางการตลาดและสร้างตราสินค้าให้แก่สินค้าอาหารที่เลือกเพื่อการเตรียมตัวรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนและมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมาให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติมและแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และรูปแบบการท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้จัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านดังกล่าว

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานพัฒนาอาหารไทยประจำถิ่นนั้น ต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกัน ความสำเร็จจะนำมา ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ มาเยือนดังนั้นการ สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอาหาร โดยเฉพาะในท้องถิ่นจึงเป็น สิ่งสำคัญ โดยการสร้างแพ็คเกจอาหารและเส้นทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเลือกสินค้าและกลุ่มตลาดที่มาจาก การวิเคราะห์สถานการณ์ของพื้นที่ การหาจุดยืนทางการตลาดและสร้างตราสินค้าให้แก่สินค้าอาหารที่เลือก เพื่อการเตรียมตัวรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนและมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมาให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติมและแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร

แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ความพร้อมของพื้นที่ในด้านความพร้อมด้านสาธารณูปโภค ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกความพร้อมด้านบริการความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และความพร้อมด้านนโยบายของรัฐแนวทางในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติควรมียุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่จะรองรับการพัฒนาทุนมนุษย์

Abstract

The research's main aim is to synthesize the knowledge of human capital development policy and strategy of creative Thai gastronomic tourism for Active Beach tourism cluster according to Asean Economic Community (AEC) and also to formulate the tourism policy, strategy, and format. Apart from this, the researcher also produces handbook on tourism business and gastronomic study in order to transfer the knowledge on human capital development in promoting the Thai gastronomic tourism.

This research finds that factors contributing to success of Thai local gastronomic development should include collaborations of all stakeholders in local communities, state and private sectors. Such achievement will lead to economic and social development and will also bring tourists' satisfaction. It is therefore important to create the gastronomic tourism network, particularly in the local areas, by developing food package and cultural tourism route. The factors also comprise product and market choice, the area situation's analysis, market position, and brand creation for the selected food, preparing for the Asean Economic Community (AEC). It is also important to have gastronomic experts and related agencies to deliver knowledge, and help promoting the Thai culinary and give suggestions to tourists.

The guidelines to formulate policy and strategy and to create the format in human capital development of creative Thai gastronomic tourism for Active Beach tourism cluster according to Asean Economic Community (AEC) consist of analysis of area's readiness in terms of infrastructure, facilities, services, human resources, state's policy, and directions of strategy's implementation.

สารบัญ

หน้า		
บทที่ 1 บทนำ		1
บทที่ 2 ทฤษฎี และแนวความคิดของแผนงานวิจัย		7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา		66
บทที่ 4 ผลการศึกษา		70
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	109	
บรรณานุกรม		121
ภาคผนวก		127

แผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์
สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
Human Capital Development Policy and Strategy of Creative Thai Gastronomic Tourism for Active Beach Tourism
Cluster according to ASEAN Economic Community (AEC)

บทที่ ๑

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธุรกิจการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นภาคบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เป็นแหล่งที่มาของการสร้างงานและทำให้เกิดรายได้ของประเทศ ซึ่งในปี ๒๕๕๓มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งสิ้น ๑๕.๘ล้านคน ขยายตัวร้อยละ ๑๒.๐โดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) คาดว่าจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น ๖.๒๗แสนล้านบาท เป็นรายได้ที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตั้งไว้ในปี ๒๕๕๓ที่ ๑๔.๕ล้านคน และสูงกว่าเป้าหมายรายได้ ๕.๓๐แสนล้านบาท สะท้อนถึงความแข็งแกร่งของภาคธุรกิจการท่องเที่ยว การที่ประเทศไทยจะต้องเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยเป็นอย่างมาก จากเวทีการสัมมนาเรื่อง “ท่องเที่ยวไทย พร้อมแค่ไหนรับมือ AEC” ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ สมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) ทำให้ทราบว่า ภาคธุรกิจท่องเที่ยวไทยจะได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบ โดยผลกระทบทางบวก ประเทศไทยจะได้ประโยชน์ในแง่ที่การท่องเที่ยวจะกระจายไปตามภูมิภาคในจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทยมากขึ้น ส่วนผลทางด้านลบ จะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรต่าง ๆ ของไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งทุนทางด้านการท่องเที่ยว (ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, ๖ เมษายน ๒๕๕๔)

สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดชายทะเลทางด้านตะวันออกของประเทศไทย ๔จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด ถือได้ว่าเป็นจังหวัดที่เหมาะสมในการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามทั้งทะเล ชายหาด ป่าไม้ น้ำตก และมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งสวนผลไม้ สวนพืชสมุนไพร นอกจากนี้ ยังมีอาหารทะเลที่สดสะอาดหลากหลายประเภทอีกด้วย และที่สำคัญคือ กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกสบาย มีพาหนะที่จะพานักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ แต่จากในอดีตที่ผ่านมาพบว่า ภาพลักษณ์ทางด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีภาพลักษณ์ทางด้านการท่องเที่ยวในทางที่ไม่สร้างสรรค์นัก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์กับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ว่าเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยวยามราตรี (Night life) ดังปรากฏในการศึกษาวิจัยของ ทศนีย์ ทานตวนิช (๒๕๔๑) ที่ศึกษาโดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจาก ๒๔ ประเทศ จำนวน ๘๒๐ คน ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญคือ พัทยา จังหวัดชลบุรี เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง และเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมายังภาคตะวันออก คือต้องการท่องเที่ยวชีวิตยามค่ำคืน ต้องการมาเที่ยวกลับ ผับ ดิสโก้

ในพหุวิทยา ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่า การท่องเที่ยวชีวิตยามค่ำคืน อันประกอบด้วยการมาใช้บริการใน คลับ ผับ ดิสโก้ ตลอดจนแหล่งขายบริการทางเพศ เป็นที่มาของอาชญากรรม ยาเสพติด มาเฟียข้ามชาติ ทำลายศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของคนไทย ก่อให้เกิดปัญหาสังคมกับคนในชุมชนเจ้าของพื้นที่ ทำลายที่สุดทำให้เสียชื่อเสียงของประเทศ

นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ให้ความสนใจในเรื่องศิลปวัฒนธรรมมากกว่านักท่องเที่ยวในสมัยก่อนเมื่อ ๒๐ ปีที่ผ่านมา เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สิ่งทีนักท่องเที่ยวต้องการคือ ต้องการเปิดรับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ต่างจากชีวิตประจำวันในประเทศของตนเอง ต้องการรับรู้และสัมผัสถึงศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อาหารเป็นสื่อที่ถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนถึงนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมทั้งอาหารพื้นเมืองเพราะเมื่อไปถึงแหล่งท่องเที่ยวใด นักท่องเที่ยวก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องบริโภคอาหารในท้องถิ่นนั้น ๆ

อาหารท้องถิ่นของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach สามารถจำแนกตามจังหวัด ได้ดังนี้
จังหวัดชลบุรี มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ห่อหมก แจงลอน (เครื่องปรุงคล้ายห่อหมก ปั่นเป็นก้อนกลม เสียบไม้ย่าง) ฮ้อยจ้อ และขนมหวานนานาชนิด ได้แก่ ก้อยฉาบ เผือกฉาบ ผลไม้กวน ผลไม้แช่อิ่ม ขนมจากและที่ขึ้นชื่อที่สุดคือข้าวหลาม ซึ่งมีความหวานมันเป็นที่รู้จักของนักชิมโดยทั่วไป ส่วนผลไม้ ได้แก่ ขนุน สับปะรด และมะพร้าวอ่อน มีแหล่งจำหน่ายที่ตลาดหนองมน นอกจากนี้ยังมีอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ แกงลาว (แกงข้นทำจากหน่อไม้และใบย่านาง) ขนมก้นถั่ว (คล้ายขนมถั่วทำจากแป้งและกะทิ) มีขายในตลาดสดทรัพย์สินในตัวเมืองชลบุรี อีกทั้งเมี่ยงก้วยเตี่ยวและก้วยเตี่ยวเป็ด ซึ่งเป็นอาหารขึ้นชื่อของอำเภอบ้านบึง

จังหวัดระยอง มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ แกงหมูชะมวง ข้าวห่อกาบหมาก ซึ่งก็คือข้าวคลุกน้ำพริกที่ในสมัยก่อนภาชนะที่จะบรรจุข้าวไปกินในไร่นาไม่มีจึงได้ใช้ภูมิปัญญาโบราณนำสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาใส่ประโยชน์ เช่นกาบของต้นหมากนำมาห่อข้าวก็ได้ นำมาทำตักน้ำจากบ่อน้ำตื้นก็ได้ซึ่งภาชนะนี้ทางภาคใต้เรียกว่า (หมาตักน้ำ)

จังหวัดจันทบุรี มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ น้ำพริกปูไข่ น้ำพริกเกลือ น้ำพริกกระกำ แกงหมูชะมวง ก้วยเตี่ยวผัดปู ก้วยเตี่ยวเส้นจันท์ ก้วยเตี่ยวเนื้อเลียงหรือหมูเลียง

จังหวัดตราด มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ข้าวเกรียบปากหม้อ น้ำพริกกะปิปลาทุ้มหวาน ก้วยเตี่ยวผัดปู ข้าวหลามหม้อแกง ขนมชั้น ก้วยเตี่ยวอ่อนน้ำพริกกุ้งแห้ง ข้าวเกรียบน้ำจิ้ม หมูต้มชะมวง ขนุนบันดุก

ปัจจุบันแนวคิดของการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (gastronomic tourism) กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจมากในต่างประเทศ เช่น ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา ฮองกง และมาเลเซีย แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ยังเป็นแนวคิดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยถือเป็นแนวคิดที่มีความเป็นไป

ได้ที่จะประสบความสำเร็จอย่างสูงในประเทศไทย (du Rand & Heath, ๒๐๐๖) เนื่องจาก ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่อุดมสมบูรณ์ กล่าวคือ (๑) เรามีทรัพยากรทางธรรมชาติหลากหลาย (๒) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ หลากหลาย และมีชื่อเสียงในสายตาชาวโลกมาแล้วระดับหนึ่ง (๓) ประเทศไทยมีฐานภาคีการท่องเที่ยวที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ มาพอสมควร เมื่อได้รับการพัฒนาศักยภาพอีกเล็กน้อยก็จะสามารถผลักดันการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จได้ (๔) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์อาศัยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมในประเทศไทยและภูมิปัญญาของคนไทย ดังนั้นผู้ประกอบการจึงไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนัก แต่โอกาสการประสบความสำเร็จมีสูง (๕) ศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์มีองค์ประกอบการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

จากความสำคัญของการส่งเสริมภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach และความจำเป็นที่ต้องสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ให้มีความแตกต่างจากภาพลักษณ์การท่องเที่ยวแบบชีวิตกลางคืนของพัทยา ชลบุรี คณะผู้วิจัยเห็นว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach น่าจะเป็นแนวทางที่น่าสนับสนุนส่งเสริม อย่างไรก็ตาม การผลักดันให้กลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เป็นแหล่งท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่ายทั้งภาครัฐจากส่วนกลางและหน่วยงานในพื้นที่ที่ต้องร่วมมือกันส่งเสริมด้วยเช่นกัน เนื่องจาก การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารยังเป็นแนวคิดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย แม้อาหารไทยจะมีศักยภาพสูง และมีความพยายามในการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารหลายอย่าง แต่ยังไม่เพียงพอที่จะสร้างความเข้มแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเด่นชัด เนื่องจากการบริหารจัดการควบคุมคุณภาพและมาตรฐานบริการที่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวยังไม่มีแบบแผนที่เป็นมาตรฐานชัดเจน ยังมีลักษณะต่างคนต่างทำตามกำลังของผู้ที่เกี่ยวข้อง ในทัศนะของผู้ประกอบการร้านอาหารทั้งในโรงแรมและนอกโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวระบุปัญหาที่มี ได้แก่ ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ ปัญหาการขาดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง นอกจากนี้ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความประทับใจในการบริการ (ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ , ๒๕๕๐) การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างมีแบบแผนในทุกระดับที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ระดับประเทศ จังหวัด อำเภอ ตำบล และท้องถิ่นต่างๆ รวมทั้งกลไกของเครือข่าย จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง องค์กรธุรกิจตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องหันมาให้ความสำคัญทรัพยากรมนุษย์ในลักษณะที่เป็น “ทุนมนุษย์” (human capital) มากขึ้น

จะต้องมีการตกลึกความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จะให้บริการที่มีคุณภาพจะมีผลทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารอย่างสร้างสรรค์ และส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศอย่างแท้จริง

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยกำหนดให้มีแผนงานวิจัยย่อย ๒ แผนงานคือ

- ๑ . นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทาน (supply) เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ๒ . การมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดนโยบายการบริหารจัดการ (management) การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย

๑. เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และศักยภาพชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๒. เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๓. เพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้มากำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๔. เพื่อนำรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่ได้จากผลการศึกษาไปทดลองปฏิบัติจริงในพื้นที่ที่ศึกษาบางพื้นที่ (Pilot test แบบ small scale) เพื่อประเมินผลจากผลการศึกษาในโครงการวิจัยนี้
๕. เพื่อจัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการฝึกอบรมผู้ประกอบการในพื้นที่

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

- องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และศักยภาพชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- รูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร

- ผู้ประกอบการ ได้แก่ ภาเคิการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร โฮมสเตย์
- ผู้กำหนดนโยบาย ได้แก่ ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ททท . หอการค้าจังหวัด องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น สมาคมและชมรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- ผู้นำชุมชนและประชาชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ประธานกลุ่มต่างๆ ประชาชนที่จะได้รับผลจากการท่องเที่ยว

ขอบเขตด้านระยะเวลา

๑๕สิงหาคม ๒๕๕๖ – ๑๔สิงหาคม ๒๕๕๗

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ในภาพรวม

๑. ประโยชน์ต่อประชาชน : ได้สารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับประชาชนทั่วไป เพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมเข้าสู่การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ให้ผู้เกี่ยวข้องได้ประโยชน์จากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ Active Beach

๒. ประโยชน์ต่อชุมชน : ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนในพื้นที่ Active Beach สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์และทรัพยากรอื่นๆ ให้พร้อมต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในพื้นที่ Active Beach เข้าสู่การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๓. หน่วยงานที่เป็นกลไกขับเคลื่อนส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach: สามารถนำนโยบายและกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ไปดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล

ผลที่คาดว่าจะได้รับจากแผนงาน

๑. ศักยภาพทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และชุมชน มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์
๒. รูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ของภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์
๓. รูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร
๔. นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ รองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
๕. ผลการนำรูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไปทดลองใช้/ปฏิบัติจริง
๖. คู่มือการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ของภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์

การนำผลงานไปใช้ประโยชน์

๑. การเผยแพร่ความรู้ตามคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ของภาคการท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์
๒. เสนอนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ รองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้กับรัฐบาลนำไปใช้ประโยชน์

บทที่ ๒

ทฤษฎี และแนวความคิดของแผนงานวิจัย

ในส่วนของทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการวิจัยได้นำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวและการกำหนดกลยุทธ์ในการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอาหารเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยมีรายละเอียดในเรื่องต่างๆ ดังนี้

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้เสนอ ความหมายของการท่องเที่ยว ปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดในเรื่องต่างๆ ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ. ๒๕๐๖ (ค.ศ. ๑๙๖๓) องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไม่พำนักอยู่เป็นการถาวร”

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวดังนี้ “Tourism comprises the activities of the person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purpose.” จากความหมายนี้สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า ๑ ปี ติดต่อกัน) เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (๒๕๔๖) ให้ความหมายของ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร (๒๕๔๒) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งไม่ใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้

จากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ข้างต้นสามารถสรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” (Tourism) หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง หรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจไป และเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน การเดินทางเพื่อมีจุดประสงค์เฉพาะอย่าง เช่น ชมการแข่งขันกีฬา การเดินทางเพื่อการศึกษาการเรียนรู้ การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเดินทางที่เกิดขึ้น ตามเงื่อนไข ๓ ประการ คือ

๑. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
๒. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
๓. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตาม ที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการใช้จ่ายเงินเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเดินทางไปชมสถานที่ต่างๆ ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก โดยถ้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติก็จะมีเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศ ในขณะที่คนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอยู่ภายในประเทศก็จะเป็นการกระจายรายได้โดยที่มีนักท่องเที่ยวคนไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี เพราะการเดินทางท่องเที่ยวนั้นเป็นการผ่อนคลายความเคร่งเครียดต่างๆ กับการได้รับความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี ได้เห็นภูมิประเทศที่แปลกตาและได้สร้างความสัมพันธ์กับคนต่างถิ่นด้วย เมื่อการคมนาคมสะดวก การเดินทางท่องเที่ยวกลายเป็นความนิยม ธุรกิจต่างๆ ก็เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักและอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการค้า ของที่ระลึก ธุรกิจเหล่านี้ขายบริการให้กับตัวนักท่องเที่ยวเอง และยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น การก่อสร้างอาคาร ที่พัก ร้านอาหาร การผลิตสินค้าเกษตรกรรม เพื่อขายให้แก่ธุรกิจที่พักและอาหาร การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งร้านค้าของที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้จะก่อให้เกิดงานอาชีพใหม่ๆ และการกระจายเงินตราซึ่งถือเป็นการเสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศนั่นเอง

ปัญหาและสถานการณ์การท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบ เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๔) เช่น มีเหตุการณ์ก่อการร้าย ทำให้นักท่องเที่ยวไม่กล้ามา หรือเหตุการณ์ประท้วง ภัยพิบัติต่างๆ เช่น สึนามิ แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด พายุรุนแรง เป็นต้น

เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงอาจทำให้เกิด การฉ้อโกง การหลอกลวง นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น อาหารที่ขาดคุณภาพ บริโภคแล้วเกิดปัญหาสุขภาพ การขายของปลอมหรือของไม่มีคุณภาพ ที่พักที่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว การทำร้ายนักท่องเที่ยว หรือปัญหาอาชญากรรมต่างๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ไม่ดี ขาดความประทับใจในการท่องเที่ยวและอาจไม่กลับมาที่แห่งนั้นอีก นอกจากนี้ยังบอกต่อไปทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีคนมากมายต้องเสื่อมโทรมไป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เติบโตต้องถูกทำลายไปไม่ยั่งยืน

ปัญหาต่างๆ เหล่านี้รัฐควรมีนโยบายที่จะแก้ไขหรือกำจัดให้หมดไปหรือควบคุมไม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งต้องร่วมมือกันหลายฝ่าย จาก องค์กรท้องถิ่น ตำรวจ ประชาชนในชุมชน และนักท่องเที่ยวเองต้องอย่าไปในพื้นที่เสี่ยง มีข้อมูลข่าวสารในการเดินทางอย่างชัดเจน และไม่ควรเชื่อคำหลอกลวงจากบุคคลต่างๆ ที่ไม่รู้จริง และเลือกโรงแรมหรือร้านอาหารที่มีสถาบันหรือหน่วยงานรับรอง ซึ่งจะทำให้เกิดความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน

ประเภทของการท่องเที่ยว (Tourism)

การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการรูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่างที่ต้องมีการเดินทางจากถิ่นพำนักประจำของตนเอง ไปยังอีกที่หนึ่งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ ดังนั้นอาจจำแนกการท่องเที่ยวออกเป็น

(๑) การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) ได้แก่ การท่องเที่ยวเฉพาะในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้นๆ ซึ่งอาจแบ่งย่อยเป็นการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และการท่องเที่ยวไปในจังหวัดอื่น

(๒) การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) ได้แก่ การเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น หรือไปอยู่ประจำในประเทศนั้น

รูปแบบการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม และให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นและสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความดั้งเดิม มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินทั้งได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อสภาพธรรมชาติสังคม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของการมีจิตสำนึกต่อการรักษาคุณค่าของสภาพแวดล้อม และชุมชนในท้องถิ่นในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจควบคู่กันไป โดยช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการเล่นกีฬาหรือการแข่งขันกีฬา และความเร้าใจบันเทิงใจ โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Ago-tourism) หมายถึง การจูงนำเที่ยวชมสถานที่ทำการเกษตรกรรม แหล่งทำสวนผลไม้ แหล่งปลูกไม้ดอกไม้ประดับ แหล่งทำฟาร์ม เพื่อรับฟังการบรรยายถึงปัญหาและความสำเร็จในอาชีพการเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งการพักผ่อนหย่อนใจเพื่อความสนุกสนาน ความชื่นชอบในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marineecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีเวลาในการศึกษาดูงาน และทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตัวเองก็ได้

การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) หมายถึง เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่เป็นหลัก โดยมุ่งการส่งเสริมการขายบริการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ แต่ไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวทั้งกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยให้การท่องเที่ยวมุ่งหารายได้ทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็ให้การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tour) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยได้รับรางวัลตอบแทนจากนายจ้าง หรือรางวัลตอบแทนจากบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยไม่ต้องจ่ายค่าเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

การท่องเที่ยวเพื่อสวัสดิการสังคม (Socialtourism) หมายถึง การเดินทางพักผ่อนหย่อนใจซึ่งรัฐบาลหรือสหพันธ์แรงงานให้การสนับสนุน โดยจ่ายค่าเดินทางให้บางส่วนหรือทั้งหมด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคม

การท่องเที่ยวเหมาจ่าย (Package Tour) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดรายการนำเที่ยวและบริการต่างๆ ไว้ครบถ้วน โดยคิดราคาบริการเหมารวมหมดทุกอย่าง

การท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่นำพื้นฐานธรรมชาติของชนบทมาเป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งมีหลายรูปแบบได้แก่ การท่องเที่ยวในรูปแบบฟาร์ม (Farm Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม (Agrotourism) ซึ่งเป็นที่นิยมมากในประเทศแถบทวีปยุโรป เป็นการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นเพราะนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักให้กับเจ้าของฟาร์ม หรือซื้อสินค้าที่ผลิตในฟาร์ม ทั้งยังมีการจัดที่พักให้กับเยาวชนที่ต้องการท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวชนบททำให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ถึงประสบการณ์ และมีชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมทั้งการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้ความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาจจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิทัวร์เส้นทางศิลปะ ขอม ตามรอยพ่อขุนเม็งราย เทียวอุทยานประวัติศาสตร์ต่างๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเฉพาะเรื่อง (Special interesttour) หมายถึง การท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่มีความสนใจพิเศษในกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง อาจมีผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ เป็นผู้นำไป เช่น การเยี่ยมชมศิลปะ การท่องเที่ยวที่เน้นด้านอาหาร การท่องเที่ยวเพื่อชมละคร การดำน้ำ การเรียนทำอาหารไทย เป็นต้น

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๑. กิจกรรมท่องเที่ยว (Tourism Activities) คือ กิจกรรมที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการในการเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม หรือเข้าร่วมกิจกรรมนั้น ซึ่งทำให้เพิ่มระยะเวลาวันพักของนักท่องเที่ยว

๒. จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Tourism Destination) คือ สถานที่ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนหรือเยี่ยมชม

๓. ทรัพยากรท่องเที่ยว (Tourism Resources) คือ สถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว อันเป็นพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว โดยมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน เปรียบเสมือนสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะขายให้แก่นักท่องเที่ยว

๔. ธุรกิจท่องเที่ยว (Tourist Business) คือ การดำเนินธุรกิจให้บริการอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว อันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยหวังได้รับ

ผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจเป็นสิ่งตอบแทน ประกอบด้วยธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

๕.ธุรกิจขนส่ง (Transportation Business) คือ การประกอบธุรกิจให้บริการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่พักอาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามที่ต้องการด้วยอุปกรณ์การขนส่ง หรือยานพาหนะ

๖.ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Souvenir Business) คือ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการจำหน่ายสินค้าใดๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อแล้วนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อใช้สอยเองในชีวิตประจำวันและเก็บไว้เป็นของที่ระลึกเตือนใจให้คิดถึงถิ่นที่เคยมาเยือน หรือฝากญาติมิตร

๗.ธุรกิจที่พัก (Accommodation Business) คือ การประกอบธุรกิจให้บริการด้านที่พักค้างคืนชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อน หลับนอนในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย

๘.ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Business) คือ การประกอบธุรกิจให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางสถานที่พัก อาหาร ทัศนอาจร และมัคคุเทศก์แก่นักท่องเที่ยว

๙.ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) คือ ธุรกิจที่จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ และขายบริการนำเที่ยวนี้นแก่นักท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น

๑๐.ธุรกิจนำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปเที่ยวยังต่างประเทศ (Outbound Tour Business) คือ ธุรกิจที่จัดรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศจัดส่งรายการนำเที่ยวประเทศของเขามาให้ธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนในประเทศไทยช่วยขายให้ลูกค้าคนไทย หรือธุรกิจนำเที่ยวประเภทนี้อาจจัดรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศขึ้นเอง แล้วขายให้ลูกค้าคนไทยก็ได้

๑๑.ธุรกิจนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวประเทศไทย (Inbound Tour Business) คือ ธุรกิจที่จัดรายการนำเที่ยวในประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

๑๒.ธุรกิจบันเทิง (Entertainment Business) คือ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการด้านความบันเทิงเบิกบานรื่นเริงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสนุกสนาน เช่น บาร์ ไนต์คลับ คาบาเร่ต์ สถานอาบอบนวด สถานนวดแผนโบราณ โรงภาพยนตร์ โรงงิ้ว ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์สังคีต สนามมวย สนามแข่งรถ เป็นต้น

๑๓.ธุรกิจอาหาร (Food Business) คือ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารก็ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารและเครื่องดื่มอย่างอิมมูนาสำราญ

๑๔.นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ นักท่องเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่หนึ่ง โดยมีการค้างคืน อย่างน้อย ๑ คืน แต่ไม่เกิน ๙๐ วัน ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้และให้หมายความรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว โดยเสียค่าบริการด้วยแบ่งเป็น

๑๔.๑ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางอยู่ภายในประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน และไปค้างคืนยังท้องถิ่นอื่นแต่ละครั้งอย่างน้อย ๑ คืน

๑๔.๒ นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic excursionists) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรไปยังอีกสถานที่หนึ่งภายในประเทศ โดยมีได้ค้างคืนเพื่อประกอบ กิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน

๑๔.๓ นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (Internationalexcursionists) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่พำนักไปยังอีกประเทศหนึ่งโดยมีได้ค้างคืนเพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน

๑๔.๔ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Internationaltourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่งโดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย ๑ คืน แต่ไม่เกิน ๙๐ วัน (ในกรณีของประเทศไทย) เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้างค่าตอบแทนจากประเทศนั้นๆ รวมถึงบุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือน แต่มิได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น

๑๔.๕ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศ (Outboundtourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปต่างประเทศ ของตนในลักษณะของนักท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นๆ

๑๔.๖ นักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง สามารถจับจ่ายซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวตามที่ต้องการได้ และขณะเดียวกันเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ก่อผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งด้านธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวคุณภาพ ได้แก่ นักท่องเที่ยววัยทองหรือนักท่องเที่ยวสูงอายุ นักท่องเที่ยวคุณภาพ Incentive เป็นต้น

๑๔.๗ นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Golden-agedtraveler) คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งรวมถึง นักท่องเที่ยวเกษียณอายุด้วย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และนับเป็นนักท่องเที่ยวยุคคุณภาพ บางครั้งอาจเรียกว่า Silver-aged traveler, oldertraveler หรือ Unyoung traveler

๑๔.๘ นักท่องเที่ยวฮันนีมูน (Honeymooner) คือ นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการเดินทาง เพื่อเฉลิมฉลองการแต่งงาน หมายรวมถึงคู่บ่าวสาวที่เพิ่งจะแต่งงานใหม่ๆ และคู่ที่ฉลองครบรอบแต่งงาน

๑๔.๙ นักท่องเที่ยวอิสระ (Free Individual Traveler - FIT) คือ นักท่องเที่ยวใดๆ ที่เดินทาง ร่วมกันไม่เกิน ๑๐ คน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยอิสระโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว อาทิ กลุ่ม นักท่องเที่ยวครอบครัว กลุ่มเพื่อน เป็นต้น

๑๔.๑๐ นักท่องเที่ยวประหยัด (Backpacker) คือ นักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยพักแรมในที่พักราคาถูก เดินทางอย่างเรียบง่ายไม่เน้นความหรูหรา เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อต่ำ ส่วนใหญ่มักจะแบกหรือสะพายสัมภาระไว้บนหลัง จึงมักเรียกนักท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ว่า Backpack นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

๑๔.๑๑ ผู้เยี่ยมเยือนระหว่างประเทศ (Internationalvisitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่พำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่งในระยะเวลาไม่เกิน ๙๐ วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิด ค่าจ้าง ค่าตอบแทน

๑๕.ฤดูท่องเที่ยว (High season) คือ ฤดูท่องเที่ยว ช่วงเวลาหนึ่งของปีที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่เกิดการตื่นตัวและทำให้ราคาที่พัก อาหาร และค่าพาหนะเดินทางท่องเที่ยวมีราคาสูงขึ้นกว่าปกติ

๑๖.ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (Low season or Offseason) คือ ช่วงเวลาหนึ่งของปีที่ธุรกิจท่องเที่ยวเบาบางลงหลังจากฤดูที่คนนิยมท่องเที่ยวที่สุด เป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไม่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อันเนื่องมาจากสภาพดินฟ้าอากาศ หรือเป็นเพราะไม่ใช่ช่วงเวลาพักผ่อนปกติ

๑๗.แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-madeattraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นโดยมนุษย์ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์การค้า สถาบันเทวสถาน งานกิจกรรมพิเศษ เช่นการจัดกีฬาโอลิมปิกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว

๑๘.การท่องเที่ยวเชิงการตลาด (Mass tourism) คือ การที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาแล้วเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ในเวลาเดียวกัน

๑๙.นายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (Registrar of Travel Agency Business and Guide) คือ นายทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีหน้าที่ดูแลควบคุมการประกอบธุรกิจนำเที่ยวและอาชีพมัคคุเทศก์ให้เป็นระเบียบได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด โดยควบคุม ตรวจสอบและประเมินราคาหลักประกันเพื่อดำเนินการออกใบอนุญาต ต่ออายุใบอนุญาต สักพักหรือเพิกถอนใบอนุญาต สักพักหรือเพิกถอนใบอนุญาตธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

๒๐.มัคคุเทศก์ (Guide) คือ บุคคลที่มีความรู้พิเศษเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผู้พื่อนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน

๒๑.อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Travelindustry) คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบขึ้นจากส่วนต่างๆ มากมายทั้งภาครัฐและเอกชนโดยรวมถึงการพัฒนา การผลิต การแจกจ่าย การตลาด และการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้บริการและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

๒๒.กับดักนักท่องเที่ยว (Tourist trap) คือ สถานที่ซึ่งตบตานักท่องเที่ยวด้วยการตกแต่งร้านค้าหรือบริเวณภายนอกให้สวยงาม ซึ่งโดยมากมักจะไม่มี การบอกถึงราคาของสินค้าและบริการภายในร้าน แต่เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในร้านจะพบว่า สินค้ามีราคาแพงและคุณภาพต่ำ นอกจากนั้นโดยมากมักจะมีเงื่อนไขบังคับให้ต้องซื้อสินค้าหรือบริการไม่ว่าอย่างใดก็อย่างหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายการท่องเที่ยวและการกำหนดกลยุทธ์ในการท่องเที่ยว

นโยบายของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

รัฐบาลเตรียมการขับเคลื่อนนโยบายแผนการดำเนินงานยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวโดยมอบกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาบูรณาการร่วมกับภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาพรวม

ในโอกาสที่นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีเป็นประธานการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒ ล้านล้านบาท ภายในปี ๒๕๕๘ ที่ทำเนียบรัฐบาลโดยมีสาระสำคัญตอนหนึ่งว่าการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒ ล้านล้านบาทนั้นได้มีการประชุมอย่างต่อเนื่องเพื่อติดตามแผนการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่มีความคืบหน้าในหลายด้านที่มี

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการบูรณาการให้เกิดการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจภาพรวม โดยเป้าหมายการทำงานของรัฐบาลต้องการเห็นการบูรณาการการทำงานร่วมกันตั้งแต่การบูรณาการยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนไทยในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวยังช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจสปาโฮเทล ร้านอาหารพร้อมนำยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดมาประกอบให้เป็นลักษณะของคลัสเตอร์ว่าจังหวัดใดเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ใดที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

สำหรับความก้าวหน้าของการดำเนินงานในปี ๒๕๕๖ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ๒ ล้านล้านบาท ในปี ๒๕๕๘ ที่มีแผนงาน โครงการและงบประมาณ ในปี ๒๕๕๖ ประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ คือ

๑. ยุทธศาสตร์ด้าน marketing ในปี ๒๕๕๖ การดำเนินงานตลาดต่างประเทศ รวม ๔ โครงการดำเนินการได้ ๓ โครงการ ตาม scale งบประมาณ ประกอบด้วย โครงการ Quick Win โครงการ Marketing Build – up และโครงการสร้างสรรค์กิจกรรม ขณะที่การดำเนินงานตลาดในประเทศรวม ๘ โครงการ ดำเนินการได้ ๔ โครงการ คือ โครงการหลงรักประเทศไทยโครงการเที่ยวเมืองไทย ๕ ภาค ดำเนินการได้ ๔ ภาคโครงการมหัศจรรย์วันธรรมดาน่าเที่ยว และโครงการเที่ยว ๑๒ เดือนสุขใจให้หลังชีวิต

๒. ยุทธศาสตร์ด้าน Tourism attractions ในปี ๒๕๕๖

๓. ยุทธศาสตร์ด้าน Logistics ในปี ๒๕๕๖

๔. ยุทธศาสตร์ด้านความเชื่อมั่น ในปี ๒๕๕๖ ประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาแท็กซี่ป้ายดำ การแก้ไขปัญหาเจ้าหน้าที่การจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกช่วยเหลือนักท่องเที่ยวการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของตำรวจท่องเที่ยว

๕. ยุทธศาสตร์ด้านการอำนวยความสะดวก ในปี ๒๕๕๖ ได้แก่ การแก้ไขปัญหาและการให้บริการในสนามบินสุวรรณภูมิในการจัดทำระบบช่องตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติ และการจัดทำ E – Visa ในสถานทูต/สถานกงสุลไทย และจะดำเนินการได้ครอบคลุมสถานทูตทั่วโลก ประมาณปี ๒๕๕๖ และ

๖. ยุทธศาสตร์ด้านสินค้าและบริการ ในปี ๒๕๕๖ ที่มีผลการดำเนินการทบทวนหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมและการเข้มงวดกับสถานประกอบการให้ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย

พัฒนาการทางนโยบายด้านการท่องเที่ยว

กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. พ.ศ. ๒๕๕๐ – ๒๕๕๔ ได้มีการส่งเสริมในเรื่องต่างๆต่อไปนี้

๑. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

๒. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนโดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่มภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

๓. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยโดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชนกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีงแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

๔. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้นเพื่อสร้างสมดุล ระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

๕. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้ หลักธรรมาภิบาลรวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด และพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ ในส่วนสุดท้ายได้มีการส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

การกำหนดนโยบายหลักของ ททท. จะพบว่า ททท. กำหนดนโยบายหลักไว้ ๘ ประการ ครอบคลุมเนื้อหาสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภาพรวม นโยบายหลัก ททท. ทั้ง ๘ ประการ ปรากฏรายละเอียดดังนี้

๑. ส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าเพิ่มพูนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยรับด่วน
๒. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว ให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
๓. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยได้ด้วยดีที่สุด
๔. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
๕. เพิ่มความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่าง ๆ ในประเทศไทยด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ
๖. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อยและเยาวชนเพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย
๗. เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด
๘. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมอันเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

นโยบายหลัก ๘ ประการ จะพบว่าปรากฏการณ์นโยบายที่ชัดเจนในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์มีถึง ๓ นโยบายด้วยกัน คือนโยบายข้อที่ ๒ ข้อ ๓ และข้อที่ ๘ จากนโยบายหลักของ ททท. ดังที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าหน่วยงานของรัฐได้ให้ความสนใจกับกระบวนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยมีแผนระดับประเทศ แต่การดำเนินงานถ้าอาศัยแต่คนของรัฐแต่เพียงอย่างเดียวคงไม่สามารถ แข่งขันธุรกิจได้ทันกับความต้องการจึงต้องอาศัยเอกชนร่วมกันดำเนินการในด้านการบริการทุกระดับทั้งผู้คนตลอดจนศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม

ประเพณี ภูมิปัญญาในท้องถิ่นจะได้แสดงศักยภาพของคนในด้านเศรษฐกิจสังคม ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ได้

รูปแบบการท่องเที่ยวที่สะท้อนความต้องการของชุมชน คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยวิสัยทัศน์และจุดมุ่งหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีรายละเอียดดังนี้

สถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมในอนาคตเป็นการคาดหวังเป้าหมายสูงสุดหรือผลของการพัฒนาที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งระบบเพื่อให้สามารถตอบสนองกระแสความต้องการด้านอนุรักษ์ กระแสความต้องการของตลาดและกระแสของการพัฒนาคน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกระบวนการที่มีจุดมุ่งหมาย ขั้นตอน และวิธีการจัดการอย่างเป็นระบบสามารถกำหนดผลสำเร็จของการจัดการและโครงข่ายความเชื่อมโยงที่เหมาะสมและสอดคล้องกับการปรับสภาพความสมดุลของกระแสความต้องการของแต่ละด้านในทุกระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการรักษาระบบนิเวศ การจัดการในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถควบคุมขนาดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมโดยเฉพาะองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ ทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวตลาดการท่องเที่ยวและองค์การบริหารการจัดการซึ่งจะมีประสิทธิผลให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถอำนวยประโยชน์ ดำรงสถานภาพบทบาทหน้าที่ และฟื้นฟูตัวได้ตามสภาพธรรมชาติ นักท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องและประชาชนทั่วไป มีจิตสำนึกและมีความตระหนักในการอนุรักษ์ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และมีขีดความสามารถในการจัดการ เกิดความภูมิใจและยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน

กล่าวโดยสรุปวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ในระยะ ๑๐ ปี) คือ "การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีการจัดการสิ่งแวดล้อม ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสืบไป"

จุดมุ่งหมายสูงสุด (Super Goal) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนคงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ดั่งนั้นจุดมุ่งหมายเฉพาะในระยะแรกของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วย

๑. ให้มีแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ที่ได้รับการจัดการอย่างมีความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ ป่าไม้และการรักษาระบบนิเวศที่ยั่งยืนโดยคำนึงถึงขีดความสามารถที่รองรับได้โดยมีการกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมในการใช้ประโยชน์พื้นที่อนุรักษ์และพื้นที่นอกเขตอนุรักษ์เพื่อการท่องเที่ยว

๒. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศอันเป็นการสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมโดยรวม

๓. ให้มีการจัดการที่ประสานความร่วมมือของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตามบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนโดยมีเป้าหมายและทิศทางเดียวกันและมีการศึกษาร่วมกันอย่างมีระบบทั้งนี้ต้องมีการจัดการ อย่างมีส่วนร่วมที่เสมอภาคและเป็นธรรมของประชาชนท้องถิ่นในกระบวนการท่องเที่ยวในด้านการจัดการ กำกับ ดูแลและการประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทิศทางที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างเหมาะสมเสริมสร้างชุมชนที่มีความเข้มแข็งประชาชนสามารถรักษาวิถีชีวิตที่ดีชีวิตและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงด้วยความสมัครใจ

๔. ให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกลมกลืนกับทรัพยากรโดยคงรักษาสิ่งแวดล้อมที่ดี มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานรักษาเอกลักษณ์ทางธรรมชาติและสังคมของพื้นที่และมีบรรยากาศการท่องเที่ยวที่ให้ความมั่นใจและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

๕. ให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทยมากขึ้นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในประเทศอย่างกว้างขวางมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มเยาวชนและประชาชนทั่วไปและมีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อย่างเหมาะสม

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๑. นโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ต้องมีการพัฒนาอย่างยั่งยืนดังนั้น จึงกำหนดให้มีนโยบายหลักดังนี้

๑.๑ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุดหลีกเลี่ยงหรืองดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหว ง่ายต่อการถูกกระทบและฟื้นตัวได้ยาก

๑.๒ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมและการปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมเดิมที่มีอยู่พึงหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆหากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยรวม

๑.๓ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษาสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกันมากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และการมีรายได้เพียงอย่างเดียว

๑.๔ การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการการแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาหรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

๑.๕ ให้ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นความจำเป็นอันดับต้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้ให้องค์กรต่างๆกำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณบุคลากร และกำหนดวิธีการที่เหมาะสม

๑.๖ นำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่างๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการจัดสรรและกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงและเพียงพอ

๑.๗ สนับสนุนการศึกษา วิจัยและประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการการแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

๑.๘ มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือนและสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

๑.๙ จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการ (Code of Conduct) แก่ผู้เกี่ยวข้องเพื่อให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

๑.๑๐ จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งในแนวตั้งและแนวนอนโดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสารและการจัดการร่วมกันทุกระดับ

๒. นโยบายด้านต่างๆในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการที่ประสานการจัดการในด้านต่างๆภายใต้หลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและองค์ประกอบในเชิงระบบของการท่องเที่ยวซึ่งกระบวนการจัดการจะต้องมีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดและชัดเจนระหว่างองค์ประกอบต่างๆอย่างไรก็ตาม นโยบายการจัดการได้กำหนดแนวทางด้านต่างๆ ๖ ด้านซึ่งสามารถกำหนดเป็นนโยบายและกลยุทธ์การจัดการที่มีประสิทธิภาพได้ นโยบายเฉพาะด้านมีดังนี้

๒.๑ นโยบายด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

๒.๑.๑ กำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจนให้ยกเลิกการท่องเที่ยวในพื้นที่เปราะบางสนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดพื้นที่เหมาะสมในเขตอนุรักษ์

๒.๑.๒ สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศนอกเขตอนุรักษ์ในเขตพื้นที่พหุธรรมชาติ พื้นที่เอกชนและเขตชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๒.๑.๓ วางแผนการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามขอบเขตของขีดความสามารถที่รองรับได้โดยการกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยว เขตสงวนเพื่อการศึกษาและรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม เขตกันชนและเขตพื้นที่ฟู

๒.๑.๔ สนับสนุนการพัฒนากลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและโครงข่ายการท่องเที่ยวในท้องถิ่นระดับกลุ่มพื้นที่ให้มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันโดยให้มีการกระจายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับที่สามารถทดแทนแหล่งท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับได้

๒.๑.๕ สนับสนุนการจัดระบบข้อมูลข่าวสารในการเดินทาง เพื่อใช้ในการจัดการการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความสามารถในการรองรับของแต่ละพื้นที่และการถ่ายเทนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอย่างเป็นระบบ

๒.๑.๖ กำหนดมาตรการการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เข้มงวดมากขึ้นและให้การสนับสนุนการประกอบการที่มีมาตรการถูกต้องเหมาะสมอย่างเป็นรูปธรรม

๒.๑.๗ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการควบคุม คุณภาพ ตรวจสอบและการจัดการมลพิษสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว

๒.๑.๘ สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในการวางแผนและจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๒.๒ นโยบายด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

๒.๒.๑ กำกับควบคุม ดูแลการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยวโดยให้เป็นการศึกษาอบรมโรงเรียนที่ถือเอาการปฏิบัติในสนามเป็นบทเรียนของการศึกษาทั้งนี้ต้องคำนึงถึงผลกระทบของกิจกรรมที่มีต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

๒.๒.๒ จัดให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในระบบโรงเรียนและสถาบันการศึกษาวิชาชีพที่เกี่ยวข้องโดยมุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องด้วยการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน

๒.๒.๓ สนับสนุนสื่อสารมวลชนและสื่อข้อมูลข่าวสารอื่นๆที่ส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับใช้เป็นข้อมูลคู่มือและอุปกรณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง

๒.๒.๔ สนับสนุนงบประมาณในการจัดสื่อความหมายธรรมชาติที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

๒.๒.๕ ให้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชนในพื้นที่มาสื่อความกับนักท่องเที่ยวรวมทั้งสนับสนุนให้ประชาชนเป็นมัคคุเทศก์เฉพาะหรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้อย่างแท้จริงและเป็นการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

๒.๒.๖ ขยายการให้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและเรียนรู้ร่วมกัน ทั้งนี้ในระยะต้นให้มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และจิตสำนึกของบุคลากรในภาครัฐและเอกชนซึ่งมีศักยภาพสูง และมีบทบาทในกระบวนการท่องเที่ยว

๒.๓ นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

๒.๓.๑ พัฒนาแบบแผนการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นตลอดรวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชนและประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุนการผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ต้องมีความเสมอภาคเป็นธรรมในกรอบที่เหมาะสมสอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่นๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

๒.๓.๒ สนับสนุนการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบขององค์กรหรือคณะกรรมการระดับชาติ ภูมิภาค และท้องถิ่นโดยมีเครือข่ายครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกส่วนและทุกระดับโดยให้องค์กรมีขอบเขตความสามารถในการตัดสินใจและดำเนินการอย่างอิสระภายใต้กรอบที่ตอบสนองความจำเป็นในการจัดการแต่ละระดับ

๒.๓.๓ เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจและติดตามประเมินผล ตลอดจนได้รับประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้งปรับทัศนคติและปรับปรุงขีดความสามารถของหน่วยงานของรัฐให้สามารถร่วมมือและเกื้อหนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น

๒.๓.๔ ส่งเสริมการจัดตั้งองค์กรพัฒนาเอกชนและองค์กรประชาชนที่ดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งที่เป็นนิติบุคคลและไม่เป็นนิติบุคคล

๒.๓.๕ แก้ไข ปรับปรุงและพัฒนากฎหมายและระบบงบประมาณของภาครัฐให้สามารถส่งเสริมและเอื้ออำนวยต่อการประสานงานความร่วมมือของหน่วยงานปฏิบัติทุกระดับกับประชาชนท้องถิ่นตลอดจนกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับ ในการให้ชุมชนมีโอกาสนในการควบคุม กำกับ ดูแลและจัดการทรัพยากรด้วยตนเอง

๒.๓.๖ สนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคน โดยการเพิ่มความรู้ทักษะ และการมีจิตสำนึกในด้านการจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนให้กว้างขวางมากขึ้น

๒.๓.๗ สนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีอิสระและสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองโดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง

๒.๔ นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว

๒.๔.๑ กำกับส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในทิศทางที่เหมาะสมกับสภาพทรัพยากรและขีดความสามารถในการจัดการรองรับการท่องเที่ยวละวันหรือชะลอการส่งเสริมตลาดในพื้นที่ที่ยังไม่พร้อมง่ายต่อการถูกระทบกระเทือนจากการท่องเที่ยว

๒.๔.๒ สนับสนุนการตลาดในรูปแบบประสานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตลอดโปรแกรมและแบบผสมผสานกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆเพื่อให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

๒.๔.๓ ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาและกิจกรรมเชิงนิเวศสำหรับกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมุ่งเน้นในกลุ่มเยาวชน กลุ่มแรงงาน และเกษตรกรเป็นพิเศษทั้งนี้รวมถึงการจัดการศึกษาและกิจกรรม ตอบสนองตลาดต่างประเทศด้วย

๒.๔.๔ ส่งเสริมการบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศให้พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพมุ่งเน้นการให้การศึกษา การเรียนรู้จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมอย่างเป็นธรรมกับชุมชนท้องถิ่นตลอดจนมีสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการใช้มาตรฐานในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคของการบริการอย่างเต็มที่

๒.๔.๕ กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการบริการการนำเที่ยวมาตรฐานการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในลักษณะที่มีความเข้มงวดมากเป็นพิเศษภายใต้การจัดให้มีการพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับที่เหมาะสมโดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่อยู่เหนือความต้องการส่วนบุคคล

๒.๔.๖ ส่งเสริมการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายใต้ขอบเขตการพัฒนาโดยการใช้สื่อที่หลากหลายและมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภูมิภาค

๒.๕ นโยบายด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว

๒.๕.๑ จัดระบบการเดินทางเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยวให้มีความสะดวกตามควรให้เหมาะสมกับพื้นที่และกิจกรรม โดยเน้นด้านความปลอดภัยเป็นหลัก

๒.๕.๒ สนับสนุนให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัดเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดพื้นที่ท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสนับสนุนใช้พลังงานทดแทนลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หมดเปลืองในกิจกรรมการท่องเที่ยว

๒.๕.๓ สนับสนุนระบบการสื่อสารโทรคมนาคมสร้างโครงข่ายที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมกระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวและโครงข่ายการมีส่วนร่วมทุกระดับเพื่อการติดต่อสื่อสารการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวและการบรรเทาสาธารณภัยในยามฉุกเฉิน

๒.๕.๔ สนับสนุนให้การบริการการท่องเที่ยวดำเนินการโดยภาคเอกชนหรือองค์กร หรือประชาชน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายโดยองค์กรของรัฐเป็นฝ่ายสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการกำหนดพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวรองรับทั้งนี้ให้มีการพัฒนาด้านการบริการที่มีขนาด รูปแบบ และคุณภาพการบริการตามแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๒.๕.๕ การจัดบริการของรัฐในพื้นที่ที่จำเป็นจะต้องมีขนาดและบริการที่พอเหมาะโดยมุ่งเน้นการช่วยเหลือและเรียนรู้ด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับรูปแบบและกิจกรรม ของการท่องเที่ยวนั้นๆ การจัดบริการต้องไม่เป็นการแสวงกำไร หรือแข่งขันกับภาคเอกชนแต่ควรให้มีเป็นรายได้เสริมสำหรับการฟื้นฟูและรักษาทรัพยากร

๒.๕.๖ การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้คำนึงถึงความเหมาะสมสอดคล้องตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น การเพิ่มโอกาสการมีส่วนร่วมและการกระจายรายได้แก่ชุมชนและประชาชนท้องถิ่น

๒.๕.๗ กำหนดมาตรฐานและมาตรฐานในการควบคุมและส่งเสริมการบริการและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติโดยการสร้างมาตรฐานการจูงใจการให้การรับรองมาตรฐานการบริการ และการให้รางวัลเป็นต้น

๒.๖ นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน

๒.๖.๑ สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพได้มาตรฐานอยู่ในกฎเกณฑ์ที่กำหนดเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนสามารถพัฒนากระบวนการบริการที่มีคุณภาพ โดยใช้มาตรการทางภาษีการสร้างสิ่งจูงใจอื่นๆ การตอบแทนในรูปของรางวัล เป็นต้น

๒.๖.๒ สนับสนุนการลงทุนของชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการให้ยืมหรือให้กู้ดอกเบี้ยต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐ

๒.๖.๓ ส่งเสริมให้องค์กรธุรกิจเอกชนสนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์กรประชาชน

๒.๖.๔ สนับสนุนด้านงบประมาณ และสิทธิประโยชน์แก่องค์กรพัฒนาเอกชนในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการสนับสนุนการพัฒนาของประชาชนท้องถิ่น

๒.๖.๕ ส่งเสริมการลงทุนผลิตสินค้าอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงนิเวศการจัดการบริการและการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวขึ้นภายในประเทศหรือลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าที่จำเป็นจากต่างประเทศ

กลยุทธ์การจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การที่จะให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวหลักที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการการพัฒนาที่ยั่งยืนและเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการจึงเห็นควรกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการที่เกี่ยวข้อง ทั้งสิ้น ๖ กลยุทธ์ที่สอดคล้องภายใต้นโยบายหลักและนโยบายแต่ละด้าน ดังนี้

๑. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
๒. กลยุทธ์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก
๓. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น
๔. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว

๕. กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

๖. กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุน

กลยุทธ์ด้านต่างๆ มีแนวความคิด วัตถุประสงค์เป้าหมาย และแนวทางปฏิบัติเฉพาะ ดังนี้

๑. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

แนวความคิด

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญอย่างยิ่งของการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้จำแนกองค์ประกอบนี้ออกเป็น

ประเภทที่ ๑ แหล่งธรรมชาติ (เน้นที่ความหลากหลายหรือความดั้งเดิม)

ประเภทที่ ๒ แหล่งวัฒนธรรมรวมแหล่งประวัติศาสตร์ที่เน้นความสัมพันธ์กับระบบนิเวศในพื้นที่

แหล่งทรัพยากรเหล่านี้อาจมีสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ อยู่แล้วหรือเป็นแหล่งธรรมชาติหรือวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างไรก็ตาม ภายในแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆจะสามารถจัดการเพื่อให้มีการท่องเที่ยวได้มากกว่าหนึ่งรูปแบบการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่เป็นการนำทรัพยากรที่มีความสำคัญในระบบนิเวศเสนอนักท่องเที่ยวเท่านั้นหากยังรวมถึงการสงวนรักษา ฟื้นฟู ควบคุม ดูแลทรัพยากรเหล่านั้นให้คงสภาพไว้ให้ดีที่สุดเป็นการเสริมมาตรการการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสามารถนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้นานที่สุดหรือตลอดไป

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นที่จะตอบสนองจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นด้วยการเพิ่มการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อผลตอบแทนทางเศรษฐกิจในระยะที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวหลายแหล่งส่งผลให้สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเกิดความเสื่อมโทรมทั้งนี้เป็นผลมาจากการจัดการป้องกันปัญหา การควบคุมและมาตรการการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมมิได้รับการปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพหรือขาดระบบการจัดการแบบยั่งยืนดังนั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยโดยมุ่งเน้นที่แหล่งกำเนิดมลพิษซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวกิจกรรมของนักท่องเที่ยวและการบริการการท่องเที่ยวกลยุทธ์การจัดการจะต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานการป้องกันและลดสาเหตุที่จะทำให้เกิดปัญหาเป็นประการสำคัญ

กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมมีเจ้าของพื้นที่หรือผู้มีอำนาจหน้าที่ดูแลพื้นที่เป็นผู้รับผิดชอบหลักโดยผู้เกี่ยวข้องทั้งหมด ได้แก่ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว สถาบันต่างๆ ในสังคมองค์กรประชาชน และประชาชนท้องถิ่น ต้องให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ รักษาสภาพไม่ทำลายหรือสร้างความเสียหายแก่ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์ของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

- เพื่อให้มีการจัดการทรัพยากรอย่างถูกต้องเหมาะสมต่อขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว
- เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสัมผัสเรียนรู้ถึงแก่นแท้ของทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในระบบนิเวศได้อย่างกว้างขวางโดยปราศจากการทำลายหรือทำให้เสียหายแก่ทรัพยากร
- เพื่อป้องกันและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมให้คงสภาพเดิมให้มากที่สุด ลดผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งทางกายภาพ ชีวภาพ สังคมและวัฒนธรรม

(๒) เป้าหมายของการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

- กำหนดบทบาทของแหล่งท่องเที่ยวประเมินระดับศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งในประเทศให้ชัดเจนเพื่อจัดระดับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะเวลา ๕ ปีปรับปรุงและจัดการยกความเหมาะสมของแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้น ในอัตราเพิ่มร้อยละ ๑๐ ต่อปี
- ให้แต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีการจัดการเขตการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการท่องเที่ยวแบบอื่นและกิจกรรมอื่นอย่างเหมาะสมจำนวน ๔๐๐ แห่ง ในเวลา ๕ ปี
- ให้ทุกแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการจัดเตรียมระบบการสื่อความหมายขั้นพื้นฐานแก่นักท่องเที่ยวมีการพัฒนาการสื่อความหมายธรรมชาติที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญของทุกจังหวัดในเวลา ๕ ปี
- มีการใช้มาตรการและเทคโนโลยีที่เหมาะสมในการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการวางแผน พื้นฟู และการแก้ไขปัญหามลพิษใน ๕ ปี
- มีการใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร สารสนเทศ ในการบริหารพื้นที่การจัดการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว การติดตามผล และการป้องกันสาธารณสมบัติ

- มีการใช้มาตรการในการจัดการควบคุมปริมาณ กิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งได้แก่แหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทั้งนี้อาจรวมถึงแหล่งรวบรวมความรู้ด้านนิเวศนอกที่ตั้งเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ต้องมีการจัดการที่ถูกต้องการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายมีดังนี้

๑. กำหนดเกณฑ์และดำเนินการจัดแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามศักยภาพการจัดการและความต้องการเพื่อกำหนดเป็นเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ในการปฏิบัติและดำเนินการภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง

๒. จัดเขตพื้นที่ (Zoning) ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมอื่นๆที่เหมาะสมตามสภาพของทรัพยากรและขนาดการรองรับของทรัพยากรต่อปริมาณและกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยจัดแบ่งตามความสำคัญของระบบนิเวศและกิจกรรมที่ยอมรับได้

๓. ประเมินขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวและกำหนดปริมาณการควบคุม และมาตรการการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมเพื่อป้องกันปัญหาความแออัด การคับคั่ง มูลฝอย ตกค้าง เสี่ยงรบกวนและการทำลายพืชพรรณและสัตว์

๔. ควบคุมการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้านการปลูกสร้างอาคารการปรับปรุงพื้นที่การใช้ประโยชน์ที่ดิน กิจกรรม ขนาดสาธารณูปโภคและการตกแต่งเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมองค์ประกอบทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมในพื้นที่ รวมทั้งมีการรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยและการมีระบบป้องกันและกำจัดมลพิษที่เหมาะสมในด้านต่างๆ เช่น มูลฝอย คุณภาพน้ำเสียง และการรบกวนทรัพยากรชีวภาพ

๕. ใช้มาตรการทางกฎหมายในการคุ้มครอง ดูแลรักษา ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งอนุรักษ์ที่มีกฎหมายเฉพาะคุ้มครองหรือใช้กฎหมายอื่นเสริมการจัดการอย่างเข้มงวดตามระดับของการอนุรักษ์รวมทั้งให้มีการประกาศเขตคุ้มครองสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นสำหรับเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าให้กำหนดการใช้ประโยชน์ที่แน่ชัดโดยการปรับปรุงกฎหมายหรือปรับแนวเขตในกรณีที่ต้องการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

๖. ใช้มาตรการการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดูแลรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมทั้งภายในเขตอนุรักษ์และนอกเขตอนุรักษ์โดยการกำหนดบทบาท หน้าที่ความรับผิดชอบ และเครื่องมือตามความเหมาะสม

๗. ใช้หรือประยุกต์ใช้ระบบจัดการสิ่งแวดล้อม (EMS) ในการจัดการด้านการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว การบริการ และกิจกรรมในพื้นที่ด้วยวิธีการที่เหมาะสมภายใต้ขอบเขตของการจัดการ ระยะเวลา หรือกฎหมายที่รองรับ เช่นการศึกษาผลกระทบเบื้องต้น (IEE) การศึกษาผลกระทบสิ่งแวดล้อม (EIA) การใช้ระบบคุณภาพ ISO ๑๔๐๐๐ เป็นต้น

๘. จัดให้มีกิจกรรมและสื่อในการศึกษา เรียนรู้ทรัพยากรทั้งทางตรงและทางอ้อมไว้รองรับการท่องเที่ยว โดยให้เป็นเครื่องมือที่จะสามารถปลูกจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวในการอนุรักษ์รักษาดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติและสังคมให้ยั่งยืนต่อไป

๙. จัดให้มีการติดตามตรวจสอบการจัดการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการจัดการและการร่วมมือประสานงานที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

๒.กลยุทธ์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

แนวความคิด

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีจุดมุ่งหมายในระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมเพื่อให้มีบทบาทและทิศทางการเปลี่ยนแปลงที่เหมาะสมในการส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติตลอดจนการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมโดยรวมด้วยการให้กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสื่อกลางทางการศึกษาและการเรียนรู้ด้านระบบนิเวศของนักท่องเที่ยวและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์แก่ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนและประชาชนโดยทั่วไปในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสำคัญต่อการศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมตลอดจนวัฒนธรรมชุมชนในพื้นที่ เป็นเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวดังกล่าวหากไม่มีกระบวนการให้การศึกษาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของทรัพยากรท่องเที่ยวแล้วการสร้างจิตสำนึกที่ดีต่อการอนุรักษ์ย่อมยากที่จะเกิดขึ้นและการท่องเที่ยวนั้นไม่อาจกล่าวได้ว่า เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการกำหนดกลยุทธ์การให้การศึกษา จะให้ความสำคัญในระหว่างการท่องเที่ยวเป็นหลักแต่ควรมีการให้ข้อมูลก่อนการท่องเที่ยวและมีการให้การศึกษาเพิ่มเติมในภายหลังด้วย

ดังนั้น การศึกษา (Education) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในกระบวนการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะการมุ่งเน้นการเสริมสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สามารถดำรงสถานภาพและอำนวยประโยชน์อย่างยั่งยืนสืบไปภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนและประชาชนในท้องถิ่น

การดำเนินการจัดการศึกษาในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นรูปแบบ วิธีการ และการใช้สื่อต่าง ๆ ทางการศึกษาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้นั้น ๆ ที่สำคัญได้แก่ การสื่อความหมายของธรรมชาติ (Interpreting) การฝึกอบรม (Training) การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (On The Job Training) กรณีศึกษา (Case Study) บทบาทสมมุติ (Role Play) เกมส์ (Game Dynamic) การระดมสมอง (Brain storming) การอภิปราย (Discussion) และสื่อต่างๆทาง การศึกษาการสื่อความหมายธรรมชาติเป็นรูปแบบที่ชัดเจนที่สุดของการให้การศึกษาในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งกลยุทธ์นี้จึงต้องให้ความสำคัญ ๒ระดับ คือ การให้การศึกษาทั่วไปและการสื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ในการจัดการศึกษาในระบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีศูนย์กลางและโครงข่ายความร่วมมือที่จะร่วมกันในการพัฒนาทิศทาง นโยบายรูปแบบ วิธีการ เทคโนโลยี และสื่อต่างๆ อย่างเป็นระบบ และต่อเนื่องทั้งในระดับควบคุมนโยบายและระดับปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวม

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์การให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

เพื่อการพัฒนากระบวนการศึกษาเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวผู้เกี่ยวข้องในการจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน ประชาชนในท้องถิ่นและประชาชนโดยทั่วไปให้มีจิตสำนึกต่อคุณค่าความสำคัญของระบบนิเวศการดำรงสถานภาพและการอำนวยประโยชน์อย่างยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในระดับที่สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การปฏิบัติตนที่เหมาะสมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์

(๒) เป้าหมายการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทุกแห่งเป็นแหล่งพัฒนาระบบการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องในการจัดการมีกิจกรรมและสื่อความหมายธรรมชาติที่เสริมความรู้ความสามารถในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในรูปแบบต่างๆ
- สื่อสาธารณะต่างๆ ธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สามารถเป็นผู้ให้การศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและการอนุรักษ์ แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนโดยทั่วไปเป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้การท่องเที่ยว

(๓) มีบุคลากรที่ได้รับการพัฒนาฝีมือจนมีความสามารถเฉพาะด้านการศึกษาและสื่อความหมายในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการ และประชาชนในท้องถิ่น

(๔) เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการปฏิบัติตนที่เหมาะสมของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมโดยมีการควบคุมบังคับน้อยที่สุด

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

๑. จัดให้มีรูปแบบองค์กรความร่วมมือด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก ในระดับชาติภายใต้องค์การความร่วมมือใหญ่ มีหน้าที่ในการกำหนดกรอบ ทิศทาง นโยบายและแนวทางในการปฏิบัติ ตลอดจนการส่งเสริม ตรวจสอบ ติดตาม และประเมินผล

๒. จัดให้มีความร่วมมือในการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกในระดับพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้มีรูปแบบ กิจกรรมวิธีการการสื่อความหมายธรรมชาติ และการจัดสื่อต่างๆ ที่หลากหลายกระตุ้นความสนใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมโดยสมัครใจเข้าร่วมแสดงบทบาทในกิจกรรมการเรียนรู้

๓. ดำเนินการและพัฒนารายการในสื่อสาธารณะต่างๆ โดยเฉพาะโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และเอกสารการท่องเที่ยวให้มีทิศทาง เนื้อหาและวิธีการนำเสนอที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาความรู้ และความตระหนักด้านการอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง

๔. พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ พร้อมทั้งให้มีการค้นคว้าวิจัย และกิจกรรมทางการศึกษาเรียนรู้ที่มีเป้าหมายเพื่อผลทางการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างชัดเจนสำหรับเยาวชนธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้เกี่ยวข้องในการจัดการและประชาชนในท้องถิ่น

๕. จัดฝึกอบรม สัมมนา การออกค่ายเพื่อพัฒนาความรู้ทักษะและประสบการณ์แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในการจัดการและประชาชนในท้องถิ่นโดยการเน้นกระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงเป็นด้านหลักรวมทั้งเสริมสร้างความรู้ทางด้านหลักการและทฤษฎีตามแนวของการศึกษารูปแบบอื่นๆทั้งในและนอกระบบ

๖. พัฒนาสื่อความหมายธรรมชาติขึ้นภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดให้เป็นส่วนสำคัญของแหล่งสื่อที่สำคัญได้แก่ ป้ายสื่อความหมายคู่มือท่องเที่ยว ข้อมูลทรัพยากรของแหล่งนิทรรศการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวรวมทั้งจัดคนนำทางและมัคคุเทศก์ไว้รองรับโดยให้ออกาสประชาชนมีส่วนร่วมในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเสริมกระบวนการมากขึ้น

๗. จัดและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีสาระ ให้การเรียนรู้ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมควบคู่กับความเพลิดเพลินใจ โดยความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งนี้ต้องเป็นกิจกรรมที่ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อมของแหล่ง

๘. จัดให้มีข้อมูลเบื้องต้นพร้อมการปฐมนิเทศนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๙. กำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัด เพื่อประเมินผลการจัดให้มีการศึกษาและสร้างจิตสำนึกการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สำหรับการปรับปรุงกรอบทิศทาง นโยบาย รูปแบบ และวิธีการต่อไป

๑๐. จัดให้มีศูนย์กลาง ข้อมูลข้อเสนอแนะ รวบรวมผลการศึกษา วิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการเผยแพร่ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยน และพัฒนากระบวนการอย่างต่อเนื่อง

๓. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

แนวความคิด

การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น เป็นเป้าหมายสำคัญได้รับการเน้นให้มีในกระบวนการท่องเที่ยวแนวใหม่ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนในองค์รวมของระบบสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ให้ความสำคัญโดยจัดเป็นหนึ่งในองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวรูปแบบนี้กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นครอบคลุมการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่นๆ ด้วยแต่ได้เน้นการให้ความสำคัญแก่ประชากรท้องถิ่นในอันที่จะมีบทบาทในการกำกับ ดูแลและควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้นและสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างมีศักดิ์ศรีประชาชนในชุมชนพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมากเนื่องจากประชาชนเป็นเจ้าของท้องถิ่นสามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงกับหน่วยงานของรัฐ หรือเอกชนที่เกี่ยวข้องในกระบวนการท่องเที่ยวระดับต่างๆได้

ความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นของสมาชิกชุมชน ซึ่งมีความรัก ความหวงแหนพึงพิงและใช้ประโยชน์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้วสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวได้ชุมชนจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชนเองและระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยในส่วนที่เชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับหน่วยงานของรัฐจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับทราบนโยบายฯ แผนงานและแผนปฏิบัติการส่วนระหว่างชุมชนกับหน่วยงานเอกชนจะอยู่ในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของฐานรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จัดขึ้นโดยเอกชนหรือบริษัทท่องเที่ยว เช่น ร่วมพัฒนาจุดขายต่างๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้านักเดินทางวัฒนธรรม ศิลปะและประเพณีต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่ต้องได้รับความร่วมมือและความเข้าใจจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์กรของรัฐ และเจ้าของหรือผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ดูแลพื้นที่รวมทั้งผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการอย่างเป็นธรรมกับประชาชนในพื้นที่

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์ของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

เพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอย่างเป็นระบบในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนาให้เกิดความรัก ความหวงแหน ดูแล รักษาและฟื้นฟูทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงนิเวศใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตเพิ่มพูนรายได้จากระบบ และเรียนรู้ เข้าใจ ปฏิบัติได้ ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและสามารถมีสัมพันธภาพเชิงธุรกิจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

(๒) เป้าหมายของการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

- ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้และตัดสินใจในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และให้มีส่วนรับรู้แผนระดับชาติแผนระดับท้องถิ่น ระบบปฏิบัติการโครงการและกิจกรรมต่างๆ โดยให้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลมีความรู้ ความเข้าใจปฏิบัติได้ในการจัดการและดำเนินการเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- ประชาชนชุมชนท้องถิ่นมีความรัก ความหวงแหนมีการดูแลรักษาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสมโดยมีส่วนร่วมในการประเมินผลและกำหนดนโยบาย

- ประชาชนท้องถิ่นมีการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งองค์กรเพื่อเป็นศูนย์เชื่อมโยงกับองค์กรภายนอก ทั้งที่เป็นองค์กรของรัฐ เอกชน นิติบุคคลหรือเอกชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- เกิดการกระจายรายได้ผ่านระบบและกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นบริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มพูนรายได้จากส่วนนี้

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

๑. ในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชนโดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรม ความพร้อม และความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบการเป็นคณะกรรมการการรับผิดชอบดำเนินการ สนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น
๒. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของประชาชน เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการจัดตั้งเป็นองค์กร ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการขึ้นในชุมชน เช่น ชมรมสมาคม สหกรณ์
๓. ให้องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น สมาคมการท่องเที่ยวส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการและกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้งสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรประชาชนอื่นๆ
๔. จัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายระดับจังหวัด ภาค และชาติ
๕. ให้องค์กรผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวระดับพื้นที่ เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากรจังหวัด เอกชน และ ททท. เป็นกลไกที่สำคัญในการถ่ายทอดประสานงานและประสานการปฏิบัติกับผู้เกี่ยวข้องในระดับชุมชนและถ่ายโอนอำนาจการกำกับดูแลและควบคุมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่ได้กำหนดและตกลงร่วมกันอย่างเป็นขั้นตอน
๖. กำหนดช่องทางการจัดหาเงินทุนเพื่อดำเนินการบริหารจัดการโครงการและกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น จัดหางบประมาณสหกรณ์ กองทุน หรือเงินกู้ที่มีเงื่อนไขต่างๆ ที่เหมาะสมและจูงใจเน้นการประสานงานกับแหล่งเงินทุน หรือสถาบันการเงินเอกชนเป็นหลัก
๗. แนะนำและวางระบบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยว ประสานงานและร่วมดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น
๘. จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของชุมชน ในการมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยวรวมทั้งการนำความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และความรู้เพิ่มเติมอื่นๆเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม

๙. จัดฝึกอบรมการเก็บข้อมูล บริหารข้อมูลและใช้ประโยชน์ข้อมูลในการพัฒนา การวางแผน และจัดโครงการและกิจกรรมเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๑๐. จัดให้มีระบบองค์กรกลไก เครื่องมือ และงบประมาณ ในการติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

๔. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดและบริการนำเที่ยว

แนวความคิด

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นตลาดที่กำลังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว องค์กรของรัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว นักอนุรักษ์ และบุคคลทั่วไปที่รักธรรมชาติและต้องการรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนการมองตลาดการท่องเที่ยวจึงมีสองด้าน คือ ด้านตลาดที่ต้องการมีสิ่งดึงดูดใจใหม่ๆที่เป็นเหมือนผลิตภัณฑ์ (Product) ในการเสนอขายกับด้านที่ตลาดเป็นสื่อชักนำคนเข้าไปสัมผัส เรียนรู้และร่วมรักษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการประสานแนวคิดทั้งสองเข้าด้วยกันภายใต้กรอบความต้องการโดยรวมของประเทศเป็นหลัก

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นทรัพยากรที่มีความอ่อนไหว อาจได้รับผลกระทบได้ง่าย ดังนั้นกลยุทธ์ด้านการตลาดจึงเป็นกลยุทธ์ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดการและการพัฒนาที่มีการดำเนินการแล้วอย่างมีคุณภาพ โดยต้องจัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งนี้การตลาดจะต้องพิจารณาการกระจายตัวที่เหมาะสมของอุปสงค์และสนับสนุนกลยุทธ์ด้านอื่นๆควบคู่กันไปด้วย

การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกระบวนการที่ต้องจัดทำขึ้น โดยมุ่งส่งเสริมให้ตลาดเป็นตลาดที่มีคุณภาพและให้การท่องเที่ยวสอดคล้องกับความต้องการ หรือความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงไม่ใช่การพยายามเพิ่มปริมาณของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวหากยังต้องจัดสรรให้มีการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมต่อสภาพของอุปทานที่มีอยู่ภายใต้ขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับได้ นอกจากนี้การตลาดจะต้องส่งเสริมและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบรรลุเป้าหมายอื่นๆ ด้วยเช่น ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านการให้การศึกษา ด้านการกระจายรายได้ เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดการและการพัฒนาที่มีการดำเนินการอยู่แล้วอย่างมีคุณภาพโดยต้องจัดให้เกิดความสมดุลระหว่างความสามารถในการรองรับของพื้นที่กับปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งนี้การตลาดจะต้องพิจารณาการกระจายตัวที่เหมาะสมของอุปสงค์และสนับสนุนกลยุทธ์ด้านอื่นๆควบคู่ไปด้วย

กลยุทธ์ในระยะแรกจึงควรมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีศักยภาพและมีการจัดการรองรับการท่องเที่ยวไว้ค่อนข้างดีก่อนที่จะส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกว้างขวางออกไปการส่งเสริมการตลาดอย่างเต็มที่ต้องดำเนินการภายหลังการดำเนินการจัดการทรัพยากรที่มีศักยภาพนั้นๆและมีการสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแล้วก่อนด้วย

ในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศการจัดการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่าเป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นตัวกลางเชื่อมโยงระบบตลาดกับตลาดทรัพยากรหรือให้นักท่องเที่ยวได้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะการกระจายข้อมูลข้อสนเทศไปยังนักท่องเที่ยวการนำเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่มีศักยภาพที่สุดในการควบคุมพฤติกรรมทางเศรษฐกิจการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพที่สุดรวมทั้งเป็นส่วนที่จะส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มมากขึ้นโดยมัคคุเทศก์คือผู้มีบทบาทสำคัญในการให้ข้อมูลและรายละเอียดของทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาแก่นักท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวแบบเอกเทศของนักท่องเที่ยวนั้นจะเกิดประโยชน์ได้น้อยในการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ยกเว้นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากรแบบศึกษาด้วยตนเอง (Self-guide) ซึ่งโดยภาพรวมแล้วจะมีปริมาณน้อย นอกจากนี้ตัวกลางนี้ยังจะมีบทบาทที่สำคัญในการกำกับและควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้อยู่ในกรอบของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศรวมทั้งเป็นผู้ที่จะสามารถสนับสนุนกลยุทธ์การจัดการด้านอื่นๆได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์การส่งเสริมตลาดและบริการนำเที่ยว

(๑.๑) เพื่อส่งเสริมและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพเหมาะสมตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวอย่างมีความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานที่มีอยู่

(๑.๒) เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบริการนำเที่ยว ให้มีบริการที่เหมาะสมมีคุณภาพตามกรอบที่กำหนด มีปริมาณที่เพียงพอกับการบริการนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและให้สามารถเป็นกลไกที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยจัดให้มีมัคคุเทศก์ที่เป็นระบบรองรับและเป็นสื่อกลางการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว

(๒) เป้าหมายการส่งเสริมตลาดและบริการนำเที่ยว

(๒.๑) เพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐ ต่อปีและเพิ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในด้านการรักษาระบบนิเวศให้มีสัดส่วนมากขึ้น

- (๒.๒) มีโครงข่ายการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆให้เป็นชุดของการท่องเที่ยว
- (๒.๓) มีการกระจายตัวนักท่องเที่ยวสู่กลุ่มแหล่งท่องเที่ยวหลัก รอง และทั่วไปในประเทศในสัดส่วนที่สูงขึ้น
- (๒.๔) เพิ่มสัดส่วนของกิจกรรมวันพักผ่อนและค่าใช้จ่ายในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนโดยรวมของการท่องเที่ยวระดับประเทศ
- (๒.๕) มีบริการนำเที่ยวเชิงนิเวศในระดับชาติและท้องถิ่นที่มีบริการและการจัดเตรียมมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพเพียงพอในการบริการ ครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- (๒.๖) มีบริการที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ในระยะ ๕ ปีและให้ทุกบริการได้มาตรฐานในระยะ ๑๐ ปี
- (๒.๗) ทุกชุมชนที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์เฉพาะในเวลา ๑๐ ปี

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

๑. จัดทำ ส่งเสริมและเผยแพร่รายการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยการพิจารณาถึงศักยภาพและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวโดยให้มีการพิจารณาด้านขีดความสามารถในการรองรับเพื่อประกอบการจัดทำแผนการตลาดที่มีความสมดุล
๒. จัดทำโครงข่ายการท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวการประสานการท่องเที่ยวกับรูปแบบอื่นๆและการถ่ายเทนักท่องเที่ยวให้กระจายตัวมากขึ้น
๓. รวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆตามลักษณะและความสนใจในการท่องเที่ยวภายในขอบเขตของกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในรายการ
๔. โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามสภาพความเป็นจริง ความพร้อมและเชื่อมโยงข่ายการท่องเที่ยวทั้งภายใน และในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีนอย่างมีประสิทธิภาพ
๕. สำรวจ ศึกษาและรวบรวมข้อมูลด้านตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับประเทศและพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก เพื่อติดตามการเคลื่อนไหวของกลุ่มนักท่องเที่ยวกิจกรรมการใช้จ่าย สังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยวและประเมินความต้องการของตลาด
๖. จัดทำคู่มือการขายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเน้นการแนะนำผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้อง

๗. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว จำแนกตามกลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศรวมทั้ง
จำแนกตามกลุ่มเชื้อชาติและภูมิภาค

๘. ประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผู้ควบคุมดูแลพื้นที่ท่องเที่ยวให้มี
ทิศทางและแนวทางในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกต้องเหมาะสมร่วมกัน

๙. ปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานระบบบริการนำเที่ยว ด้านการตลาดการจัดบริการก่อนการนำเที่ยว
ระหว่างการท่องเที่ยว และมีการติดตามหลังการท่องเที่ยวโดยเน้นการให้ความสะดวกปลอดภัย ให้การศึกษา
ธรรมชาติ และวัฒนธรรมและการควบคุมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตนในการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีมี
คุณภาพ

๑๐. สร้างเครือข่ายการส่งผ่านข้อมูลไปยังแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวเพื่อการประสานงานในการนำ
นักท่องเที่ยวเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวในปริมาณ เวลาที่เหมาะสมตามขีดความสามารถที่รองรับได้รวมทั้งให้สามารถ
กระจายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยจัดให้มีศูนย์กลางในการพัฒนาระบบข้อมูล
ข้อเสนอเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและศูนย์กลางเครือข่ายในโครงการท่องเที่ยว

๑๑. จัดให้มีองค์กรความร่วมมือในกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศและมัคคุเทศก์เพื่อการพัฒนาการบริการ
การควบคุม ตรวจสอบติดตามและประเมินผลและการสร้างสิ่งจูงใจในรูปรางวัลหรือฉลากรับรอง

๑๒. จัดให้มีการสัมมนา ฝึกอบรมดูงาน เพื่อการปรับปรุงการบริการ และพัฒนาความรู้ความสามารถของ
บุคลากรในธุรกิจบริการและชุมชนท้องถิ่น

๑๓. จัดให้มีกลุ่มคุณภาพในระบบงานของธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

๑๔. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความสนใจเฉพาะ การจัดระบบสมาชิกการให้
เกียรติคุณนักท่องเที่ยวดีเด่นและมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการพัฒนาบริการ

๑๕. กำหนดรูปแบบมาตรฐานและตัวชี้วัดคุณภาพของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บริการนำเที่ยวและ
มัคคุเทศก์

๕. กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

แนวความคิด

โครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือได้ว่าเป็นการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
ให้แก่นักท่องเที่ยวเช่นเดียวกับบริการในการท่องเที่ยวโดยทั่วไปหากแต่การบริการในรูปแบบนี้จะมีคามเข้มงวดใน
การรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติและสังคมเป็นบริการที่มีการเสริมความสมบูรณ์ในองค์ประกอบต่างๆตาม

ปรัชญาของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนั้นก็จึงมีขนาดของการพัฒนาในระดับปานกลาง-ต่ำตามขีดความสามารถในการรองรับของทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มีความกลมกลืนกับสิ่งแวดล้อมโครงสร้างพื้นฐานและบริการที่จำเป็น ได้แก่เส้นทางคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวรวมทั้งเส้นทางศึกษาธรรมชาติการบริการที่พักในระดับโรงแรมจนถึงการตั้งเต็นท์ในพื้นที่ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม โครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เท่าที่จำเป็น เช่น น้ำใช้ ไฟฟ้า การขนส่งการสื่อสาร และการรักษาความปลอดภัยภายใต้ความเหมาะสมของพื้นที่และการพัฒนาในพื้นที่นั้นๆ

กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการเป็นภารกิจของผู้ให้บริการ เจ้าของหรือผู้ควบคุมดูแลพื้นที่หน่วยงานของรัฐและในบางพื้นที่ประชาชนท้องถิ่นสามารถมีส่วนในการพัฒนาโดยนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเข้าใจถึงขนาดการบริการที่อาจมีจำกัดตามสภาพด้วย

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์ของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

เพื่อให้มีอุปทานด้านการบริการการท่องเที่ยวโดยรัฐและเอกชนที่เพียงพอเหมาะสมตามสภาพความจำเป็นของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับที่สามารถให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวตามสมควรผู้ประกอบการมีรายได้เพียงพอ มีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นโดยให้มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรน้อยที่สุด

(๒) เป้าหมายของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการ

- มีบริการโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเพียงพอในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทุกแห่งในระยะ ๕ ปี
- มีบริการที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๕๐ ในระยะ ๕ ปี และให้ทุกบริการได้มาตรฐาน ในระยะ ๑๐ ปี

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

๑. กำหนดประเภท มาตรฐานและขนาดของโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้เป็นแนวทางและข้อกำหนดในการพัฒนา

๒. ส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพโดยให้มีมาตรฐานสากลด้านคุณภาพที่สากลยอมรับ เช่น ISO ๙๐๐๐ เป็นต้น

๓. วางมาตรการกำกับ ดูแล และควบคุมการพัฒนาให้อยู่ในมาตรฐานที่กำหนดโดยใช้ มาตรการด้านการส่งเสริมการมีส่วนร่วม และทางกฎหมายโดยภาครัฐจัดให้มีการสนับสนุนส่วนที่เป็นพื้นฐานอย่าง เหมาะสมเพียงพอ

๔. ส่งเสริมการประกอบการที่ปฏิบัติตามแนวทางและข้อกำหนด โดยใช้มาตรการจูงใจที่ เหมาะสมเช่น การให้รางวัล การใช้มาตรการทางภาษีและการจัดประกาศบริการที่ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิง นิเวศ (Eco-service Label หรือ Green & Brown Label)

๕. สนับสนุนการรวมกลุ่มบริการในเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๖. ประสานให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศร่วมหรือเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีส่วนร่วมใน การจัดบริการการท่องเที่ยว

๗. สนับสนุนการจัดบริการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยประชาชนและชุมชนท้องถิ่นโดยการสร้าง โอกาสทางกฎหมาย และทางสังคม จัดให้มีการรวมกลุ่ม สนับสนุนด้านเงินทุนและเพิ่มทักษะและขีดความสามารถ ในการประกอบการ

๖. กลยุทธ์การส่งเสริมการลงทุน

แนวความคิด

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่ปัจจุบันเข้าใจว่าอาจยังให้ผลตอบแทนค่อนข้างต่ำแต่สร้างความ เชื่อมั่นได้ว่าการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นในสัดส่วนที่สูงกว่าการส่งเสริมการลงทุนจึงเป็นมาตรการที่สนับสนุนให้มี การพัฒนาการท่องเที่ยวที่กระจายผลตอบแทนสู่ท้องถิ่นหรือสนับสนุนการลงทุนของท้องถิ่นเองมากขึ้น นอกจากนี้ การส่งเสริมการลงทุนยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่ดีในการสร้างการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นการพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานและการบริการการส่งเสริมและควบคุมให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกลยุทธ์การ ส่งเสริมการลงทุนเป็นภารกิจที่รัฐบาลกลาง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน กรมสรรพากรสำนัก งบประมาณ หรือสถาบันการเงินของรัฐ จะต้องมีส่วนสนับสนุนอย่างแข็งขัน

วัตถุประสงค์และเป้าหมาย

(๑) วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการลงทุน

(๑.๑) เพื่อสนับสนุนให้การลงทุนด้านบริการมีศักยภาพในการพัฒนาให้มีคุณภาพด้านการบริการการ รักษาสิ่งแวดล้อม และมีขีดความสามารถในการแข่งขัน

(๑.๒) เพื่อสร้างโอกาสในการลงทุนของผู้ประกอบการขนาดเล็กและชุมชนท้องถิ่นในการประกอบกิจการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้อง

(๒) เป้าหมายของการส่งเสริมการลงทุน

มีมาตรการ กองทุนและองค์กรส่งเสริมการลงทุนแก่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในระดับชาติและท้องถิ่น องค์กร ชุมชน และประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถให้บริการได้ตามสมควร ภายใต้กรอบที่จำกัดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แนวทางการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

๑. สนับสนุนผู้ประกอบการที่มีการลงทุนได้มาตรฐาน มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพตรงตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้มาตรการทางด้านภาษีและการสนับสนุนผ่านกลไกของรัฐต่างๆ เพื่อให้การประกอบการได้รับผลตอบแทนตามควร

๒. จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการลงทุนธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนโดยองค์กรชุมชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่น

๓. พัฒนารูปแบบการลงทุนที่ก่อให้เกิดผลตอบแทนที่ดี มีกระบวนการกระจายรายได้และสร้างการมีส่วนร่วมในการประกอบการ เช่น ระบบสหกรณ์ บริษัทร่วมทุนหรืออื่นๆ

๔. ให้องค์กรพัฒนาเอกชนจัดทำงบประมาณเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการฟื้นฟูภูมิปัญญาชาวบ้านในด้านที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

๕. สนับสนุนการลงทุนของธุรกิจชุมชน ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของรัฐโดยลดข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบ และกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ

๖. สนับสนุนการลงทุนผลิตอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผลิตในประเทศไทยให้มีต้นทุนต่ำเพื่อให้นักท่องเที่ยวและบริการต่างๆ สามารถจัดหามาใช้ได้อย่างมีคุณภาพ ปลอดภัยและในราคาที่เหมาะสม

ผลงานด้านการเตรียมความพร้อมของการท่องเที่ยวไทยเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียนได้ดำเนินการดังนี้

๑. แต่งตั้ง “คณะกรรมการอาเซียนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ” เพื่อให้การดำเนินการเตรียมความพร้อมรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นไปด้วยความเรียบร้อยมีประสิทธิภาพและเพื่อให้เกิดการทำงานร่วมกันในเชิงบูรณาการอย่างมีเอกภาพระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนประสานงานกับคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติของกระทรวงการต่างประเทศ

๒. จัดตั้ง “คณะกรรมการวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งชาติ ” (National Tourism Professional Board : NTPB) เพื่อสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ MRA ให้ผู้เกี่ยวข้องในประเทศ และเป็นผู้พัฒนากำกับ และติดตามผลการยกระดับสมรรถนะบุคลากรวิชาชีพตามที่อาเซียนกำหนด

๓. จัดตั้ง “คณะกรรมการรับรองคุณวุฒิวิชาชีพท่องเที่ยว ” (Tourism Professional Certification Board: TPCB) เพื่อทำหน้าที่วางหลักเกณฑ์การประเมินขึ้นทะเบียนออกใบรับรองคุณวุฒิบัตรและรับรองบุคลากรที่ผ่านการรับรองมาตรฐานวิชาชีพท่องเที่ยวเพื่อให้งานสามารถทำงานในประเทศอาเซียนได้และจะมีการจัดตั้งคณะกรรมการประเมินคุณสมบัติและหรือสมรรถนะของบุคลากรวิชาชีพการท่องเที่ยว

๔. จัดตั้งเครือข่าย Tourism Professionals Certification Network : TPCN และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำโครงการ : แนวทางการพัฒนาศักยภาพกำลังแรงงานไทยใน ๓๒ ตำแหน่งงานในสาขาการท่องเที่ยว (Tourism Professionals) ภายใต้ข้อตกลงอาเซียนผ่านการบูรณาการการจัดการหลักสูตรสถาบันการศึกษาระดับปฏิบัติการเชิงเครือข่ายร่วมมือกับสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่เกี่ยวข้องใน ๖ ภาค

๕. การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำสื่อประกอบการฝึกอบรม คู่มือสำหรับผู้ฝึกอบรมคู่มือสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรมและคู่มือการประเมินใน ๖ แผนก ๓๒ ตำแหน่งงานประกอบด้วย แผนกพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Front Office) มี ๕ ตำแหน่งงาน แผนกแม่บ้าน (House Keeping) มี ๖ ตำแหน่งงาน แผนกประกอบอาหาร (Food Production) มี ๗ ตำแหน่งงาน แผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) มี ๕ ตำแหน่งงาน แผนกธุรกิจนำเที่ยว (Travel Agencies) มี ๔ ตำแหน่งงาน แผนกบริหารธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operation) มี ๕ ตำแหน่งงาน

๖. แผนการดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเพื่อรองรับการเปิดเสรีอาเซียนประกอบด้วย

๖.๑ จัดทำแผนการฝึกอบรม (Studies Plan) และสื่อประสมประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรกลุ่มสาขาโรงแรมและสาขาท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. ๒๕๕๔ - ๒๕๕๘ กำหนด

๖.๒ จัดทำระบบประเมินตามหลักสูตรมาตรฐาน ASEAN-MRA ของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้ทราบถึงระดับความรู้ความสามารถของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของไทย

- ๖.๓ จัดทำระบบ E - Learning และระบบฐานข้อมูล online หลักสูตรสมรรถนะ ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals - MRA เพื่อเชื่อมโยงกับ Website ASEAN
- ๖.๔ จัดตั้งเครือข่าย Tourism Professionals Certification Network : TPCN
- ๖.๕ จัดตั้งคณะกรรมการติดตามตรวจสอบวิชาชีพการท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Professional Monitoring Committee: ATPMC)
- ๖.๖ ประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน
- ๖.๗ บูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการต่างประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในการจัดการการท่องเที่ยว

“ทุนมนุษย์” (Human Capital) ได้ถูกนำมาใช้ในสองความหมาย คือ ความหมายแรกเป็นความหมายที่มองมนุษย์ในฐานะเจ้าของแรงงาน เป็นความหมายที่เป็นรูปธรรม เป็นคำที่เกิดขึ้นตั้งแต่สมัย อדם สมิท ในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๘ ต่อมา Gary Becker ได้ศึกษาค้นคว้าและกำหนดขึ้นมาเป็นทฤษฎีที่เรียกว่าทฤษฎีทุนมนุษย์ โดยมุ่งเน้นการลงทุนไปที่ขีดความสามารถและทักษะในการทำงานของบุคลากรในองค์กร ต่อมา William R.Tracey ได้ให้คำนิยามทุนมนุษย์ไว้ว่า หมายถึง ผลตอบแทนที่องค์กรได้รับจากความจงรักภักดี ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความพยายาม ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นของบุคลากรในองค์กร (อาภรณ์ ภูวพิทยพันธุ์, ม.ป.ป)

อีกความหมายหนึ่ง เป็นความหมายตามที่ Theodore W. Schultz นักเศรษฐศาสตร์รางวัลโนเบลได้ให้ไว้ในปี ค.ศ. ๑๙๖๑ (พ.ศ. ๒๕๐๔) ในบทความชื่อ Investment in Human Capital ในวารสาร American Economic Review ประเทศไทยได้มีนักวิชาการนำคำว่า Human Capital มาใช้ในราวปี พ.ศ. ๒๕๔๔(อ้างศักดิ์คงคาสวัสดิ์, ๒๕๕๐, หน้า ๒) โดย Schultz ให้ความหมายคำว่า “ทุนมนุษย์” ในบทความของเขาว่า หมายถึง ความสามารถหลายๆอย่างที่อยู่ในตัวคน ทั้งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด (Innate) หรือเกิดจากการสะสมเรียนรู้ โดยแต่ละบุคคลที่เกิดมาจะมีนิสัยเฉพาะของแต่ละบุคคลซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ความสามารถ คุณลักษณะเหล่านี้เป็นคุณลักษณะที่มีคุณค่า ซึ่งคุณค่านี้อาจเพิ่มขึ้นเมื่อมีการลงทุนที่เหมาะสม (นิสคาร์ก เวชยานนท์. ๒๕๕๑, หน้า ๒)

Lynda Gratton และ Sumantra Ghoshal ได้ให้ความหมายของ “ทุนมนุษย์” ว่าหมายถึงส่วนผสมของ ๓ สิ่ง (นิสตากร์ เวชยานนท์. ๒๕๕๑, หน้า ๕) คือ

๑. ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ประกอบด้วย ความรู้และความสามารถในการเรียนรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะ ทักษะ ประสบการณ์ที่คนสะสมไว้ รวมทั้งความรู้ที่อยู่ในตัวเราที่เรียกว่า Tacit Knowledge

๒ .ทุนทางสังคม (Social Capital) ประกอบด้วยเครือข่ายความสัมพันธ์

๓ .ทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) ประกอบด้วยคุณลักษณะต่างๆ เช่น การรับรู้ตนเอง (Self Awareness) ความมีศักดิ์ศรี (Integrity) การมีความยืดหยุ่น (Resilience)

“ทุนมนุษย์” ที่ใช้ในบทความนี้เป็น “ทุนมนุษย์” ตามความหมายของ Schultz และ Lynda Gratton / Sumantra Ghoshal ซึ่งเกิดขึ้นในระยะประมาณ ๔๐ ปีที่ผ่านมาและส่งผลกระทบอย่างกว้างขวางในวงการบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อันเนื่องมาจากการปรับตัวให้รับกับการแข่งขันอย่างรุนแรงในธุรกิจการค้าและการเปลี่ยนแปลงของสังคมเศรษฐกิจแบบโลกาภิวัตน์ “ทุนมนุษย์” ในความหมายใหม่ได้เปิดแนวคิดในการพัฒนาบุคคลในองค์กรให้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นภูมิคุ้มกันผลกระทบทั้งหลายที่มาจากภายนอกองค์กร

“ทุนมนุษย์” ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมุมมองของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์หลากหลายแง่มุม

๑. เปลี่ยนจากการมองคนเป็นค่าใช้จ่ายไปสู่การมองคนเป็นสินทรัพย์

สมัยก่อน องค์กรจะมองบุคลากรเป็นค่าใช้จ่าย (Cost) ที่ต้องควบคุมมิฉะนั้นแล้วผลงานที่ได้อาจไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปในค่าจ้างและสวัสดิการต่างๆ การบริหารงานบุคคลในมุมมองแบบเก่าจึงมีโครงสร้างสูงเป็นแนวดิ่ง การบริหารคนจะเน้นที่กิจกรรมแยกเป็นส่วนๆ โดยเน้นประสิทธิภาพการทำงานของแต่ละส่วนตั้งแต่ การสรรหา การคัดเลือก การบรรจุ การฝึกอบรม การวิเคราะห์งาน การประเมินผลงาน การจ่ายค่าตอบแทน

ตามแนวคิดใหม่ องค์กรจะมองบุคลากรเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่เพิ่มมูลค่าในตัวได้ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะ หรือความชำนาญ ไม่มีค่าเสื่อมราคา เป็น “ทุนมนุษย์” ซึ่งเน้นความสำคัญของความรู้และการใช้สติปัญญาในการนำข้อมูลสารสนเทศทั้งหลายมาใช้ให้เป็นประโยชน์และเกิดข้อได้เปรียบแก่องค์กรโดยมีการประสานการดำเนินการกับส่วนงานอื่นๆ ในลักษณะของการบูรณาการความรู้และทักษะ ไม่ใช่ต่างคนต่างทำ

นอกจากการเปลี่ยนมุมมองของคนจาก ค่าใช้จ่ายเป็น สินทรัพย์ แล้ว Thomas Davenport (ศิระ โอภาสพงษ์, ผู้แปลและเรียบเรียง. ๒๕๔๓) ยังมองว่า แท้จริงแล้ว พนักงานเป็นเจ้าของทุน เป็นผู้ลงทุน เพราะพนักงาน

เป็นผู้ตัดสินใจว่าจะทำงานที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร จะเอาทุนของตนไปทำงานกับองค์กรใดที่ให้ผลตอบแทนการลงทุนของเขาอย่างคุ้มค่าที่สุด

แนวคิดดังกล่าวมีผลโดยตรงต่อวิธีการทำงาน องค์กรจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดีในลักษณะของการสร้างแรงจูงใจให้คนอยากอยู่ทำงานแทนที่จะลาออกไปทำงานที่อื่น การสร้างแรงจูงใจดังกล่าวไม่ได้มีแค่เฉพาะการให้ค่าตอบแทนตามความคิดแบบเก่า แต่จะต้องให้โอกาสในการเรียนรู้ การพัฒนา และความมั่นใจในความก้าวหน้าในชีวิตการทำงานด้วย

๒. มมองทุนมนุษย์ในลักษณะที่เป็นคุณสมบัติแยกออกจากตัวบุคคล

“ทุนมนุษย์” จัดเป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) ซึ่งตามปกติแล้วไม่สามารถวัดเทียบเป็นมูลค่าทางธุรกิจได้ แต่ในที่สุดแล้วสามารถที่จะแปลงสภาพให้กลายเป็นสินทรัพย์ที่สามารถวัดเทียบมูลค่าออกมาได้ และยังสามารถทำให้มีสภาพคล่องได้อีกต่างหาก (พิพัฒน์ ก้องกิจกุล อ้างถึงใน ปรัชญา ชุ่มนาเสียว , ม.ป.ป) ทุนมนุษย์ไม่ใช่สิ่งที่ยึดครองเป็นเจ้าของ ดังนั้น แม้ว่าองค์กรจะอยู่ในฐานะนายจ้างโดยมีบุคคลผู้เป็นเจ้าของ “ทุนมนุษย์” เป็นลูกจ้าง แต่ “ทุนมนุษย์” ซึ่งเป็นคุณสมบัติภายในของลูกจ้างก็ยังเป็นของลูกจ้าง หาได้เป็นของนายจ้างแต่อย่างใด แนวความคิดที่แยกทุนมนุษย์ออกจากตัวลูกจ้างจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถในการจัดการความรู้ขององค์กรที่จะทำอย่างไรจึงจะสามารถดึง Tacit Knowledge นี้ออกมาจากตัวลูกจ้างได้โดยสมัครใจ

๓. เกิดแนวคิดคู่ประสานระหว่างการสร้างความผูกพันและการพัฒนาทุนทางปัญญา

แต่เดิมความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับพนักงานเป็นความสัมพันธ์ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง ภาระหน้าที่ในการพัฒนาลูกจ้างจึงตกเป็นของนายจ้างแต่เพียงฝ่ายเดียว หากนายจ้างต้องการผู้มีความรู้ความสามารถก็ต้องลงทุนพัฒนาคนเพราะเมื่อลูกจ้างมีความรู้ ความสามารถก็จะทำประโยชน์ให้แก่นายจ้างเป็นการคืนทุนที่ลงไป แต่จากการมองคนเป็นเจ้าของทุน มอง “ทุนมนุษย์” เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ที่มีพนักงานเป็นเจ้าของ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงเป็นการพัฒนา “ทุนมนุษย์” ที่เจ้าของทุนคือตัวพนักงานก็ต้องให้ความสำคัญและให้ความร่วมมืออย่างเต็มที่ เพราะตัวพนักงานเองก็คือผู้ได้รับประโยชน์และมีเสรีที่จะเลือกทำงานอยู่กับใครก็ได้

การพัฒนาทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) เป็นเรื่องที่แยกออกได้ยากจากการพัฒนาขีดความสามารถ (Competency) ซึ่งมีอยู่สองแนวทาง คือ แบบอังกฤษ (British Approach) ที่เน้นการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อให้ได้มาตรฐานงาน กับแบบอเมริกัน (American Approach) ที่เน้นการพัฒนาขีดความสามารถบนฐานของการพัฒนาและมุ่งสู่ความเป็นเลิศ (จิระประภา อัครบวร , ม.ป.ป) ซึ่งไม่ว่าจะเป็นแบบใดก็ตาม ก็ไม่ได้

หมายความว่าบุคคลซึ่งมีขีดความสามารถหรือทุนทางปัญญาที่สูงขึ้นนั้น จะต้องนำเอาความสามารถดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กร

สิ่งที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์จะต้องสร้างให้เกิดควบคู่ไปกับการพัฒนา “ทุนมนุษย์” จึงเป็นเรื่องของการสร้างความผูกพัน (Commitment) กับองค์กรด้วยการรักษาความสมดุลระหว่างคุณภาพชีวิต กับ การพัฒนาขีดความสามารถ เพื่อให้เกิดความผูกพันที่จะนำความรู้ความสามารถที่พัฒนานั้นออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรอย่างเต็มที่

การออกแบบผลตอบแทน ต้องทำให้เข้าใจง่าย ทำงาน และทุกคนยอมรับ รวมทั้งต้องเป็นตัวกระตุ้นให้ขยัน มุ่งไปข้างหน้าถึงจะบรรลุเป้าหมายอย่างที่เขารเรียกว่า Win-Win (ชัยวัฒน์ ชียงกรูร, ๒๕๔๘, หน้า ๖๔)

๔.ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้านเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมและความฉลาดทางอารมณ์

องค์ประกอบของ “ทุนมนุษย์” ที่สำคัญและทำให้เกิดแนวคิดที่ต่างไปจาก “ทรัพยากรมนุษย์” ก็คือ ทุนทางสังคม (Social Capital) หรือเครือข่ายความสัมพันธ์ และทุนทางอารมณ์ (Emotional Capital) หรือความฉลาดทางอารมณ์

ในการปฏิบัติงานทั้งหลาย นอกเหนือจากความรู้ ทักษะ และทัศนคติ แล้ว เครือข่ายความสัมพันธ์และความสามารถในการควบคุมอารมณ์เป็นปัจจัยสำคัญมากที่จะทำให้บุคคลสามารถนำความรู้ที่เรียนมาไปใช้ให้ประสบความสำเร็จ เครือข่ายความสัมพันธ์เป็นเครื่องช่วยให้เกิดความหลากหลายในความคิดและเป็นกรณีศึกษาที่จะช่วยให้การเรียนรู้กว้างขวางและลึกซึ้งขึ้น ในขณะที่การควบคุมอารมณ์จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถรับรู้เรื่องราวและเรื่องราวต่างๆที่ตรงข้ามกับความคิดของเราได้มากขึ้น เสริมสร้างความสัมพันธ์ให้ต่อเนื่องและขยายขอบเขตออกไปได้ในลักษณะเสริมส่งซึ่งกันและกัน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการความรู้หลากหลายสาขาจึงสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อนำมุมมองของทุนมนุษย์ที่ให้ความสำคัญกับเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมและการควบคุมอารมณ์เป็นการเพิ่มเติมขึ้นไปจากความรู้ความสามารถซึ่งเป็นทุนทางปัญญา

๕.เน้นคุณค่าของคนและวิธีการที่ใช้ในการบริหารคนมากกว่าหน้าที่เฉพาะบุคคล

นิยามคำว่า “ทุนมนุษย์” ในลักษณะที่เป็นนามธรรม ไม่ได้ส่งผลแต่เฉพาะในส่วนแนวคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เท่านั้น ยังส่งผลต่อแนวคิดของการบริหารหรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ด้วย Andrew Mayo (อ้างถึงใน นิสตาร์ก เวชยานนท์. ๒๕๕๑ . หน้า ๑๙) กล่าวว่า Human Resource Management (HRM) และ Human Capital Management (HCM) มีความแตกต่างกันในสองเรื่อง คือ

๕.๑ การบริหาร “ทุนมนุษย์” จะเน้นคุณค่าของคน (Value of People) และสิ่งที่คนสร้าง มากกว่าสนใจตัวกระบวนการหรือหน้าที่ด้านบุคคล (HR Function)

๕.๒ การบริหาร “ทุนมนุษย์” จะให้ความสำคัญกับการประเมินวิธีการที่ใช้ในการบริหารคนและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

๖.เกิดแนวความคิดการวัดค่าสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน

เนื่องจาก “ทุนมนุษย์” เป็นทรัพย์สินที่ไม่มีตัวตน และการบริหาร “ทุนมนุษย์” จะเน้นที่คุณค่าของคน ปัญหาที่เกิดขึ้นก็คือ แล้วจะวัดค่าของ “ทุนมนุษย์” ได้อย่างไร ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ตามแนวความคิดแบบเก่า จะใช้จำนวนบุคลากรและจำนวนผู้ที่เข้ารับการอบรม หรือ อัตราการเข้าออกจากงาน (Turn Over) หรือ ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นจากการทำงานเป็นตัวชี้วัดคุณค่าของบุคคล แต่ตัวชี้วัดดังกล่าว ไม่สามารถนำมาใช้ได้กับการวัดค่าของ “ทุนมนุษย์”

แต่มุมมองด้านความรู้และการเติบโตซึ่งเป็นคุณสมบัติของ “ทุนมนุษย์” ที่แวดล้อมไปด้วยสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนตัวอื่นๆ เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศ บรรยากาศการทำงานภายในองค์กร ฯลฯ ยังไม่มีกรอบการจัดการอันเป็นที่ยอมรับ

จากการเชิญผู้บริหารระดับสูงทางด้านทรัพยากรมนุษย์กว่า ๒๐ องค์กรซึ่งจัดโดยสำนัก Balance Scorecard Collaborative มาร่วมกันคิดหาแนวทางการวัดค่าของทุนมนุษย์ ที่ประชุมได้เสนอแนวคิดที่ว่า “ทุนมนุษย์” จะมีมูลค่าขึ้นมาได้ก็เฉพาะในแง่มูลค่าที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ขององค์กรเท่านั้น เช่น แผนการอบรมที่เกี่ยวกับการปรับปรุงทางด้านคุณภาพจะให้ผลกระทบแตกต่างเป็นอย่างมากกับแผนการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการเจรจาต่อรอง เพราะฉะนั้นถ้าจะถามว่าแผนการอบรมใดให้มูลค่าหรือมีคุณค่ามากกว่ากัน คำตอบก็ต้องย้อนถามไปก่อนว่า แล้วแผนการอบรมไหนที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กรมากกว่า สินทรัพย์ทั้งหลาย (ซึ่งก็รวมทุนมนุษย์ด้วย) ที่สนับสนุนการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร จะมีมูลค่ามากกว่าบรรดาสินทรัพย์ที่ไม่สนับสนุนต่อกลยุทธ์ (Robert S. Kaplan et al., พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, ผู้แปล, ๒๕๔๘, หน้า ๓๐-๔๙)

๗. ทำให้การบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องของทุกฝ่ายในองค์กร

เนื่องจากการบริหาร “ทุนมนุษย์” มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับกลยุทธ์ขององค์กร จึงไม่ใช่การมองแค่ตัวคนหรือกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่เป็นการมองทั้งสองอย่างเชื่อมโยงกันโดยมีกลยุทธ์ขององค์กรเป็นแกนในการดำเนินการ การบริหารและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลภายใต้แนวคิดของ “ทุนมนุษย์” จึงไม่ใช่เรื่องของฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นเรื่องของทุกฝ่าย ทั้งด้านธุรกิจ ฝ่ายผลิต ฝ่ายควบคุมคุณภาพ

ฯลฯ ที่จะต้องนำทุนทั้งสามด้าน คือ Intellectual Capital, Social Capital และ Emotional Capital มาประสานให้เกิดประโยชน์สูงสุดตามกลยุทธ์ขององค์กร

ปัจจัยหลัก ๔ ประการแห่งความสำเร็จขององค์กรอันประกอบด้วย ความสามารถหลัก (Core Competency), ทักษะการใช้ทรัพยากรขององค์กร , กลยุทธ์ และสภาพแวดล้อม มีปัจจัยด้าน “ทุนมนุษย์” เป็นตัวเชื่อมโยงปัจจัยทั้งสี่เข้าด้วยกัน จึงเป็นหน้าที่ขององค์กรที่จะต้องเสริมความรู้และทักษะให้กับพนักงานควบคู่ไปกับการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองของพนักงานให้อำนาจพนักงานในการตัดสินใจ มอบรางวัลเป็นผลตอบแทนเมื่อเขาทำงานขึ้นสำคัญประสบความสำเร็จ ยิ่ง “ทุนมนุษย์” มีความสามารถในการสร้างคุณประโยชน์มากขึ้นเท่าใด ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จขององค์กรก็ยิ่งมีประสิทธิภาพและโอกาสในการนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้มากขึ้นเท่านั้น

๘ . กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จากแนวคิด “ทุนมนุษย์” เป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้แต่พัฒนาได้ โดยมีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับกลยุทธ์ขององค์กรและเป็นเรื่องของทุกฝ่ายไม่เฉพาะกับฝ่ายทรัพยากรบุคคล ได้ทำให้เกิดแนวคิดในเรื่องของการพัฒนาทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้าง “ทุนมนุษย์” ในองค์กรควบคู่ไปกับแนวคิดเรื่องการบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์

การบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ เป็นวิธีการที่จะทำให้องค์กรสามารถตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองตั้งใจหรือมุ่งมั่น รวมทั้งแผนงานต่างๆที่มีความสำคัญ ครอบคลุมเรื่องของลูกจ้างสัมพันธ์ การสรรหา การฝึกอบรมและพัฒนา การบริหารผลการปฏิบัติงาน การให้รางวัล รวมทั้งนโยบายและแนวทางปฏิบัติเรื่องแรงงานสัมพันธ์ กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลให้ความสำคัญกับความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันระหว่างการบริหารทรัพยากรบุคคลและการบริหารกลยุทธ์ขององค์กร (อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, ผู้แปล, ๒๕๔๙, หน้า ๗๐)

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์ เป็นการพัฒนาความรู้ให้มีความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้เรียนรู้ซึ่งก็คือพนักงานทุกระดับในองค์กร เป็นการสร้างความรู้ที่เน้นการพัฒนาระบบความคิดตั้งแต่การรับรู้ไปจนถึงการสังเคราะห์โดยมีกลยุทธ์ขององค์กรเป็นตัวประกอบให้การพัฒนาไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางต่อไปนี้จะแสดงแนวทางการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสร้าง “ทุนมนุษย์” ในองค์กร (ปรัชญา ชูมนาเสียว, ม.ป.ป)

กลุ่มใน แผนพัฒนา	ระดับการ พัฒนา	ระดับการ สร้างความรู้	แนวทางการสร้างกลยุทธ์
๑ ผู้ปฏิบัติการ	Data	รับรู้	พัฒนาระดับ Data เพื่อสร้างการรับรู้โดยกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนากลุ่มนี้ให้เกิดทักษะและความชำนาญในงานที่ตนรับผิดชอบ
๒ ผู้บริหาร ระดับต้น	Information	เข้าใจ	พัฒนาระดับ Data + Information เพื่อสร้างการเข้าใจโดยกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาให้สามารถสอนงานได้ เป็นระดับที่มีความรู้ทักษะ และความชำนาญในงานเป็นอย่างดี
๓ ผู้บริหาร ระดับกลาง	Knowledge	วิเคราะห์	พัฒนาระดับ Data + Information + Knowledge เพื่อให้วิเคราะห์เป็น โดยกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาให้เป็นผู้ที่มีความรู้ทักษะ และความเชี่ยวชาญในงานอย่างดีเลิศ พัฒนาทักษะด้านการบริหาร สามารถปรับปรุงวิธีการทำงานในองค์กรของตนเองได้
๔ ผู้บริหาร ระดับสูง	Wisdom	สังเคราะห์	พัฒนาระดับ Data + Information + Knowledge + Wisdom เพื่อให้สังเคราะห์เป็น โดยกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาให้มีความสามารถในการวางแผนงานและจัดระบบงานเป็น และสามารถกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ขององค์กรได้เป็นอย่างดี

“ทุนมนุษย์” ที่สร้างขึ้นตามกลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้ แม้จะถือเป็นสมบัติส่วนตัวของพนักงานแต่ละคน แต่ก็เป็นที่ขององค์กรที่จะต้องใช้การจัดการความรู้ (Knowledge Management) มาคัดกรองและแปลง Tacit Knowledge ของพนักงานให้เป็น Explicit Knowledge ให้เร็วและมากที่สุด เพราะตามแนวคิดที่ว่าคนเป็นเจ้าของทุนซึ่งสามารถที่จะเลือกทำงานที่ไหนก็ได้ ทำให้องค์กรแม้จะพยายามสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี สร้างความรู้สึกรักผูกพันองค์กร (Commitment) มากเพียงใดก็ตามก็ยังมีความเสี่ยงอยู่อย่างมากที่

พนักงานที่มี “ทุนมนุษย์” ที่ได้รับการพัฒนาแล้วนั้นจะลาออกและนำ “ทุนมนุษย์” ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่คู่แข่งของเราได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อองค์กรของเรามีขนาดเล็กกว่าและไม่สามารถเสนอผลตอบแทนที่เพียงพอจะรักษาความจงรักภักดี (loyalty) ของพนักงานไว้ได้ เรื่องนี้จึงเป็นภาระหน้าที่ของทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้บริหารสูงสุดลงมาจะต้องร่วมกับนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีอาชีพที่จะหาวิธีการที่เหมาะสมทั้งกับองค์กรเองและพนักงานที่เป็นเจ้าของ “ทุนมนุษย์”

ทุนมนุษย์ กับการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจหลักของธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ ธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้กว่าร้อยละ ๘๙ เป็นผู้ประกอบการ SMEs และ MSEs รูปแบบของการประกอบธุรกิจจะมีลักษณะเป็นกิจการในครอบครัวไม่ได้มีระบบการบริหารจัดการตามระบบทางธุรกิจอย่างเป็นระบบการดำเนินงานจะเป็นรูปแบบง่าย ๆ ไม่ซับซ้อนเนื่องจากจะใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลักแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารงานกันตามความสมัครใจหรือความสามารถของสมาชิกในครอบครัวกันอย่างง่าย ๆ หรืออาจจะเป็นการให้ความช่วยเหลือกันระหว่างเพื่อนบ้าน ใกล้เคียงหรือคนในท้องถิ่นนั้นๆ โครงสร้างองค์กรหรือ Organization Chart จะมีลักษณะที่ค่อนข้างราบไม่ได้มีการแบ่งแยกเป็นสายงานหรือสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนหรือยุ่งยากซับซ้อนดังเช่นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่หากงานในส่วนไหนยังขาดคนรับผิดชอบก็สามารถเข้าไปทำแทนกันหรือแรงงานหนึ่งคนสามารถรับผิดชอบในหลายหน้าที่ในเวลาเดียวกันได้เนื่องจากไม่ได้แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างเด็ดขาดชัดเจนนักถึงแม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs บางรายจะมีการจ้างแรงงานเพิ่มเติมจากการใช้แรงงานในครอบครัวก็จะเป็นการจ้างงานเพียงชั่วคราวในฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากไม่ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการขยายการบริหารงานหรือการบริการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไม่มีการกำหนดตำแหน่งงานหรือการปรับระดับและอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กรหรือหลักเกณฑ์ในการบริหารงานขององค์กรธุรกิจทั่วไปรวมทั้งอาจไม่ได้มีการทำสัญญาจ้างงานและให้สวัสดิการต่าง ๆ ตามกฎหมายแรงงานโดยอาจจะเป็นการเจรจาตกลงราคาค่าจ้างและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบกันง่าย ๆ เท่านั้น หากทั้งผู้จ้างและผู้รับจ้างตกลงกันได้ก็เข้ามาร่วมงานกันไม่ใช่เป็นการหาแรงงานมาบรรจุตามตำแหน่งที่ว่างตามโครงสร้างองค์กรหากต้องการขยายงานหรือขยายการประกอบธุรกิจในส่วนไหนก็จะทำตามหน้าที่ของกิจการต้องการโดยไม่ได้มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า

สำหรับปัญหาหลักในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวที่สำคัญ น่าจะมีอยู่สองประเด็นด้วยกันคือ ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ และผู้ประกอบการ SMEs ยังไม่มีการนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจมากนักการขาดความรู้ทางด้านการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นการขาด

ความรู้และทักษะในด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เห็นว่าการบริหารงานเป็นการอาศัยแรงงานภายในครอบครัวเป็นหลักจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอาศัยหลักการบริหารจัดการตามหลักวิชาการหรือกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการให้ยุ่งยากเพราะบุคลากรก็มีจำกัดและสามารถผลัดเปลี่ยนกันเข้าไปรับผิดชอบหรือปฏิบัติงานในหน้าที่ต่างๆทดแทนกันได้ตลอดเวลาอีกทั้งในแต่ละวันก็มีการปรึกษาหารือหรือพูดคุยเกี่ยวกับการบริหารงานและการปฏิบัติงานตลอดเวลาหรือหากจะต้องมีการประสานงานก็เป็นลักษณะอาศัยความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการเป็นส่วนใหญ่โดยจะเน้นความช่วยเหลือเกื้อกูลกันทั้งระหว่างเครือญาติและคนในท้องถิ่นอีกทั้งจากการที่ไม่ได้มีการรวบรวมข้อมูลหรือสถิติสำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของตนเองอย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการ SMEs จึงไม่เห็นความสำคัญของการที่จะต้องมีการจัดทำแผนงานหรือวางแผนเกี่ยวกับการดำเนินกิจการรวมทั้งการขยายกิจการในอนาคต ดังนั้น จึงควรมีการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการประกอบธุรกิจประเดิมเกี่ยวกับผู้ประกอบการ SMEs ไม่เห็นความสำคัญของการนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจอาจเนื่องมาจากการประกอบธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็กและใช้เงินลงทุนไม่มากนักขณะที่การจะนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาใช้ในการดำเนินงานจะต้องลงทุนเพิ่มอีกเป็นจำนวนมากจึงอาจไม่คุ้มค่ากับการลงทุนอีกทั้งผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่จึงเห็นว่าการลงทุนในด้านระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศไม่น่าจะคุ้มค่าและอาจจะไม่เหมาะสมกับกิจการขนาดเล็กอีกทั้งรูปแบบของการบริหารจัดการก็ไม่ได้มีความซับซ้อนจนต้องนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการแต่หากหน่วยงานภาครัฐจะมีการจัดทำระบบงานหรือพัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศที่ราคาไม่แพงรวมทั้งมีฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศสำหรับใช้ในการประกอบธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวก็น่าจะช่วยลดปัญหาในด้านนี้ได้

การจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่เรียบง่ายไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นทางการนักโดยอาจอาศัยการบอกต่อโดยนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจจึงแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดหรือนักท่องเที่ยวรายอื่นหรือผู้ประกอบการ SMEs อาจจัดทำเป็นใบปลิวหรือแผ่นพับที่พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์หรือถ่ายเอกสารแล้วนำไปแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวหรือติดไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนั้นผู้ประกอบการ SMEs มักไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดอย่างเฉพาะเจาะจงดังเช่นผู้ประกอบการขนาดใหญ่และหากจะดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดโดยใช้ราคาเป็นปัจจัยดึงดูดลูกค้าก็อาจทำได้ยากเนื่องจากมีเงินลงทุนไม่มากนักหรือหากจะปรับตัวให้สอดคล้องกับแคมเปญที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใช้โปรโมทการท่องเที่ยวของไทยในแต่ละปีก็น่าจะทำได้ยาก

เนื่องจากข้อจำกัดด้านเงินลงทุนอีกเช่นกันดังนั้นการจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวจึงทำได้อย่างจำกัดอาจจะต้องมีการรวมกลุ่มกันในชุมชนหรือท้องถิ่นแล้วร่วมกันทำหรือขอความสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว

สำหรับด้านทรัพยากรมนุษย์จะเน้นบริหารจัดการจากกำลังแรงงานที่มีอยู่ในครอบครัวก่อน อาจจะมีการจ้างแรงงานเพิ่มแต่ก็อาจไม่มากนัก เนื่องจากเป็นกิจการขนาดเล็กหากมีการจ้างงานเพิ่มอาจเป็นการสร้างภาระด้านต้นทุนแก่ผู้ประกอบการ SMEs มากเกินไป ดังนั้นแรงงานในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวที่มีผู้ประกอบการเป็น SMEs ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นแรงงานชั่วคราว ที่มีอาชีพหลักอย่างอื่นอยู่แล้วและเข้ามาประกอบอาชีพในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวเฉพาะในช่วงที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวเท่านั้นเมื่อหมดฤดูกาลท่องเที่ยวก็กลับไปประกอบอาชีพหลักของตนตามเดิม ดังนั้นแรงงานส่วนใหญ่จึงมักขาดความรู้และทักษะในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพได้แก่ความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เป็นต้นการที่แรงงานส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นแรงงานชั่วคราวจึงทำให้ขาดแรงจูงใจที่จะฝึกฝนหรือพัฒนาทักษะเพิ่มเติมโดยเฉพาะที่จะเป็นประโยชน์ต่อการประกอบธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวทั้งนี้อาจเนื่องมาจากแรงงานในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวมองไม่เห็นความก้าวหน้าทางอาชีพ (career path) ของตนเองอย่างชัดเจนในธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวจึงอาจเห็นว่าไม่คุ้มค่าที่จะลงทุนพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวโดยเสียค่าใช้จ่ายเองขณะที่ผู้ประกอบการ SMEs ก็ไม่ยากเพิ่มต้นทุนในการประกอบการโดยไม่จำเป็นโดยเฉพาะการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยวให้แก่แรงงานทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ไม่มีแรงจูงใจที่จะส่งเสริมหรือลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการที่สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่แก่แรงงานเพราะไม่มั่นใจว่าแรงงานที่ได้รับการพัฒนาให้มีทักษะการให้บริการที่สูงขึ้นจะทำงานอยู่นานเพียงพอที่จะคุ้มค่ากับการลงทุนพัฒนา

แนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ประเทศไทยได้มีการมุ่งเน้นยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานพัฒนาอาหารไทยสู่ครัวโลก เนื่องจากประเทศไทยเป็นฐานการผลิตอาหารที่สำคัญและมีคุณภาพของโลก เนื่องจากที่ตั้งซึ่งอยู่ในคาบสมุทรเหนือเส้นศูนย์สูตร มีอากาศแบบร้อนชื้น ประกอบกับสภาพภูมิประเทศทั้งเทือกเขา แม่น้ำ แหล่งน้ำตามธรรมชาติ และธรรมชาติแบบป่าฝนเขตร้อนที่อุดมด้วยความหลากหลายทางชีวภาพ ล้วนแต่เป็นทุนทางธรรมชาติที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์คิดค้น ดัดแปลงอาหารให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยที่มีรสชาติหลากหลายถูกลิ้นคนทั่วโลก นอกเหนือจากรสชาติของอาหารไทยที่กลมกล่อม เครื่องปรุงและส่วนผสมที่ได้รับการคัดสรรคุณภาพมาเป็นอย่างดี ทั้งยังมีความหลากหลายของชนิดอาหารไม่ว่าจะเป็นอาหารคาว อาหารหวาน และผลไม้ นานาพันธุ์ที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์ตลอดปี

ภายใต้นโยบายที่ส่งเสริมอาหารไทยแล้ว ยังมีการกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญของสินค้าอาหารและเกษตรดังนี้

๑. การยกระดับความเป็นสากลของผู้ประกอบการโดยจำนวนร้านอาหารของไทยในต่างประเทศเพื่อเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรและนำมาซึ่งรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
๒. สร้างความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตและนำเข้า กล่าวคือเพิ่มความสามารถในการผลิต และเพิ่มการใช้วัตถุดิบในประเทศเพื่อลดการนำเข้า
๓. การเจาะลึกและกระจายตลาด กลุ่มตลาดเดิมจะเน้นในด้านการเจาะลึก และตลาดใหม่จะเน้นด้านการกระจายตลาดกลุ่ม
๔. สร้างความแตกต่างและความหลากหลายของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคสร้างภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของสินค้าไทย พัฒนาภาพลักษณ์ในด้านตราสินค้า ให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่น่าเชื่อถือและแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง
๕. เพิ่มขีดความสามารถในการส่งออก ส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นช่องทางการค้า และประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทย
๖. การเจรจาแก้ไขปัญหาการค้า โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานการด้านสุขอนามัย การตอบโต้การทุ่มตลาดและการต่อต้านการอุดหนุน

เมื่อพิจารณาโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก จะเห็นว่ามีวัตถุประสงค์ในการมุ่งส่งเสริมให้อาหารไทยเป็นหนึ่งในอาหารที่ได้รับความนิยมทั่วโลก ทั้งนี้เพื่อส่งออกความเป็นไทย ได้แก่ อาหารสด อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป วัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องใช้ และอุปกรณ์ตกแต่งสินค้าและบริการอื่นๆ จากประเทศไทย นอกจากนี้ยังพัฒนาร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้เป็นช่องทางการสื่อสารด้านการตลาดที่สำคัญในการเผยแพร่สัญลักษณ์ของประเทศในเรื่อง “วิถีไทย” (Thai Life Style) ที่โดดเด่น ส่งผลต่อเนื่องให้ภาพรวมของวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับสากล เกิดกระแสความนิยมไทยในระยะยาวและยังจะเป็นส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่ง

การพัฒนาโครงการที่ส่งเสริมอาหารไทยนี้มีการศึกษาโดยผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่วิจัยทั้งในไทยและต่างประเทศที่อาหารไทยเป็นที่นิยม ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาได้มีการตีพิมพ์ออกมาเป็นหนังสือ "อาหารไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน" ซึ่งมีการเปิดตัวไปเมื่อปี ๒๕๕๒ เป็นความร่วมมือของ สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล หนังสือเล่มดังกล่าว เป็นผลจากโครงการวิจัยเรื่องตำรา มาตรฐานอาหารไทยยอดนิยมสำหรับชาวต่างชาติ (Standard Recipes of Thai Popular Dishes for Foreigners) ที่หาว่าอาหารไทยแท้ที่เป็น

นิยมของชาวต่างชาติจริงๆ ๒๐ รายการมีอะไรบ้าง เมื่อได้รายชื่อแล้วก็นำมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับชาวต่างชาติมากขึ้น โดยพิจารณาถึงวัตถุดิบที่เลือกใช้ และวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวต่างชาติ หนังสือ "อาหารไทยจากอดีตสู่ปัจจุบัน" มีตำรับมาตรฐานอาหารไทยยอดนิยมสำหรับชาวต่างชาติจำนวน ๒๐ ชนิด ได้แก่ ยำใหญ่ปรับเป็นยำรวมมิตรทะเล ส้มตำไทยปรับเป็นส้มตำ ลาบหมูปรับเป็นน้ำตกเนื้อ ทอดมันปลาทราย ไก่สะเต๊ะ กุ้งทอดกระเทียม ผัดไทย ผัดกะเพราหมูปรับเป็นผัดกะเพราไก่ ผัดเปรี้ยวหวานกุ้ง ผัดพริกขิงหมูปรับเป็นผัดพริกขิงไก่ ต้มยำกุ้ง ปรับเป็นต้มยำกุ้งน้ำข้น ต้มข่าไก่ แกงส้มผักรวม แกงเผ็ดไก่ แกงเขียวหวานเนื้อ แกงมัสมั่นเนื้อ แกงกะหรี่ไก่ พะแนงเนื้อ , ข้าวเหนียวมะม่วง และทับทิมกรอบ ซึ่งเป็นการพัฒนาอีกขั้นที่เกิดจากความพยายามที่จะให้อาหารไทยก้าวสู่ระดับโลก (ไทยโพสต์, ๒๕๕๓)

อันที่จริงแล้วอาหารไทยกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกันมาตลอดแต่เช่นเดียวกับในหลายๆ ประเทศยังไม่เป็นที่แพร่หลายในลักษณะการนำเสนอในรูปแบบ “การท่องเที่ยวอาหาร” หรือ Food Tourism ในปัจจุบันนี้มีความพยายามที่จะดึงความโดดเด่นด้านอาหารนี้ขึ้นมาให้สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมากขึ้นจากการที่มีหนังสือแนะนำร้านอาหารเมนูอาหารท้องถิ่นต่างๆ หรือเกิดเป็นเส้นทางอาหารขึ้น ดังนั้นการสนับสนุนด้านรูปแบบการท่องเที่ยวอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องได้รับการพัฒนาขึ้นให้ต่อเนื่องจากความพยายามที่ดำเนินมา ซึ่งสิ่งที่ควรจะได้การพัฒนาคือกระบวนการสื่อสาร เรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวอาหารสู่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติ ตามความเหมาะสมของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นกิจกรรมด้านการเรียนรู้ด้านอาหาร สื่อต่างๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม มีความจำเป็นที่จะได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวอาหารนี้

อาหารไทยนับได้ว่ามีชื่อเสียงไปทั่วโลก ทำให้ชาติต่างๆ เลียนแบบ เปิดร้านอาหารไทยโดยมิใช่คนไทยเป็นเจ้าของ การเรียนรู้อาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ทำให้ทราบความแตกต่างของอาหารแต่ละถิ่น โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach สามารถจำแนกตามจังหวัด ได้ดังนี้

จังหวัดชลบุรี มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ห่อหมก แจงลอน (เครื่องปรุงคล้ายห่อหมก ปั่นเป็นก้อนกลมเสียบไม้ย่าง) ฮ้อยจ้อ และขนมหวานนานาชนิด ได้แก่ กล้วยฉาบ เผือกฉาบ ผลไม้กวน ผลไม้แช่อิ่ม ขนมจาก และที่ขึ้นชื่อที่สุดคือข้าวหลาม ซึ่งมีความหวานมันเป็นที่รู้จักของนักชิมโดยทั่วไป ส่วนผลไม้ ได้แก่ ขนุน สับปะรด และมะพร้าวอ่อน มีแหล่งจำหน่ายที่ตลาดหนองมน นอกจากนี้ยังมีอาหารพื้นบ้าน ได้แก่ แกงลาว (แกงน้ำข้นทำจากหน่อไม้และใบย่านาง) ขนมหันถั่ว (คล้ายขนมถั่วทำจากแป้งและกะทิ) มีขายในตลาดสดทรัพย์สินในตัวเมืองชลบุรี เมี่ยงก้วยเตี่ยวและก้วยเตี่ยวเป็ด อาหารขึ้นชื่อของอำเภอบ้านบึง ซึ่งแต่ละร้านอาจจะสร้างสรรค์แตกต่างกันไปเช่น ห่อหมก อาจจะนำมาห่อใบตองปิ้ง และทำขายเป็นอุตสาหกรรม ส่งร้านอาหารต่างๆ โดยที่แต่ละร้านอาจรับซื้อและมีการส่งเสริมให้เป็น OTOP และค่อยๆ ยกระดับจนเป็น OTOP ๕ ดาว

จังหวัดระยอง มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ แกงหมูชะมวง ข้าวห่อกาบหมาก ซึ่งก็คือข้าวคลุกน้ำพริกที่ในสมัยก่อนภาชนะที่จะบรรจุข้าวไปกินในไรนาไม่มี ได้ใช้ภูมิปัญญาโบราณโดยใช้สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาใช้ประโยชน์ เช่นกาบของต้นหมากนำมาห่อข้าวก็ได้ นำมาทำที่ตักน้ำจากบ่อน้ำตื้นก็ได้ซึ่งภาชนะนี้ทางภาคใต้เรียกว่า (หมาตักน้ำ) ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์รูปแบบในการบรรจุอาหารให้น่ารับประทานกลมกลืนกับธรรมชาติ และเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

จังหวัดจันทบุรี มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ น้ำพริกปูไข่ น้ำพริกเกลือ น้ำพริกกระกำ แกงหมูชะมวง กวยเตี๋ยวผัดปู กวยเตี๋ยวเส้นจันท์ กวยเตี๋ยวเนื้อเลียงหรือหมูเลียง ซึ่งอาหารต่างๆเหล่านี้อาจสร้างสรรค์ให้เป็นเมนูพิเศษเช่น กวยเตี๋ยวผัดปู อาจมีสูตรพิเศษแต่ละร้านที่แตกต่างกันออกไป มีการสร้างสรรค์ภาชนะมาใส่ในน้ำพริก เช่นใช้กระดองปู

จังหวัดตราด มีอาหารที่ขึ้นชื่อ ได้แก่ ข้าวเกรียบปากหม้อ น้ำพริกกะปิปลาทุ้มหวาน กวยเตี๋ยวผัดปู ข้าวหลามหม้อแกง ขนมหัน กวยเตี่ยว่อน้ำพริกกุ้งแห้ง ข้าวเกรียบน้ำจิ้ม หมูต้มชะมวง ขนมหัน ขนมนันตูก ซึ่งแต่ละอย่างสามารถสร้างสรรค์ได้ เช่น ข้าวเกรียบปากหม้อ อาจดัดแปลงเป็นไส้ต่างๆ ให้ความหลากหลาย

ปัจจุบันแนวคิดของการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (gastronomic tourism) กำลังเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ ซึ่งประสบความสำเร็จในเชิงธุรกิจมากในต่างประเทศ ถ้ามีการสร้างสรรค์ให้มีความน่าสนใจ น่าเรียนรู้ อย่างเช่น นักท่องเที่ยวสามารถทดลองในการทำอาหารเอง ก็จะมีคามภาคภูมิใจ มีความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้รับความรู้ติดตัวไป เช่นในประเทศญี่ปุ่น มีพิพิธภัณฑ์ราเม็ง ที่ เมืองโยโกฮาม่า นักท่องเที่ยวต้องเสียเงินค่าผ่านประตูเพื่อเข้าไปเลือกราเม็งของร้านต่างๆ ที่ขึ้นชื่อในประเทศญี่ปุ่นมารวบรวมไว้และยังมีแหล่งความรู้ และขายสินค้าสำเร็จรูปให้ซื้อกลับไปทำรับประทานเองที่บ้านได้ มีการออกรายการโทรทัศน์ เช่น ทีวีแชมเปียน ประกวดการทำอาหาร และหลังจากนั้นจัดทัวร์ไปชิมอาหารร้านที่ชนะเลิศการประกวด

รูปแบบการเรียนรู้อาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

การเรียนรู้อาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สามารถทำได้หลายรูปแบบ ดังต่อไปนี้

- ๑ .ขายอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานทันทีอาจเป็นอาหารสดหรืออาหารแห้ง
- ๒.ขายเครื่องปรุงอาหารสำเร็จรูปให้ซื้อกลับไปทำรับประทานเองที่บ้าน
- ๓.ขายวัตถุดิบเกี่ยวกับอาหารทั้งของสดและของแห้ง
- ๔.ขายความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารทั้งหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาว

๕. ขยายความบันเทิงเกี่ยวกับการประกอบอาหารและการรับประทานอาหาร เช่น มีโชว์ตลก ประกอบการทำอาหารและรับประทานอาหาร หรือมีโชว์เกี่ยวกับวัฒนธรรมประกอบการรับประทานอาหาร

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวประเทศต่างๆ

ประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์นับเป็นประเทศที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและหัวใจของการท่องเที่ยวคืออาหาร ดังนั้นจึงต้องมีอาหารที่เป็นหน้าเป็นตาของประเทศ อาหารที่ทุกคนที่ไปสิงคโปร์ต้องไปลิ้มลอง คือ ข้าวมันไก่สิงคโปร์ ซึ่งมีขึ้นชื่อหลายร้านแต่ละร้านมีหลากหลายรูปแบบ และบางร้านที่ขึ้นชื่อก็คจะมีหลายสาขา จัดให้สำหรับทัวร์ที่พานักท่องเที่ยวไปรับประทาน นับว่าเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งในเมืองไทยก็มีเปิดร้านข้าวมันไก่สิงคโปร์ที่สนามบินดอนเมือง นอกจากนี้ยังมีแหล่งอาหารทะเล โดยใช้ช่องทะเลสดสดเป็นจุดขาย และมีอาหารขึ้นชื่อ เช่น ปูผัดผงกระหรี่ ปูผัดพริกไทยดำ ปูนึ่ง เป็นต้น โดยร้านอาหารทะเลเหล่านี้มีติดกันหลายร้าน เป็นย่านสำหรับอาหารทะเล ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวผิตหวังจากร้านหนึ่งก็สามารถเลือกร้านถัดไปได้ โดยร้านเหล่านี้มีการแบ่งสรรทรัพยากรร่วมกัน คือ สถานที่จอดรถ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกร้านได้ตามความพอใจ ส่วนลูกค้าหลักคือกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งจะมีการจองสถานที่ไว้ตรงเวลาและต้องไปตรงเวลา เพราะเมื่อพลัดเวลาแล้วจะมีกรุ๊ปอื่นมาใช้บริการ ซึ่งทำให้แต่ละร้านต้องบริหารเวลาสำหรับกลุ่มท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเป็นธุรกิจที่มีการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเทศจีนและฮ่องกง

ประเทศจีนนับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ที่มีทั้งนักท่องเที่ยวของจีนเองและนักท่องเที่ยวต่างชาติ อาหารจีนเป็นอาหารที่ผู้คนทั่วโลกรู้จักดี และมีย่านไชน่าทาวน์ในแทบทุกประเทศในโลก แต่อาหารจีนมีความหลากหลายในแต่ละเมือง เช่น อาหารเสฉวน เป็นอาหารจีนที่ใช้เครื่องเทศและของป่ามาก เครื่องปรุงเป็นเอกลักษณ์ เป็นอาหารรสจัดทั้งรสเผ็ดร้อน ใช้เต้าซี่เป็นเครื่องปรุงและมีเครื่องเทศมาก อาหารที่มีชื่อเสียงคือ ซุปเสฉวน อาหารกวางตุ้ง เป็นอาหารที่เด่นในเรื่องเทคนิคการปรุงเพื่อคงความสดใหม่ของอาหาร มักใช้น้ำมันหอยและผักมาก ปรุงเน้นการปรุงให้ดูสด รสชาดนุ่มนวล มีอาหารประเภทติ่มซำ หมูหัน เป็ดย่าง และนกพิราบทอดกรอบ อาหารฮกเกี้ยน เป็นอาหารจีนที่เด่นในการใช้น้ำซุป มักใช้ข้าวหมักสีแดงสด โดยนำมาหมักเต้าหู้ยี้สีแดง มีน้ำซุปใสและใช้เครื่องปรุงบางอย่างจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น น้ำปลาและผงกระหรี่ อาหารที่มีชื่อเสียงคือ พระกระโดดกำแพง อาหารไหหลำ อาหารส่วนใหญ่มีเต้าเจี้ยว ถั่วเหลืองและถั่วดำเป็นเอกลักษณ์พิเศษ และใช้

น้ำส้มปรุรอส โดยทั่วไปมีชนิดอาหารคล้ายกับแบบอื่นแต่มีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น ขนมไหว้พระจันทร์แบบไหหลำ จะมีไส้น้อยกว่าแบบอื่น บะจ่างแบบไหหลำก็จะมีข้าวเหนียวมากกว่าแบบอื่นๆ อาหารที่มีชื่อเสียง คือ ขนมจิ้นไหหลำ อาหารปักกิ่ง เน้นการทอดกรอบและนิ่มนวล แต่อาหารเป็นอาหารที่ไขมันค่อนข้างสูงเพราะภูมิอากาศที่หนาวเย็น อาหารซัวเถา เน้นการตุ๋นและเคี้ยวเปื่อย รสชาติของอาหารจะเปื่อยนุ่มและละลายเมื่อถูกลิ้น อาหารซานตง เป็นอาหารจีนที่โดดเด่นในด้านเป็นอาหารราชสำนัก ได้รวมอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากชาวแมนจูและชาวมองโกลเข้าไว้ด้วยกัน เช่น เป็ดปักกิ่ง และหม้อไฟมองโกเลีย อาหารเซี่ยงไฮ้ เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตกมาก เพราะเป็นเมืองท่าเมืองเดียวของจีน อาหารที่มีชื่อเสียง เช่น อาหารที่ปรุงจากปูชน อาหารแต้จิ๋ว มีลักษณะคล้ายอาหารจีนกวางตุ้ง แต่เน้นอาหารทะเลมากกว่า อาหารจิ้นแคะ หรือจิ้นฮากกา เป็นอาหารที่เน้นข้าว เนื้อสัตว์ ผักดอง ผักตากแห้ง อาหารที่มีชื่อเสียงคือ ลูกชิ้นหมูแคะ ผักด้าต้มหมูสามชั้น ที่คุณหมิงมีพิพิธภัณฑ์ที่รวมอาหารของชนเผ่าต่างๆ รวบรวมวิถีชีวิตของชนเผ่า ให้ศึกษาและเรียนรู้

ฮ่องกง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้คนที่มาเที่ยวมักต้องการมาลิ้มลองอาหาร บางคนนั่งเครื่องบินมารับประทานอาหารกลางวันและบินกลับภายในวันเดียว มีอาหารหลากหลายประเภทให้ลิ้มลอง ตั้งแต่อาหารจานเดียว ราคาถูก ดิมช้าหลากหลายชนิด อาหารที่ขึ้นชื่อ คือ โจ๊กประเภทต่างๆ เช่น โจ๊กไข่เยี่ยวม้า โจ๊กเป่าฮื้อ ซึ่งแต่ละร้านก็มีสูตรที่แตกต่างกันไป ราคาที่แตกต่างกันไปตามสถานที่ และประเภทอาหารทะเลสดก็ยังมีชีวิตอยู่และให้เลือกนำมาปรุงอาหารทันที บางครั้งสดมากขนาดปลาทอดแล้วปากปลายังขยับได้ ซึ่งบางร้านจะใช้โชว์ศิลปะในการปรุง ให้ลูกค้าได้ดู เรียกร้องความสนใจ ซึ่งอุปกรณ์หลักจะมี แค้ มิด เขียง กระทะก้นกลม และตะหลิว เท่านั้น

ประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมทางด้านอาหารที่หลากหลาย มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ทำให้นักท่องเที่ยวในอดีตที่ไม่คุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่นกลับมาสนใจรับประทานอาหารญี่ปุ่น จากการทำเป็นภาพยนตร์ การแข่งขันเกมทำอาหาร เช่น ทวีแชนเปียน และมีทัวร์ไปร้านอาหารที่ชนะเลิศในรายการทีวี จัดเทศกาลอาหารพื้นเมืองทั่วภูมิภาคญี่ปุ่นตามประเทศต่างๆ เพื่อให้คนรู้จักและคุ้นเคยกับอาหารญี่ปุ่น ในเมืองอุตสาหกรรม เช่น เมืองโยโกฮาม่า มีพิพิธภัณฑ์ราเมง ที่รวบรวมราเมงที่เป็นสุดยอดของญี่ปุ่น ให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลอง ต้องเสียบัตรค่าเข้าชมเพื่อจะไปเลือกซื้อราเมงรับประทาน และเมื่อชอบร้านไหน สามารถขึ้นมาซื้อกลับไปทำเองที่บ้านได้ โดยมีผลิตภัณฑ์ต่างๆที่มีชื่อของร้านต่างๆไว้ขาย เมืองโตเกียว เป็นย่านอาหารที่สำคัญ มีถนนคนเดินที่เป็นแหล่งขาย

อาหาร เมืองเกียวโต มีถนนสายโบราณ รักษาสภาพของญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม การรับประทานก็จะมดศรีษะเข้าไปในผ้ามาและรับประทาน ราเมง ก็เป็นเอกลักษณ์อีกแบบให้นักท่องเที่ยวได้หาประสบการณ์ เกะฮอกโกโด เป็นเกาะที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหารทะเล มีตลาดปลาใหญ่ที่เมืองฮาโกดาเตะและเมืองโอทารุ มีร้านอาหารทะเลให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อและทำให้เดิวนั้น ไม่ว่าจะรับประทานแบบสดๆ หรือปิ้งย่าง มีขั้นตอนการผลิตให้ดูและมีให้ชิมเป็นโอท็อปของเมือง นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดปลาอยู่ชั้นล่างและชั้นบนเป็นร้านอาหารสามารถเลือกประเภทของปลาดิบ ปูชนิดต่างๆ และส่งขึ้นไปให้ร้านอาหารที่อยู่ชั้นบนทำและรับประทานสดๆ ให้บรรยากาศของการใกล้ชิดอาหารทะเล หรือเป็นร้านแบบบุฟเฟ่ ที่มีอาหารญี่ปุ่นหลากหลายให้เลือก มีถนนคนเดินเต็มไปด้วยร้านอาหารที่ขึ้นชื่อ

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมบัติ เชื้อทหาร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านทรงไทยปลายโพพาง อำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า สาเหตุที่ชุมชนตำบลปลายโพพางสามารถจัดการให้ชุมชนที่เดิมประชาชนมีวิถี ชีวิตที่เรียบง่ายและสงบแวดล้อมด้วยสวนไม้ผล ต้นจาก ตลอดจนฝัองคลองและลำกระโดงสภาพบ้านเรือนเป็นบ้านทรงไทยที่มีอายุประมาณ ๑๐๐ ปีเป็นเอกลักษณ์ มาเป็นชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมู่บ้านทรงไทยปลายโพพางได้ นั้นเกิดจากปัจจัย ๓ ประการคือ

- ๑) นโยบายของรัฐบาลที่ต้องการแก้ไขปัญหาการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม
- ๒) สภาพภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมของตำบลปลายโพพาง และ
- ๓) การได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากรัฐวิสาหกิจที่มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หน่วยภาครัฐคือ จังหวัดสมุทรสงครามและการร่วมมือดำเนินการของชุมชนคือชาวบ้านและผู้นำท้องถิ่น

ผลกระทบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อสภาพแวดล้อมของหมู่บ้านทรงไทยปลายโพพาง ที่พบมี ๒ ด้าน ได้แก่ผลกระทบในด้านดีคือ มีการปรับปรุงบ้านพักให้สะอาดและทันสมัย การสร้างความรักในท้องถิ่นและความภูมิใจของชุมชน ตลอดจนการเกิดความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างเชื้อชาติ รวมถึงการทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนการศึกษาผลกระทบในด้านเสียพบว่าการพังทลายของฝัองคลอง มลภาวะทางเสียง และปัญหาขยะที่ทำความสกปรกให้กับคลองซึ่งส่วนมากเกิดจากนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พกถัง

รัตนภรณ์ มหาศรานนท์ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดโฮมสเตย์ในประเทศไทย โดย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวซึ่งเข้าพักในโฮมสเตย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างระหว่าง

วันที่ ๑๕ พฤษภาคม ๒๕๔๕ ถึงวันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๔๕ จำนวน ๔๐๘ คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยจัดทำขึ้น จำนวน ๑ ชุด ผลการวิจัย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ร้อยละ ๙๗.๘ เป็นคนไทย มีวัตถุประสงค์ที่จะพักผ่อนโดยระยะเวลาของการพัก ณ โฮมสเตย์ คือ ๑ วัน ๑ คืน ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเรียงจากคะแนนสูงสุด ได้แก่ การต้อนรับที่เต็มใจ ความซื่อสัตย์ การไม่หลอกลวง เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย ความเป็นกันเอง ความเอื้อเฟื้อ ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ ความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ผู้ประสานงานรู้ข้อมูลเป็นอย่างดี ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต การนำชมสถานที่ท่องเที่ยว การติดต่อสื่อสารที่เข้าใจ ตัวแปรซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .๐๕ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษาภูมิฐานะ อายุ

กำไล จินดาพล ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ชุมชนเกาะปันหยีภายใต้กระแสการท่องเที่ยวการวิจัยนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษา พัฒนาการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ตลอดจนการปรับตัวของชุมชนเกาะปันหยีภายหลังจากมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดย รัฐและเพื่อศึกษา ผลกระทบในด้านต่างๆ รวมถึงศึกษาศักยภาพของชุมชน ในการดำรงอยู่ของชุมชนภายใต้กระแสการท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ศึกษาจากชุมชนเกาะปันหยี โดยศึกษาจากเอกสารและเครื่องมือภาคสนาม การสัมภาษณ์และการสังเกตในพื้นที่ ผลของการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนเกาะปันหยีโดยการพัฒนาการท่องเที่ยว ของภาครัฐที่มีการประกาศพื้นที่ชุมชนให้เป็นพื้นที่อุทยานแห่งชาติ เพื่อทำการอนุรักษ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว ก่อนการท่องเที่ยวจะเข้าไปเดิมชุมชนมีวิถีชีวิตที่พึ่งพาทรัพยากร ธรรมชาติใกล้ตัวเพื่อการอยู่รอด และคนในชุมชนก็อยู่อย่างเครือญาติพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน มีรูปแบบเอกลักษณ์ประเพณีวัฒนธรรมที่เคร่งครัดในศาสนา เชื่อฟังผู้นำที่เป็นผู้นำทางศาสนา แต่เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้าไป รูปแบบชุมชนได้ปรับเปลี่ยนทั้งในด้านสังคมและวัฒนธรรมรวมถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เข้ามาพร้อมกับการท่องเที่ยว และในด้านเศรษฐกิจของชุมชนก็ได้ปรับเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงโดยคนกลุ่มใหญ่ ได้เปลี่ยนจากชาวประมง ไปเป็นแม่ค้าหรือเปลี่ยนเรือหาปลาไปเป็นเรือรับส่งนักท่องเที่ยว โดยคนกลุ่มนี้มีวิถีชีวิตแบบคนเมือง มีเพียงกลุ่มคนส่วนน้อยที่ยังยึดอาชีพดั้งเดิม และยังคงมีวิถีชีวิตแบบเดิม หลังจากการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน ความเป็นชุมชนยังคงอยู่แต่ในด้านความสัมพันธ์และในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นรวมถึงกิจกรรมทางศาสนา ลดความเข้มข้นลงไป ชีวิตแบบใหม่ทุกคนมุ่งในเรื่องประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและผลกระทบที่ชุมชนเกาะปันหยีได้รับ หากมองในประเด็นของศักยภาพชุมชนแล้ว ยังพบว่าชุมชนยังไม่มีความพร้อมที่จะพัฒนาให้ยั่งยืนและเข้มแข็งได้ ยังจะต้องมีการพัฒนาในทุกๆด้าน และภายหลังจากการเกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติเมื่อปลายปี ๒๕๔๗ ได้ส่งผลกระทบจากการท่องเที่ยวในแถบอันดามันและรวมถึงเกาะปันหยีที่ได้รับ ผลกระทบเช่นกัน ทำให้กลุ่มคนที่เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจและมีชีวิตความเป็นอยู่แบบคนเมืองจะ ต้องกลับมาคิดทบทวนใหม่ว่าอาชีพและ ความเป็นอยู่ของตนและครอบครัวนั้นเป็น สิ่งที่ยั่งยืนถาวรหรือไม่และใช้ตัวตนที่แท้จริงของตนเองหรือเปล่า การที่ ภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญในการที่จะพัฒนาชุมชนอื่นๆ ให้กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวภาครัฐน่าจะศึกษาศักยภาพ

ของชุมชนนั้นๆ ก่อนว่ามีความพร้อมและศักยภาพพอที่จะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือเปล่า และจะมีทิศทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างไรโดยควรมีการร่วมมือกัน ระหว่างทุกฝ่ายในชุมชนเพื่อหามาตรการที่เหมาะสมส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นฝ่ายรัฐ เอกชน หรือประชาชนในพื้นที่ และควรมีการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนเกาะปันหยีเอง

ชลธิชา จันทบุตร ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการพัฒนาสถานีดำรงเพื่อประชาชน : ผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างเดือนสิงหาคมถึงเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๔๔ จำนวนทั้งสิ้น ๒๐๐ คน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ (๑) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาสถานีดำรงเพื่อ ประชาชนในกิจกรรมต่างๆ ๕ ด้าน คือ ด้านการบริการทั่วไป ด้านการอำนวยความสะดวกทางอาญา ด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการประชาสัมพันธ์และการแสวงหาความร่วมมือจากประชาชน และด้านการปรับปรุงสถานที่ทำการและสภาพแวดล้อม และ (๒) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการให้บริการของสถานีดำรงท่องเที่ยว โดยตัวแปรที่ผู้วิจัยเลือกศึกษาได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิลำเนาผลการศึกษาพบว่า ๑. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าการดำเนินการและการให้บริการของ สถานีดำรงท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาสถานีดำรงเพื่อประชาชนมีระดับการให้ บริการอยู่ในระดับปานกลาง ๒. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีสภาพภูมิหลังด้านการศึกษา และภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการให้บริการของ สถานีดำรงท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาสถานีดำรงเพื่อประชาชนแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีสภาพภูมิหลังด้าน เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการดำเนินการและการให้ บริการของสถานีดำรงท่องเที่ยวตามโครงการพัฒนาสถานีดำรงเพื่อประชาชนไม่แตกต่างกัน

อัสมา สิมารักษ์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในเมืองฮอยอัน ประเทศเวียดนาม ภายหลังได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลก การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ (๑) ศึกษาความเป็นมา และสภาพความเป็นอยู่ดั้งเดิมของเมืองฮอยอัน ก่อนที่จะได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลก (๒) ศึกษาถึงกระบวนการการเข้าเป็นเมืองมรดกโลกของเมืองฮอยอัน (๓) ศึกษาผลกระทบด้านบวกและด้านลบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต่อสังคม ภายหลังเมืองฮอยอันได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลก (๔) ศึกษาผลกระทบด้านบวกและด้านลบจากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นต่อวัฒนธรรม ภายหลังเมืองฮอยอันได้รับการประกาศให้เป็นเมืองมรดกโลก

รัชดาภรณ์ มอญขาม ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง วิธีการนำเสนอเชิงละครในรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบรายการสารคดีท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอเชิงละคร และเทคนิควิธีการนำเสนอเชิงละคร โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ “บันทึกปลายฟ้า” โดยใช้ทฤษฎีการเล่าเรื่อง แนวคิดรูปแบบรายการสารคดีและละคร และองค์ประกอบทางละคร เป็นกรอบในการศึกษา นอกจากนี้ยังสัมภาษณ์เชิงเจาะลึกผู้ผลิตรายการ ผู้เขียนบท และผู้ควบคุมการตัดต่ออีกด้วย ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบของรายการ “บันทึกปลายฟ้า” เป็นสารคดีท่องเที่ยวที่มีการดำเนินเรื่องด้วยวิธีการนำเสนอเชิงละคร เนื้อหาของรายการแบ่งออกเป็น ๒ ส่วน คือ เนื้อหาทางด้านสารคดี ได้แก่ ข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆ และเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวทางละคร โดยสารที่แตกต่างกันทั้งสองส่วนนี้ถูกนำเสนอสลับกันไปผ่านวิธีการดำเนิน เรื่องแบบละคร เทคนิควิธีการนำเสนอเชิงละครในงานสารคดีท่องเที่ยว “บันทึกปลายฟ้า” ได้มีการใช้ องค์ประกอบ และ รูปแบบการเล่าเรื่องทางละคร ได้แก่ แก่นเรื่อง ตัวละคร โครงเรื่อง บทสนทนา ดนตรี ฉากและสถานที่ อย่างไรก็ตามข้อมูลการท่องเที่ยวที่เป็นเนื้อหาทางด้านสารคดี ไม่ได้ถูกนำมาสร้างเป็นละครแต่อย่างใด เนื้อหาดังกล่าวเพียงแต่ถูกนำเสนอแทรกผ่านการดำเนินเรื่องเชิงละคร ซึ่งถือเป็นกลวิธีในการสร้างอารมณ์ สีสัน ความเพลิดเพลิน เพื่อดึงดูดผู้ชมให้รู้สึกสนุกไปกับการรับข้อมูล

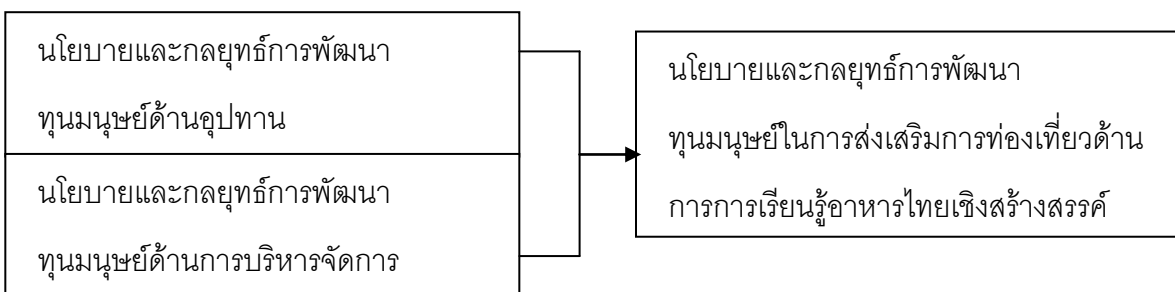
พิมพ์ระวี วิจารณ์รุ่งสัจย์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กระบวนการสื่อสารเรียนรู้จากการท่องเที่ยวอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดผู้หญิงชาวต่างประเทศของไทย ผลการศึกษาพบว่า เอกลักษณ์ของอาหารไทยนั้นโดดเด่น เป็นที่ยอมรับสำหรับชาวต่างชาติในสวนงานวิจัยนี้คือกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวผู้หญิงจากเอกลักษณ์เป็นการเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน (Value for Money) โดยสามารถเสริมการท่องเที่ยวผนวกกับเรื่องของอาหารซึ่งเป็นแนวทางที่จะยกระดับการท่องเที่ยวไทยได้จากการสำรวจนักท่องเที่ยวพบว่าสาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเมืองไทยคือต้องการศึกษาวัฒนธรรมและธรรมชาติของเมืองไทยซึ่งในปัจจุบันเป็นการสอดคล้องที่จะนำเอกลักษณ์ด้านอาหารมาเป็นจุดแข็งและจุดขายของการเผยแพร่วัฒนธรรมของไทยได้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอาหารไทยถือเป็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยวซึ่งได้มีข้อเสนอแนะด้านกิจกรรมเพื่อกระบวนการสื่อสารเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กล่าวคือ (๑) การประชาสัมพันธ์อาหารไทยโดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ (๒) การสอนทำอาหาร (๓) ให้ข้อมูลอาหารท้องถิ่น (๔) จัดนิทรรศการทดลองทำอาหาร (๕) จัดให้มีการชิมอาหารฟรี (๖) แนะนำในนิตยสารรายการทีวีเอกสารแนะนำ (๗) จัดเทศกาลอาหาร (๘) จัดทำโปรโมชั่นเกี่ยวกับอาหาร (๙) มีการประชาสัมพันธ์หรือขายในต่างประเทศ (๑๐) โฆษณาอย่างกว้างขวาง (๑๑) จัดการท่องเที่ยวไปตามแหล่งผลิตอาหาร เป็นต้น

จากการสังเคราะห์พบว่าฐานข้อมูลเฉพาะเรื่องอาหารไทยควรมีเรื่องราวดังนี้ (๑) ควรเน้นที่ “story” ของอาหาร (๒) เน้นจุดเด่นความเป็นอาหารไทย (๓) คุณประโยชน์ต่อร่างกายของอาหารไทย (๔) แหล่งที่มาต้นตอของวัตถุดิบ (๕) แหล่งซื้อวัตถุดิบ (๖) สูตรอาหารมีภาพขั้นตอนการทำงานง่ายๆ (๗) ข้อมูลส่วนผสมส่วนผสมส่วนผสม

พริกแกงสมุนไพรคุณภาพของส่วนผสมที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย (๘) สิ่งอื่นที่สามารถทดแทนผสมได้ในกรณีที่แตกต่างกันไม่ได้ (๙) ชนิดและรสชาติของเครื่องเทศ (๑๐) รสชาติของอาหาร (๑๑) “Thai’s view” สำหรับความเชื่อที่บอกเกี่ยวกับการกินมันคือความเป็นไทยเช่นเหตุผลของการกินแบบต่างๆ เป็นต้น (๑๒) แหล่งร้านอาหารที่ได้มาตรฐานและข้อมูลนี้ควรมีทุกจังหวัดอาจใช้เกณฑ์มาตรฐานร้านอาหารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเช่นใช้หลักความสะอาดความปลอดภัยการบริการ (๑๓) อาหารภาคต่างๆ (๑๔) กฎระเบียบหรือกฎหมายที่ควรรู้ (๑๕) ความต่างของอาหารไทยกับอาหารตะวันตก (๑๖) มีข้อมูลโรงเรียนสอนทำอาหารสินค้าหลักของโรงเรียนราคาการเรียนระยะเวลาในการเรียนเรียนอะไร (๑๗) เชื่อมต่อ link อื่นๆที่เกี่ยวข้องเช่นอุตสาหกรรมการผลิตการส่งออกร้านขายวัตถุดิบ

ในเรื่องเครือข่ายผู้มีส่วนที่ช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวอาหารโดยเฉพาะในท้องถิ่นมีมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญว่าปัญหาคือต่างคนต่างทำควรมีจะร่วมมือกันและดำเนินการรับผิดชอบฐานข้อมูลอาหารในแต่ละที่จนเป็นข้อมูลประเทศอย่างเป็นรูปธรรมเช่นรวบรวมว่าแหล่งปลูกวัตถุดิบอยู่ที่ใดในประเทศไทยในการนี้มีการแนะนำเครือข่ายหลักคือ (๑) กระทรวงและกรมหลักๆเช่นกระทรวงการท่องเที่ยวฯกระทรวงคมนาคมกระทรวงพาณิชย์กระทรวงสาธารณสุขกระทรวงเกษตรฯ (เกี่ยวกับวัตถุดิบปลอดภัย) กระทรวงวัฒนธรรมกระทรวงการต่างประเทศกรมการค้าฯ (๒) ภาคธุรกิจเช่นร้านอาหาร (Food outlet) ในจังหวัดอาจมีการสร้างมาตรฐานร่วมกัน (๓) ภาคธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศในส่วนนี้เป็นเสมือน “Show place” ในต่างประเทศ (๔) บริษัททัวร์โรงแรมซึ่งอาจเชื่อมโยงกับภาคส่วนอื่นๆเพราะเป็นภาคส่วนที่นำเสนอสินค้า (๕) ชุมชนพื้นที่หากทุกภาคส่วนประสานร่วมมือกันได้ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ด้านอาหารไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเป็นการร่วมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและร่วมมือสร้างกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกิดประสิทธิภาพได้ยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



บทที่ ๓

ระเบียบวิธีการศึกษา

แผนการดำเนินงานแบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ๑ สำรวจและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแผนงาน
- ๒ เดินทางไปสำรวจหาข้อมูลในประเทศต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น ญี่ปุ่น อังกฤษ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ หรือประเทศอื่นๆที่สามารถจะเดินทางไปได้
- ๓ การสังเคราะห์องค์ความรู้จาก โครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

๓.๑ ติดตามโครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ เข้าไปศึกษาในพื้นที่ก่อนเริ่มโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการสำรวจการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ก่อนที่จะเริ่มดำเนินงาน โดยไปจังหวัดต่างๆ จังหวัดละ ๑ ครั้ง ทั้ง ๒ โครงการ รวม ๘ ครั้ง

๓.๒ ติดตามโครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ เข้าไปศึกษาในพื้นที่ระหว่างดำเนินโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการสำรวจการดำเนินการในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในระหว่างที่ดำเนินงาน เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของแต่ละพื้นที่ โดยไปจังหวัดต่างๆ จังหวัดละ ๑ ครั้ง ทั้ง ๒ โครงการ รวม ๘ ครั้ง

๓.๓ ติดตามโครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ เข้าไปศึกษาในพื้นที่เมื่อสิ้นสุดโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการสำรวจผลการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในขณะสิ้นสุดโครงการ เพื่อดูผลการเปลี่ยนแปลงของแต่ละพื้นที่ โดยไปจังหวัดต่างๆ จังหวัดละ ๑ ครั้ง ทั้ง ๒ โครงการ รวม ๘ ครั้ง

๓.๔ นำผลที่ได้มาสังเคราะห์องค์ความรู้และสร้างรูปแบบในการพัฒนาด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และศักยภาพชุมชนในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๔ นำรูปแบบที่ได้จากผลการศึกษาในขั้นตอนแรกไปทดลองใช้ในพื้นที่ศึกษาบางพื้นที่ (Pilot test แบบ small scale) เพื่อประเมินผลนโยบายและกลยุทธ์จากผลการศึกษาในโครงการวิจัยนี้โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

๔.๑ เลือกพื้นที่ศึกษาบางพื้นที่ (Pilot test แบบ small scale) จังหวัดละ ๑ แห่ง โดยเกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ คือ ให้พื้นที่ที่เลือกมีศักยภาพที่สามารถดำเนินงานได้ประสบความสำเร็จ

๔.๒ อบรมความรู้ตามรูปแบบที่ได้จากผลการศึกษาในขั้นตอนแรกวัดผลการดำเนินงานตามรูปแบบที่กำหนด

๔.๓ ทดลองให้ดำเนินงานตามรูปแบบที่กำหนดในระยะเวลา ๑ เดือน

๔.๔ ประเมินผลการดำเนินงาน ตรวจสอบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน แนะนำวิธีแก้ไข และพัฒนารูปแบบในการดำเนินงาน และให้ดำเนินการต่ออีก ๑ เดือน

๔.๕ ประเมินผลการดำเนินงานสรุปรวบยอดเพื่อกำหนดรูปแบบที่จะสามารถนำไปขยายในพื้นที่อื่นได้

๕ ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยการจัดทำคู่มือ และถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่โดยมีขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้

๕.๑ จัดทำคู่มือตามรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจากผลการทดสอบในพื้นที่เป้าหมาย

๕.๒ นำคู่มือไปถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่โดยการฝึกอบรมผู้ประกอบการ

๕.๓ ประเมินผลการเรียนรู้ตามคู่มือของผู้ประกอบการ และนำผลการประเมินมาปรับปรุงคู่มือให้สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง

๕.๔ จัดตั้งศูนย์กลางในการประสานความรู้ตามคู่มือเมื่อผู้ปฏิบัติมีปัญหาจะได้สอบถามและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ร่วมกันได้

๕.๕ สร้างเครือข่ายในการเรียนรู้ และใช้รูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

กลยุทธ์ของแผนงานวิจัย

เพื่อให้มั่นใจได้ว่านโยบายและกลยุทธ์ที่ได้จากผลการศึกษาสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง จึงจะมีการทำแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับนโยบายและกลยุทธ์ที่ได้จากผลการศึกษาไปทดลองใช้ในพื้นที่ศึกษาบางพื้นที่ (Pilot test แบบ small scale) เพื่อประเมินผลแผนการดำเนินงานก่อนเสนอต่อภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

เป้าหมายของผลผลิต (output) และตัวชี้วัด

ตาราง ๑ แสดงผลผลิตและตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลผลิต	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
๑. รูปแบบการจัดกิจกรรมเพื่อดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ของภาคีการท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์	๑. แผนการและวิธีการดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์	๑. ภาคีการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ๔ จังหวัด มีความรู้ ความเข้าใจและเจตคติที่ดีต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์	๑. ใช้เวลาประมาณ ๔-๖ เดือน	
๒. นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์ รองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	๒. จังหวัดในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ได้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างสร้างสรรค์		๒. ใช้เวลาประมาณ ๔-๖ เดือน	

ตาราง ๒ แสดงผลลัพธ์และตัวชี้วัดของแผนงานวิจัย

ผลลัพธ์	ตัวชี้วัด			
	เชิงปริมาณ	เชิงคุณภาพ	เวลา	ต้นทุน
๑. ภาศึการทอ่งเทียวดั เข้าใจถึงสถานการณั และ แนวทางการส่งเสริมการ ทอ่งเทียวเพื่อเรียนรู้ เกี่ยวกับอาหารไทยอย่าง สร้างสรรรค์	๑. -	๑. ความรู้ความ เข้าใจของภาศึการ ทอ่งเทียวเกี่ยวกับ การส่งเสริมการ ทอ่งเทียวเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ อาหารไทยอย่าง สร้างสรรรค์	๑. ๓เดือน	
๒. ได้ฐานข้อมูลด้านการ ทอ่งเทียวเพื่อเรียนรู้ เกี่ยวกับอาหารไทยอย่าง สร้างสรรรค์ในกลุ่มทอ่งเทียว Active Beach	๒. ฐานข้อมูลด้าน การทอ่งเทียวฯ ในกลุ่มทอ่งเทียว Active Beach	๒. มีสารสนเทศ เกี่ยวกับการ ทอ่งเทียวเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ อาหารไทย	๒. ๔-๖เดือน	
๓. ทราบความต้องการของ นักทอ่งเทียวเกี่ยวกับการ ทอ่งเทียวเพื่อเรียนรู้ เกี่ยวกับอาหารไทยอย่าง สร้างสรรรค์	๓. ข้อมูลจาก ตัวอย่าง นักทอ่งเทียว อย่างน้อย ๔๐๐ ตัวอย่าง	๓. ทราบความ ต้องการของ นักทอ่งเทียว	๓. ๔-๖เดือน	

บทที่ ๔

ผลการศึกษา

ในบทนี้ได้นำเสนอตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาโดยแบ่งเป็น ๔ ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ ๑ การสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และ ศักยภาพชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ ๒ แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ ๓ นโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ ๔ รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ ส่วนคู่มือการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยการฝึกอบรมผู้ประกอบการในพื้นที่ได้แนบไว้ในภาคผนวก

ส่วนที่ ๑ การสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์

๑ ผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่

เจ้าของกิจการ

- ๑.ร้านอาหารจานด่วน เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว ร้านข้าวมันไก่ ข้าวหน้าเป็ด ร้านต้มเลือดหมู ฯลฯ
- ๒.ร้านอาหารประเภทสวนอาหาร
- ๓.ร้านอาหารประเภทภัตตาคาร
- ๔.ร้านอาหารแบบครบวงจร (มีแหล่งท่องเที่ยว มีอาหารขาย มีของฝาก)
- ๕.ร้านอาหารในที่พัก (ร้านในโฮมสเตย์ ร้านในโรงแรม เป็นต้น)

พนักงาน/ลูกจ้าง/ผู้ปฏิบัติงาน

๑. พนักงานประจำประเภทแรงงานมีฝีมือ เช่น แม่ครัว
๒. พนักงานประจำประเภทแรงงานไม่มีฝีมือ เช่น คนล้างจาน
๓. พนักงานชั่วคราว

การจัดการเครือข่ายการเรียนรู้ในสถานประกอบการ

๑. การพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของพนักงาน

๑.๑ เครือข่ายการเรียนรู้ในแนวดิ่งได้แก่ ผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดให้พนักงานเกิดการเรียนรู้ตามแนวทางที่ผู้ประกอบการต้องการ เช่น การสั่งให้แม่ครัวเรียนรู้สูตรใหม่ๆสำหรับการทำอาหารเพื่อให้ถูกปากนักท่องเที่ยว

๑.๒ เครือข่ายการเรียนรู้ในแนวนอนได้แก่ การที่พนักงานได้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการให้บริการนักท่องเที่ยวและมีการปรับปรุงการให้บริการเพื่อให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

๑.๓ เครือข่ายการเรียนรู้จากภายนอกได้แก่ เชิญวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถมาฝึกอบรมให้แก่พนักงานให้พนักงานมีความสามารถและมีศักยภาพที่สูงขึ้น เช่น การเชิญพนักงานโรงแรมมาฝึกอบรมชาวบ้านที่ทำ โฮมสเตย์ เพื่อให้การจัดที่พักอยู่ในมาตรฐาน

๑.๔ เครือข่ายการเรียนรู้แบบเสรี ได้แก่ การเปิดโอกาสให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้ออกแบบและจัดการกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยผู้ประกอบการต้องสนับสนุนแนวคิดที่ดีและนำมาใช้ประโยชน์ได้จริง พนักงานก็จะมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเอง

๒. การพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของชุมชน

๒.๑ จัดตั้งแหล่งเรียนรู้ในชุมชน โดยเลือกบ้านที่มีศักยภาพ เช่น บ้านของปราชญ์ชาวบ้านเป็นแหล่งเรียนรู้หรือเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้

๒.๒ จัดตั้งกลุ่มตามลักษณะความสามารถ เช่น กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มอาชีพ กลุ่มเยาวชน เป็นต้น เพื่อมีกิจกรรมและมีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับคนในชุมชน

๒.๓ จัดตั้งศูนย์ข้อมูลชุมชน โดยเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลที่สำคัญของคนในชุมชน โดยการจัดประกวด สูตรอาหาร และเก็บสะสมไว้ให้คนได้เรียนรู้และศึกษา รวบรวมประวัติความเป็นมาของอาหาร จัดทำเป็นเรื่องราว

๓. การพัฒนาสื่อในการเชื่อมโยงกิจกรรมของชุมชน

๓.๑ ผ่านรายการโทรทัศน์

๓.๒ ผ่านเว็บไซต์

๓.๓ ผ่านเครือข่ายสังคม social network

๓.๔ ผ่านวิทยุชุมชน

๓.๕ การประชาสัมพันธ์โดยช่องทางของรัฐ เช่นแผ่นพับ ป้ายประกาศ

๒ ผู้กำหนดนโยบาย สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- ๒ .๑ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระดับต่างๆ ได้แก่
- ระดับประเทศ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
 - ระดับจังหวัด ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดนายอำเภอ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน
 - ระดับท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล
 - ระดับชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน กลุ่มต่างๆ ประชาชนชาวบ้าน องค์กรไม่แสวงหากำไร (NGO)

๒.๒ การประสานงานสำหรับหน่วยงานต่างๆทั้งแนวตั้งและแนวนอน ในเรื่อง

- การปกป้องผลประโยชน์โดยรวมของท้องถิ่นและของชาติ
- การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แรงงาน ความรู้ในเรื่องต่างๆ
- การกำหนดมาตรฐานในด้านต่างๆ เช่น ทางด้านสิ่งแวดล้อม มาตรฐานในด้านการบริการ
- การส่งเสริมจิตสำนึกในการอนุรักษ์ ศิลปะ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
- การเสริมพลังชุมชน (empowerment) ในการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน

๓ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแบ่งเป็น

ประเภทของนักท่องเที่ยวแยกตามคุณสมบัติ

- กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งกลุ่มนี้จะมีข้อจำกัดเรื่องอาหาร
- กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งกลุ่มนี้จะมีไม่มีข้อจำกัดเรื่องอาหารซึ่งแบ่งเป็น

๑.นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา พร้อมทั้งจะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวมีกำไรต่อหน่วยสูงจากการขายบริการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งปัญหา คือนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะจู้จี้ เอาใจยาก แต่ถ้าพอใจก็จะจ่ายดี

๒.นักท่องเที่ยวระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่จู้จี้เหมือนกลุ่มแรก มักเป็นนักท่องเที่ยวที่อารมณ์ดี มุ่งความสนุกสนานเป็นสำคัญ ต้องการได้รับการที่เป็นธรรมชาติ ราคาที่เหมาะสม และต้องไม่แออัดเกินไป โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้มีมากกว่ากลุ่มอื่นๆได้กำไรต่อหน่วยไม่มากนัก แต่มีจำนวนมาก

๓.นักท่องเที่ยวระดับล่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย ต้องการบริการแบบพื้นๆ ราคาถูก เอาใจง่าย ดูแลง่าย ทำกำไรต่อหน่วยได้น้อยมารวมทั้งมีการแข่งขันสูง

ประเภทของนักท่องเที่ยวแยกตามจุดประสงค์ของการท่องเที่ยว

๑.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน

- ๒.นักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมญาติ
- ๓.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประกอบธุรกิจ
- ๔.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาหาความรู้
- ๕.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเล่นกีฬา
- ๖.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมสัมมนา
- ๗.นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประกอบศาสนกิจ

ประเภทของนักท่องเที่ยวแยกตามระยะเวลาในการท่องเที่ยว

- ๑.นักท่องเที่ยวแบบเข้ามาเยือนกลับ ไม่พักค้าง
- ๒.นักท่องเที่ยวแบบพักค้างระยะสั้น
- ๓.นักท่องเที่ยวแบบพักค้างระยะยาว

ประเภทการท่องเที่ยว

- ๑.มาเป็นกลุ่มตามโปรแกรมการท่องเที่ยวพร้อมทั้งอาหารครบทุกมื้อ
- ๒.มาเป็นกลุ่มตามโปรแกรมการท่องเที่ยวพร้อมทั้งอาหารไม่ครบทุกมื้อ
- ๓.มาเป็นกลุ่มตามโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่มีอาหารต้องหารับประทานเอง
- ๔.มาส่วนตัวเป็นกลุ่มเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อสุขภาพ
- ๕.มาส่วนตัวเป็นครอบครัวเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อสุขภาพ
- ๖.มาส่วนตัวคนเดียวเพื่อการท่องเที่ยวหาประสบการณ์
- ๗.มาประชุมหรือประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ๘.มาทำธุรกิจการค้าบางประการ
- ๙.มาเล่นกีฬาเฉพาะอย่าง

ศักยภาพของอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

จากการศึกษาอาหารไทยประจำถิ่นจากการสำรวจพื้นที่ ๔ จังหวัด ได้แก่ ปังงบ ,ปลาข้าวสาร ,ทองพับ ,เมนูผักกระชับ ,ผักร้าพริกบ้านจำรุง ,แกงป่าปลาเห็ดโคน ,แกงส้มหน่อไม้ดองไขปลาเรียวเขียว ,แกงหมูชะมวง ,แกงไก่หน่อกะลา ,ซีโครงหมูต้มข้าวอ่อน ,ต้มไก่กระวาน ,ผัดไทย ,หอยปากเบ็ดผัดระกำ ,แกงหมูกระทือ ,กะปิหลน ,ข้าวกลาง ,ปลาทะเลต้มหวาน ,ยำทะเล ,ก๋วยเตี๋ยวหมูเสียง ,ข้าวคลุกพริกเกลือ ,เมนูกระวาน ,เส้นจันทน์ผัดปู ,ทองม้วนอ่อน ,สละลอยแก้ว ,แกงส้มใบสันดาน ,หมูต้มชะมวง ,แกงแสนตุ้ง ,แกงฉอง ,ปลาต้มส้มคั่วตะลิงปิง ,ปลาทุต้มส้มพริกชี้หนู ,แกงไก่สำรอง ,แกงไก่กล้วยพระ ,แกงส้มลูกมะเขือคัน ,ต้มยำกุ้ง ,แกงกระทือหอยพอก ,แกงเห็ด

เสม็ด , ยามะรุมนใส่บวบฟักทอง , ยำใบปลู่ , ยำกระชายอ่อนหอยขาว , ยำยอดจิก , ปลาอย่างน้ำพริกกระท้ำหวาน , แกง
ส้ม , ข้าวหลาม , ปลาสามรส , อาหารทะเล , ยำปลาข้าวสาร , แกงเผ็ด , ปลาพล๋า , ฉลามผัดฉ่า , ลาบหมู , ส้มตำ , ต้มยำ
ทะเล , น้ำพริกปลาข้าวสาร , ต้มปลากะพง , ปลากะพงทอดน้ำปลา , ปลากะพงนึ่งมะนาว , ปลาเก๋าสามรส , ไก่/หมู/
กุ้งผัดกระเพรา , ต้มข่าไก่ , แกงป่า , แกงส้มผักระชับ , ปลากรอบ , กว๊ายเตี๋ยผัด , กุ้งทอดกระเทียม , หอยตลับผัดพริก
เผา , ปูหนึ่ง , ปลาผัดฉ่า , น้ำพริกกะปิ , กว๊ายเตี๋ยหมูเสียง , ข้าวหมกไก่ , แกงส้มแปะชะ , ยำผักกูด , น้ำพริกปูไข่ , ไก่ทอด
กระเทียม , สเต็กปลา , ไก่ , ผัดเปรี้ยวหวาน , แกงส้มปลา , ทะเลหม้อไฟ , กว๊ายเตี๋ยไก่ , ผัดผักรวมมิตร , ผัดผักบุ้งไฟแดง
 , ต้มยำปลา , ผัดพริก , ต้มยำปลา , กุ้งผัดผงกระหรี่ , ขนมไทย , กุ้งอบวุ้นเส้น , ข้าวเหนียวมะม่วง , หมักย่าง

ผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach ในเชิงการตลาดและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

ผลิตภัณฑ์อาหารไทยประจำถิ่นของกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach โดยพิจารณาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากประเด็น การพัฒนาอาหารประจำท้องถิ่น ,ปัญหาในการพัฒนาอาหารท้องถิ่น ,แนวทางการส่งเสริมและประเภทของอาหารที่น่าจะส่งเสริม และการเก็บข้อมูลแบบสอบถามในพื้นที่ ๔ จังหวัด เป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในพื้นที่ศึกษา คือ ปิ้งบับ ผัดไทย ส้มตำ ต้มยำกุ้ง เมนูผักกระชับ เมนูอาหารทะเล เมนูกระวาน ปลาข้าวสาร ซึ่งอาหารที่ได้คัดเลือก ได้แก่ ลาบ (ทะเล หมู ไก่) แกงแสนตุ้ง เส้นจันท์ผัดปู แกงหมูชะมวง ก๋วยเตี๋ยวหมูเรียง

พิจารณาจากศักยภาพทางการตลาดประกอบด้วย

๑ ด้านผลิตภัณฑ์อาหาร ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ นิยมรับประทานอาหารรสชาติ
อร่อย กลมกล่อม ดูความสะอาด รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น่ารับประทานและ ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายได้ทุก
ฤดูกาล

๒ ด้านราคาอาหาร ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพและผลิตภัณฑ์ของอาหาร นอกจากนี้ราคาอาหารยังขึ้นอยู่กับสถานที่จัดจำหน่ายซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานอาหารได้ในร้านระดับธรรมดาจนถึงระดับโรงแรม ๕ ดาว ซึ่งราคาก็จะแตกต่างกันไป

๓ ด้านสถานที่จำหน่ายสินค้า สถานที่จัดจำหน่ายอาหารผู้ประกอบการนิยมจะเลือกทำเลตั้งร้านที่อยู่ใกล้ริมทะเล เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเลือกรับประทานในร้านอาหารที่อยู่ติดริมทะเล เพราะได้สัมผัสบรรยากาศริมทะเลและได้กินอาหารสดใหม่

๔ ด้านการโฆษณาสินค้า ผู้ประกอบการจะมีการรวมกลุ่มการจัดจำหน่ายสินค้าอาหารในลักษณะของการจัดมหกรรมอาหาร การจัดประกวดการแข่งขันการทำอาหาร การจัดงานถนนคนเดิน การส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นของฝาก การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมที่มีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น เทศกาลอาหารเจ เทศกาลผลไม้ และการส่งเสริมมาตรฐานร้านอาหาร เช่น Clean Food Good Taste ทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกได้หลากหลายมากขึ้น

ศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

การส่งเสริมศักยภาพทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยประจำถิ่นมีการจัดจำหน่ายสินค้าตามงานถนนคนเดินการจัดงานเทศกาลอาหารจากการสอบถามนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามจำนวน ๔๒๐ ชุดพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาตร้อยละ ๕๔ ให้ความสนใจเพราะเป็นการรวบรวมความหลากหลายของอาหารมาไว้ที่เดียวเป็นการอำนวยความสะดวกในการซื้ออาหารท้องถิ่นมาบริโภค นักท่องเที่ยวนิยมบริโภคอาหารที่มีความหลากหลาย ซึ่งผู้ประกอบการที่ขายอาหารสามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในข้อนี้ได้เป็นอย่างดีสังเกตได้จากเมนูอาหารของแต่ละร้านจะมีเมนูอาหารที่มีวัตถุดิบชนิดเดียวแต่สามารถทำอาหารออกมาได้หลายชนิด

การรวมแพคเกจการทำอาหารร่วมกับบริษัทนำเที่ยวโดยร้านอาหารที่อยู่ในพื้นที่ ๔ จังหวัดจะต้องเตรียมวัตถุดิบเกี่ยวกับการทำอาหารไว้ให้นักท่องเที่ยวทดลองทำอาหารเอง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้การทำอาหารไทย ซึ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้บริษัทนำเที่ยวจะรับผิดชอบ

ส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารประจำถิ่นกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach จากการศึกษาโดยแบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึกจากปราชญ์ชาวบ้านและการจัดเวทีประชาคมพบว่าร้อยละ ๕๐ มีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นให้เกิดเป็นศูนย์เรียนรู้ในชุมชน เช่นชุมชนบ้านน้ำเขียว อำเภอเมืองตราด จังหวัดตราด และเทศบาลตำบลบางเสร่ อำเภอบางเสร่ จังหวัดชลบุรีมีการบรรจุหลักสูตรเกี่ยวกับการทำอาหารประจำกลุ่ม Active Beach ลงในหลักสูตรการเรียนขั้นพื้นฐานของโรงเรียนที่อยู่ในชุมชน สถาบันการศึกษาที่อยู่ในพื้นที่ และในร้านค้าบางแห่งได้ส่งเสริมการเรียนรู้โดยการสนับสนุนด้านวิชาการแก่นักศึกษาที่เข้ามาทำงานวิจัยเกี่ยวกับอาหารท้องถิ่น

เมื่อมีการจัดงานมหกรรมอาหารหรือกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารคนในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารหรือกลุ่มแม่บ้าน ได้มีการจัดบุคลากรทำอาหารท้องถิ่นเพื่อให้คนที่มาเดินชมงานได้ศึกษาการทำอาหารท้องถิ่น

พฤติกรรมการบริโภคและความสนใจเกี่ยวกับการเรียนรู้อาหารไทยของนักท่องเที่ยว

จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวจากแบบสอบถามจำนวน ๔๒๐ ชุด พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารคือ การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ยวร้อยละ ๔๑.๖๗ เลือกร้านอาหารเอง การรับประทานอาหารนักท่องเที่ยวร้อยละ ๔๐ เลือกรับประทานอาหารไทย เช่น ปิ้งย่าง, ปลาข้าวสาร, อาหารทะเล, เมนูกระวาน, เมนูผักกระชับ, กว๊ายเตี้ยหมูเรียง, แกงหมูชะมวง, เส้นจันทน์ผัดปู , ต้มยำทะเล, แกงแสนตุ้ง, ส้มตำ, ผัดไทย, ลาบ(หมู,ไก่,ทะเล), ข้าวเหนียว, ยำชนิดต่างๆ, ต้มยำกุ้ง, ปลาทอดน้ำปลา(ปลากะพง,ปลาเก๋า) การเลือกร้านอาหารนักท่องเที่ยวร้อยละ ๕๓.๓๓ เลือกจากความสะอาดและบรรยากาศของร้าน นักท่องเที่ยวร้อยละ ๕๐.๘๓ประทับใจในรสชาติอาหาร, คุณภาพของอาหาร และความหลากหลายของอาหาร

จากสัมภาษณ์เชิงลึกแม่ค้าที่ค้าขายอยู่ริมหาด พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะชอบมานั่งร้านอาหารที่เคยมาเที่ยวปีก่อนๆเนื่องจากความเชื่อมั่นเรื่องความสะอาด การบริการที่เป็นธรรมในร้านอาหารร้านเดิม

สมรรถนะศักยภาพของทุนมนุษย์ในการบริหารจัดการด้านอุปทานการท่องเที่ยว Active Beachเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

ศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่พบว่ามีเพียงร้อยละ ๒๕ เท่านั้นที่มีความพร้อมด้านทุนมนุษย์คือ มีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง ศักยภาพของผู้ประกอบการในภาพรวมยังต้องการในเรื่องป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวหรือป้ายบอกเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่ ป้ายร้านอาหารที่มีมาตรฐานเดียวกัน การอบรมภาษาอังกฤษให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อต้อนรับลูกค้าอาเซียน การเผยแพร่ข้อมูลร้านอาหารผ่านอินเทอร์เน็ตซึ่งข้อมูลนั้นต้องอัปเดตตลอดเวลา ภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมหรือส่งเสริมในการรักษามาตรฐานความสะอาดของร้านค้า การตรวจมาตรฐานร้านอาหารสะอาด รสชาติอร่อยควรสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเหมือนเดิม

ศักยภาพชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การพัฒนาศักยภาพของชุมชนในเชิงสร้างสรรค์ด้านอาหาร โดย เอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเสริมสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในโครงการต่างๆที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

ควรผลักดันให้การท่องเที่ยวด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์ได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆด้วยขอบเขตที่เหมาะสม

ควรสนับสนุนให้ใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นมาเสริมสร้างผลผลิตที่จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

ควรมุ่งส่งเสริมรูปแบบของกิจกรรมที่มีความน่าสนใจ และได้รับผลตอบแทนสูงให้กับคนในท้องถิ่น

ส่วนที่ ๒ แนวทางการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

รูปแบบการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach จากผลการศึกษาของผู้เกี่ยวข้องได้ผลการศึกษาดังนี้

๑ ผู้ประกอบการร้านอาหาร

๑) การพัฒนาร้านอาหารควรจัดร้านให้เหมาะสม, มีความสะอาดและสะอาด,บรรยากาศดี,มีระเบียบ

๒) การพัฒนากิจกรรมอาหารจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหาร,ผลิตอาหารที่ถูกสุขลักษณะ อยากรให้รัฐเข้ามาสนับสนุน

๓) การพัฒนาสินค้าอาหารของฝากที่ทันสมัย,บรรจุภัณฑ์สวยงาม,ราคาถูก,แปรรูปให้มีความหลากหลายมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

๔) การพัฒนากิจกรรมอาหาร การแนะนำอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวรู้จัก, ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร, ส่งเสริมการทำอาหารพื้นเมือง, อาหารควรมีความหลากหลาย

๕) การพัฒนาร้านอาหารตกแต่งร้านให้สวยงาม ร่มรื่น,ให้คำปรึกษาและแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร

๖) การสร้างมาตรฐานสินค้า (การทำแบรนด์) ให้สินค้าท้องถิ่นแต่ละชนิดเพื่อในอนาคตอาจมีการละเมิดสิทธิ์และผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจเสียผลประโยชน์ได้

๗) การพัฒนาอาหารให้มีความหลากหลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาให้ความรู้และ
ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติม

๒ หน่วยงานท้องถิ่น

๑) การพัฒนารณรงค์การผลิตอาหาร,ควบคุมราคาสินค้า,ความสะอาด,อร่อย,รสชาติ,ติดป้าย
ราคา

๒) ส่งเสริมสินค้าอาหารของฝาก คุณภาพดีเหมาะสมกับราคา,จัดให้มีตลาดถนนคนเดิน,ราคา
เหมาะสมกับสินค้า,สินค้ามีเอกลักษณ์

๓) การรวบรวมข้อมูลของอาหารท้องถิ่นให้เป็นรูปเล่มหรือเอกสารเพื่อถ่ายทอดการศึกษา
อ้างอิงและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

๔) การอบรมการทำอาหารท้องถิ่น ให้แก่เยาวชนรุ่นใหม่เพื่อรักษาอาหารท้องถิ่น

๕) การรณรงค์หรือจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทุกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นการ
ท่องเที่ยวไว้ในท้องถิ่น

๖) การเรียนรู้หรือการอบรมเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์เบื้องต้น เพื่อใช้เป็นสื่อให้การ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

๗) การพัฒนาหลักสูตรการทำอาหารท้องถิ่นเพื่อบรรจุในหลักสูตรการเรียนการสอนใน
สถานศึกษา

๘) การสร้างแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารควรอยู่ร้านประจำหรือโยกย้ายไปสาธิตตามความ
เหมาะสมของสถานที่และผลิตภัณฑ์ที่ทำการสาธิต

๓ หน่วยงานของภาครัฐ

๑) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและอาหารให้มากขึ้น

๒) การประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่นในพื้นที่

๓) การเชื่อมโยงทุกหน่วยงานของรัฐและเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

๔) การดูแลหรือประเมินคุณภาพของร้านค้าให้ได้มาตรฐานเรื่องความสะอาดและให้ความ
ร่วมมือกันในการพัฒนาท้องถิ่นให้น่าเที่ยวหรือพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน

๕) การจัดกิจกรรมถนนคนเดินขึ้นเพื่อแสดงสินค้าท้องถิ่นไปโชว์/ขายเพื่อประชาสัมพันธ์
ของดีและมีคุณภาพประจำถิ่น

๖) การสร้างแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน หมู่บ้าน เทศบาลเพื่อง่ายต่อการดูและศึกษาดูงานจากคน
ภายนอก

๗) การเผยแพร่ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต, Poster , แผ่นพับเพื่อการประชาสัมพันธ์อาหารในท้องถิ่น
และมีการอัปเดตข้อมูลสม่ำเสมอ

๘) การอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภคให้ทั่วถึงกันทุกแห่ง

๙) การดูแลความปลอดภัยบริเวณถนนเรียบชายหาดเพื่อความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สินของ
นักท่องเที่ยว

๑๐) การอบรมพัฒนาฝีมือแรงงานสำหรับผู้ประกอบการไม่ควรมีค่าใช้จ่ายเพราะบางครั้ง
ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเพื่อเข้าร่วมการอบรมแพงเกินไป

๑๑) การควบคุมดูแลร้านอาหารของชาวต่างชาติเพื่อไม่ให้เกิดความเสื่อมล้ำกันในด้านการ
ประกอบธุรกิจของชาวไทยและต่างชาติ

ส่วนที่ ๓ แผนกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย เชิงสร้างสรรค์

กรอบแนวคิด

“การขยายตัวของการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวมีอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจทางด้านโรงแรมเติบโต
และกระจายตัวสู่ธุรกิจทางด้านอาหาร ดังนั้นต้องพัฒนาธุรกิจทางด้านอาหารให้รองรับการท่องเที่ยวโดยเน้นไปที่
ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์”

การนำกรอบแนวคิดข้างต้นมาใช้ เนื่องจากการลงทุนทางด้านการท่องเที่ยวเป็นการลงทุนทางด้านการ
บริการ ไม่มีต้นทุนมากนัก สามารถพัฒนาทรัพยากรบุคคลมาให้บริการ เหมาะกับประเทศไทยที่ได้ชื่อว่าเป็นสยาม
เมืองยิ้ม ใครมาเที่ยวก็จะประทับใจในความเป็นไทย สามารถขยายตัวทางด้านการลงทุนได้อีกมาก เนื่องจากยังมี
แหล่งท่องเที่ยวต่างๆที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมากโดยไม่แออัด มีการพัฒนากิจกรรมที่รองรับ
นักท่องเที่ยวได้เช่นกิจกรรมทางด้านสุขภาพ กิจกรรมทางด้านศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
อาหารก็เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมข้างต้น ถ้านักท่องเที่ยวอยู่นานก็เกิด
การเรียนรู้และนำวัฒนธรรมต่างๆกลับไปยังประเทศของตนเป็นการเผยแพร่ทางด้านวัฒนธรรม ดังนั้นกรอบ

แนวคิดในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้วิเคราะห์ข้อมูลสถานการณ์ในระดับโลกได้แก่แนวคิดและทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวแนวโน้มและทิศทางการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมความร่วมมือระหว่างประเทศสำหรับข้อมูลในระดับประเทศได้นำข้อมูลวิสัยทัศน์ประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๗๐ นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับ ๑๑ พ.ศ. ๒๕๕๕ - ๒๕๕๙ ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาที่เกี่ยวข้องและกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องโดยมีกรอบแนวคิดในการพัฒนายุทธศาสตร์ฯ ที่กล่าวถึงข้างต้นดังนี้

วิสัยทัศน์ คือ

“เป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ในอาเซียน”

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอาเซียน มีความรอบรู้ทางด้านการท่องเที่ยว มีผู้ประกอบการที่มีความรู้ความสามารถ นโยบายของรัฐบาลหลายยุคหลายสมัยได้สนับสนุนการเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยว และประชาชนมีการเรียนรู้ในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ดังนั้น **วิสัยทัศน์** ด้าน“เป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ในอาเซียน” ไม่ใช่สิ่งที่ยากเกินไปที่จะบรรลุ ประเทศไทยมีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะ Active Beach สามารถเที่ยวได้ตลอดปี สามารถจัดกิจกรรมต่างๆเกี่ยวกับอาหารได้ทุกเดือน โดยเฉพาะอาหารทะเลที่สด และมีวิธีปรุงที่สร้างสรรค์ก็ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยว

พันธกิจ

๑.การวางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศในอนาคต โดยส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ให้สามารถขึ้นมาเป็นอันดับต้นๆของการจัดอันดับ Country Brand Image ได้โดยการพัฒนาทุนมนุษย์ให้รองรับการดำเนินงานดังกล่าว

๒.ยกระดับการบริการในด้านต่างๆไปสู่ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ทั้งด้านการให้บริการของภาคเอกชนและภาครัฐ ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวการเตรียมความพร้อมของภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องต่อการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. ๒๕๕๘

๓.กำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของที่จะส่งผลต่อการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวระยะเวลาการพำนักรักการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสังคมไทยโดยรวม

๔.ศึกษาพฤติกรรมกาท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยงผลกระทบหรือสิ่งที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพื่อใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มตลาดที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕.เป็นศูนย์กลางในการเก็บข้อมูลต่างๆที่จำเป็นต่อการพิจารณาวางแผนการท่องเที่ยวของประเทศที่ดำเนินการโดยหลายหน่วยงานดังนั้นจำเป็นต้องมีการประสานความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆเพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์จากข้อมูลเหล่านั้นได้อย่างเต็มที่และจะต้องนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์สังเคราะห์สถานการณ์แนวโน้มของการพัฒนาต่อไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

- ๑.เพื่อการวางแผนการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวของประเทศ
- ๒.เพื่อยกระดับการบริการในด้านต่างๆไปสู่ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ๓.เพื่อส่งเสริมการกระจายตัวของอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในด้านอัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นต่อสังคมไทยโดยรวม
- ๔.เพื่อศึกษาพฤติกรรมกาบริโภคของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยง ผลกระทบหรือสิ่งที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มเพื่อใช้ในการวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มตลาดที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ๕.เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเก็บข้อมูลต่างๆที่จำเป็นต่อการพิจารณาวางแผนการพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวของประเทศที่ดำเนินการโดยหลายหน่วยงาน

เป้าหมาย

เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และบริบทการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะ ๑๐ ปีข้างหน้า รวมทั้ง สอดรับกับวิสัยทัศน์ที่ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคต แผนแม่บทฉบับนี้จึงกำหนดเป้าหมายไว้ ๔ ประการ ดังนี้

เป้าหมายที่ ๑ การพัฒนาทุนมนุษย์ทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศให้มีความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยเน้นไปที่การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

เป้าหมายที่ ๒ การยกระดับการบริการในด้านอาหารไปสู่ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เป้าหมายที่ ๓ การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวอาเซียนให้มาสู่ Active Beach โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลประโยชน์ต่อสังคมไทยโดยรวม

เป้าหมายที่ ๔ มีศูนย์กลางในการเก็บข้อมูลต่างๆเพื่อกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศ

ยุทธศาสตร์และแนวทางในการดำเนินงาน

เพื่อให้การจัดการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในห้วงระยะเวลา ๑๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๕๘ – ๒๕๖๗) บรรลุผลตามเป้าหมาย และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์พันธกิจที่กำหนดไว้ จึงกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานไว้เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและภาคีที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานที่สอดคล้อง สนับสนุน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ของแผนการจัดการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมทุนมนุษย์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพทางด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ยุทธศาสตร์ด้านการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ยุทธศาสตร์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ของแผนการจัดการทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

วัตถุประสงค์

๑) เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหารให้มีความรู้ในการจัดร้านให้เหมาะสม, มีความสะดวกและสะอาด, บรรยากาศดี, มีระเบียบ

๒) เพื่อพัฒนาความรู้ในการผลิตอาหารที่ถูกต้องลักษณะ ตั้งแต่กระบวนการสรรหาวัตถุดิบ กระบวนการปรุงอาหารที่มีมาตรฐาน กระบวนการเก็บและถนอมอาหาร

๓) เพื่อพัฒนาความรู้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมอาหาร ตั้งแต่การกำหนดคุณค่า/ประโยชน์ของอาหาร ประวัติความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น

๔) เพื่อพัฒนาความรู้ในการจัดการสินค้าอาหารของฝากที่ทันสมัย, บรรจุภัณฑ์สวยงาม, ราคาถูก, แปรูปให้มีความหลากหลายมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

๑ ประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการในท้องถิ่นในด้าน ความต้องการในการเรียนรู้และทักษะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับการเปิดเสรีของประชาคมอาเซียน

๒ จัดฝึกอบรมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอาหารตามความต้องการในการเรียนรู้และทักษะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อนำไปสู่ความเป็นผู้นำทางด้านอาหาร

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

เพื่อเป็นการติดตามความคืบหน้าในการดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ ทั้งปัญหาอุปสรรค ข้อจำกัด และความสำเร็จที่เกิดขึ้น เห็นควรกำหนดดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานและแนวทางการติดตามประเมินผลดังนี้

๑. ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีผู้ประกอบการร้านอาหารมีร้านอาหารที่เป็นมาตรฐานเพิ่มขึ้นปีละมากกว่าร้อยละ ๑๐

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัดได้แก่

มีการสร้างมาตรฐานในกระบวนการผลิตอาหารและเผยแพร่ให้เกิดการเรียนรู้ และมีศูนย์การเรียนรู้ (Knowledge Management Center) ทางด้านอาหารเพื่อเป็นศูนย์กลางในการศึกษาวิจัยและการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับบุคลากรฝ่ายต่างๆ

เป้าหมายที่ ๓

ตัวชี้วัดได้แก่

มีสถานประกอบการได้รับรางวัลในระดับชาติ อย่างน้อยจังหวัดละ ๑ รางวัล

เป้าหมายที่ ๔

ตัวชี้วัดได้แก่

มีอาหารที่ได้รับรางวัลทางด้านการสร้างสรรค์ในระดับชาติ อย่างน้อยจังหวัดละ ๑ รางวัล

แนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

โครงการที่ ๑ โครงการประกวดการทำอาหาร การจัดประกวดการทำอาหารถิ่นในระดับร้านค้าต่างๆเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์และทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับอาหารเป็นการเพิ่มศักยภาพร้านอาหารให้มีการพัฒนาทักษะในการทำอาหาร

โครงการที่ ๒ โครงการจัดนิทรรศการอาหาร เป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับอาหารถิ่น ประวัติความเป็นมา ได้ชิมและเรียนรู้วิถีทำ เรียนรู้คุณสมบัติของวัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นอาหาร

โครงการที่ ๓ โครงการแข่งขันตอบปัญหาเกี่ยวกับอาหาร เป็นการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้นำความรู้ที่ได้จากเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารถิ่น มาเผยแพร่แลกเปลี่ยนและยังได้ประเมนผลจากกิจกรรมต่างๆว่านักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวต่างๆจากแหล่งใดบ้าง

โครงการที่ ๔ การเล่นเกมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาหารเช่น เล่นเกมแรลลี่อาหาร โดยเดินทางไปร้านต่างๆและหาจุดเด่นของร้านนั้นมาตอบคำถามชิงรางวัล เล่นเกมทายส่วนผสมที่มีอยู่ในอาหารแต่ละชนิด หรือเล่นเกมตั้งชื่ออาหารเชิงสร้างสรรค์ เป็นต้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีผู้รู้จักอาหารถิ่นที่หลากหลาย

๒. มีการขายอาหารถิ่นอย่างแพร่หลาย

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆ ผู้ประกอบการและประชาชนทั้งในและนอกจังหวัด

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ การประชาสัมพันธ์จุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับอาหาร

โครงการที่ ๑ โครงการหลงรักการกิน/เที่ยวการทำคู่มือการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับอาหารตามสถานที่ต่างๆ ให้มีร้านอาหารที่มีจุดเด่นที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และมีสมุดคู่มือให้ประทับตราตามร้านอาหารที่ไปชิมในคู่มือจะมีหน้าให้บรรยายความรู้สึกที่ชอบสถานที่นั้นๆ หรือให้โพสต์ร้านอาหารนั้นๆ ในสื่อออนไลน์ เช่น Facebook IG เป็นต้น ถ้าไปครบก็สามารถนำมารับรางวัลกับหน่วยงานที่ร่วมโครงการได้หน่วยงานก็สามารถเอาคำบรรยายต่างๆ มาแข่งขันหาคำที่เหมาะสมมาประชาสัมพันธ์พื้นที่ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

โครงการที่ ๒ โครงการเที่ยวไปกินไป

จัดหาร้านอาหารเด่นๆ ตามสถานที่ที่น่าเที่ยว จัดให้มีรายการอาหารที่เหมาะสมกับสถานที่นั้นๆ และให้คนโหวตว่าที่ใดที่น่าเที่ยวที่สุดเพราะเหตุใด อาหารอะไรอร่อยที่สุดเพราะเหตุใด และนำสิ่งเหล่านั้นมาประชาสัมพันธ์

โครงการที่ ๓ โครงการมหัศจรรย์อาหารธรรมดาแต่มีคุณค่าและพลังงานให้แต่ละสถานประกอบการคิดเมนูธรรมดา เช่น ยำ ให้เป็นเมนูพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของร้าน เช่น ยำดอกกุหลาบทอด มาลีเหมปุระ เป็นต้น

โครงการที่ ๔ โครงการเที่ยว ๑๒ เดือนสุขใจให้หลังชีวิต โดย จัดกิจกรรมในแต่ละเดือนให้มีแตกต่างกัน ให้มีอาหารประเภทต่างๆ ที่แตกต่างกัน เช่น เดือน มกราคม ลอยเรือชมดาว เว้าสาวอาหารย่ำสเลิศ เดือนกุมภาพันธ์ ขึ้นเขาชมน้ำตกพกาอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย เดือนมีนาคม หาดขาวชาวทะเลมีอาหารเท่ห์ๆ รอบตัว.....เดือนธันวาคม สายน้ำแสงจันทร์ชวนฝันอาหารถิ่น เป็นต้น

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. ได้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างน้อย ๑ เครือข่าย

๒. ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและหน่วยงานต่างๆสามารถนำไปประชาสัมพันธ์รูปแบบเดียวกัน

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยุทธศาสตร์ด้านส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

วัตถุประสงค์

๑) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาหาร การพัฒนาอาหารท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเกิดการเรียนรู้ การอนุรักษ์หรือสืบทอดวัฒนธรรมทางด้านอาหารถิ่น

๒) การพัฒนาหลักสูตรในการบริหารจัดการร้านอาหาร เช่น หลักสูตรในการถนอมอาหาร หลักสูตรสำหรับบุคลากรทางด้านอาหาร เช่น แม่ครัว ผู้จัดการร้านอาหาร พนักงานเสิร์ฟ

๓) การให้ความรู้เกี่ยวกับการสร้างมาตรฐานสินค้า (การทำแบรนด์) ให้สินค้าท้องถิ่นแต่ละชนิดเพื่อในอนาคตอาจมีการละเมิดสิทธิ์และผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์อาจเสียผลประโยชน์ได้

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการทางยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

๑. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ (Knowledge Management Center) ทางด้านอาหารเพื่อเป็นศูนย์กลางในการศึกษาวิจัยและการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กับบุคลากรฝ่ายต่างๆ

๒. สร้างอัตลักษณ์ให้แกจังหวัดต่างๆในการดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมและภาคภูมิใจในจังหวัดของตนเองโดยใช้ศูนย์การเรียนรู้ (Knowledge Management Center) ทางด้านอาหารเป็นศูนย์กลาง

๓. จัดเส้นทางในการท่องเที่ยวทางด้านอาหารตามอัตลักษณ์ของทั้งสี่จังหวัดเพื่อนำแผนมาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผนงาน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีศูนย์การเรียนรู้ (Knowledge Management Center) ทางด้านอาหารจังหวัดละ ๑ แห่ง

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัด ได้แก่

แต่ละจังหวัดมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและมีผู้รู้จักอย่างแพร่หลาย

เป้าหมายที่ ๓

ตัวชี้วัด ได้แก่

จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวในภาพรวมที่ประกอบไปด้วยรายการอาหารที่น่าสนใจ ชื่อร้านค้า ของฝาก ในทั้ง ๔ จังหวัด

แนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ ๑ การสร้างศูนย์การเรียนรู้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

โครงการที่ ๑ พิพิธภัณฑ์อาหาร

โครงการที่ ๒ เยี่ยมบ้านปราชญ์ชาวบ้าน

โครงการที่ ๓ เยือนถิ่นประวัติศาสตร์อาหาร

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.ได้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างน้อย ๑ เครือข่าย

๒.ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและหน่วยงานต่างๆสามารถนำไปประชาสัมพันธ์รูปแบบเดียวกัน

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของศูนย์การเรียนรู้ตามสื่อต่างๆ

โครงการที่ ๑ พัฒนาสื่อออนไลน์ โดยสร้าง Facebook IG และสื่อต่างๆเพื่อการประชาสัมพันธ์

โครงการที่ ๒ ส่งเสริมการจัดรายการนำเที่ยว ชิม ช็อป ตามรายการโทรทัศน์ช่องต่างๆ

โครงการที่ ๓ จัดทำเทป วีดีโอ ส่งเสริมการท่องเที่ยวแจกหน่วยงานต่างๆเพื่อเผยแพร่และแจกในโรงแรม เพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวได้ชม

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.มีสื่อออนไลน์ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

๒.จัดทำเทป วีดีโอ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของทั้ง ๔ จังหวัด

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

วัตถุประสงค์

๑.เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

๒.เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ และสามารถจัดทำโครงการที่สนับสนุนผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว

๓.เพื่อส่งเสริมการสร้างเครือข่ายระหว่าง หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการทางด้านอาหาร และผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหาร

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการทางยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

๑.จัดทำคู่มือในการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ ตามบทบาทหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ

๒.ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้มีระบบในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ตามโครงสร้างบทบาท อำนาจหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ

๓.หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นต้องประชาสัมพันธ์เส้นทางในการเดินทางมาจังหวัดใน Active Beach พร้อมทั้งแสดงแหล่งที่ตั้งของศูนย์อาหาร ศูนย์การเรียนรู้ จัดทำป้ายแสดงแหล่งอาหารที่ชัดเจน ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

๔.หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นต้องสนับสนุนให้มีศูนย์อาหารตามจุดพักเส้นทางเพื่อบริการนักท่องเที่ยว และควบคุมคุณภาพของอาหารที่ขายในศูนย์อาหารให้มีคุณภาพและราคาเหมาะสม

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผนงาน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

กำหนดมาตรฐานของศูนย์อาหาร ศูนย์การเรียนรู้

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีศูนย์อาหารตามจุดพักตลอดเส้นทาง

แนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์

กำหนดมาตรฐานของศูนย์อาหาร ศูนย์เรียนรู้ โดย มีกลยุทธ์ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ที่ ๑ จัดทำคู่มือมาตรฐานของศูนย์อาหาร และศูนย์เรียนรู้

โครงการที่ ๑ ฝึกอบรมผู้ประกอบการตามศูนย์อาหารด้านการพัฒนาคุณภาพของอาหาร

โครงการที่ ๒ ออกประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานขอศูนย์อาหาร

โครงการที่ ๓ ออกประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานขอร้านอาหารภายในศูนย์อาหาร

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.มีศูนย์อาหารตามแหล่งท่องเที่ยว

๒.มีศูนย์การเรียนรู้อย่างน้อยจังหวัดละ 1 แห่ง

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ จัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ศูนย์อาหารและศูนย์การเรียนรู้

โครงการที่ ๑ ประกวดการออกแบบเว็บไซต์

โครงการที่ ๒ จัดแข่งขันเกมตอบปัญหาเกี่ยวกับศูนย์อาหารและศูนย์การเรียนรู้

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.มีเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ศูนย์อาหารและศูนย์การเรียนรู้

๒.มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการในศูนย์อาหารและศูนย์การเรียนรู้

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๓ เปิดศูนย์อาหารที่จุดผ่านแดนสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางทางรถยนต์เข้าทางด่านต่างๆ โดยผ่านเส้นทางที่เรียกว่า เอเซียไฮเวย์ เนทเวิร์กดังต่อไปนี้

โครงการที่ ๑ ด่านชายแดนบ้านหาดเล็ก จ.ตราด ตั้งอยู่บ้านหาดเล็ก ตำบลหาดเล็ก เป็นหมู่บ้านสุดท้าย

ชายแดนติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา อยู่ปลายทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๓๑ เมื่อสงครามสู้รบในกัมพูชาสิ้นสุดลงราวปี พ.ศ. ๒๕๒๙ ตลาดแห่งนี้ับเป็นแหล่งรับซื้อพืชพันธุ์ธัญญาหารของชาวกัมพูชาเพื่อไปขายต่อที่เกาะกง ตลาดที่บ้านหาดเล็กจะมีเฉพาะในช่วงเช้า เวลาประมาณ ๐๗.๐๐ – ๐๘.๓๐ น. และยังมีสินค้าราคาถูกที่มาจากประเทศกัมพูชา เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า แวนตา น้ำหอม เป็นต้น จากจุดนี้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางโดยนั่งรถแท็กซี่จากชายแดนบริเวณบ้านหาดเล็กฝั่งประเทศกัมพูชาเพื่อที่จะไปเกาะกงได้ ราคาโดยสารถแล้วแต่จะตกลงกันการเดินทาง ไปบ้านหาดเล็กมีรถตู้บริการนักท่องเที่ยวที่ตัวเมืองตราดไปหาดเล็กทุกวัน รถออกทุก ๆ ชั่วโมง อัตราค่าโดยสาร ๑๐๐ บาท ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ ๑ ชั่วโมงครึ่ง และนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางต่อจากบริเวณด่านถาวร บ้านหาดเล็กข้ามไปนั่งรถแท็กซี่ของฝั่งประเทศกัมพูชาข้ามสะพานไปยังเกาะกงได้ ใช้ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ ๔๕ นาที สำหรับประชาชนชาวไทย ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตพื้นที่ของอำเภอคลองใหญ่ สามารถทำบัตรผ่านแดนชั่วคราวได้ที่ ที่ว่าการอำเภอคลองใหญ่ นอกจากนี้ยังมีจุดผ่อนปรน อีก ๒ แห่ง ได้แก่ ๑)บ้านหมื่นด่าน ตำบลบ่อพลอย อำเภอบ่อไร่ เป็นเขตติดต่อกับบ้านศาลเจ้าอำเภอสมลุติจังหวัด พระตะบอง เปิดตั้งแต่ ๘.๓๐ – ๑๗.๐๐น. ของทุกวัน ๒) บ้านมะม่วงตำบลนนทรี อำเภอบ่อไร่เป็นเขตติดต่อกับบ้านฉะระกา อำเภอสำราญ จังหวัดพระตะบอง เปิดตั้งแต่ ๗.๐๐ – ๑๘.๐๐น. ของวันอังคาร พุธ และพฤหัสบดี

โครงการที่ ๒ จุดผ่านแดนถาวร ๒ แห่งในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ๑) บ้านแหลม อำเภอโป่งน้ำร้อนเป็นเขตติดต่อกับ บ้านกร้อมเรียงอำเภอกร้อมเรียง จังหวัดพระตะบอง เปิดตั้งแต่ ๗ .๐๐ – ๒๐.๐๐น. ของทุกวัน ๒) บ้านผักกาดอำเภอโป่งน้ำร้อน เป็นเขตติดต่อกับบ้านคลองจะกร้อม กรุงไพลิน เปิดตั้งแต่ ๗ .๐๐ – ๒๐.๐๐น. ของทุกวันและจุดผ่อนปรน ๓ แห่งในจังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ๑) บ้านซันตารี อำเภอสอยดาวเป็นเขตติดต่อกับบ้านโหล่าวนอำเภอพนมปรีก จังหวัดพระตะบอง เปิดตั้งแต่ ๗.๐๐ – ๑๖.๐๐น. ของทุกวัน ๒) บ้านบึงชนงล่าง อำเภอโป่งน้ำร้อน เป็นเขตติดต่อกับบ้านสวายเลง อำเภอกร้อมเรียงจังหวัดพระตะบอง เปิดตั้งแต่ ๗ .๐๐ – ๑๖.๐๐น. ของทุกวัน ๓) บ้านสวนส้ม อำเภอสอยดาว เป็นเขตติดต่อกับบ้านโหลี่วะ อำเภอพนมปรีกจังหวัดพระตะบอง ตั้งแต่ ๗.๐๐ – ๑๖.๐๐น. ของทุกวัน

โครงการที่ ๓ ตลาดบ้านแหลมเป็นตลาดชายแดนไทย-กัมพูชา ตั้งอยู่ที่บ้านแหลม หมู่ ๔ ตำบลเทพนิมิต ห่างจากที่ว่าการอำเภอโป่งน้ำร้อน ๔๖ กิโลเมตร เป็นตลาดที่มีการค้าขายสินค้าอุปโภคบริโภคตามแนวชายแดน มีการส่งเสริมอาชีพราษฎรในการทำเฟอร์นิเจอร์จากไม้ เพื่อจำหน่ายแก่บุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว ตลาดบ้านแหลม สร้างขึ้นเพื่อเป็นแหล่งซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าของคนทั้งสองประเทศที่สามารถเดินทางเข้าไปซื้อสินค้าบริเวณชายแดนได้โดยสะดวกและปลอดภัย ภายในตลาด มีพื้นที่กว้างขวาง และได้ชื่อว่าเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าที่มีราคาถูก มีทั้งตลาดสด ตลาดผลไม้ ตลาดสินค้าแปรรูปต่าง ๆ อาหารการกินพร้อม เสื้อผ้า เครื่องประดับ น้ำหอม ของใช้ในครัวเรือน และสินค้าอีกหลายชนิด เรียกว่ามีทุกอย่างครบครันเหมือนตลาดทั่วไป ในแต่ละวันจะมี นักท่องเที่ยวมาเพื่อซื้อของฝาก ของแปลก รวมทั้งสินค้านานาชนิดต่างๆ เช่น บุหรี่ โทรศัพท์มือถือ และอื่นๆอีกมากมาย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ๑.จุดผ่านแดนแต่ละแห่งมีศูนย์อาหารที่มีมาตรฐานอย่างน้อย ๑ แห่ง
- ๒.มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการทางด้านอาหาร

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมทุนมนุษย์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพทางด้านอาหาร

วัตถุประสงค์

๑.เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นได้มีความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์และจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมเกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

๒.เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นมีความรู้ในการควบคุมความปลอดภัยของคุณภาพอาหารให้ปราศจากสารปนเปื้อน ของแปลกปลอม และสารพิษตกค้างในอาหาร เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

๓.เพื่อให้หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นมีการส่งเสริมการสร้างสรรค์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารในท้องถิ่น

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการทางยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

๑.มีการควบคุมคุณภาพร้านอาหาร ตลาด และวัตถุดิบที่จะนำมาปรุงเป็นอาหาร

๒.มีเครือข่ายในการดูแลปกป้องให้ร้านอาหารต่างๆเป็นไปตามมาตรฐาน

๓.มีการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารที่มีคุณภาพให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผนงาน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีร้านอาหารที่ได้รับการรับรองคุณภาพมากกว่า ร้อยละ ๘๐

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีคู่มือในการท่องเที่ยวที่ระบุมาตรฐานของร้านอาหารในทั้ง ๔ จังหวัด

แนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ ๑ การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

โครงการที่ ๑ โครงการสายด่วนร้องเรียนปัญหาการหลอกลวง

โครงการที่ ๒ โครงการตรวจสอบมาตรฐานร้านอาหาร

โครงการที่ ๓ โครงการยกระดับมาตรฐานร้านอาหารสู่สากล

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีปัญหาการร้องเรียนน้อยกว่า ร้อยละ ๕
๒. ร้านอาหารมีมาตรฐานมากกว่า ร้อยละ ๑๐
๓. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นผู้ประกอบการร้านอาหาร นักท่องเที่ยวและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงเกษตร

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาการขายอาหารที่ไม่ได้คุณภาพแก่นักท่องเที่ยวไปสู่การมีคุณภาพ

- โครงการที่ ๑ การอบรมผู้ประกอบการร้านอาหารให้มีคุณภาพ
- โครงการที่ ๒ การควบคุมคุณภาพมาตรฐานร้านอาหาร
- โครงการที่ ๓ การประกวดร้านอาหารคุณภาพ

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีผู้ประกอบการร้านอาหารผ่านการอบรมมากกว่า ร้อยละ ๖๐
๒. มีร้านอาหารที่ผ่านการประเมินคุณภาพมาตรฐานร้านอาหารมากกว่า ร้อยละ ๖๐

กลุ่มเป้าหมาย : ผู้ประกอบการร้านอาหาร

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๓ การจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

- โครงการที่ ๑ การจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว
- โครงการที่ ๒ การพัฒนาช่องทางในการร้องเรียนผ่านเครือข่าย/สื่อต่างๆ
- โครงการที่ ๓ การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีศูนย์อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวอย่างน้อยจังหวัดละ ๑ แห่ง
๒. มีช่องทางในการร้องเรียนผ่านเครือข่าย/สื่อต่างๆมากกว่า ๓ เครือข่าย
๓. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับสูง

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบ : ตำรวจท่องเที่ยวและหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ยุทธศาสตร์ด้านการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว/ร้านอาหาร

๒. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการติดต่อสถานที่ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการทางยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

๑. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดทำฐานข้อมูล และส่งเสริมการนำไปใช้ในหน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยวในขั้นตอนที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพโดย

๑.๑ การจัดทำแผนปฏิบัติการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและผลักดันการพัฒนาให้ครอบคลุมในทุกหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

๑.๒ พัฒนาและวางระบบเทคโนโลยีสารสนเทศงานด้านการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย มีความเหมาะสมกับบริบทงานด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ด้วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งและออกแบบระบบพื้นฐานรองรับที่มีประสิทธิภาพ

๑.๓ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการปรับปรุงการทำงานให้มีทันสมัยทั้งการให้บริการ การจัดเก็บและประเมินข้อมูลเพื่อลดเวลาและเอกสาร

๑.๔ การบูรณาการข้อมูลสารสนเทศในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำมาตรฐานและข้อตกลงในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในงานด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

๑.๕ การพัฒนาระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีความมั่นคง ปลอดภัย และได้มาตรฐาน สามารถแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงระหว่างประเทศได้ในอนาคต

๒. พัฒนาการศึกษาวิจัยในงานด้านการท่องเที่ยวและส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้จากผลงานวิจัยในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวทางด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์ของประเทศโดย

๒.๑ การจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนในการสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างนักวิจัยรุ่นใหม่และจัดทำทำเนียบนักวิจัยเพื่อส่งเสริมบทบาทนักวิจัยในงานด้านการท่องเที่ยวทางด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์

๒.๒ การส่งเสริมการวิจัยในประเด็นหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยว ทางด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์และสอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวในระดับชาติ

๒.๓ การส่งเสริมการวิจัยเชิงบูรณาการทั้งในรูปแบบเป็นความร่วมมือกันระหว่างนักวิจัยต่าง หน่วยงานและชุดโครงการวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านการท่องเที่ยวในประเด็นสำคัญ

๒.๔ ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนวิจัยในงานด้านการท่องเที่ยวโดยการหาทุนสนับสนุนจากแหล่งทุน ต่างๆ เพื่อให้มีการทำวิจัยอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

๒.๕ ส่งเสริมการสังเคราะห์และสรุปผลงานวิจัยเพื่อนำองค์ความรู้ที่ได้รับนำเสนอคณะกรรมการ พัฒนาการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติพิจารณากำหนดเป็นนโยบายและแนวทางในการพัฒนางานด้าน การท่องเที่ยวต่อไป

๒.๖ จัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และมีศูนย์กลางในการ ติดต่อสถานที่ต่างๆให้นักท่องเที่ยวรวมทั้งมีเครือข่ายในการติดต่ออย่างครบวงจรทั้งการเช่ารถ ที่พัก ร้านอาหาร

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผนงาน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีฐานข้อมูลในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์ครบวงจร

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีศูนย์กลางในการติดต่อที่เชื่อมโยงกันทั้ง ๔ จังหวัด

กลยุทธ์ที่ ๑ การจัดทำ ซีดี ประชาสัมพันธ์ ให้แก่นักท่องเที่ยว

โครงการที่ ๑ วัตถุประสงค์ในการแนะนำการรับประทานอาหารที่ถูกต้อง

โครงการที่ ๒ วัตถุประสงค์ในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมทั้งแหล่งอาหาร

โครงการที่ ๓ วัตถุประสงค์ในการแนะนำกระบวนการในการประกอบอาหาร

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ๑.มีการนำวีดิทัศน์ไปเปิดบนเครื่องบินให้นักท่องเที่ยวได้รับชม
- ๒.มีการนำวีดิทัศน์ไปเปิดตามโรงแรมให้นักท่องเที่ยวได้รับชม

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยว

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ การใช้สมารทโฟนในการโหลดความรู้ทางด้านอาหารเชิงสร้างสรรค์

โครงการที่ ๑ จัดทำ app สำหรับการให้ความรู้ เช่น กดซื้ออาหารที่ต้องการ ก็จะบอกถึงวิธีทำ
คุณสมบัติของอาหาร เป็นต้น

โครงการที่ ๒ จัดทำ website ในการค้นหาข้อมูลต่างๆ

โครงการที่ ๓ มีช่องทางสำหรับร้องเรียน ขอความช่วยเหลือ (มีสายด่วน)

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ๑.นักท่องเที่ยวร้อยละ ๘๐ สามารถ download
- ๒.นักท่องเที่ยวได้รับบริการทันทั่วที่ไม่เกิน...10 .นาที

กลุ่มเป้าหมาย : นักท่องเที่ยวและโรงแรม

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๓ การอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

โครงการที่ ๑ พัฒนาระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยว

โครงการที่ ๒ พัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับ

นักท่องเที่ยว

โครงการที่ ๓ สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวทางด้านอาหารรูปแบบใหม่ๆให้สอดคล้องกับความสนใจ

และความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ตามล่าหาความจริงในอาหาร ดินแดนประวัติศาสตร์อาหาร กินอาหาร
เพื่อเป็นยา การผ่อนคลายโดยอาหาร

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

- ๑.มีระบบสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยว
- ๒.มีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว
- ๓.มีเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
- ๔.มีกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ยุทธศาสตร์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

- ๑.หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้อาหารไทยมีส่วนร่วมและมีการสนับสนุนการพัฒนาทุนมนุษย์
- ๒.นักท่องเที่ยวชาวอาเซียนเข้ามาท่องเที่ยวและได้รับการเรียนรู้อาหารไทย
- ๓.ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้อาหารไทย
- ๔.แหล่งเรียนรู้อาหารไทยมีแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการ
- ๕.กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว Active Beach มีแหล่งเรียนรู้อาหารไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประกอบด้วยแนวทางดำเนินการทางยุทธศาสตร์ ดังต่อไปนี้

- ๑.หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมด้านการเรียนรู้อาหารไทย
- ๒.มีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้เพื่อเผยแพร่ความรู้ และทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้อาหารไทย
- ๓.กลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว Active Beach มีแหล่งเรียนรู้อาหารไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ดำเนินการโดยชุมชนมีส่วนร่วม

การกำหนดดัชนีชี้วัดและการติดตามประเมินผล

ตัวชี้วัดระดับเป้าหมายของแผนงาน

เป้าหมายที่ ๑

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีการจัดกิจกรรมด้านการเรียนรู้อาหารไทย

เป้าหมายที่ ๒

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีการจัดตั้งศูนย์เรียนรู้จังหวัดละ ๑ ศูนย์

เป้าหมายที่ ๓

ตัวชี้วัด ได้แก่

มีแหล่งเรียนรู้อาหารไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ดำเนินการโดย

ชุมชนจังหวัดละ ๑ แห่ง

แนวทางดำเนินการตามยุทธศาสตร์

กลยุทธ์ที่ ๑ การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

โครงการที่ ๑ โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐ

โครงการที่ ๒ โครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับภาคเอกชน

โครงการที่ ๓ โครงการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.ได้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยอย่างน้อย ๑เครือข่าย

๒.ได้เครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างประเทศที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวอย่างน้อย ๑ประเทศ

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๒ การพัฒนาการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

โครงการที่ ๑ โครงการประกวดผลิตภัณฑ์อาหารไทย

โครงการที่ ๒ โครงการจัดงานเทศกาลการท่องเที่ยวการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๓ โครงการสำรวจและพัฒนากลไกราคาเพื่อการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๔ โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกด้านการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๕ โครงการจัดทำสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๖ โครงการสรรหาและพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดสำหรับการเรียนรู้อาหารไทย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.ดำเนินโครงการสำเร็จไม่น้อยกว่า ร้อยละ ๘๐

๒.มีผลิตภัณฑ์อาหารไทยไม่น้อยกว่าจังหวัดละ ๑ ผลิตภัณฑ์

๓.นักท่องเที่ยวอาเซียนมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้อาหารไทย ไม่น้อยกว่าร้อยละ ๗๐

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๓ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย

โครงการที่ ๑ โครงการสรรหาและพัฒนาครูต้นแบบการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๒ โครงการวิจัยและพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๓ โครงการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านอาหารไทย

โครงการที่ ๔ โครงการจัดทำสื่อเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๕ โครงการศึกษาและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับเครือข่ายวิชาการด้านอาหารไทย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑.มีครูต้นแบบด้านการเรียนรู้อาหารไทย ไม่น้อยกว่าจังหวัดละ ๑๐ คน

๒.ได้หลักสูตรการเรียนรู้อาหารไทยไม่น้อยกว่า ๑ หลักสูตร

๓.ผู้ผ่านอบรมอาหารไทยร้อยละ ๘๐

๔.มีสื่อการเรียนรู้อาหารไทย ไม่น้อยกว่า ๒ สื่อ

๕.ทรัพยากรมนุษย์มีความรู้และทักษะด้านอาหารไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ ๑๐

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๔ การพัฒนาแหล่งวัตถุดิบเพื่ออาหารปลอดภัย

โครงการที่ ๑ โครงการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

โครงการที่ ๒ โครงการกำหนดมาตรฐานคุณภาพวัตถุดิบเพื่อประสิทธิภาพการผลิต

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีช่องทางในการกระจายวัตถุดิบไปยังผู้ผลิตอย่างมีคุณภาพและเพียงพอ

๒. วัตถุดิบมีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ ๕ การพัฒนาแหล่งเรียนรู้อาหารไทยเพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

โครงการที่ ๑ โครงการพัฒนาขั้นตอนและวิธีการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๒ โครงการส่งเสริม และสนับสนุนให้ภาคเอกชนจัดตั้งแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๓ โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์และโฆษณาแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

โครงการที่ ๔ โครงการพัฒนาเส้นทางการเรียนรู้อาหารไทย

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

๑. มีการจัดตั้งแหล่งเรียนรู้อาหารไทยจังหวัดละ ไม่น้อยกว่า ๑ แห่ง

๒. มีสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งเรียนรู้อาหารไทย

๓. มีแผนที่และป้ายบอกแหล่งเรียนรู้อาหารไทยครอบคลุมทั้ง ๔ จังหวัด

๔. มีเส้นทางการเรียนรู้อาหารไทยในกลุ่มจังหวัด Active Beach

กลุ่มเป้าหมาย : หน่วยงานต่างๆและประชาชน

หน่วยงานรับผิดชอบ : หน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยงานสนับสนุน : หน่วยงานในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

การขับเคลื่อนการดำเนินงานให้เป็นไปตามยุทธศาสตร์ของแผนการพัฒนามนุษย์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นับเป็นกลไกที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลทำให้แผนการจัดการทางด้านการพัฒนามนุษย์ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นที่รับรู้ เข้าใจ ยอมรับและมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดการประสานความร่วมมือและการดำเนินการอย่างต่อเนื่องจริงจัง ตามบทบาทภารกิจของแต่ละหน่วยงาน ควบคู่กับการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมนำไปสู่ผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย พันธกิจ และวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

แนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติมีขั้นตอนที่สำคัญดังนี้

- ผลักดันแผนการจัดการทางด้านการพัฒนามนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นผลผลิตของการวิจัยแบบมุ่งเป้าให้หน่วยงานต่างๆ ให้ความเห็นชอบและนำไปสู่การพัฒนาแผนของหน่วยงานตนเองให้สอดคล้องกับหลักการดังกล่าว
- ผลักดันโครงการพัฒนาในแผนการจัดการทางด้านการพัฒนามนุษย์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินการ
- สำรวจรับฟังความคิดเห็นและประเมินความต้องการของประชาชนที่มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต่อเนื่องทุกปี รวมทั้ง พิจารณาปรับปรุงให้แผนมีความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน
- พัฒนากลไกการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานและการพัฒนาแผนงานโครงการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการในการจัดทำและขับเคลื่อนแผน

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในการพัฒนามนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ไปสู่การปฏิบัติต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคีพัฒนาจากทุกภาคส่วน เพื่อสามารถผนึกพลังความร่วมมือตามบทบาทความรับผิดชอบร่วมกันโดยนำเอาแนวทางการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ของแผนมาแปลงไปสู่แผนปฏิบัติการในระดับต่างๆ ที่สามารถนำไปขับเคลื่อนให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมควบคู่ไปกับการปรับระบบการจัดสรรทรัพยากรการปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบรวมทั้งสร้างองค์ความรู้ เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนให้สัมฤทธิ์ผลและมีการติดตามประเมินผลอย่างเป็นระบบโดยมีแนวทางสำคัญดังนี้

๑) เสริมสร้างบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนาให้มีความสำคัญกับการจัดแบ่งบทบาทหลักที่ชัดเจนของภาคีพัฒนาทั้งภาครัฐภาคเอกชนภาคสถาบันต่างๆรวมถึงภาคชุมชนเพื่อสามารถดำเนินการกิจกรรมสนับสนุนการดำเนินงานซึ่งกันและกันได้ควบคู่ไปกับการสร้างความรู้ความเข้าใจในหลักการพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านการท่องเที่ยว หลักการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนเพื่อการขับเคลื่อนและจัดทำแผนปฏิบัติการระดับต่างๆโดยภาครัฐจัดทำและขับเคลื่อนแผนบริหารราชการแผ่นดินและแผนปฏิบัติการในรูปแบบต่างๆที่เชื่อมโยงกับมิติของงานตามภารกิจมิติของพื้นที่และมิติตามวาระงานพิเศษและใช้กลไกกระบวนการบูรณาการกับแผนท้องถิ่นแผนจังหวัด/กลุ่มจังหวัดและภาคไปจนถึงแผนระดับชาติตลอดจนให้มีกลไกที่ปรึกษาภาคประชาชนเพื่อร่วมขับเคลื่อนในระดับพื้นที่และการเปิดโอกาสให้ภาคประชาชนได้เข้าร่วมคิด ร่วมตัดสินใจดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบและร่วมตรวจสอบตามหลักธรรมาภิบาล

๒) ศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และกระบวนการเรียนรู้เพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติให้มีความสำคัญกับการศึกษาวิจัยสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ด้านอาหารที่จะช่วยสร้างกระบวนการเรียนรู้และการเผยแพร่ขยายผลให้เกิดประโยชน์ทั้งในระดับการปฏิบัติและระดับนโยบายได้ต่อไปโดยมีประเด็นการวิจัยหลักๆตามแนวทางการพัฒนาในยุทธศาสตร์ ดังกล่าวข้างต้น

๓) พัฒนาระบบการติดตามประเมินผลและสร้างดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกระดับ พัฒนาระดับระบบติดตามตรวจสอบและประเมินผลการบริหารจัดการที่มุ่งผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติงานให้มีมาตรฐานและมีวิธีวัดผลงานที่ชัดเจนสามารถตรวจสอบและเปรียบเทียบผลระหว่างหน่วยงานได้รวมทั้งสนับสนุนให้ทุกส่วนราชการพัฒนาสู่ระบบตรวจสอบและประเมินผลการบริหารจัดการที่ดีของภาครัฐที่มุ่งเน้นความคุ้มค่าความโปร่งใสและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของประชาชนตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาดัชนีชี้วัดผลสำเร็จของการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ฯทั้งในระดับภาพรวมและระดับยุทธศาสตร์รวมทั้งการสร้างองค์ความรู้ด้านการติดตามประเมินผลและการเผยแพร่รายงานด้านการติดตามประเมินผลสู่สาธารณชนอย่างต่อเนื่องโดยมีแนวทางการดำเนินการดังนี้

๓.๑) แต่งตั้งคณะกรรมการกำกับและติดตามผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยมีผู้แทนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว กรมพลศึกษาสถาบันการพลศึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยการกีฬาแห่งประเทศไทยและกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยวเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการ

๓.๒) การติดตามผลจะต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องตลอดช่วงเวลาการดำเนินงาน / โครงการซึ่งอาจจะติดตามผลเป็นประจำทุกเดือนทุก ๒ เดือนทุก ๓ เดือนหรือตามความเหมาะสมในการเร่งรัดงาน เป็นต้นซึ่งการติดตามผลจะมุ่งเน้นข้อมูลที่มีความสำคัญหลักๆของงาน/โครงการ

๓.๓) กำหนดให้มีการประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในทุกปีตลอดระยะเวลาของการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ ฯ และมีการปรับปรุงแผนประจำปีเพื่อให้มีความสอดคล้องกับนโยบายและสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาที่เปลี่ยนแปลงสนับสนุนการพัฒนากระบวนข้อมูลในทุกระดับและการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูลข่าวสารระหว่างหน่วยงานกลางระดับนโยบายตลอดจนระดับพื้นที่และท้องถิ่นสนับสนุนการพัฒนากระบวนติดตามและประเมินผลฐานข้อมูลและระบบบริหารจัดการสถิติเพื่อการวางแผนให้ตอบสนองต่อการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ ฯ ส่งเสริมการพัฒนาข้อมูลเพื่อการเฝ้าระวังและบ่งชี้ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์เศรษฐกิจสังคมของประเทศและระดับโลกติดตามตรวจสอบการดำเนินนโยบายและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายข้อมูลร่วมกันเพื่อการวางแผนและติดตามประเมินผลในระดับจังหวัดท้องถิ่นและชุมชนส่งเสริมการเชื่อมโยงโครงข่ายข้อมูลระดับจังหวัดท้องถิ่นและชุมชนเข้ากับส่วนกลางให้เป็นระบบที่เข้าถึงได้ง่ายและใช้ประโยชน์ร่วมกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ส่วนที่ ๔ แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- การวิเคราะห์ความพร้อมของพื้นที่

๑.ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค โดย การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ทางกายภาพ เช่น ระดับนักท่องเที่ยวที่สูงที่สุดที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงระดับความอึดตัวของสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ถนนจะต้องไม่มีปริมาณรถมากจนเกิด traffic jam ซึ่งอาจจะทำให้เกิดมลภาวะตามมา ตลาดจะต้องสะอาด มีมาตรฐาน ปราศจากสัตว์ที่เป็นที่ก่อให้เกิดของเชื้อโรคที่จะทำให้อาหารมีสิ่งปนเปื้อน

๒.ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ และพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับปริมาณของนักท่องเที่ยวที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนุกสนานและประทับใจและไม่เกิดผลกระทบทางลบต่อประชากรในท้องถิ่นเกิดความไม่พอใจของประชาชน

๓.ความพร้อมด้านบริการได้แก่

ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว

โรงแรม/สถานที่พัก

การรักษาความสมดุลของพื้นที่ ในแง่ กิจกรรม เวลา และสถานที่

การรักษาทรัพยากรในพื้นที่

ความสามารถและโอกาสในการบริหารจัดการ

การควบคุมและป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว

๔.ความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์

ความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

ความตระหนักต่อความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการ

ความตระหนักต่อความรู้ความเข้าใจในการให้บริการของผู้ที่เกี่ยวข้อง

ความตระหนักต่อความรู้ความเข้าใจของประชาชนในการเป็นมิตรที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

การได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๕.ความพร้อมด้านนโยบายของรัฐ

แผนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

แผนในการดูแลความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว

แผนในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในการอำนวยความสะดวก

แผนในการประชาสัมพันธ์

แผนในการส่งเสริมกิจกรรม

แผนในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพ

แผนในการบูรณาการการใช้งบประมาณจากหลากหลายหน่วยงาน

แผนในการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรบุคคล

- แนวทางในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ

๑ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ภาครัฐ

๑.จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

๒.จัดทำงบประมาณสนับสนุน

๓.ประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ฝ่ายต่างๆ

๔.จัดหาสถานที่ที่เหมาะสม

๕.จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก

๖.จัดประชุมเพื่อส่งเสริมความร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ

ภาคเอกชน

๑.สนับสนุนกิจกรรม

๒.เข้าร่วมประชุมเสนอแนะความคิดเห็น

๓.เข้าร่วมกิจกรรม

ภาคประชาชน

๑.มีส่วนร่วมในการเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

๒.มีน้ำใจต่อนักท่องเที่ยวให้การต้อนรับและให้ข้อมูลต่างๆแก่นักท่องเที่ยว

๓.ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ด้านการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้าน

อาหาร

ภาครัฐ

๑.จัดทำคู่มือเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญของจังหวัด

๒.จัดทำแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งเรียนรู้

๓.จัดกิจกรรมที่จะประชาสัมพันธ์แหล่งเรียนรู้ต่างๆ

ภาคเอกชน

๑.ร่วมมือกับภาครัฐในกิจกรรมต่างๆในแหล่งเรียนรู้

๒.เสนอแนวทางในการพัฒนากิจกรรมของแหล่งเรียนรู้ให้เป็นที่รู้จัก

๓.สร้างเครือข่ายในการส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างแหล่งเรียนรู้

ภาคประชาชน

๑.ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

๒.ศึกษาหาความรู้ในการบริการนักท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

๓.สร้างเอกลักษณ์/ลักษณะเด่นในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความประทับใจ

๓ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

ภาครัฐ

๑.จัดเส้นทางคมนาคมให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาหารได้อย่าง

สะดวก

๒.จัดขนส่งสาธารณะให้ไปถึงจุดหมายในแหล่งท่องเที่ยวด้านอาหารต่างๆได้สะดวก

๓.ส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้ที่เป็นของชุมชน

๔.สนับสนุนข้อมูล งบประมาณ ในแหล่งเรียนรู้ของชุมชนในท้องถิ่น

ภาคเอกชน

๑.ร่วมมือกับภาครัฐในการมีเครือข่ายการส่งต่อนักท่องเที่ยว

๒.จัดทำข้อตกลงในการจัดสรรผลประโยชน์ให้เป็นธรรมระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ

ภาคประชาชน

๑.เข้าร่วมและปฏิบัติตามข้อตกลงที่ได้เจรจาไว้

๒.เรียนรู้การดำเนินการต่างๆและพัฒนาทักษะในการสื่อความเข้าใจ

๔ ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ด้านการส่งเสริมทุนมนุษย์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพทางด้านอาหาร

ภาครัฐ

๑.การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว

๒.การจัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยว

๓.การเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของตำรวจท่องเที่ยว

ภาคเอกชน

๑.ให้ความร่วมมือในการควบคุมธุรกิจต่างๆไม่ให้หลอกลวงนักท่องเที่ยว

๒.พัฒนาคุณภาพในการให้บริการให้นักท่องเที่ยวประทับใจ

๓.แลกเปลี่ยนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะในการให้บริการ

ภาคประชาชน

๑.ช่วยภาครัฐในการตรวจสอบและช่วยกันจัดผู้ที่ประพฤติผิด

๒.เรียนรู้ในการพัฒนาทักษะในการให้บริการอย่างมืออาชีพ

๕ ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ด้านการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ภาครัฐ

๑.จัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสาร

๒.มี Call Center ไว้บริการ

๓.มีหน่วยช่วยเหลือเมื่อนักท่องเที่ยวประสบปัญหา

ภาคเอกชน

๑.ให้ความร่วมมือกับภาครัฐในการส่งข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อการประชาสัมพันธ์

๒.คอยตรวจสอบความทันสมัยของข้อมูลอยู่เสมอ

ภาคประชาชน

๑.เมื่อพบเห็นสิ่งผิดปกติควรแจ้งภาครัฐทันที

๒.ติดตามความรู้ในเรื่องต่างๆเพื่อที่จะช่วยประชาสัมพันธ์

๓.พัฒนาตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อรองรับ

AEC

๖ ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์
เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ภาครัฐ

๑.การทบทวนหลักเกณฑ์การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม/ร้านอาหารหรือ
สถานที่ที่ขายอาหารให้มีความสะดวก

๒.การเข้มงวดกับสถานประกอบการให้ดำเนินการถูกต้องตามกฎหมาย

๓.จัดฝึกอบรมให้กับสถานประกอบการในความรู้ในเรื่องต่างๆที่จำเป็น

ภาคเอกชน

๑.ศึกษากฎระเบียบของทางราชการและปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด

๒.ร่วมมือกับภาครัฐในการตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กฎหมาย

กำหนด

ภาคประชาชน

๑.ร่วมมือในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง

๒.แจ้งเบาะแสภาคเอกชนที่กระทำผิดเพื่อควบคุมให้อยู่ในมาตรฐาน

- รูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิง
สร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๑.รูปแบบทั่วไปในการพัฒนาทุนมนุษย์

มาตรฐานคุณภาพอาหาร

มาตรฐานความรู้ในการให้บริการ

มาตรฐานร้านค้า สถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

(รายละเอียดอยู่ในคู่มือ)

๒.รูปแบบเฉพาะในการพัฒนาทุนมนุษย์

การสร้างสรรค์ การประดิษฐ์คิดค้นสูตรอาหาร

การมีเอกลักษณ์เฉพาะ

การสื่อความหมาย หรือ การถ่ายทอดเรื่องราว ประสบการณ์

(รายละเอียดต่างๆอยู่ในหลักสูตรการฝึกอบรมที่ชุมชนร่วมกันพัฒนาขึ้นในแต่ละชุมชน)

- ปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

๑.ปัญหาในเรื่องมาตรฐานร้านอาหารถึงแม้ว่าจะมีหน่วยงานหลายหน่วยที่ควบคุมมาตรฐานร้านอาหาร แต่กำลังคนในการดูแลยังไม่เพียงพอ และสมรรถนะของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลอาจจะแตกต่างกันขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้มีอำนาจในการควบคุม ทำให้ร้านอาหารแต่ละแห่งมีมาตรฐานไม่เท่าเทียมกันในด้าน ความสะอาด คุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาปรุงเป็นอาหาร ความคงที่ของรสชาติ สุขอนามัยในร้านอาหาร เป็นต้น

๒.ปัญหาเรื่องสูตรอาหาร การศึกษาเรื่องอาหารเชิงสร้างสรรค์ ทำให้ผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์เมนูแตกต่างกันไป ทำให้ชื่ออาหารชนิดเดียวกัน แต่เมื่อไปที่ร้านแตกต่างกัน รสชาติอาจจะแตกต่างกัน และแต่ละร้านจะหวงแหนสูตรอาหารของตน ทำให้ไม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และถ่ายทอดภูมิปัญญาเหล่านี้

๓.ปัญหาเรื่องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการแต่ละรายมีความเชื่อมั่นในความสามารถด้านดำเนินการของตนจึงไม่ค่อยยอมพัฒนามาตรฐานหรือยกระดับไปสู่สากล ซึ่งผู้ประกอบการบางคนขาดความรู้ในการพัฒนาศักยภาพ เช่น การทำเมนูเป็นภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การมีตัวอย่างอาหารแสดงให้เห็นก่อนสั่ง การสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ ซึ่งบางร้านตั้งใจขายอาหารอย่างเดียว ไม่สนใจในกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ

๔.ปัญหาเรื่องเครือข่าย ขาดการเชื่อมโยงเครือข่าย ระหว่าง ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เพื่อที่บริษัทนำเที่ยวเป็นผู้หล่าลูกค้ามาส่งร้านอาหาร หรือร้านอาหารทำอาหารกล่องส่งให้กับบริษัทนำเที่ยว ถ้าทำไม่ทันก็มีเครือข่ายร้านอื่นช่วยกันทำ จะได้รับประโยชน์ร่วมกัน แต่ปัจจุบันต่างคนต่างทำ ต่างแข่งขันกัน บางครั้งตัดราคากันเองทำให้เสียประโยชน์ทุกฝ่าย

๕.ปัญหาเรื่องการจัดสรรผลประโยชน์ขาดคนกลางในการจัดสรรผลประโยชน์ภายในเครือข่ายทำให้เครือข่ายไม่ประสบผลสำเร็จ เช่น เมื่อบริษัทนำเที่ยวนำนักท่องเที่ยวมารับประทานอาหารที่ร้าน บริษัทจะได้รับประโยชน์ใดบ้าง ใครเป็นคนจัดสรรประโยชน์เหล่านั้น จัดสรรอย่างเป็นธรรมหรือไม่ เช่น ที่โฮมสเตย์แห่งหนึ่งในจังหวัดตราด มีคณะกรรมการที่ตั้งขึ้นมาดูแลในการจัดสรรประโยชน์ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาพักที่โฮมสเตย์ คณะกรรมการจะเป็นผู้จัดสรรว่าจะไปพักที่บ้านหลังใด เพื่อให้ประโยชน์ได้หมุนเวียนกันอย่างทั่วถึง และดูแลคุณภาพของที่พักให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ปัญหาคือ บางครั้งแต่ละบ้านความสามารถในการทำอาหารไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นก็มีแผนกอาหารที่ทำเลี้ยงนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สิ่งที่ดีที่ที่สุดและประทับใจกลับไป

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องแผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และรูปแบบการท่องเที่ยว นอกจากนี้ได้จัดทำคู่มือการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านดังกล่าว

ระเบียบวิธีในการศึกษา แบ่งเป็น ๕ ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- ๑ สืบค้นและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแผนงาน
- ๒ เดินทางไปสำรวจหาข้อมูลในประเทศต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว เช่น ญี่ปุ่น อังกฤษ เบลเยียม เนเธอร์แลนด์ หรือประเทศอื่นๆที่สามารถจะเดินทางไปได้
- ๓ การสังเคราะห์องค์ความรู้จาก โครงการย่อยที่ ๑ และ ๒ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและนำผลที่ได้มาสังเคราะห์องค์ความรู้และสร้างรูปแบบในการพัฒนาด้านทุนมนุษย์ ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้กำหนดนโยบาย และศักยภาพชุมชนในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ๔ ถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- ๕ จัดทำคู่มือในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเป็นคู่มือในการถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่

ผลการศึกษาโดยสรุป

องค์ความรู้ด้านทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้แก่

การจัดการเกี่ยวกับธุรกิจบริการที่พัก ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มและธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจเหล่านี้กว่าร้อยละ ๙๙เป็นผู้ประกอบการ SMEs และ MSEs รูปแบบของการประกอบธุรกิจจะมีลักษณะเป็นกิจการในครอบครัว ไม่ได้มีระบบการบริหารจัดการตามระบบทางธุรกิจอย่างเป็นระบบการดำเนินงานกิจการจะเป็นรูปแบบง่ายๆไม่ซับซ้อนเนื่องจากจะใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลักแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารงานกันตามความสมัครใจหรือความสามารถของสมาชิกในครอบครัวกันอย่างง่ายๆหรืออาจจะเป็นการให้ความช่วยเหลือกันระหว่างเพื่อนบ้านใกล้เคียงหรือคนในท้องถิ่นนั้นๆโครงสร้างองค์กรหรือ Organization Chart จะมีลักษณะที่ค่อนข้างราบไม่ได้มีการแบ่งแยกเป็นสายงานหรือสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจนหรือยุ่งยากซับซ้อนดังเช่นองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่หากงานในส่วนไหนยังขาดคนรับผิดชอบก็สามารถเข้าไปทำแทนกันหรือแรงงานหนึ่งคนสามารถรับผิดชอบในหลายหน้าที่ในเวลาเดียวกันได้เนื่องจากไม่ได้แบ่งแยกหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างเด็ดขาดชัดเจนนักถึงแม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs บางรายจะมีการจ้างแรงงานเพิ่มเติมจากการใช้แรงงานในครอบครัวก็จะเป็นการจ้างงานเพียงชั่วคราวในฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีย่านท่องเที่ยวมาใช้บริการมาก ไม่ได้มีการจัดโครงสร้างองค์กรเพื่อรองรับการขยายการบริหารงานหรือการบริการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวไม่มีการกำหนดตำแหน่งงานหรือการปรับระดับและอัตราเงินเดือนตามโครงสร้างองค์กรหรือหลักเกณฑ์ในการบริหารงานขององค์กรธุรกิจทั่วไปรวมทั้งอาจไม่ได้มีการทำสัญญาจ้างงานและให้สวัสดิการต่าง ๆ ตามกฎหมายแรงงานโดยอาจจะเป็นการเจรจาตกลงราคาค่าจ้างและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบกันง่าย ๆเท่านั้น หากทั้งผู้จ้างและผู้รับจ้างตกลงกันได้ก็เข้ามาร่วมงานกันไม่ใช่เป็นการหาแรงงานมาบรรจุตามตำแหน่งที่ว่างตามโครงสร้างองค์กรหากต้องการขยายงานหรือขยายการประกอบธุรกิจในส่วนไหนก็จะทำตามที่เจ้าของกิจการต้องการโดยไม่ได้มีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า

สำหรับปัญหาหลักในการบริหารจัดการคือ ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ และผู้ประกอบการยังไม่ได้มีการนำระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจมากนักอีกทั้งจากการที่ได้มีการรวบรวมข้อมูลหรือสถิติสำคัญเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจของตนเองอย่างเป็นระบบ ผู้ประกอบการจึงไม่เห็นความสำคัญของการที่จะต้องมีการจัดทำแผนงานหรือวางแผนเกี่ยวกับการดำเนินงานรวมทั้งการขยายกิจการในอนาคตการจัดการด้านการตลาดของผู้ประกอบการ มีลักษณะที่เรียบง่ายไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นทางการนักโดยอาจอาศัยการบอกต่อโดยนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการแล้วเกิดความประทับใจจึงแนะนำให้บุคคลใกล้ชิดหรือนักท่องเที่ยวรายอื่นหรือผู้ประกอบการอาจจัดทำเป็นใบปลิวหรือแผ่นพับที่พิมพ์ด้วยคอมพิวเตอร์หรือ

ถ่ายเอกสารแล้วนำไปแจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวหรือติดไว้ตามสถานที่ท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการมักไม่ได้มีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดอย่างเฉพาะเจาะจงอาจจะต้องมีการรวมกลุ่มกันในชุมชนหรือท้องถิ่นแล้วร่วมกันทำหรือขอความสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว

แผนงานนโยบายและกลยุทธ์การพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีกรอบแนวคิดคือ “การขยายตัวของการลงทุนทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจทางด้านโรงแรมเดปโตและกระจายตัวสู่ธุรกิจทางด้านอาหาร ดังนั้นต้องพัฒนาธุรกิจทางด้านอาหารให้รองรับการท่องเที่ยวโดยเน้นไปที่ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์” โดยมียุทธศาสตร์ของแผนการจัดการทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมแหล่งเรียนรู้สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้กับผู้ประกอบการและชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ ยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมทุนมนุษย์ของหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีความรู้ในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ได้รับบริการที่มีคุณภาพทางด้านอาหาร

ยุทธศาสตร์ที่ ๕ ยุทธศาสตร์ด้านการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๖ ยุทธศาสตร์ด้านการเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

แนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์และสร้างรูปแบบในการพัฒนาทุนมนุษย์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยการวิเคราะห์ความพร้อมของพื้นที่ในด้านความพร้อมด้านสาธารณูปโภคความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกความพร้อมด้านบริการความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์และความพร้อมด้านนโยบายของรัฐแนวทางในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติควรมียุทธศาสตร์ด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น

เนื้อหาของคู่มือการประกอบการแหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทยประกอบด้วยแนวทางการจัดการพื้นที่บริเวณอาคารและบริเวณโดยรอบ แนวทางการจัดการเครื่องมือ อุปกรณ์ และการบำรุงรักษา แนวทางการจัดการ

สุขลักษณะการประกอบอาหารในแหล่งเรียนรู้ แนวทางการจัดการสุขลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยแห่งความสำเร็จของแหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทย

เนื้อหาของคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเพื่อใช้ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประกอบด้วยคู่มือในการพัฒนาทักษะ ได้แก่ ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อการฝึกอบรม ความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์เพื่อการฝึกอบรม คู่มือในการรวบรวมความรู้ ได้แก่ ความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหาร ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร คู่มือการตลาด ได้แก่ ธุรกิจอาหาร ประเภทนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงตลาด

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของการดำเนินงานพัฒนาอาหารไทยประจำถิ่นนั้น ต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกัน ความสำเร็จจะนำมา ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ดังนั้นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอาหาร โดยเฉพาะในท้องถิ่นจึงเป็นที่สำคัญ โดยการสร้างแพ็คเกจอาหารและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเลือกสินค้าและกลุ่มตลาดที่มาจาก การวิเคราะห์สถานการณ์ของพื้นที่ การหาจุดยืนทางการตลาดและสร้างตราสินค้าให้แก่สินค้าอาหารที่เลือกเพื่อการเตรียมตัวรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนและมีผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมาให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติมและแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

๑ ข้อเสนอแนะด้านการจัดการของหน่วยงานต่างๆ

ภาครัฐ

๑. มีหน่วยงานที่ดูแลควบคุมให้อยู่ในมาตรฐานในด้านต่างๆ
๒. ให้ความรู้กับผู้ประกอบการในการพัฒนาศักยภาพ
๓. เป็นแกนกลางในการจัดตั้งและประสานงานเครือข่าย
๔. ให้คำปรึกษาเมื่อมีปัญหาและช่วยแก้ไขปัญหาให้บรรลุเป้าหมาย

ภาคประชาชน

๑. ร่วมมือกับภาครัฐในการดำเนินการในเรื่องต่างๆให้บรรลุความสำเร็จ
๒. ศึกษาหาความรู้และแนวทางในการพัฒนาชุมชนให้มีความก้าวหน้าเพื่อรองรับการเปิดประชาคมอาเซียน
๓. มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน/ท้องถิ่นให้บรรลุเป้าหมาย เช่นมีอัยยาศรัยที่ดีต่อนักท่องเที่ยว

ภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ

๑. ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ไม่แสวงหากำไรเกินควร

๒. พัฒนาธุรกิจของตนให้มีความเป็นสากล

๓. เรียนรู้และแสวงหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้มีความทันสมัย

๔. ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สร้างเครือข่ายในการดำเนินการ

๕. ร่วมมือกับภาครัฐในการพัฒนาไปสู่การเปิดประชาคมอาเซียน

๒ ข้อเสนอแนะด้านรูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประเภทของรูปแบบ

๑ .ร้านอาหาร/ภัตตาคาร

- อาหารสุขภาพ - อาหารท้องถิ่น - อาหารจานด่วน
- อาหารทั่วไป - อาหารเฉพาะในแต่ละชาติ

๒. โฮมสเตย์

ประเภทพักและรับประทานอาหารภายในโฮมสเตย์

ประเภทพักและมีกิจกรรมในการประกอบอาหารในโฮมสเตย์

ประเภทพักและร่วมกิจกรรมทุกอย่าง เรียนรู้วิถีชีวิตแบบชาวบ้าน

๓. โรงเรียนสอนทำอาหาร

หลักสูตรสอนนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ

หลักสูตรอบรมผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านอาหาร

๔. แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารครบวงจร

เรียนรู้แหล่งที่มาของอาหาร ประวัติความเป็นมา ความสำคัญ

เรียนรู้ประโยชน์และโทษของอาหารประเภทต่างๆ

เรียนรู้วิธีการทำอาหาร

เรียนรู้ศิลป์ในการตกแต่งอาหารและการทำอาหาร เช่น การตกแต่งอาหารทำให้น่ารับประทาน

เรียนรู้การประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การดัดแปลงเป็นอาหารประเภทต่างๆ การ

ทำให้เกิดคุณประโยชน์เพิ่มขึ้น สามารถต่อยอดองค์ความรู้ได้

๕. แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการขายอาหาร เช่น ถนนคนเดิน

๖ .ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

รูปแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ประเภทต้มยำ

- ต้มยำกุ้ง
- ต้มยำทะเล
- ต้มยำกุ้งมะพร้าวอ่อน
- ต้มยำน้ำขุ่น
- ต้มยำปลาเก๋า
- ต้มยำรวมมิตร
- ต้มข่าไก่

รูปแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ประเภทส้มตำ

- ส้มตำทะเล
- ส้มตำหอยดอง
- ส้มตำปูม้า
- ส้มตำปูไข่ดอง
- ส้มตำแตง
- ส้มตำทอดกรอบ
- ส้มตำกล้วยดิบ
- ส้มตำแครอท
- ส้มตำไข่เค็ม

รูปแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ประเภทผัดไทย

- เส้นจันท์ผัดปู
- ผัดไทยห่อไข่
- ผัดไทยกุ้งสด
- ผัดโคราช
- ผัดไทยโบราณ

รูปแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ประเภทปลาทอดน้ำปลา(ปลากะพง,ปลาเก๋า)

- ปลากะพงทอดน้ำปลา
- ปลาเก๋าทอดน้ำปลา
- ปลากะพงทอดยำมะม่วง
- ปลาสำลีทอดยำมะม่วง
- ปลาเก๋าทอดยำมะม่วง
- ปลากะพงทอดราดพริก
- ปลากะพงทอดสามรส
- ปลาเก๋าทอดสามรส
- ปลาเก๋าทอดราดพริก

รูปแบบอาหารเชิงสร้างสรรค์ประเภทลาบ

- ลาบหมู
- ลาบไก่
- ลาบปลาดุก
- ลาบปลากะพงทอด
- ลาบตับหวาน
- ลาบหมูทอด
- ลาบทะเล

๔ ข้อเสนอแนะด้านผลการนำรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารที่ได้จากผลการศึกษาไปทดลองปฏิบัติจริงในพื้นที่ที่ศึกษาบางพื้นที่ (Pilot test แบบ small scale) เพื่อประเมินผลจากผลการศึกษาในโครงการวิจัยนี้

๑ .การเชื่อมโยงภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนารูปร่างด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ภาครัฐ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนไปยังแหล่งท่องเที่ยว ตลาด การสร้างห้องน้ำ ป้ายบอกทาง เอกสาร/แผนที่แหล่งท่องเที่ยว การดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร ทีมในการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหา

ภาคเอกชน มีการจัดตั้งสมาคมธุรกิจ เพื่อรองรับนโยบายจากภาครัฐและประสานความร่วมมือกับชุมชน โดยไม่เอาเปรียบชุมชน ให้ความรู้และช่วยเหลือชุมชน

ชุมชน มีการพัฒนาศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยว เช่น ภาษา ทักษะและวิถีคิด ภูมิปัญญา การดูแลสุขภาพธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อมในชุมชนเพื่อความยั่งยืน การเพิ่มรายได้ของคนในชุมชน การบูรณาการความรู้ของคนในชุมชน การพึ่งพาตนเองได้อย่างเหมาะสม

๒ .การเชื่อมโยงผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๒.๑ จัดประกวดอาหารและให้รางวัลร้านอาหารที่ชนะเลิศการประกวด

๒.๒ จัดอันดับอาหารที่ต้องรับประทานเมื่อมาท่องเที่ยวในกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach

๒.๓ จัดทำแผนที่ร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน

๒.๔ จัดทำฐานข้อมูลเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆผ่านเครือข่าย

๒.๕ รวมกลุ่มเป็นเครือข่ายและส่งต่อลูกค้าให้ได้แบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน

๓ .การเชื่อมโยงชุมชนในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๓.๑ การแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างชุมชน

๓.๒ การมีปราชญ์ประจำท้องถิ่น

๓.๓ การมีศูนย์การเรียนรู้ในชุมชน

๓.๔ การมีข้อมูลข่าวสารใน web site

๓.๕ มีการเชื่อมโยงระหว่างภาคส่วนต่างๆในทุกๆด้าน

๔ .การสร้างเครือข่ายในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๔.๑ เครือข่ายระหว่างร้านอาหาร

๔.๒ เครือข่ายระหว่างร้านอาหารและที่พัก

๔.๓ เครือข่ายระหว่างร้านอาหารและบริษัททัวร์

๔.๔ เครือข่ายระหว่างร้านอาหารและส่วนราชการ

๔.๕ เครือข่ายระหว่างองค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

๕.แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๕.๑ แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวโดยหน่วยราชการ

๕.๒ แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวโดยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

๕.๓ แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวโดยเครือข่ายระหว่างประเทศ

๕.๔ แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวทาง internet

๕.๕ แนวทางการประชาสัมพันธ์รูปแบบการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง

๖.แนวทางการส่งเสริมกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนโดยการประสานงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ๓ ฝ่ายได้แก่ ภาครัฐ องค์กรพัฒนาเอกชน และภาคธุรกิจเอกชน โดย

- หน่วยงานภาครัฐจะเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตามแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาทักษะและโอกาสทางเศรษฐกิจของชุมชนและครอบครัว โดยเน้นการพัฒนาเทคนิค และทักษะของผู้ประกอบการ สนับสนุนแหล่งสินเชื่อ การส่งเสริมการรวมตัวของประชาชนและชุมชนที่ต้องการประกอบธุรกิจในรูปแบบของเครือข่าย

- องค์กรพัฒนาเอกชนจะดำเนินบทบาทเป็นผู้ประสานงานระหว่างภาครัฐและประชาชนและชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการดำเนินการธุรกิจของเอกชน เช่น การจัดหาวัตถุดิบส่งให้กับ ภาคธุรกิจเอกชน ให้ความรู้วิชาการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาทักษะการบริการ วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลว และให้คำแนะนำต่อการสร้างโอกาสและจัดอุปสรรค หาแนวทางในการสนับสนุนให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้ เกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาในด้านนโยบายที่ไม่เอื้ออำนวยทั้งในด้านภาษี สินเชื่อ การคุ้มครองความปลอดภัยทางอาหาร และความรู้ในการส่งเสริมคุณภาพของอาหาร

- ภาคธุรกิจเอกชน จะดำเนินบทบาทเป็นผู้สนับสนุนให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง โดยไม่เอาเปรียบชุมชน เป็นพี่เลี้ยงให้ชุมชนสามารถช่วยตนเองได้ โดยจัดสรรนักท่องเที่ยวที่สนใจในกิจกรรมต่างๆของชุมชนเข้าร่วมในกิจกรรมของภาคธุรกิจ แบ่งสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินงานมาสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน มีโครงการพัฒนาทักษะในการให้บริการ มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ มีการดำเนินงานที่เป็นความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจกับชุมชน เช่น การสั่งทำอาหารกล่องจากชุมชน เพื่อ เป็นอาหารกลางวันแก่นักท่องเที่ยว การจัดนักท่องเที่ยวไปร่วมกิจกรรมในชุมชน เป็นต้น

สรุปบทบาทภาครัฐและการเชื่อมโยง

รูปแบบ	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ภาคประชาชน
๑.ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	ทำแผนพื้บแนะนำ	รวมกลุ่มเพื่อควบคุมมาตรฐาน	มีส่วนร่วมในการดูแลปรับปรุง
๒.โฮมสเตย์	ควบคุมคุณภาพ	รวมกลุ่มเพื่อส่งต่อลูกค้าและแลกเปลี่ยนทรัพยากร	ช่วยดูแลให้สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ปกป้องมิให้ทำลายสภาพแวดล้อม
๓.โรงเรียนสอนทำอาหาร	-ให้คำแนะนำด้านบุคลากร -ให้ประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐาน	สร้างเครือข่ายลูกค้า	ประชาสัมพันธ์ ชักชวนให้มาเรียนเพื่อยกระดับมาตรฐาน
๔.แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารครบวงจร	จัดหาสถานที่อำนวยความสะดวก	ให้ความร่วมมือในการสร้างธุรกิจ	มีส่วนร่วมในการดูแลคุณภาพ
๕.แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการขายอาหาร เช่น ถนนคนเดิน	จัดหาสถานที่อำนวยความสะดวก	ให้ความร่วมมือในการสร้างธุรกิจ	มีส่วนร่วมในการดูแลคุณภาพ
๖.ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารพื้นบ้าน (OTOP)	แนะนำการพัฒนาหรือยกระดับสินค้า	รวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนการเรียนรู้	มีส่วนร่วมในการดูแลคุณภาพ
๗.การจัดเทศกาลอาหารในช่วงวันสำคัญต่างๆ	จัดหาสถานที่อำนวยความสะดวก	ให้ความร่วมมือในการสร้างธุรกิจ	มีส่วนร่วมในการดูแลคุณภาพ

๕ ข้อเสนอแนะแนวทางในการฝึกอบรมผู้ประกอบการในพื้นที่

ขั้นตอนที่ ๑ การเตรียมการ

๑.ประสานงานกับภาคยุทธศาสตร์(กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา,ทำเอง อปท.หรือร่วมทำกับภาคอื่นๆ)ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทาน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยสำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

๒.จัดทำ Road map การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้านอุปทานเกี่ยวกับอาหารไทย
ประจำถิ่น (เร่งด่วน/ปานกลาง/ระยะยาว)

๓.สร้างศูนย์เรียนรู้ด้านอาหาร หรือค้นหาปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้ด้านอาหาร เพื่อเป็น
แหล่งเรียนรู้หรือศึกษาดูงานด้านอาหาร

๔.ประสานงานกับแหล่งทุนภายนอก เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เพื่อ
จัดอบรมพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการอาหารและระบบมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร

ขั้นตอนที่ ๒ การเผยแพร่กระบวนการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้วยอุปทานเกี่ยวกับอาหารประจำถิ่น

๑.การเผยแพร่กระบวนการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ด้วยอุปทานเกี่ยวกับอาหารประจำถิ่น
โดยการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

๒.เผยแพร่ผลงานสู่เวทีสาธารณะโดยการออกบูธสินค้าในงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ
การสัมมนาทางวิชาการ

ขั้นตอนที่ ๓ การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านอุปทานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย
สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อแก้ไขปัญหาและ
พัฒนากลุ่มเป้าหมาย

๑.จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้อาหารไทยประจำถิ่นระดับพื้นที่และระดับภูมิภาค

๒.พัฒนาศักยภาพของศูนย์การเรียนรู้โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและนำเสนอ
ผลงานทางด้านอาหารผ่านเวทีแสดงต่างๆ

๓.สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ ๔ ด้าน (คน,งบประมาณ,การเรียนรู้,วิชาการ)

๖ ข้อเสนอแนะปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ

๑. การดำเนินงานพัฒนาอาหารไทยประจำถิ่นนั้นต้องประกอบด้วยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุก
ภาคส่วนโดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น ภาครัฐและภาคเอกชนร่วมมือกัน ความสำเร็จจะนำมาสู่การพัฒนาทาง
เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนดังนั้นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวอาหาร
โดยเฉพาะในท้องถิ่นจึงเป็นสิ่งสำคัญ

๒. การสร้างแพ็คเกจอาหารและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กระบวนการนี้เป็นการสร้างแรงจูงใจผ่านการนำเสนอสินค้าอาหาร เพื่อการท่องเที่ยวในรูปแบบแพ็คเกจและเส้นทางท่องเที่ยว ที่นำไปสู่แหล่งอาหารที่หลากหลาย ซึ่งควรมีแผนที่ชัดเจนว่า มีกิจกรรมที่ต้องทำอะไรบ้างที่เกี่ยวกับอาหารตามเส้นทางการท่องเที่ยว

๓. การเลือกสินค้าและกลุ่มตลาด ซึ่งจากผลการวิจัยในโครงการย่อยที่ ๑ ที่ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์ของพื้นที่และประเมินกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในกระบวนการเลือกและพัฒนา สินค้าด้านการท่องเที่ยวอาหารเพื่อนำเสนอให้เป็นสินค้าดึงดูดหลักที่สำคัญแก่แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่นั้นๆ รวมทั้งการจับกลุ่มตลาดที่สำคัญ

๔. การหาจุดยืนทางการตลาดและการสร้างตราสินค้า (Positioning and Branding) ให้แก่สินค้าอาหาร ที่เลือกเพื่อการเตรียมตัวรองรับการเปิดประชาคมอาเซียน เพื่อป้องกันการเลียนแบบและการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ควรให้ผู้ประกอบการมีความรู้ทางด้านกฎหมายลิขสิทธิ์ การจดทะเบียนสินค้าเกี่ยวกับอาหาร การมีมาตรฐานของสินค้าทางด้านอาหาร การขอการรับรองมาตรฐานในสินค้าอาหาร เพื่อความมั่นใจแก่ผู้บริโภค

๕. ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารโดยตรงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมาให้ความรู้และประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารเพิ่มเติมและแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการรับประทานอาหาร จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางด้านการอาหาร จัดทำคู่มือเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดทำวิดีโอในการเผยแพร่ความรู้ส่งผ่าน สื่อออนไลน์ เช่น Youtube เป็นต้น

๖. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาทุนมนุษย์ จัดให้มีเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้หลังจากผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สำคัญ มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ และมีการต่อยอดทางความคิด โดยภาครัฐควรให้การสนับสนุนการจัดตั้งเครือข่าย สนับสนุนงบประมาณที่จำเป็น สนับสนุนวิทยากรในการให้คำแนะนำ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. (2525). *สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้* (หน้า 30). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *โครงการวางแผนพัฒนาทรัพยากรสภาพแวดล้อมชุมชนและการท่องเที่ยวหมู่เกาะสี่จังหวัดชายฝั่ง* (รายงานขั้นสุดท้าย). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการต่างประเทศ. (2552). *รายงานประจำปี พ.ศ.2552* หน้า 16-17,19-21. กรุงเทพมหานคร : เอ็ม.ไอ.ดับบลิว. กรุ๊ปจำกัด.
- กระทรวงการต่างประเทศ. *กลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของ ASEAN (2011-2015)*. ค้น เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2556. จาก <http://www.mfa.go.th>
- กลุ่มงานความร่วมมือกับต่างประเทศ 2 (เอเชีย) สำนักเกษตรต่างประเทศ (2554). *สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว(สปป.ลาว)*. ค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2556. จาก <http://www.google.co.th>
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวปีพ.ศ. 2555 – 2560*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2557 จาก www.tourismkm-asean.org.
- กรมข่าวทหารบก กองบัญชาการกองทัพไทย.(ม.ป.ป). *เอกสารบำรุงความรู้: การเชื่อมโยงของประชาชนในประชาคมอาเซียน*. ค้นเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2557. จาก <http://www.rta.mi.th/data/article>.
- กรมอาเซียนกระทรวงการต่างประเทศ. (2555).*การเชื่อมโยงระหว่างกันในอาเซียน (ASEAN Connectivity)*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2557. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>.
- กรมอาเซียนกระทรวงการต่างประเทศ. (2552).*บันทึกการเดินทางอาเซียน*.กรุงเทพฯ : วิริดา แอนิเมชั่น จำกัด.
- กรมอาเซียนกระทรวงการต่างประเทศ. (2555).*การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน*. (หน้า1-7).ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>
- กรมอาเซียนกระทรวงการต่างประเทศ. (2555).*ASEAN mini Book*.ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>.
- กลุ่มงานนโยบาย กรมอาเซียน. (2555). *การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน*. ค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2556. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>
- กองประสานการลงทุนกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (มปป.). *ข้อมูลพื้นฐานประเทศไทย*. ค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2556 จาก <http://th.aectourismthai.com/tourismhub/932>
- กองอาเซียน 1กระทรวงการต่างประเทศ. (2554). *ประชาคมสังคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Politica – Security Community - APSC)*. (หน้า30-32). ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก

<http://www.mfa.go.th/asean/>.

กองอาเซียน 3 กระทรวงการต่างประเทศ. (2554). *ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community- AEC)*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>
 กองอาเซียน 3 กระทรวงการต่างประเทศ. (2554). *แผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงกันในอาเซียน* กรุงเทพฯ: คาริมา มีเดีย จำกัด

กองอาเซียน 4 กระทรวงการต่างประเทศ. (2554). *ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio – Cultural Community-ASCC)*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>
 กองอาเซียน 4 กรมอาเซียน. (2555). *ความคืบหน้าการดำเนินงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community - AEC)*. ค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน. จาก <http://www.mfa.go.th/asean/>

กองเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2 กรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระทรวงการต่างประเทศ. (2553). *สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. ค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2556. จาก <http://www.mfa.go.th>
 ครรชิต พุทธิโกษา. (2554). *กรอบประเด็นการวิจัยของประเทศไทยให้พร้อมรับสถานการณ์ การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน Thailand Research Direction and Research Problems for ASEAN Economic Community Situation*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
 ความร่วมมือด้านการขนส่งอาเซียน. ค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2556. จาก <http://www.thai-aec.com/47>
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2548). *การวางแผนดำเนินการตามความตกลงทางถนนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันการขนส่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: เพื่องฟ้าพรินติ้ง.
 เชษฐา พวงหัตถ์. (2554). *ภูมิภาคนิยมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้* (หน้า 60-69). วารสารร่วมพฤษภ ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2554) ฉบับวารสารอาเซียน (ASEANISSUES). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.

ณิชาพันธ์ เอี่ยมเพชร. (2555). *การท่องเที่ยวไทยในอาเซียนและทิศทางหลังเปิด AEC*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556 จาก : <http://www.thai-aec.com/518#ixzz2RulacRK1>

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2547). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ทศพล นรทัศน์. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559*. ค้นเมื่อ วันที่ 1 มกราคม 2556 จาก

<http://thaingo.org/web/2011/06/21/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0B8%99>

- ทิพรัตน์ บุษปะศิริ.(2556). *สถานการณ์การเมืองโลกในปัจจุบัน (POL6201)*.กรุงเทพมหานคร:ศูนย์เอกสารทางวิชาการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2556). *ประเทศไทยประตูลู่อาเซียน*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556 จาก.
<http://www.thai-aec.com/720#ixzz2Rujbt5N1>.
- พรพล น้อยธรรมราช. (มปป.). *ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน 2015 กับ ทฤษฎีการรวมตัวเชิงภูมิภาค : กรณีศึกษาเรื่องอาชญากรรมข้ามชาติในอาเซียน*. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีป้องกันประเทศ (องค์การมหาชน).
- พิมพ์มาดา วิชาศิลป์. (2554). *ชุดโครงการASEAN: การบูรณาการการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่าน หลักสูตรการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษาประเทศสาธารณรัฐ*
- พิษณุ สุวรรณะชญ. (2540). *สามทศวรรษอาเซียน = ASEAN in three decades*(หน้า 31,32,35-36,38-39,55-56). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยร่วมกับมูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ภูวิน บุนยะเวชชีวิน. (2553). *อาเซียนในศตวรรษที่ 21 : จากทัศนะภูมิภาคนิยมใหม่* (หน้า 27-33). วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2553). เชียงใหม่: คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2547). *โครงการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2549). *เส้นทางองค์ความรู้สู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มณีมัย รัตนมณี. (2521). *คู่มือองค์การระหว่างประเทศ* (หน้า 102) : กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนู วัลยะเพ็ชร. (2534). *อาเซียนกับความร่วมมือทางการเมือง*(หน้า 6) : กรุงเทพมหานคร. โอเดียนสโตร์
- มูลนิธิวิกิมีเดีย. (2554). *กฎบัตรอาเซียน*. ค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2556จาก.
<http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%81%E0%B8%8E%E0%B8%A%E0%B8%B1%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%8B%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99>
- วารินทร์ วงศ์หาญเช่าและคณะ. (2549). *ยุทธศาสตร์การค้าชายแดนและการค้าผ่านชายแดนประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยแห่งชาติ.
- วินิตตา ศุกรเสพย์. (2528). *อาเซียนในการเมืองโลก*: กรุงเทพมหานคร. เจ้าพระยาการพิมพ์

- วิทยา สุจริตนารักษ์. (2528). *อาเซียนในการเมืองโลก*: กรุงเทพมหานคร. เจ้าพระยาการพิมพ์.
- วีระพล ทองมา. (2549). *การจัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาเฉพาะพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวกลุ่มภาคเหนือ : เชียงราย เชียงใหม่ และลำพูน*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วรารณ จุลปานนท์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศระหว่างประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (PS714)* (หน้า1-5). กรุงเทพมหานคร : ศูนย์เอกสารทางวิชาการ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณ วลัยวานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิทยาลัยนวัตกรรม. (2555). *โครงการจัดทำแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยว*. รายงานฉบับสมบูรณ์: กรุงเทพมหานคร วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมพงษ์ ชูมาก. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในยุคปัจจุบัน(ทศวรรษ 1990 สู่ทศวรรษแรกแห่งศตวรรษที่ 21 (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรัช ศิริไกร. (2542). *โครงการวิจัยชุด การพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้การพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองลาว*. กรุงเทพมหานคร. สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- สุรัช ศิริไกร. (2552). *สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว(สปป.ลาว) การเมือง เศรษฐกิจและการต่างประเทศหลังวิกฤตเศรษฐกิจ(ค.ศ.1997-2007)*. เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเมือง เศรษฐกิจ และการต่างประเทศหลังวิกฤต เศรษฐกิจ(พ.ศ. 2540-2550). (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2555). *จาก Land-Locked สู่ Land-Link Country เสริมศักยภาพการท่องเที่ยวลาว*. ค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2556. จาก <http://hooninside.com/new-detail.php?id=11377>
- สีดา สอนศรี. (2527). *แนวความคิดและทฤษฎีการรวมกลุ่มและภูมิภาคนิยม* (หน้า 3) : กรุงเทพมหานคร. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุวิชา เป้าอารีย์. (2554). “*วิถีอาเซียนกับการจัดตั้ง AFTA 1Way of establishing the ASEAN and AFTA*” วารสารร่มราชพฤกษ์ปีที่ 29 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2554)ฉบับวาระอาเซียน (ASEAN ISSUES). กรุงเทพฯ. ศูนย์ส่งเสริมวิจัยและผลิิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2548). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก www.Wikipedia.com

- สมพงศ์ ชูมาก. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคปัจจุบัน(ทศวรรษ 1990 สู่ ทศวรรษแรกแห่งศตวรรษที่ 21 (พิมพ์ครั้งที่ 7) (หน้า46-52, 505-506). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมนึก แต่งเจริญ. (2519). การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่กำลังพัฒนา. เอกสารลำดับที่ 477 : กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สำนักการค้าบริการและการลงทุน กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2555). ข้อตกลงยอมรับร่วมกันในคุณสมบัติของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals). ค้นเมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2556 จาก.
108.167.147.43/~lmi/images/file/news/news10.pdf
- สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. *กรอบความร่วมมือท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism)*. ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556. จาก http://pmqa.mots.go.th:8081/guest_apecs.
- อนุวัฒน์ อินทร. (2551). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน.วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท(ยุทธศาสตร์การพัฒนาภูมิภาค). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อวิรุทธ์ เหมานุรักษ์. (2556). *ประโยชน์ของไทยกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน*.ค้นเมื่อวันที่ 1 มกราคม 2556.จาก <http://www.studyasean.in.th/index.php/th/learning/m1/unit3/thailand-s-economy-with-asean>
- อุษณีย์ ศรีธัญรัตน์. (2555). *ความเชื่อมโยงระหว่างกันภายในอาเซียนเชื่อมโยงอย่างไร*. ค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2556 จาก. www.prd.go.th/ewt_dl_link.php?nid=39777

ภาษาอังกฤษ

- Asadakorn Eksaensri. (1980). *Foreign Policy Making in Thailand : ASEAN Policy 1967-1972* (pp.234-246) : ph. D diss., State University of New York at Binghamton
- Deutsch Karl W. (1964). *The nerves of government* (p.159): New York
- Dougherty ,James E, & Palfzgraff, Robert L. (1981). *Contending theories of international relations* (pp. 417-418): New York. Harper and Row. Etzioni, Amitai. (1964). *Modern Organizations*. Engle wood Cliffs, New York: Pretice – Hall.
- Keohane, Robert O. and Joseph S. Nye Jr. (1972). *Transnational Relation and World Politics* (p.59): Cambridge. Massachusetts. Harvard University Press
- Keohane, Robert O.,Nye,Joseph S.(1975). *International interdependence and integration*.

In Fred Greenstein & Nelson Polsby (Eds.) *Handbook of Political Science*. vol.8
(pp.361-372): Menlo Park, CA. Addison Wesley Publishing Company

Seah Chee Meow. (1974). *ASEAN and Regionalism in Southeast Asia*. Vol.2 no 3. (pp.1-3) :
Singapore. Singapore University.

ภาคผนวก

คู่มือการประกอบการ
แหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทย

การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ร้านอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์
สำหรับกลุ่มท่องเที่ยว Active Beach เพื่อรองรับ
การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สารบัญ

	หน้า
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกสู่การเรียนรู้อาหารไทย	2
ค่านิยมของการเรียนรู้อาหารไทย	3
วิธีดำเนินการแหล่งเรียนรู้อาหารไทย	4
แนวทางการจัดการพื้นที่บริเวณอาคารและบริเวณโดยรอบ	8
แนวทางการจัดการเครื่องมือ อุปกรณ์ และการบำรุงรักษา	11
แนวทางการจัดการสุขลักษณะการประกอบอาหารในแหล่งเรียนรู้	14
แนวทางการจัดการสุขลักษณะสุขลักษณะส่วนบุคคล	17
ปัจจัยแห่งความสำเร็จของแหล่งเรียนรู้อาหารไทย	19

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกสู่การเรียนรู้อาหารไทย

พฤติกรรมของสังคมยุคใหม่ที่ส่งผลต่อการเรียนรู้อาหารไทย มาจากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้น ตาม Mega Trends ซึ่งหมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อเนื่องยาวนานอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่สำคัญ 6 ด้าน ดังนี้

1. การขยายตัวของสังคมเมือง (Urbanization)

แนวโน้มการขยายตัวของเมืองไทยไปสู่เมืองสำคัญต่าง ๆ ประชากรเริ่มมีที่พักอาศัยในแถบชานเมืองมากขึ้น ส่งผลให้ความเจริญเติบโตกระจายไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น

2. วิถีชีวิตยุคดิจิทัล (Digital Lifestyle)

แนวโน้มการใช้ชีวิตที่อยู่บนอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ต่าง ๆ และการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ซึ่งจะเติบโตมากขึ้นในอีก 10 ปี ข้างหน้าและช่องทางในการขยายการประกอบการที่มีประสิทธิภาพคืออินเทอร์เน็ต ปัจจุบันนั้นอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทในวิถีชีวิตของคนทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสาร การรับข้อมูลข่าวสาร การทำงาน การทำธุรกรรมทางการเงิน ทำให้ผู้บริโภคสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว สะดวกและทันเวลามากขึ้น

3. การขนส่งที่รวดเร็วมากขึ้น (Hi-Speed and Coverage Logistics)

แนวโน้มระบบโลจิสติกส์ที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำลง ซึ่งระบบโลจิสติกส์มีผลต่อคุณภาพชีวิตของประชาชนที่ดีขึ้นมีความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ระบบโลจิสติกส์ยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดทำให้การคิดค้นเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวดเร็วขึ้น จากเดิมนั้น ใช้เวลาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เฉลี่ย 10 ปี ลดลงเป็น 5 ปีในปัจจุบัน และคาดว่าจะลดลงอีกในอนาคต

4. สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society)

แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุ ความเจริญก้าวหน้าทางการแพทย์ ทำให้คนอายุยืนยาวขึ้น โดยมีการประมาณการว่าในปี 2568 จะมีประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งประชากรกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่กำหนดทิศทางเกี่ยวกับเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังนั้น อาหารที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้สูงอายุ จึงเป็นโอกาสและเป็นที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้อาหารไทย

5. เศรษฐกิจสีเขียว (Greening Economy)

กระแสโลกสีเขียวที่เรียกร้องให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องจึงต้องให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ปัจจุบันในระดับอุตสาหกรรมมีโรงงานที่ได้รับการรับรองอุตสาหกรรมสีเขียวไม่น้อยกว่า 3,500 โรงงาน แสดงถึงกระแสของการดูแลสิ่งแวดล้อมและเชื่อมโยงถึงการรักษาสุขภาพภายใต้แนวคิดอาหารปลอดภัยอีกด้วย

6. อำนาจของเพศหญิง (She-Economy or Woman Power)

แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของบทบาทสตรีในการขับเคลื่อนประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง อีกทั้งในระดับครอบครัวผู้หญิงยังมีบทบาทในการดูแลการเงินเป็นหลัก ดังนั้น อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับเพศหญิงอีกด้วย

คำนิยามของการเรียนรู้อาหารไทย

การเรียนรู้อาหารไทย หมายถึง การเรียนรู้ผ่านแหล่งเรียนรู้ที่ให้บริการสอนทำอาหาร/ปรุงอาหารให้กับบุคคลทั่วไป นักท่องเที่ยวที่สนใจที่จะเรียนรู้วิธีการทำอาหารชนิดใดชนิดหนึ่ง การเรียนการสอนมีกระบวนการสอนที่ไม่ซับซ้อน ผู้สอนเป็นผู้ที่มีความรู้และ/หรือ มีประสบการณ์ด้านการทำอาหาร มีความสามารถในการคิดค้นสูตรการทำอาหารใหม่ ๆ และสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในการทำอาหารนั้น ๆ ให้กับผู้อื่นได้

รูปแบบที่สามารถดำเนินการแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

1. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร

ร้านอาหารดังกล่าวสามารถดำเนินการแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในร้านอาหารรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารเฉพาะในแต่ละชาติ หรือร้านอาหารประเภททั่วไป เป็นต้น

2. โฮมสเตย์

หมายถึง ที่พักแรมประเภทพักและรับประทานอาหารภายในโฮมสเตย์ ซึ่งอาจมีกิจกรรมในการประกอบอาหารในโฮมสเตย์ ในขณะที่แหล่งพักแรมประเภทนี้อาจมีการเรียนรู้วิถีชีวิตแบบชาวบ้านก็ได้

3. ล่องสแคว์

หมายถึง แหล่งที่พักแรมที่มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อการพักผ่อน ซึ่งสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต หรือฝึกอบรมระยะสั้นและสร้างงานอดิเรกขึ้นได้ในบางกรณี

4. โรงเรียนสอนทำอาหาร

ซึ่งสามารถกำหนดเป็นหลักสูตรที่เปิดสอนสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ โดยแบ่งหลักสูตรเป็นครึ่งวันถึงสองวัน ในขณะที่เดียวกันอาจมีการฝึกอบรมผู้ประกอบการด้านอาหารสำหรับร้านอาหารหรือครอบครัวก็ได้

5. แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารครบวงจร

ถือเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ครบวงจร ซึ่งสามารถรับรู้ถึงประวัติความเป็นมาของอาหาร ที่มาของวัตถุดิบ ประโยชน์และโทษของอาหารประเภทต่าง ๆ ในขณะเดียวกันก็อาจเรียนรู้ศิลปะในการทำอาหาร และการประยุกต์ใช้อาหารในเทศกาลต่าง ๆ อย่างครบวงจร

6. แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการขายอาหาร

ซึ่งประกอบด้วย แหล่งเรียนรู้ที่ตั้งอยู่ในถนนคนเดิน ร้านอาหารแผงลอยริมหาดหรือแหล่งท่องเที่ยว หรือแม้แต่ร้านอาหารในตลาดสดเทศบาล เป็นต้น

7. แหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารพื้นบ้าน

ประกอบด้วยแหล่งที่จำหน่ายอาหารพื้นบ้าน เช่น สินค้าโอท็อป ประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าสำเร็จรูปเพื่อเป็นของที่ระลึกและของฝากแก่นักท่องเที่ยว

8. การจัดนิทรรศการหรือเทศกาลอาหารสำคัญต่าง ๆ

ถือเป็นรูปแบบในการจัดเทศกาลอาหาร เช่น การประกวดการทำอาหาร การสาธิตการทำอาหาร หรือการขายอาหารประจำถิ่น รวมถึงการจัดนิทรรศการประเภทพื้นบ้านต่าง ๆ

วิธีดำเนินการแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

1. กำหนดกลุ่มผู้เข้าร่วมเรียนรู้อาหารไทย (Customer Segments)

ระบุกลุ่มผู้เข้าร่วมเรียนรู้อาหารไทยที่จะสอนทำอาหารทั้งกลุ่มที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและกลุ่มที่อยู่ในอนาคต เพื่อวางแผนและออกแบบแหล่งเรียนรู้ได้อย่างสอดคล้องและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง เช่น

➤ กลุ่มที่สนใจชอบทำอาหารและติดตามข่าวสารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ชอบเข้าครัวและปรุงอาหารด้วยตนเอง ชอบปรับและเปลี่ยนแปลงเมนูอาหารต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของตนเอง เป็นต้น

➤ กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการทำอาหารเนื่องในโอกาสพิเศษ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เคยและไม่เคยทำอาหาร แต่สนใจจะทำอาหารประเภทใดประเภทหนึ่งในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น การทำเค้กเนื่องในวันเกิดของคนพิเศษ หรือทำเครื่องปรุงอาหารทะเลเนื่องในโอกาสพิเศษในการท่องเที่ยว

➤ กลุ่มเป้าหมายที่ทำอาหารเพื่อเป็นกิจกรรมสันทนาการ เป็นกลุ่มเป้าหมายที่นำกิจกรรมการทำอาหารมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานของตนเอง โดยส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายประเภทนี้จะเป็นกลุ่มเป้าหมายขององค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ เช่น

- กิจกรรมทำอาหารไทยที่บริษัททัวร์จัดให้กับนักท่องเที่ยวชาวอาเซียน
- กิจกรรมทำอาหารเพื่อสร้างความสามัคคีให้กับพนักงานในองค์กร
- กิจกรรมการทำอาหารเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมไทยของนักศึกษาแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติ เป็นต้น

2. คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions)

การนำเสนอคุณค่าของแหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทย โดยสอนทำอาหารที่เป็นไปตามความคาดหวังของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งกระบวนการนำเสนอคุณค่าจะอยู่ในทุก ๆ ขั้นตอนของแหล่งเรียนรู้ร้านอาหาร เช่น

- การให้คำแนะนำหลักสูตรการเรียนรู้ทำอาหารที่เหมาะสมและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- การเรียนการสอนทำอาหารที่สนุกสนาน จากการลงมือทำอาหารด้วยตนเอง
- ความง่ายและสะดวกในการปรุงอาหาร (จากการจัดเตรียมวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ ไว้อย่างเรียบร้อยและเหมาะสม)
- การสร้างความประทับใจในชิ้นงาน/อาหารที่ผู้เรียนปรุงเสร็จแล้ว เช่น การเตรียมกล่องบรรจุอาหารที่สวยงาม เพื่อให้ผู้เรียนนำอาหารนั้น ๆ กลับไปบริโภคที่บ้านหรือส่งมอบอาหารให้กับผู้อื่น
- ความง่ายต่อการเรียนรู้ และสามารถเข้าถึงผู้เรียนได้อย่างทั่วถึงจากการเรียนรู้เป็นกลุ่มย่อย
- การต่อยอดความคิดสร้างสรรค์อาหารด้วยตนเอง จากการให้อิสระและคำปรึกษาหลังชั่วโมงเรียนหรือทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค

3. ระบุช่องทาง (Channels)

การติดต่อสื่อสารและนำเสนอแหล่งเรียนรู้ที่ให้บริการสอนทำอาหารไทยไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าถึงและติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว ในทุกช่วงเวลาการส่งมอบคุณค่าย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจในการใช้บริการที่มากกว่า อาทิ

- โซเชียลมีเดีย (Social Media) เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นจำนวนมาก สะดวกและสามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วผ่านโซเชียลมีเดียประเภทต่าง ๆ อาทิ เพจบุ๊ก อินสตาแกรม หรือไลน์ เป็นต้น
- เว็บไซต์ (Web site) เป็นช่องทางการสื่อสารที่สามารถระบุรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทยได้อย่างครบถ้วน เช่น หลักสูตรการเรียนการสอนทำอาหาร ค่าใช้จ่ายในการสอนทำอาหาร ค่าใช้จ่ายในการเรียนการสอน วัน เวลาและสถานที่ในการเรียนการสอนแต่ละหลักสูตรและสถานที่ตั้งของกิจการ เป็นต้น อีกทั้งเว็บไซต์ยังเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มคนได้เป็นจำนวนมากโดยไม่จำกัดช่วงเวลาอีกด้วย
- การบอกต่อ (Word of Mouth) เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้บริโภค หรือกลุ่มลูกค้าด้วยกันเอง จากกลุ่มเป้าหมายที่เคยใช้บริการแล้ว และมีการบอกต่อหรือแนะนำองค์การเรียนรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ที่สนใจเรียนรู้ร้านอาหารไทยต่าง ๆ

4. สร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมาย (Target Group Relationships)

การสร้างความประทับใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายในทุกขั้นตอนของการเรียนการสอนทำอาหาร ซึ่งกระบวนการทั้งหมดจะมีความเชื่อมโยงกันตลอดกระบวนการเรียนรู้และการประกอบการ เช่น

- การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการเรียนการสอน โดยการสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองระหว่างผู้เรียนกับผู้เรียน และผู้เรียนกับผู้สอน
- การสร้างการมีส่วนร่วม โดยเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ใช้ไอเดียและความคิดสร้างสรรค์ในการดัดแปลงรูปร่างหรือตกแต่งหน้าตาอาหารได้ตามใจชอบ โดยมีผู้สอนให้คำแนะนำอย่างเป็นกันเอง
- การสร้างทัศนคติที่ดีกับผู้เรียนทำอาหาร โดยให้ผู้เรียนรู้สึกสนุกสนาน และมีความสุขในการทำอาหาร เหมือนการได้มาทำกิจกรรมยามว่างกับเพื่อนๆ มากกว่าการมาเรียนทำอาหารอย่างเคร่งเครียด
- การเข้าถึงองค์ความรู้หลักหรือการสร้างชุมชนกลุ่มเป้าหมาย (Community) เพื่อก่อให้เกิดการพูดคุยและรู้จักกันระหว่างกลุ่มเป้าหมาย การแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันหรือตอบข้อซักถามต่าง ๆ ที่กลุ่มเป้าหมายสงสัยหลังจากเสร็จสิ้นการเรียนทำอาหารไปแล้ว

5. รายได้ (Revenue Streams)

รายได้หลักที่สำคัญของการดำเนินงานเป็นรายได้โดยตรงที่ได้จากการเรียนรู้ด้านการทำอาหารไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ

- กลุ่มเป้าหมายทั่วไป คือ ผู้เรียนและผู้ให้บริการเรียนรู้อาหารโดยตรง ได้แก่ ผู้ที่ชื่นชอบการทำอาหารหรือทำอาหารเป็นงานอดิเรก หรือกลุ่มผู้ที่สนใจจะทำอาหารเนื่องในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น
- กลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยบริการสอนทำอาหารให้แก่ผู้ที่สนใจจะทำอาหารไทยในช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น
- กลุ่มลูกค้าและผู้ประกอบการ เช่น กลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการต่าง ๆ เช่น บริษัททัวร์จัดกิจกรรมการทำอาหารไทยไว้ในแพ็คเกจทัวร์ บริษัทเอกชนจัดกิจกรรมทำอาหารไว้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมสันทนาการบริษัท เป็นต้น

6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)

ปัจจัยหรือทรัพยากรสำคัญที่ผู้ดำเนินงานจำเป็นต้องมีทรัพยากรที่ดีและมีคุณภาพจะสามารถสร้างคุณค่าให้กับแหล่งเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี และได้รับความไว้วางใจจากผู้รับบริการ นำมาซึ่งรายได้ ซึ่งในแหล่งเรียนรู้บริการสอนทำอาหาร ควรให้ความสำคัญกับทรัพยากรหลักที่สำคัญในการประกอบการแหล่งเรียนรู้ ซึ่งประกอบไปด้วย

- เชฟหรือบุคลากรผู้สอนทำอาหารไทย หรือผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ที่มีความรู้ความสามารถและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักหรือได้รับการยอมรับในย่านแหล่งเรียนรู้
- เมนูอาหารสร้างสรรค์ที่มีความหลากหลายและมีการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนอย่างสม่ำเสมอ ทันต่อยุคสมัยและกระแสนิยม

- อุปกรณ์ทำอาหารที่ทันสมัย ง่ายต่อการใช้งาน เหมาะสมกับประเภทอาหารที่เรียนรู้และกลุ่มเป้าหมาย
 - วัตถุดิบ ในการสอนทำอาหารไทยที่สะอาดและเป็นไปตามมาตรฐานสากลเพื่อการบริโภค
 - ห้องเรียน/สถานที่สอนทำอาหารที่ได้รับการออกแบบและตกแต่งไว้อย่างสวยงาม เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และดูทันสมัยตามคอนเซ็ปต์การให้บริการของแหล่งเรียนรู้
- โดยที่ผู้ประกอบการแหล่งเรียนรู้สามารถคัดเลือกและจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ได้ตามความเหมาะสม ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับเงินทุน รูปแบบหรือคอนเซ็ปต์ขององค์กรและกลุ่มเป้าหมายที่จะมาเรียนรู้อาหารไทย

7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)

เป็นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับแหล่งเรียนรู้ที่บริการสอนทำอาหาร โดยมีกิจกรรมหลัก ๆ ที่สำคัญ ดังนี้

- การสอนทำอาหาร โดยให้บริการสอนทำอาหารประเภทต่าง ๆ โดยผู้บริหารแหล่งเรียนรู้ควรให้ความสำคัญกับคอนเซ็ปต์หรือกลุ่มเป้าหมาย เพื่อกำหนดบริการสอนทำอาหารประเภทต่าง ๆ ได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- การส่งมอบสูตรอาหาร โดยการจัดหาและจัดเตรียมสูตรอาหารต่าง ๆ ที่สามารถส่งมอบให้กับกลุ่มเป้าหมายได้ทันที ณ วันที่เรียนรู้หรือสอนทำอาหาร
- การส่งมอบอาหาร โดยที่กลุ่มเป้าหมายทำขึ้นเองให้แก่เจ้าของที่เรียนรู้ เพื่อให้ผู้เรียนรู้เกิดความประทับใจและได้ทดลองบริโภคอาหารที่ทำเองหรือนำกลับไปมอบให้ผู้อื่น
- การสร้างเครือข่ายการให้บริการหลังการเรียนรู้ โดยการตอบข้อซักถามและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างผู้เรียน ผู้สอนและแหล่งเรียนรู้ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

8. ผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก (Key Stakeholders)

เครือข่ายพันธมิตรและผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก ในการดำเนินงานของแหล่งเรียนรู้อาหารไทย ประกอบไปด้วยกลุ่มหรือบุคคล ดังนี้

- สถาบันสอนทำอาหาร/โรงเรียนสอนทำอาหาร ทั้งนี้เพื่อจัดหาเซฟหรือพ่อครัว
- ปราชญ์ชาวบ้าน/ผู้นำชุมชน ทั้งนี้เพื่อเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสูตรอาหารและแหล่งวัตถุดิบในการผลิตอาหารไทย
- นักเรียน/นักศึกษาสาขาที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทั้งนี้เพื่อจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ด้านอาหารมาเป็นผู้ช่วยในการเรียนการสอน เช่น แหล่งเรียนรู้ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นเด็ก จะต้องจัดให้มีผู้ช่วยสอนคอยดูแลและเอาใจใส่

- หน่วยงาน/องค์การ/สถาบันการศึกษา เพื่อเป็นการประสานงานจัดกิจกรรมการเรียนการสอนทำอาหาร เช่น นำเสนอการประกอบอาหารเป็นการเรียนรู้ให้กับนักเรียนแลกเปลี่ยน เป็นต้น
- ธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์การทำอาหาร เพื่อสร้างความร่วมมือการจัดหาอุปกรณ์ต่าง ๆ ทั้งวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในการทำอาหาร ซึ่งจะส่งผลดีต่อการขยายแหล่งเรียนรู้
- ธุรกิจจำหน่ายวัตถุดิบอาหาร เพื่อสร้างความร่วมมือในการจัดหาวัตถุดิบสำหรับการปรุงอาหาร รวมถึงการสนับสนุนสินค้าในรูปแบบสปอนเซอร์ขององค์การเรียนรู้

9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)

เป็นการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายรายการสำคัญ ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการเริ่มต้นแหล่งเรียนรู้และในขณะดำเนินงานแหล่งเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างต้นทุนที่สำคัญ ๆ ดังนี้

- การลงทุนในสินค้ายาว ได้แก่ ค่าออกแบบและตกแต่งสถานที่/ห้องเรียนสำหรับเรียนรู้ ค่าวางระบบต่าง ๆ และค่าอุปกรณ์เครื่องใช้ เช่น ตู้แช่วัตถุดิบ ตู้อบ เป็นต้น
- การลงทุนในสินทรัพย์หมุนเวียน ซึ่งประกอบด้วย
 - ต้นทุนคงที่ ได้แก่ เงินเดือนพนักงานประจำ ค่าเช่าสถานที่ และค่าอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
 - ต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าวัตถุดิบอาหาร ค่าวัสดุสิ้นเปลือง ค่าสาธารณูปโภค เป็นต้น

แนวทางการจัดการพื้นที่บริเวณอาคารและบริเวณโดยรอบ

แหล่งเรียนรู้ควรตั้งอยู่ในสภาพแวดล้อมที่สะอาด ไม่เป็นแหล่งสะสมของจุลินทรีย์และวัตถุมิพิษ และไม่เป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของหนูและแมลงอื่นจะก่อให้เกิดการปนเปื้อนภายในแหล่งเรียนรู้ ตัวอาคารที่ประกอบและจำหน่ายอาหารควรมีการออกแบบให้สามารถป้องกันฝุ่นและสัตว์พาหะต่าง ๆ ได้ และง่ายต่อการดูแลทำความสะอาด รวมถึงควรมีระบบการระบายอากาศที่ดี หีอน้ำควรแยกออก จากแหล่งเรียนรู้ อาหารอย่างเป็นสัดส่วน ภายในห้องน้ำควรมีการระบายอากาศที่ดีและดูแลให้สะอาดอย่างสม่ำเสมอ แหล่งเรียนรู้ควรจัดให้อ่างน้ำพร้อมก๊อที่ไ้มาตรฐานและสบู่เหลวเพื่อให้ผู้ใช้บริการล้างมือก่อนและหลัง การเรียนรู้อาหาร และหลังจากออกจากห้องน้ำการจัดการขยะ เศษอาหารและน้ำทิ้งภายในแหล่งเรียนรู้ต้องมีประสิทธิภาพ

1. สถานที่ตั้ง

แหล่งเรียนรู้ ควรตั้งอยู่ในพื้นที่ซึ่งห่างไกลจากแหล่งปฏิกูล เช่น บริเวณทิ้งขยะ บ่อน้ำทิ้ง บริเวณโดยรอบแหล่งเรียนรู้อาหาร ต้องไม่มีน้ำขังและสกปรก ไม่มีดินไม้รก รวมทั้งไม่มีอุปกรณ์และสิ่งของที่ไมเกี่ยวข้องกับนอกจากนี้บริเวณแหล่งเรียนรู้ต้องปราศจากมลพิษจากฝุ่น ควัน และสารเคมี

2. อาคาร

โครงสร้างและผนังอาคารต้องก่อสร้างด้วยวัสดุที่ไม่ติดไฟง่าย มีความคงทนถาวร ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่เป็นที่สะสมของฝุ่นและสิ่งสกปรก พื้นทำจากวัสดุคงทน เรียบ ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่ลื่น และมีการออกแบบให้มีระบบการระบายน้ำทิ้งที่มีประสิทธิภาพ ตัวอาคารสามารถป้องกันฝุ่น และสัตว์พาหะได้ โดยอาจติดตั้งเครื่องปรับอากาศหรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันแมลงหากเป็นอาคารเปิดโล่ง ต้องให้ความสำคัญกับการดูแลบริเวณโดยรอบ มิให้เป็นแหล่งสะสมของสิ่งสกปรกที่จะนำไปสู่การปนเปื้อนในแหล่งเรียนรู้อาหาร โดยหลักการว่า อาคารต้องโล่งเพียงพอให้สามารถเห็นจุดที่สะสมสิ่งสกปรก และจัดการได้โดยสะดวก แต่ต้องไม่โล่งมากเกินไปจนทำให้ฝุ่นและฝนสาดเข้าได้โดยง่าย บริเวณเตรียมอาหารต้องไม่เปิดโล่ง ในกรณีที่เป็นอาคารขนาดใหญ่การแบ่งและกำหนดชื่อเรียกพื้นที่จะช่วยให้สามารถบริหารจัดการได้สะดวกยิ่งขึ้น

3 . หลังกา

หลังกาต้องสร้างด้วยวัสดุที่ไม่ติดไฟง่าย มีความคงทน และสามารถป้องกันการปนเปื้อนจากภายนอก นอกจากนี้ต้องป้องกันสัตว์พาหะได้ ทั้งนี้อาจมีการติดตั้งวัสดุเสริม เช่น ตะข่ายกันนก ขายคา โดยรอบต้องยื่นออกจากตัวอาคารในระยะที่เพียงพอกับการป้องกันแสงแดด ฝนและฝุ่น อาจมีการติดตั้งรางน้ำฝนหรือคูแลพื้นที่ใต้ขายคา เพื่อป้องกันมิให้น้ำฝนพร้อมสิ่งสกปรกกระเด็นจากพื้นเข้าสู่อาคาร เพดานที่อยู่ภายในอาคารควรอยู่ในสภาพที่ทำความสะอาดได้ง่าย อาจมีการติดตั้งฝ้าแผ่นเรียบหรือไม่ก็ได้ ในกรณีที่ไม่มีการติดตั้งฝ้าเพดาน ต้องมีการออกแบบให้อยู่ในลักษณะที่ง่ายต่อการทำความสะอาด ไม่เป็นที่สะสมของฝุ่น และควรมีการทำความสะอาดเพดานอย่างสม่ำเสมอ

4. การระบายอากาศ

แหล่งเรียนรู้อาหารไทย ต้องมีระบบระบายอากาศที่ดี ไม่อึดอัด ไม่มีไอน้ำ ควนและกลิ่นอาหารอบอวล ผู้ใช้บริการและผู้ประกอบอาหารสามารถประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ได้โดยไม่รู้สึกร้อน โดยอาจมีการติดตั้งพัดลมในตำแหน่งที่เหมาะสมหรือใช้วัสดุบุหลังกาหรือเพดานซึ่งป้องกันความร้อนจากหลังกาได้ ส่วนในบริเวณเตรียมอาหารควรจัดให้มีเครื่องดูดควันที่มีประสิทธิภาพในตำแหน่งที่เหมาะสม

5 . ระบบน้ำใช้และน้ำทิ้ง

น้ำบริโภคในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท ไม่ควรใช้สายยางต่อจากจุดส่งน้ำ หากจำเป็นต้องใช้ควรควบคุมความสะอาดของสายยางและการจัดเก็บให้ดี มิให้เกิดการปนเปื้อนสิ่งสกปรกลงสู่อาหารได้ นอกจากนี้ควรติดตั้งจุดส่งน้ำใช้ในตำแหน่งต่างๆ ในพื้นที่รวมของ แหล่งเรียนรู้เท่าที่จำเป็น โดยอาจติดกุญแจก๊อกน้ำไว้สำหรับเจ้าหน้าที่ใช้งานเท่านั้น

ระบบน้ำทิ้งประกอบด้วยท่อหรือรางระบายน้ำที่มีสภาพดี ไม่แตกร้าว สามารถระบายน้ำจากห้องครัวและบริเวณล้างภาชนะลงสู่ท่อหรือบ่อบำบัดน้ำได้ดี และต้องไม่ระบายน้ำทิ้งลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะโดยตรง ควรติดตั้งตะแกรงปิดท่อเพื่อมิให้มีการทิ้งขยะที่เป็นของแข็งลงไปได้ ท่อหรือรางระบายน้ำต้องสามารถทำความสะอาดได้ง่าย ทั้งนี้ควรเป็นท่อที่สามารถเปิดทำความสะอาดได้ทุกวัน ซึ่งจะรักษาความ

สะอาดได้ดีกว่า และพึงสังวรไว้ว่า หากสามารถรักษาพื้นน้ำทิ้งภายใน แหล่งเรียนรู้ได้สะอาดเท่ากับพื้นอาคารแล้ว จะเป็นแนวทางในการป้องกันสัตว์พาหะต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

6 . ขยะ

แหล่งเรียนรู้อาหารไทย ต้องพยายามลดภาระขยะที่ส่วนใหญ่เป็นสารอินทรีย์ลงให้มากที่สุด โดยต้องจัดการให้มีขยะภายในแหล่งเรียนรู้ให้น้อยที่สุด ทั้งนี้ถึงขยะภายในบริเวณรับประทานอาหารต้องมีฝาปิดสนิทและอยู่ในสภาพที่ดีไม่รั่วซึม แหล่งเรียนรู้ต้องจัดพื้นที่ทิ้งขยะรวม ซึ่งอยู่ห่างจาก แหล่งเรียนรู้พอสมควร โดยจัดทำคอกทิ้งขยะที่เป็นสัดส่วนและมีหลังคา มีการจัดการที่เหมาะสมทั้งในด้านรูปแบบและความถี่ในการขนย้ายขยะจนไม่เป็นสาเหตุของการเกิดปัญหาสัตว์พาหะภายในแหล่งเรียนรู้ นอกจากนี้แหล่งเรียนรู้ควรจัดให้มีระบบการแยกขยะ โดยแบ่งเป็นอย่างน้อย 2 ประเภท คือ ขยะเปียกและขยะแห้ง (ขยะรีไซเคิล)

7 . พื้นที่จัดการเศษอาหารและภาชนะที่ใช้แล้ว

แหล่งเรียนรู้ ควรมีพื้นที่และการจัดการเศษอาหารและภาชนะที่ใช้แล้วอย่างเหมาะสมและเป็นระเบียบ เพื่อมิให้เกิดการปนเปื้อนภายใน แหล่งเรียนรู้ ทั้งนี้แหล่งเรียนรู้ อาจจัดให้มีบริเวณเก็บเศษอาหารและวางภาชนะที่ใช้แล้วภายในแหล่งเรียนรู้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมขยะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เป็นอาหารสัตว์ได้ และเพื่อความสะดวกในการรวบรวมภาชนะส่วนกลางไปล้าง ดังนั้นบริเวณดังกล่าวต้องจัดให้มีถังขยะสำหรับขยะอื่นที่มีใช้เศษอาหารด้วย เช่น ถังขยะสำหรับขวดน้ำ ภาชนะที่ใส่แก้วน้ำที่ใช้แล้วควรแยกต่างหากจากจาน/ชามอาหารเนื่องจากมีความสกปรกน้อยกว่า ที่ตั้งของบริเวณเก็บเศษอาหารและวางภาชนะที่ใช้แล้วต้องให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงได้ง่าย แต่ไม่ควรอยู่ในมุมอับจนทำความสะอาดได้ยาก เส้นทางเคลื่อนย้ายเศษอาหารและภาชนะที่ใช้แล้วไม่ควรผ่านเข้าไปในบริเวณรับประทานอาหาร บริเวณเก็บเศษอาหารและวางภาชนะที่ใช้แล้วต้องไม่มีส่วนในการทำให้แหล่งเรียนรู้ เกิดความสกปรกและนำสัตว์พาหะสู่แหล่งเรียนรู้

8 . การบำบัดน้ำเสีย

ระบบบำบัดน้ำเสียควรมีบ่อดักเศษอาหารและไขมันที่มีประสิทธิภาพก่อนเข้าสู่ระบบบำบัดน้ำทิ้ง น้ำเสียจากแหล่งเรียนรู้ ส่วนใหญ่เป็นน้ำที่ใช้ล้างภาชนะ ซึ่งเป็นแหล่งอาหารของจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดการเน่าเสียจนเกิดกลิ่นเหม็น ระบบบำบัดน้ำเสียที่ดีต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะโดยเฉพาะด้านกลิ่น นอกจากนี้ไขมันที่ปนเปื้อนในน้ำทิ้งมักทำให้เกิดการอุดตันในระบบบำบัดน้ำเสีย ดังนั้นระบบบำบัดน้ำเสียจึงต้องมีขนาดใหญ่เพียงพอให้ไขมันแยกตัวออกจากน้ำทิ้งได้ การใช้น้ำยาล้างทำความสะอาดภาชนะในปริมาณมากเกินไป ก็อาจมีผลให้ไขมันแยกตัวออกจากน้ำทิ้งได้ยาก ปัญหานี้สามารถควบคุมได้โดยการใช้ระบบล้างจานส่วนกลาง อย่างไรก็ตามระบบบำบัดน้ำเสียของแหล่งเรียนรู้ ส่วนใหญ่ที่พบจำเป็นต้องมีการดักไขมันทิ้ง ซึ่งหากไม่มีการจัดการที่ดีอย่างต่อเนื่องอาจมีผลกระทบต่อสถานะแวดล้อมเช่นกัน

9 . ห้องน้ำ

การแยกห้องน้ำออกจากบริเวณ แหล่งเรียนรู้ ช่วยทำให้การบริหารจัดการเรื่องความสะอาดของทั้งสองส่วนทำได้ง่ายขึ้น ห้องน้ำควรมีระบบการทำความสะอาดและระบายอากาศที่ดี เพื่อให้พื้นและอ่างล้างมือ

สะอาดและแห้งอยู่เสมอ รวมทั้งไม่มีกลิ่นเหม็น ทั้งนี้การติดตั้งพัดลมภายในห้องน้ำอาจช่วยลดภาระการเช็ดพื้นที่เปียกชื้นลงได้

10. บริเวณล้างมือ

แหล่งเรียนรู้ควรจัดให้มีอ่างล้างมือพร้อมสบู่เหลวสำหรับผู้ใช้บริการอย่างน้อย 1 จุด ได้แก่ บริเวณทางออกจากห้องน้ำ ที่ปิด-เปิด ก๊อกน้ำควรมีลักษณะที่ไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนจากมือที่สกปรกและมือที่ล้างแล้ว แหล่งเรียนรู้ควรรักษาความสะอาดของอ่างล้างมือและบริเวณโดยรอบอย่างสม่ำเสมอ และไม่อนุญาตให้ใช้สิ่งของอื่น

แนวทางการจัดการเครื่องมือ อุปกรณ์ และการบำรุงรักษา

เครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับให้บริการต้องออกแบบให้เหมาะสมกับการใช้งานและปลอดภัย ทำจากวัสดุที่คงทน ไม่เป็นพิษ วัสดุที่สัมผัสกับอาหารโดยตรงต้องไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร โดยทั่วไปต้องมีพื้นผิวเรียบ ทำความสะอาดได้ง่าย และไม่ก่อให้เกิดการสะสมของเศษอาหาร ซึ่งอาจก่อให้เกิดสภาพที่น่ารังเกียจและอันตรายต่อผู้บริโภค เครื่องมือและอุปกรณ์ต้องสามารถถอดออกเพื่อล้างทำความสะอาดได้ง่ายทั่วถึง

อุปกรณ์อื่นที่ไม่ได้สัมผัสกับอาหารโดยตรงควรออกแบบให้ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่มีซอกมุมซึ่งเป็นที่สะสมของฝุ่นและเศษอาหาร หากเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้มีการหล่อลื่นด้วยน้ำมันและมีโอกาสที่น้ำมันจะปนเปื้อนลงในอาหาร ให้ใช้น้ำมันหล่อลื่นชนิดที่เมื่อปนเปื้อนในอาหารแล้วไม่ก่อให้เกิดอันตราย (food grade) นอกจากนี้ต้องมั่นใจว่าเครื่องมือและอุปกรณ์สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตรงตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้ควรจัดทำทะเบียนเครื่องมือและอุปกรณ์บ่งชี้เป็นรหัสตัวเลข เพื่อความสะดวกในการบำรุงรักษา

1. โต๊ะและเก้าอี้

โต๊ะและเก้าอี้ที่ใช้ภายใน แหล่งเรียนรู้ ต้องมีสภาพที่ดี ทำจากวัสดุที่คงทนต่อความชื้น ความร้อน และน้ำหนักกดทับ และไม่เปื้อนสนิม พื้นผิวต้องทำความสะอาดได้ง่าย โดยไม่มีซอกมุมที่ก่อให้เกิดการสะสมของเศษอาหารและเป็นที่ซ่อนตัวของสัตว์พาหะต่าง ๆ เช่น แมลงสาบ ทั้งนี้ ขาโต๊ะและขาเก้าอี้ควรสวมวัสดุป้องกันการขูดขีดทำลายพื้น

2. พัดลมและพัดลมไอน้ำ

การติดตั้งพัดลมในบริเวณ แหล่งเรียนรู้ร้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของอากาศภายในแหล่งเรียนรู้ โดยอาจติดตั้งเพื่อดูดอากาศออก และ/หรือพ่นอากาศเข้าบริเวณรับประทานอาหาร เพื่อให้อากาศในบริเวณรับประทานอาหารเย็นสบาย การติดตั้งพัดลมดังกล่าวจึงควรอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมกับทิศทางลม ความสะดวกในการทำความสะอาด และไม่เกิดอันตรายกับผู้ให้บริการ การติดตั้งพัดลมไอน้ำในแหล่งเรียนรู้มีวัตถุประสงค์เพื่อพ่นอากาศเย็นเข้าสู่บริเวณแหล่งเรียนรู้

3 . ป้ายข้อความ

แหล่งเรียนรู้ ต้องควบคุมป้ายให้มีความสวยงาม สอดคล้องกับบริบทของสถานที่รวมถึงข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ควรมีขนาดและติดตั้งในตำแหน่งที่มองเห็นและอ่านได้ชัดเจน และมีภาษาอังกฤษกำกับด้วย ป้ายควรทำจากวัสดุที่ทำความสะอาดได้ง่าย และติดตั้งในตำแหน่งที่ไม่เป็นที่สะสมของสิ่งสกปรกและสัตว์พาหะต่าง ๆ

4. ภาชนะและอุปกรณ์สำหรับผู้ให้บริการ

ภาชนะและอุปกรณ์สำหรับผู้ให้บริการ หมายถึง จาน ชาม ถ้วย ช้อน ส้อม ตะเกียบและแก้วน้ำ ต้องทำจากวัสดุที่เหมาะสมกับอาหาร เช่น วัสดุสำหรับอาหารที่ร้อน อาหารที่มีไขมันสูงและต้องเป็นวัสดุที่เหมาะสมกับวิธีการล้างทำความสะอาด เช่น การล้างด้วยมือ การล้างด้วยเครื่องล้างจาน ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารสำหรับผู้ให้บริการต้องสะอาดและมีสภาพสมบูรณ์ ไม่ชำรุดเสียหาย นอกจากนี้ต้องแยกการจัดการภาชนะและอุปกรณ์สำหรับผู้ให้บริการที่นับถือศาสนาอิสลามให้ชัดเจน

การจัดวางภาชนะและอุปกรณ์สำหรับผู้ให้บริการ ต้องให้แน่ใจว่าภาชนะและอุปกรณ์นั้นอยู่ในสภาพที่แห้งก่อนนำไปจัดวาง สำหรับจาน ชาม ถ้วย และแก้วน้ำ ต้องวางคว่ำ ส่วนอุปกรณ์อื่น เช่น ช้อน ส้อม ตะเกียบ ควรจัดวางในลักษณะที่ด้ามจับชี้ขึ้น เพื่อป้องกันการปนเปื้อน ทั้งนี้ต้องดูแลความสะอาดของพื้นผิวที่ใช้ในการวางคว่ำและภาชนะที่ใส่ช้อน ส้อม ตะเกียบ ให้สะอาดอยู่เสมอด้วย

การล้างภาชนะและอุปกรณ์ ต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามวิธี 3 ขั้นตอน โดยทำความสะอาดด้วยน้ำยาล้างภาชนะก่อน และล้างด้วยน้ำสะอาดอีก 2 ครั้ง อ่างล้างภาชนะต้องอยู่สูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร ภาชนะและอุปกรณ์ที่ล้างทำความสะอาดแล้ว ควรทำให้แห้งในภาชนะโปร่งที่สะอาดหรือตะแกรงที่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตรเช่นกัน

5. ถังแก๊ส

ถังแก๊สที่ใช้ต้องยึดให้ติดกับผนังเพื่อป้องกันการล้ม ต้องเลือกประเภทของวาล์วปล่อยแก๊สให้เหมาะสมกับประเภทของการประกอบอาหาร สภาพท่อแก๊สต้องสมบูรณ์และมีการตรวจสอบรอยรั่วของท่อโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างสม่ำเสมอ บริเวณที่ตั้งถังแก๊สไม่ควรมีแสงแดดส่องถึงและต้องสามารถกันฝนได้ ห้ามมิให้วางถังแก๊สในแนวระนาบกับพื้น

6. เครื่องดูดควัน

การติดตั้งเครื่องดูดควันต้องอยู่ในตำแหน่งที่สามารถดูดไอน้ำมันต่าง ๆ จากการประกอบอาหาร โดยเฉพาะไอน้ำมัน ไขมัน และกลิ่น ออกจากบริเวณ แหล่งเรียนรู้ร้านอาหารไทย ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องทำความสะอาดเครื่องดูดควันอย่างสม่ำเสมอตามช่วงเวลาที่เหมาะสม เนื่องจากหากมีคราบน้ำมันปริมาณมากสะสมอยู่ในเครื่องดูดควัน อาจก่อให้เกิดปัญหาอัคคีภัยได้

7. อ่างน้ำ

อ่างน้ำที่ติดตั้งภายในร้านค้าต้องมีขนาดใหญ่และลึกเพียงพอสำหรับปฏิบัติงาน สะดืออ่างควรมีขนาดใหญ่และมีตะแกรงดักเศษอาหาร โดยอาจมีลักษณะเป็นตะกร้าเพื่อให้สามารถดักเศษอาหารในปริมาณ

มากและดึงออกทิ้งได้อย่างสะดวก บริเวณอ่างน้ำอาจประกอบด้วยช่องทิ้งขยะซึ่งทางด้านล่างต้องรองรับด้วยถังขยะ และถังดักไขมันที่อยู่ได้อ่าง

8. เครื่องทำน้ำเย็น

เครื่องทำน้ำเย็นที่ให้บริการภายใน แหล่งเรียนรู้ร้านอาหาร ต้องไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนในน้ำดื่ม ดังนั้นจึงต้องทำความสะอาดถังเก็บน้ำ ถังกักน้ำ ถังกรองน้ำกันอย่างสม่ำเสมอ ถังเก็บน้ำหรือส่วนอื่นที่สัมผัสกับน้ำต้องไม่ทำจากวัสดุที่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ใช้บริการ เช่น มีการเชื่อมด้วยตะกั่ว หรือทำจากวัสดุที่ไม่ได้รับอนุญาตให้สัมผัสอาหาร นอกจากนี้ต้องมีการต่อสายดินเพื่อป้องกันอันตรายจากไฟดูด

9. เครื่องกรองน้ำ

เครื่องกรองน้ำที่นิยมใช้โดยทั่วไปมี 2 ระบบ คือ ระบบทำน้ำอ่อน (softening) และระบบรีเวิร์สออสโมซิส (reverse osmosis; RO) วัตถุประสงค์ของการกรองน้ำเพื่อให้ได้น้ำที่สะอาดหาก แหล่งเรียนรู้ใช้น้ำประปาที่มีมาตรฐาน น้ำที่ได้ก็จะมีคุณภาพตามมาตรฐานน้ำดื่มอยู่แล้ว แต่อาจมีกลิ่นคลอรีนและมีความกระด้าง การใช้ระบบทำน้ำอ่อนช่วยทำให้น้ำมีรสชาติดีขึ้น อย่างไรก็ตามต้องหมั่นทำความสะอาดโดยการล้างย้อนวัสดุกรองและขัดไส้กรองอย่างสม่ำเสมอ หากต้องการความสะดวกก็อาจใช้การกรองด้วยระบบอาร์โอ ซึ่งช่วยให้มั่นใจในเรื่องจุลินทรีย์และความกระด้างและไม่ต้องดูแลรักษาเอง แต่ต้องตระหนักถึงเรื่องค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนวัสดุกรอง โดยทั่วไปควรเก็บตัวอย่างน้ำที่ผ่านระบบกรองเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณภาพด้านต่าง ๆ อย่างน้อยทุก 3 เดือน

10. เครื่องดักแมลง

แหล่งเรียนรู้ ควรพิจารณาติดตั้งเครื่องดักแมลงตามความเหมาะสม ทั้งนี้เครื่องดักแมลงมีหลายรูปแบบ เช่น ชนิดที่ใช้แสงไฟล่อแล้วใช้ไฟฟ้าช็อตหรือกาวดัก ชนิดที่พ่นยาฆ่าแมลงออกมาตามระยะเวลา เครื่องชนิดที่ใช้แสงไฟล่อแล้วใช้ไฟฟ้าช็อตหรือกาวดักมีความเหมาะสมกับ แหล่งเรียนรู้ที่ปิดมิดชิดและไม่มีแสงแดดส่องสว่างมาก นอกจากนี้ต้องคอยตรวจสอบตำแหน่งที่ติดตั้งว่าสามารถใช้ดักแมลงใน แหล่งเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ ส่วนเครื่องชนิดที่พ่นยาฆ่าแมลงออกมาตามระยะเวลา เป็นการพ่นยาฆ่าแมลงเข้าสู่บริเวณรับประทานอาหารโดยตรง ดังนั้นต้องให้มั่นใจว่ายาที่ใช้เป็นชนิดที่มีความปลอดภัยกับมนุษย์

11. อุปกรณ์ดับเพลิง

แหล่งเรียนรู้ต้องพิจารณาเลือกใช้อุปกรณ์ดับเพลิงภายในแหล่งเรียนรู้ให้เหมาะสมกับการดับเพลิงที่เกิดจากแก๊สหุงต้มและน้ำมันประกอบอาหาร โดยติดตั้งในบริเวณที่สามารถนำมาใช้งานได้สะดวกและทันเวลา ควรตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์และอายุของถังดับเพลิงอยู่เสมอ

แนวทางการจัดการสุขลักษณะการประกอบอาหารในแหล่งเรียนรู้

การประกอบอาหารให้สะอาดและปลอดภัย ต้องคำนึงถึงบริเวณเตรียมอาหารที่สะอาดและเป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันการปนเปื้อนลงสู่อาหารที่ปรุงสุกแล้ว วัตถุดิบที่ใช้ต้องมีคุณภาพดี ภาชนะและอุปกรณ์ควรทำด้วยวัสดุที่ไม่เป็นอันตราย นอกจากนี้ควรปรุงอาหารให้สุกอย่างทั่วถึงเพื่อทำลายเชื้อโรค

1. บริเวณเตรียมอาหาร

บริเวณที่ใช้เตรียมอาหารต้องแบ่งพื้นที่ให้เป็นสัดส่วน พื้นและผนังทำด้วยวัสดุที่ทนแข็งแรง มีผิวเรียบ ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่เป็นที่สะสมของเศษอาหารและจุลินทรีย์ และไม่เป็นที่สะสมของสัตว์พาหะ บริเวณเตรียมอาหารต้องมีระบบการระบายน้ำและอากาศที่ดี มีแสงสว่างเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน หลอดไฟมีฝาพลาสติกครอบ ถังขยะของแต่ละร้านต้องมีฝาปิด และมีการนำขยะไปทิ้งในช่วงเวลาที่เหมาะสม ถังขยะในร้านอาหารต้องไม่รั่วซึมและต้องมีฝาปิด โดยมีการปิดฝาไว้เสมอในช่วงพักใช้งานและควรใส่ถุงพลาสติกสวมไว้ด้านใน ภายในแหล่งเรียนรู้ต้องมีการจัดวางสิ่งของอย่างเป็นระเบียบ เพื่อให้ทำความสะอาดได้ง่ายและไม่เป็นที่สะสมของสิ่งสกปรกและสัตว์พาหะ การดูแลรักษาความสะอาดบริเวณเตรียมอาหารต้องทำเป็นประจำอย่างทั่วถึง ผนัง เพดาน ไม่มีคราบสกปรก คราบไขมัน หรือหยากไย่ พื้นต้องไม่มีเศษขยะ เศษอาหาร คราบสกปรก และน้ำขังแฉะ สิ่งของที่ไม่จำเป็น เช่น ของใช้ส่วนตัว อุปกรณ์ทำความสะอาด ยาฆ่าแมลง ให้นำออกจากบริเวณเตรียมอาหาร การจัดวางสิ่งของที่ไม่เป็นระเบียบภายในแหล่งเรียนรู้ ทำให้ทำความสะอาดได้ไม่ทั่วถึง จึงเป็นที่สะสมของสกปรก และเป็นที่อยู่ของแมลงสาบ

2. พื้นที่เตรียมการเรียนรู้อาหาร

พื้นผิวที่สัมผัสอาหารต้องทำจากวัสดุผิวเรียบ ทน แข็งแรง ทำความสะอาดได้ง่าย ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร และไม่เป็นที่สะสมของเชื้อจุลินทรีย์ ไม่ควรใช้วัสดุที่ทำจากไม้ โต๊ะเตรียมอาหารควรสูงจากพื้นไม่น้อยกว่า 60 เซนติเมตร นอกจากนี้ต้องทำความสะอาดพื้นที่เตรียมอาหารทุกครั้งก่อนและหลังการใช้งาน

3. วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ อาหารสดหรืออาหารที่เสียบง่าย อาหารแห้ง และอาหารสำเร็จรูป อาหารแต่ละประเภทมีการปฏิบัติในการเก็บรักษาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามควรมีการจัดลำดับการนำอาหารไปใช้ก่อน-หลัง

➤ **อาหารสดหรืออาหารที่เสียบง่าย** ต้องมีความสด ไม่มีสี กลิ่นและลักษณะที่ผิดปกติไปจากธรรมชาติของอาหารนั้น ๆ การเก็บรักษาวัตถุดิบอาหารสดควรแช่ในตู้เย็นหรือถ้ำน้ำแข็งซึ่งมีอุณหภูมิระหว่าง 5-8 องศาเซลเซียส และควรแยกอาหารสดที่ต้องผ่านความร้อนกับอาหารปรุงสุกอย่างเป็นสัดส่วน หากต้องการเก็บเนื้อสัตว์ดิบร่วมกับผักสดและอาหารปรุงสุกในตู้เย็นเดียวกัน ให้เก็บเนื้อสัตว์ไว้บริเวณชั้นด้านล่างของตู้เย็น และเก็บผักสดและอาหารที่ปรุงสุกไว้บริเวณชั้นด้านบน การจัดวางอาหารในตู้เย็นที่ไม่ถูกต้องทำให้เกิดการปนเปื้อนข้าม (cross contamination) เช่น การวางผักบนเนื้อสัตว์ดิบ หากผักนั้นใช้รับประทานสด หรือได้รับความร้อนไม่เพียงพอ โดยเฉพาะผักที่ใช้โรยหน้าอาหาร เช่น ต้นหอม ปักซี่ อาจก่อให้เกิดการปนเปื้อน

ของจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค ในการเก็บวัตถุดิบในถังน้ำแข็ง ควรใส่ไว้ในภาชนะที่ปิดมิดชิด และแบ่งพื้นที่การจัดเก็บระหว่างเนื้อสัตว์ ผักสด กับอาหารปรุงสุก นอกจากนี้ต้องไม่นำน้ำแข็งที่ใช้แช่อาหารสดมาบริโภค

➤ **อาหารแห้ง** หมายถึง อาหารที่มีความชื้นต่ำ สามารถเก็บรักษาไว้ที่อุณหภูมิห้องได้ในระยะเวลาที่จำกัด วัตถุดิบอาหารแห้งต้องมีกลิ่นและลักษณะตามธรรมชาติของอาหารนั้น ไม่มีกลิ่นรสผิดปกติของสารเคมี และไม่พบการเจริญของราหรือแบคทีเรีย ควรเลือกแหล่งวัตถุดิบที่มั่นใจว่าไม่ใช่สารเคมีที่ไม่อนุญาตให้ใช้ในอาหารตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข การเก็บรักษาอาหารแห้งต้องปฏิบัติให้เหมาะสม โดยจัดเก็บในภาชนะที่ปิดมิดชิด หรือในที่ซึ่งมีอากาศถ่ายเท และจัดวางในบริเวณพื้นที่ที่สะอาด และสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร

➤ **อาหารสำเร็จรูป** หมายถึง อาหารที่สามารถเก็บไว้ที่อุณหภูมิห้องได้เป็นเวลานาน อาหารสำเร็จรูปส่วนใหญ่ต้องมีเครื่องหมาย อย. และวันผลิตหรือวันหมดอายุบนฉลาก โดยต้องเลือกใช้อาหารสำเร็จรูปที่ยังไม่หมดอายุเท่านั้น หากเป็นอาหารสำเร็จรูปชนิดที่ไม่จำเป็นต้องมีเครื่องหมาย อย. ต้องมีข้อมูลสถานที่ผลิตและส่วนประกอบบนฉลาก ภาชนะบรรจุต้องอยู่ในสภาพดี ไม่ฉีกขาด บวม เสียหาย หรือมีลักษณะผิดปกติ นอกจากนี้อาหารต้องไม่มีกลิ่นและลักษณะที่ผิดปกติ การเก็บรักษาอาหารสำเร็จรูป ให้จัดวางในบริเวณพื้นที่ที่สะอาด อุณหภูมิปกติ ไม่ร้อนและสูงจากพื้นอย่างน้อย 30 เซนติเมตร

➤ **น้ำที่ใช้ในการประกอบอาหารและน้ำแข็งบริโภค** น้ำที่ใช้ประกอบอาหารควรเป็นน้ำประปาหรือน้ำที่มีคุณภาพเทียบเท่ามาตรฐานน้ำดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องผลิตจากโรงงานที่ได้รับอนุญาตผลิตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ไม่ควรวางกระสอบใส่น้ำแข็งบนพื้นเพื่อป้องกันการปนเปื้อนจากสิ่งแปลกปลอม ทั้งนี้ควรมีผลการวิเคราะห์ความปลอดภัยของน้ำและน้ำแข็งประกอบการพิจารณาด้วย

4. ภาชนะและอุปกรณ์

ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ในการเตรียมอาหารต้องมีรูปแบบที่เหมาะสมกับการใช้งาน และทำความสะอาดได้ง่าย ทำจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายเมื่อสัมผัสกับอาหาร เช่น สแตนเลส กระเบื้องเคลือบขาว อลูมิเนียมเมลามีนสีขาวหรือสีอ่อน และต้องอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์และสะอาดเพื่อป้องกันการสะสมของเชื้อโรค ภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้กับอาหารดิบควรแยกออกจากภาชนะและอุปกรณ์สำหรับอาหารปรุงสุก หากจำเป็นต้องใช้ภาชนะและอุปกรณ์ร่วมกัน ต้องล้างทำความสะอาดก่อนนำไปใช้กับอาหารปรุงสุก ลักษณะที่ดีของภาชนะที่ใช้ในการเตรียมและประกอบอาหาร มีดังนี้

➤ ต้องมีความคงทน ไม่แตกหักง่าย ควรหลีกเลี่ยงวัสดุประเภทแก้วและกระเบื้อง หากจำเป็นต้องใช้ ควรระมัดระวังมิให้แตกหักปนเปื้อนลงไปในอาหาร นอกจากนี้ความระวังไม่ให้ชิ้นส่วนของอุปกรณ์ เช่น สกรู ปลายมีด เศษโลหะหักหล่นลงไปในอาหาร

➤ ต้องไม่ทำปฏิกิริยากับอาหารหรือละลายสารพิษลงในอาหาร เช่น ทำด้วยสแตนเลส และต้องระวังมิให้มีการปนเปื้อนจากโลหะหนักที่ใช้เชื่อม เช่น หม้อก๋วยเตี๋ยวควรเป็นหม้อแบบปลอดสารตะกั่ว ภาชนะใส่น้ำดื่ม สายชู น้ำปลา น้ำจิ้มต่าง ๆ ควรทำจากกระเบื้องเคลือบขาวหรือแก้ว ส่วนช้อนตักควรใช้เป็น

ชั้นกระเบื้องเคลือบขาวจะดีที่สุด สำหรับเครื่องปิ้งรสนชนิดอื่นที่ไม่กักร้อนเช่น น้ำตาล พริกป่น ถั่วป่น ให้เลือกใช้ภาชนะสแตนเลส กระเบื้องเคลือบขาว อลูมิเนียม เมลามีนสีขาวหรือสีอ่อน ภาชนะใส่เครื่องปรุงต้องทำความสะอาดและต้องมีฝาปิด และอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีคราบสกปรก

➤ ทำจากวัสดุและมีรูปแบบที่ทำความสะอาดได้ง่ายและทั่วถึง และไม่ก่อให้เกิดการปนเปื้อนระหว่างการปฏิบัติงาน เช่น เหยียงที่ใช้เตรียมอาหารควรเป็นเหยียงพลาสติกซึ่งทำความสะอาดได้ง่าย หากจำเป็นต้องใช้เหยียงไม้ ต้องอยู่ในสภาพที่ดี ไม่มีรอยแตก ไม่ขึ้นรา (เหยียงที่ขึ้นรามีผิวหน้าสีเขียวเข้มหรือสีดำ) และไม่มีคราบไขมันหรือคราบสกปรก นอกจากนี้ต้องมีฝาชีครอบเหยียงระหว่างที่ไม่ใช้งาน เพื่อป้องกันแมลงวันและสัตว์พาหะอื่น

5. วิธีการเตรียมและการปรุงอาหารเพื่อการเรียนรู้

การเตรียมและการปรุงอาหารมีความสำคัญต่อความปลอดภัยของอาหาร วัตถุประสงค์ โดยเฉพาะอาหารสดต้องล้างทำความสะอาดเพื่อลดสิ่งสกปรกและสารเคมีตกค้าง การปรุงอาหาร ต้องให้สุกอย่างทั่วถึงทั้งชิ้น เพื่อทำลายเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรคที่ปนเปื้อนมากับอาหารดิบ ทั้งนี้ควรหั่นเป็นชิ้นขนาดพอดีที่ทำให้สุกได้ง่าย

การใช้อาหารกระป๋อง ควรทำความสะอาดฝากระป๋องก่อนเปิด และไม่อุ่นอาหารในกระป๋องโดยตรง เพราะอาจทำให้สารเคลือบภายในกระป๋องละลายปนอยู่ในอาหารได้

การเตรียมและปรุงเครื่องดื่มน้ำผลไม้ไม่ควรใช้น้ำบริโภคน้ำ และหากมีการให้ความร้อนควรต้มให้เดือด

ในขั้นตอนการประกอบอาหารต้องระวังการปนเปื้อนข้ามระหว่างวัตถุดิบและอาหารปรุงสุก โดยควรแยกภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมกันออกจากกันอย่างชัดเจน เช่น ควรแยกใช้มีดและเหยียงสำหรับอาหารดิบ และมีดเหยียงสำหรับอาหารสุก

นอกจากนี้ต้องระวังการปนเปื้อนจากมือของผู้ประกอบอาหารลงสู่อาหาร เช่น การวางที่ตักน้ำแข็ง และที่ตักข้าวต้องเอาด้ามขึ้นเสมอ

6. การจัดการอาหารปรุงสุก

อาหารปรุงสุกหมายถึงอาหารที่ผ่านการปรุงแล้วและพร้อมที่จะรับประทานได้ทันที ซึ่งรวมถึงอาหารคาวในรูปอาหารถาด ขนมหวาน และเครื่องดื่มต่างๆ อาหารปรุงสุกต้องใส่ในภาชนะที่สะอาด วางในตู้ครอบอาหาร หรือมีฝาปิด เพื่อป้องกันฝุ่น น้ำลาย และสัตว์พาหะ และวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 เซนติเมตร

ในระหว่างวางอาหารคาวในรูปอาหารถาด หากเกินกว่า 2 ชั่วโมง ควรนำมาอุ่นให้เดือด เพื่อทำลายเชื้อโรค และไม่นำอาหารที่ปรุงสุกใหม่ผสมกับอาหารที่เหลือในถาด

แนวทางการจัดการสุขลักษณะสุขลักษณะส่วนบุคคล

ผู้ทำหน้าที่ให้บริการ และครูผู้สอน รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งเรียนรู้ ซึ่งมีโอกาสสัมผัสอาหาร ได้แก่ ผู้เตรียม ผู้ปรุงและผู้ตักอาหาร รวมทั้งผู้ทำความสะอาดภาชนะและอุปกรณ์ อาจเป็นสาเหตุให้เกิดการปนเปื้อนสู่อาหาร ดังนั้นผู้ที่มีหน้าที่เหล่านี้ต้องผ่านการตรวจสอบสุขภาพก่อน และต้องปฏิบัติตามให้ถูกต้องตามหลักสุขลักษณะส่วนบุคคล

1 . การตรวจสอบสุขภาพ

โรคสำคัญที่สามารถติดต่อจากผู้ทำหน้าที่ให้บริการ เรียนรู้อาหาร ไปสู่ผู้ใช้บริการ โดยมีอาหารและน้ำเป็นพาหะ ได้แก่

➢ ไทฟอยด์ ติดต่อการรับประทานอาหารหรือน้ำดื่มที่ปนเปื้อนเชื้อโรคที่มาจากอุจจาระของผู้ป่วย โดยมีอาการเบื่ออาหาร ปวดศีรษะ มีไข้สูง ท้องร่วง ไทฟอยด์สามารถป้องกันได้โดยการล้างมือบ่อยๆ รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่ ๆ และดื่มน้ำสะอาด

➢ วัณโรค ติดต่อการหายใจ ไอ จาม หรือแม้กระทั่งการพูดคุยกับผู้ป่วย โดยมีอาการไอแห้ง ๆ เรื้อรัง ไอปนเลือด แน่นหน้าอก เหนื่อยง่าย เบื่ออาหาร และน้ำหนักลด การตรวจวัณโรคสามารถทำได้ด้วยการเอ็กซเรย์ปอดหรือการตรวจเสมหะ (AFB) อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง

➢ ไวรัสตับอักเสบบี ติดต่อผ่านทางระบบของเหลวของร่างกาย เช่น เลือด น้ำลาย น้ำตา ปัสสาวะ ฯลฯ โดยมีอาการไข้ ตัวเหลือง เบื่ออาหาร น้ำหนักลด ไวรัสตับอักเสบบีเป็นภาวะของการเกิดตับอักเสบ ถ้าปล่อยให้ตับอักเสบเรื้อรัง อาจนำไปสู่การเป็นมะเร็งตับได้ การตรวจหาไวรัสตับอักเสบบีสามารถทำได้โดยการตรวจเลือด และสามารถป้องกันได้โดยการฉีดวัคซีน

ดังนั้นก่อนเข้าประกอบการร้านอาหาร ผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหารจำเป็นต้องผ่านการตรวจสอบสุขภาพตามรายการต่อไปนี้

- ตรวจสอบอุจจาระ เพื่อหาไข่พยาธิและเชื้อไทฟอยด์
- เอ็กซเรย์ปอด เพื่อตรวจดูโรคที่เกี่ยวกับปอด เช่น วัณโรค
- ตรวจเลือด เพื่อหาไวรัสตับอักเสบบี

การตรวจสอบสุขภาพดังกล่าวต้องทำอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง หรือในกรณีที่มีการเปลี่ยนผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหาร ต้องตรวจใหม่ทุกครั้งและทุกคน

กรณีที่ผลตรวจพบว่าเป็นโรคดังกล่าว ในเบื้องต้นผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหารต้องปฏิบัติตัวอย่างเคร่งครัด ดังนี้

➢ พบว่ามีไข้พยาธิ ยังคงให้ปฏิบัติหน้าที่ได้ตามปกติ แต่ให้พบแพทย์เพื่อทำการรักษา รวมทั้งต้องปฏิบัติตามให้ถูกต้องสุขลักษณะโดยการตัดเล็บให้สั้นอยู่เสมอ ล้างมือบ่อย ๆ เพื่อกำจัดสิ่งสกปรกที่ติดตามือ ล้างมือก่อนรับประทานอาหาร รับประทานอาหารที่ผ่านการปรุงสุกแล้ว ไม่รับประทานอาหารที่สุก ๆ ดิบ

➤ พบว่ามีเชื้อไทฟอยด์ ต้องให้หยุดพักรักษาตัวให้หายจากโรคก่อน โดยปกติใช้เวลาประมาณ 1 – 3 เดือน แล้วจึงตรวจซ้ำ หากรักษาหายก็สามารถกลับมาปฏิบัติหน้าที่ได้ตามปกติ

➤ พบว่าเป็นวัณโรค ต้องเปลี่ยนผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหารทันที เนื่องจากวัณโรคเป็นโรคติดต่อที่ส่งผลต่อผู้บริโภครโดยตรง หากรักษาหายก็สามารถกลับมาปฏิบัติหน้าที่ได้ตามปกติ

➤ พบว่าเป็นโรคไวรัสตับอักเสบบี ต้องเปลี่ยนผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหารทันที เนื่องจากโรคไวรัสตับอักเสบบีเป็นโรคติดต่อที่ส่งผลต่อผู้บริโภครโดยตรง และไม่มีโอกาสรักษาให้หายเป็นปกติได้

2. การแต่งกาย

ผู้ทำหน้าที่ให้บริการอาหารต้องแต่งกายให้ถูกต้อง เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของสิ่งสกปรก ผสมเหงื่อ น้ำลาย เชื้อโรคสู่อาหาร

➤ ต้องสวมเสื้อมีแขน และผ้ากันเปื้อนที่สะอาด

➤ ต้องสวมหมวกหรือตาข่ายคลุมผมที่สามารถเก็บรวบรวมได้เรียบร้อย หมวกและตาข่ายคลุมผมควรเป็นสีขาว

➤ ควรสวมรองเท้าหุ้มส้น ไม่ควรสวมรองเท้าแตะ เพื่อป้องกันการติดกระเด็นของสิ่งสกปรกลงในอาหาร

➤ ห้ามสวมเครื่องประดับ เช่น แหวน สร้อยข้อมือ นาฬิกาข้อมือ ต่างหู เข็มกลัด เนื่องจากเป็นแหล่งสะสมของสิ่งสกปรกและเชื้อโรค และอาจตกลงไปในอาหารก่อให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค

➤ ผู้ปรุงและผู้ตักอาหาร ต้องสวมหน้ากากอนามัย เพื่อป้องกันน้ำลายกระเด็นสู่อาหาร

3 . การปฏิบัติที่เหมาะสม

ผู้ทำหน้าที่ให้บริการ ในแหล่งเรียนรู้ อาหาร ต้องปฏิบัติตนให้เหมาะสมทั้งก่อน ระหว่าง และหลังปฏิบัติงาน โดยต้องมีการล้างมือให้สะอาดอยู่เสมอ ตามวิธีการล้างมืออย่างถูกวิธี 7 ขั้นตอนของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ภายหลังล้างมือต้องเช็ดให้แห้งด้วยผ้าที่สะอาดทุกครั้ง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของแหล่งเรียนรู้อาหารไทย

แหล่งเรียนรู้อาหารไทยที่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ ดังนี้

1. อัตลักษณ์ของแหล่งเรียนรู้

- สิ่งที่โดดเด่นและบ่งบอกความเป็นตัวตนของแหล่งเรียนรู้ในการให้บริการสอนทำอาหาร เช่น
- แหล่งเรียนรู้บริการสอนทำอาหารเด็ก เรียนรู้โภชนาการที่มีคุณค่า ผ่านกิจกรรมการทำอาหาร
 - แหล่งเรียนรู้บริการสอนทำอาหารนักท่องเที่ยว สัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้านผ่านอาหารไทย
 - แหล่งเรียนรู้อาหารไทยทำอาหารผ่านกิจกรรมสันตนาการ

2. บุคลากรหลัก

- องค์กรจะต้องจัดหาบุคลากรหลัก เช่น
- เชฟ หรือ ครูผู้สอน ซึ่งจะต้องสอนทำอาหารประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำอาหาร มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในแหล่งเรียนรู้อาหารไทย
 - ครูผู้ช่วยสอนทำอาหาร เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำในระหว่างการเรียนการสอน เช่น ครูผู้ช่วยสอนทำอาหารเด็ก เป็นต้น
 - เจ้าหน้าที่แนะนำหลักสูตรและแนะนำการเรียนรู้ เป็นบุคลากรที่ทำหน้าที่ประสานงานและให้คำแนะนำในการเรียนการสอนควรเป็นบุคคลที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีใจรักในการให้บริการ

3. ความต้องการของผู้เรียนรู้

ผู้เรียนรู้ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้เรียนรู้ที่เน้นการทำอาหารเพื่อรับประทานเอง หรือทำอาหารเป็นงานอดิเรกมากกว่าการเรียนรู้เพื่อไปประกอบเป็นอาชีพ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับเมนูอาหารสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการเรียนการสอนที่เป็นกันเอง เมนูอาหารง่าย ๆ ที่มีรูปลักษณ์สวยงามและใช้อุปกรณ์เครื่องครัวที่ไม่ซับซ้อน

4. เมนูสร้างสรรค์

เป็นเมนูอาหารใหม่ ๆ ตามสมัยนิยมและเทศกาลต่าง ๆ เช่น ขนมหวานหรือแกงเผ็ด ที่มีรูปแบบสวยงามสื่อถึงความรักและความห่วงใย เนื่องในเทศกาลต่าง ๆ ได้ หรือสื่อถึงความคิดสร้างสรรค์ในการทำอาหาร

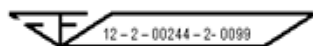
5. การตลาดและการประชาสัมพันธ์

การนำเสนอข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ไปยังกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง การรักษฐานผู้เรียนรู้เดิมและขยายฐานผู้เรียนรู้ใหม่ เช่น การแนะนำหลักสูตรทำอาหารไทยใหม่ ๆ และการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของแหล่งเรียนรู้ผ่านสื่อออนไลน์ประเภทต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์หรือเฟซบุ๊ก ฯลฯ อย่างต่อเนื่อง

6. คุณภาพและมาตรฐาน

คุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการที่เป็นตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง เช่น อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัยเหมาะกับรูปแบบของแหล่งเรียนรู้และประเภทของอาหาร วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุง/ประกอบอาหารเป็นวัตถุดิบที่มีความสดใหม่และได้มาตรฐาน เป็นต้น

คู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้าน การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร



สารบัญ

เรื่อง	หน้า
คำนำ	3
วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือ	4
เนื้อหาของคู่มือ	4
ขอบเขตของคู่มือ	4
นโยบายความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) กระทรวงสาธารณสุข	6
คู่มือในการพัฒนาทักษะ	9
- โครงการฝึกอบรมความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารที่ใช้ในการพัฒนา ศักยภาพบุคลากร	9
- โครงการฝึกอบรมความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์	10
คู่มือในการรวบรวมความรู้	12
- ความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหาร	12
- ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร	14
1.มาตรฐาน อาหารปลอดภัย ที่ดำเนินการตาม GAP, COC และ GMP	15
2.เครื่องหมายที่เกี่ยวข้องกับอาหารปลอดภัย	15
3.ข้อกำหนดตามมาตรฐาน“อาหารสะอาดรสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste)	20
4.แผนผังขั้นตอนและระยะเวลาแสดงการปฏิบัติงาน(Work Flow) มาตรฐานอาหาร	23
5.แนวทางการดำเนินงาน“อาหารสะอาดรสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste)	23
6.ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	24
7.หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	25
คู่มือการตลาด	28
- ธุรกิจอาหาร (Food Business)	28
- ประเภทนักท่องเที่ยว(Tourist)	28
- แหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction)	29
- การท่องเที่ยวเชิงการตลาด (Mass tourism)	30
ภาคผนวก	
-แบบตรวจร้านอาหาร	31
-แบบตรวจแผงลอยจำหน่ายอาหาร	32

คำนำ

มาตรการการดำเนินการขับเคลื่อนคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร เกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ ที่จะต้องทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ โดยมีการตั้งคณะทำงานร่วมกัน 4 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรฯ และกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งหลักการดำเนินงานจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ 1.ช่วงแรก กระทรวงเกษตรฯจะรับหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการใช้สารห้ามใช้ในการผลิตอาหาร หรือห้ามนำเข้าสารอันตราย เช่น สารเร่งเนื้อแดง 2.ช่วงที่สอง กระทรวงพาณิชย์จะเป็นผู้ดูแลให้การกระจายสินค้าในตลาดเป็นไปอย่างมีมาตรฐานและมีมาตรฐานการผลิตที่เพียงพอ และ 3.ช่วงสุดท้าย กระทรวงสาธารณสุขจะรับหน้าที่เป็นผู้สร้างความเข้าใจแก่ผู้ผลิตในเรื่องของการผลิตอาหารปลอดภัย ขณะที่กระทรวงอุตสาหกรรมจะดูแลควบคุมในส่วนของการผลิตอาหารในระดับอุตสาหกรรมให้มีความปลอดภัย และได้มาตรฐาน

ดังนั้น คู่มือฉบับนี้จะเป็นคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โดยนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร นอกจากนี้ยังทำการรวบรวมเกี่ยวกับมาตรฐานต่างๆที่เกี่ยวข้อง กับ ความปลอดภัยด้านอาหาร เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางให้ผู้ปฏิบัติได้มีความรู้ในขั้นตอนการดำเนินงานตามมาตรฐานนำไปสู่การพัฒนาทุนมนุษย์ในการนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร

คณะผู้วิจัย

วัตถุประสงค์ของการจัดทำคู่มือสำหรับการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

๑. เพื่อให้พนักงาน/เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้พัฒนาศักยภาพและสามารถปฏิบัติงานด้วยความถูกต้อง รวดเร็ว และดำเนินการตามกฎหมายที่กำหนดเป็นมาตรฐานเดียวกัน
๒. เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม ซึ่งช่วยเสริมสร้างความเข้าใจแก่ผู้เข้ารับการอบรมให้มีความรู้ในระบบมาตรฐานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มประชาคมอาเซียน
๓. เพื่อให้พนักงาน/เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นเอกสารอ้างอิงในการบริการประชาชนและใช้เป็นสื่อในการประสานงานกับเครือข่ายต่างๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื้อหาของคู่มือ

คู่มือฉบับนี้ได้แบ่งองค์ประกอบของคู่มือออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คู่มือในการพัฒนาทักษะ แบ่งเป็น 2 เรื่อง คือ

- เนื้อหาความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อการฝึกอบรม
- เนื้อหาความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์เพื่อการฝึกอบรม

ส่วนที่ 2 คู่มือในการรวบรวมความรู้ แบ่งเป็น 2 เรื่อง คือ

- ความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหาร
- ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร

ส่วนที่ 3 คู่มือการตลาด แบ่งเป็น 4 เรื่อง คือ

- ธุรกิจอาหาร (Food Business)
- ประเภทนักท่องเที่ยว (Tourist) รวมทั้งผู้เยี่ยมชมระหว่างประเทศ (International visitor)
- แหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction)
- การท่องเที่ยวเชิงการตลาด (Mass tourism)

ขอบเขตในการดำเนินการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

การดำเนินการขับเคลื่อนคุณภาพและความปลอดภัยด้านอาหาร หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่จะต้องทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ โดยมีการตั้งคณะทำงานร่วมกัน 4 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรฯ และกระทรวงอุตสาหกรรม ซึ่งหลักการ

ดำเนินงานจะแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ 1.ช่วงต้นน้ำ กระทรวงเกษตรฯจะรับหน้าที่เป็นผู้ควบคุมการใช้สารห้ามใช้ในการผลิตอาหาร หรือห้ามนำเข้าสารอันตราย เช่น สารเร่งเนื้อแดง 2.ช่วงกลางน้ำ กระทรวงพาณิชย์จะเป็นผู้ดูแลให้การกระจายสินค้าในตลาดเป็นไปอย่างมีมาตรฐานและมีมาตรฐานการผลิตเพียงพอหรือไม่ และ 3.ช่วงปลายน้ำ กระทรวงสาธารณสุขจะรับหน้าที่เป็นผู้สร้างความเข้าใจแก่ผู้ผลิตในเรื่องของการผลิตอาหารปลอดภัย ขณะที่กระทรวงอุตสาหกรรมจะดูแลควบคุมในส่วนของการผลิตอาหารในระดับอุตสาหกรรมให้มีความปลอดภัยและได้มาตรฐาน

มาตรฐานอาหารจะมีทั้งหมด 3 ระดับ โดยระดับต่ำสุดจะต้องอยู่ในขั้นของอาหารปลอดภัย ส่วนระดับสูงสุด คือ เรื่องความหรูหราสวยงามของอาหาร (Luxury) ซึ่งแต่ละระดับจะสะท้อนต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม หากมีการปฏิบัติอย่างจริงจังในเรื่องของการผลิตอาหารที่สะอาด ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย ต่างชาติเกิดความเชื่อถือ "ทั้ง 4 กระทรวงจะร่วมมือกันกำหนดมาตรฐานต่างๆที่จะเกิดขึ้นมาว่า มาตรฐานในประเทศจะต้องตามมาตรฐานต่างประเทศให้ได้ เพื่อการคุ้มครองผู้บริโภค และเป็นการสนับสนุนการเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 เพราะถ้าหากทำได้ก็จะเป็นความเชื่อมั่น ให้เกิดการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในการดำเนินงานโครงการ “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste) เป็นการดำเนินงานซึ่งอยู่ภายใต้โครงการความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) ของกระทรวงสาธารณสุข เนื่องจากรัฐบาลได้เห็นว่า “การท่องเที่ยว” เป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก รัฐบาลจึงกำหนดให้หน่วยงานราชการทุกหน่วยงานให้การสนับสนุนการท่องเที่ยว กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมอนามัยในฐานะหน่วยงาน ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลการบริการอาหารของสถานที่จำหน่ายอาหารให้สะอาดปลอดภัยและได้มาตรฐาน ดังนั้น เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ จึงเห็นควรให้มีการควบคุมการบริการอาหารของสถานที่จำหน่ายอาหารให้มีความปลอดภัยในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอันจะส่งผลต่อชื่อเสียงที่ดีของประเทศไทยด้วย

นโยบายความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety) กระทรวงสาธารณสุข

1. หลักการและเหตุผล

อาหารเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญต่อสุขภาพของประชาชน และอาหารปลอดภัยที่ประชาชนบริโภคนั้น ต้องปราศจากเชื้อโรค อาหารเป็นพิษ หรือปนเปื้อนจากเชื้อโรคทางเดินอาหาร และสารเคมี ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนได้บริโภคอาหารที่ปลอดภัย จึงต้องมีระบบการดูแล ควบคุม และตรวจสอบคุณภาพความปลอดภัย อาหารที่ผลิตทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อาหาร (Food Chain) ตั้งแต่วัตถุดิบ (การเพาะปลูก เพาะเลี้ยง) การผลิต การแปรรูป การจัดจำหน่าย จนถึงผู้บริโภคอาหาร หรือที่กล่าวว่าจากฟาร์มสู่โต๊ะอาหาร (From Farm to Table) หรือจากฟาร์มสู่ช้อน (From Farm to Fork) ทั้งนี้มาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมต้องมีความเท่าเทียมกับมาตรฐานสากล เช่น การใช้มาตรการสุขอนามัย และสุขอนามัยพืช (Sanitary and Phytosanitary: SPS) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์

2. การกิจหลัก

ภารกิจหลักของกระทรวงสาธารณสุข ตามความในหนังสือสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี ที่ นร 0411/ ลร. 2/4326 ลงวันที่ 3 เมษายน 2546 มีดังนี้

2.1 การควบคุมการนำเข้ายา เกสซ์เคมีภัณฑ์ อาหารสำเร็จรูป วัตถุดิบในการผลิตอาหาร (ยกเว้นเนื้อสัตว์ ปลาทูน่า และกุ้ง)

2.2 การขึ้นทะเบียนและการควบคุมการจำหน่ายยา เกสซ์เคมีภัณฑ์ เวชภัณฑ์

2.3 การอนุญาตประกอบการโรงงานแปรรูปอาหาร การตรวจสอบควบคุมมาตรฐาน และกระบวนการผลิตของโรงงานผลิตอาหารเพื่อจำหน่ายในประเทศ

2.4 การตรวจสอบรับรองอาหารที่จำหน่ายในประเทศ

2.5 รับผิดชอบร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเปิดห้องปฏิบัติการเพื่อให้บริการรับรองมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ส่งออก

3. ยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน

สำหรับยุทธศาสตร์ในการดำเนินงาน จะประกอบด้วยยุทธศาสตร์ 5 ด้าน ได้แก่

3.1 ด้านการพัฒนามาตรฐานกฎหมายให้เป็นสากล

- กำหนดให้เน้นการคุ้มครองผู้บริโภคอย่างเท่าเทียมกัน ระหว่างอาหารนำเข้า ผลิต และส่งออก

3.2 ด้านความเข้มแข็งในการกำกับดูแลให้อาหารปลอดภัย

- สร้างความเข้มแข็งของการกำกับดูแลให้อาหารปลอดภัยอย่างครบวงจร ตั้งแต่การควบคุมการนำเข้า การผลิต การจำหน่าย และการขนส่ง

- สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการมีคุณภาพได้มาตรฐาน

3.3 ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้บริโภค

- ณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคมีความรู้ มีพฤติกรรมที่ถูกต้องในการเลือกซื้อประกอบ และบริโภคอาหารอย่างปลอดภัย

3.4 ด้านการพัฒนาบุคลากรและกระบวนการ

- ฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ สามารถพิจารณา ตรวจสอบ และวิเคราะห์คุณภาพอาหารได้ตามภาระหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบ

- สร้างแรงจูงใจให้เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- ประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- เชื่อมโยงระบบข้อมูลสารสนเทศระหว่างหน่วยงานให้เกิดประสิทธิภาพ

3.5 ด้านการพัฒนาศักยภาพห้องปฏิบัติการ

- จัดหาครุภัณฑ์ที่จำเป็นในการตรวจวิเคราะห์ให้เพียงพอ

4. ตัวชี้วัดและเป้าหมาย

ตัวชี้วัดและเป้าหมายในการดำเนินการ มีดังนี้

4.1 การตรวจสอบอาหาร

4.1.1 ประเภทของอาหารที่รณรงค์ ได้แก่

- อาหารสด
- อาหารแปรรูป
- อาหารปรุงจำหน่าย

4.1.2 ประเภทสารเคมีและจุลินทรีย์ที่ตรวจ ได้แก่

- บอแรกซ์
- สารตกค้างจากยาฆ่าแมลง
- สารฟอกขาว
- สารกันเชื้อรา (กรดซาลิซิลิก)
- สารฟอร์มาลิน (น้ำยาดองศพ)
- สารเร่งเนื้อแดง (ซาลิวตามอล)
- จุลินทรีย์
- สารโพลารีนในน้ำมันทอดซ้ำ
- อะฟลาทอกซินในถั่วลิสง

4.2 การตรวจสอบสถานประกอบการ ด่านนำเข้า สถานที่เพาะเลี้ยง เพาะปลูก

4.2.1 สถานที่นำเข้า

- สถานที่นำเข้าประมาณ 2,000 แห่ง ได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด และปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย
- ด่านนำเข้าทุกด้านตรวจสอบเข้มงวด

4.2.2 สถานที่ผลิต

- สถานที่ผลิตอาหารประมาณ 10,000 ราย ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามหลักเกณฑ์วิธีการผลิตที่ดี (GMP: Good Manufacturing Practices) ตามกฎหมาย
- สถานที่เพาะเลี้ยง เพาะปลูก มีการดำเนินการถูกต้องตามหลักวิชาการและปฏิบัติตามกฎหมาย
- สถานที่ผลิตอาหารสัตว์ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมาย
- สถานที่ฆ่าสัตว์เพื่อขายให้ผู้บริโภค มีการดำเนินการถูกต้องตามหลักวิชาการและปฏิบัติตามกฎหมาย

4.2.3 สถานที่จำหน่าย

- มีการตรวจเฝ้าระวังสารปนเปื้อนในอาหารสดที่วางจำหน่ายในตลาดสดทุกแห่ง
- สถานที่จำหน่ายอาหารสดที่ได้มาตรฐานตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ในตลาดสดทุกแห่งได้รับป้าย "อาหารปลอดภัย" ของกระทรวงสาธารณสุข
- ซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดใหญ่ทุกแห่งมีมุมจำหน่ายอาหารที่ได้มาตรฐานอาหารปลอดภัยของกระทรวงสาธารณสุข
- ร้านขายอาหารและแผงลอยทั่วประเทศได้มาตรฐานเกณฑ์อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) ของกระทรวงสาธารณสุข
- สถานที่จำหน่ายยาและเภสัชเคมีภัณฑ์ ปฏิบัติถูกต้องตามกฎหมายทุกแห่ง

5. หน่วยงานรับผิดชอบ

5.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก: กระทรวงสาธารณสุข

5.2 หน่วยงานร่วมรับผิดชอบ ได้แก่

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กระทรวงมหาดไทย
- กระทรวงอุตสาหกรรม
- กระทรวงพาณิชย์
- กระทรวงการต่างประเทศ

- กระทรวงการคลัง (กรมศุลกากร)
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
- สำนักนายกรัฐมนตรี (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค)
- สมาอุตสาหกรรม
- สมาหอการค้า
- สถาบันอาหาร

คู่มือในการพัฒนาทักษะ

ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารที่ใช้ในการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

หลักสำคัญในการจัดการและการควบคุมปัจจัยที่เป็นสาเหตุทำให้อาหารสกปรก ได้แก่

๑. สถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร

สถานที่ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร ควรจัดให้สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยสะดวกต่อการทำกิจกรรมต่างๆ จัดให้มีอุปกรณ์ เครื่องใช้ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน สะดวกต่อนำมาใช้มีการ ดูแลทำความสะอาด สถานที่อย่างสม่ำเสมอ มีการป้องกันสัตว์แมลงนำโรคต่างๆ ไม่ให้สัมผัสอาหารได้ มีการกำจัดขยะมูลฝอยจัดทำท่อระบายน้ำทิ้งที่เหมาะสมถูกต้องตามหลักวิชาการ มีบ่อดักไขมัน จัดทำห้องส้วม และที่ปัสสาวะให้พอเพียง และรักษาให้สะอาด จัดให้มีการระบายอากาศให้มีการ ไหลเวียนเพียงพอ มีปล่องระบายควัน-กลิ่นจากการประกอบอาหาร

๒. ภาชนะอุปกรณ์

การเลือกใช้ภาชนะอุปกรณ์ให้ถูกต้องเหมาะสมกับอาหารแต่ละชนิด เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึง เพราะภาชนะอุปกรณ์บางชนิดอาจทำให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัยได้ ถ้านำมาใช้ใส่อาหาร การล้าง การเก็บ และการใช้อย่างถูกวิธี ก็มีส่วนช่วยให้เกิดความปลอดภัยในการบริโภคอาหารด้วย

๓. อาหาร

อาหารที่จะนำมาปรุง ประกอบไม่ว่าจะเป็นอาหารสด อาหารแห้ง หรืออาหารกระป๋อง จะต้องเลือกอาหารที่ใหม่ สด สะอาด และปลอดภัย ผลิตจากแหล่งผลิตที่เชื่อถือได้ เลือกใช้วัตถุดิบปรุงแต่งอาหารที่ถูกต้อง มีหน่วยงานรับรองความปลอดภัย เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือสำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม นอกจากนี้การปรุงและการเก็บอาหารอย่างถูกวิธี ใช้อุณหภูมิในการปรุงและเก็บที่เหมาะสมก็มีความสำคัญ เพื่อรักษาคุณภาพอาหารให้สะอาดปลอดภัยต่อการบริโภคตลอดเวลา

๔. บุคคล

ผู้สัมผัสอาหารจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในการปฏิบัติตัวอย่างถูกต้อง ทั้งในเรื่อง สุขาภิบาลส่วน

บุคคล และสุขนิสัยที่ดีในการประกอบ-ปรุงอาหาร โดยยึดหลักว่า จะต้องไม่ให้อาหารเกิดการปนเปื้อน ทุกกรณีในทุกขั้นตอนของการประกอบ-ปรุง-จำหน่าย ดังนั้นจะต้องรักษาสุขภาพร่างกาย แต่งกาย สะอาด และมีสุขนิสัยที่ถูกต้องตลอดเวลา

๕. สัตว์และแมลงนำโรค

การป้องกัน ควบคุม และกำจัดสัตว์และแมลงนำโรคต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องดำเนินการในสถาน ปรุง ประกอบ และจำหน่ายอาหาร เพื่อป้องกันไม่ให้สัตว์ แมลงนำโรคเหล่านี้สัมผัสอาหารได้ อันจะเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกิดจากอาหารเป็นสื่อได้ สัตว์นำโรคไม่คิดแต่เพียงหนู เท่านั้น ต้องรวมทั้งสัตว์เลื้อย เช่น สุนัข แมว ไก่ นก ฯลฯ อีกด้วย การควบคุมและป้องกัน ที่ดีที่สุดคือ จัดสภาพสิ่งแวดล้อมให้สะอาด ไม่มีแหล่งที่อยู่อาศัย ไม่มีแหล่งอาหารและการใช้สารเคมีนั้นจะต้อง ระมัดระวังเป็นกรณีพิเศษ

ความรู้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยเชิงสร้างสรรค์

1. การยกระดับความเป็นสากลของผู้ประกอบการโดยจำนวนร้านอาหารของไทยในเขต Active Beach ให้มีมาตรฐานสากลผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำ คือ เข้าโครงการ "อาหารสะอาด รสชาติอร่อย" (Clean Food Good Taste)
2. สร้างความเชื่อมโยงระหว่างการส่งออกและนำเข้า กล่าวคือเพิ่มความสามารถในการผลิต และเพิ่มการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างสรรคอาหารและใช้วัตถุดิบที่ต่างชาติรู้จัก ทำเป็นภาพ หรือ เมนูภาพที่สวยงามให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ระหว่างรอรับประทานอาหาร
3. การเจาะลึกและกระจายตลาด กลุ่มตลาดเดิมจะเน้นในด้านการเจาะลึก และตลาดใหม่ จะ เน้นด้านการกระจายตลาดกลุ่ม โดย การจัดกลุ่มสมาชิก และได้รับสิทธิพิเศษ ให้มีการบอกต่อหรือ แนะนำกันมาจะได้ส่วนลดในราคาพิเศษ แจกคูปอง โปรโมชันต่างๆ หรือสามารถซื้อตัวรายปี มา รับประทานอาหาร หรือซื้อจานแรกราคาเต็ม จานที่สองลดครึ่งราคา เป็นต้น
4. สร้างความแตกต่างและความหลากหลายของสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มมูลค่าพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้หลากหลาย เพื่อสนองความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคสร้างภาพลักษณ์ ด้านวัฒนธรรมของสินค้าไทยพัฒนาภาพลักษณ์ในด้านตราสินค้า ให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพเป็นที่ น่าเชื่อถือและแตกต่างจากสินค้าคู่แข่ง
5. เพิ่มขีดความสามารถในการส่งออก ส่งเสริมการค้าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็น ช่องทางการค้าและประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทย โดยจัดส่งถึงโรงแรมเมื่อเขามาพัก หรือ บริการส่งถึงประเทศที่เขาอยู่

6. การเจรจาแก้ไขปัญหาการค้า โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานการด้านสุขอนามัย การตอบโต้การทุ่มตลาดและการต่อต้านการอุดหนุนโดยร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการให้มีมาตรฐานของสินค้า และมีข้อตกลงร่วมกันระหว่างฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้องเป็นเครือข่าย

เมื่อพิจารณาโครงการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเชิงสร้างสรรค์ จะเห็นว่ามิตุประสงค์ในการมุ่งส่งเสริมให้อาหารไทยของท้องถิ่นให้เป็นหนึ่งในอาหารที่ได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยวอาเซียน ทั้งนี้เพื่อส่งออกความเป็นท้องถิ่นไทย ได้แก่ อาหารสดที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่นปุนิมที่จังหวัดตราด จะตัวใหญ่มาก อาหารสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูป เช่น เส้นจันท์ผัดปู สามารถมีเครื่องปรุงให้กลับไปทำเองที่บ้านได้ นอกจากนี้ยังพัฒนาร้านอาหารให้ครบวงจรให้เป็นช่องทางการสื่อสารด้านการตลาดที่สำคัญในการเผยแพร่สัญลักษณ์ของท้องถิ่นในเรื่อง “วิถีไทย” (Thai Life Style) ที่โดดเด่น ส่งผลต่อเนื่องให้ภาพรวมของวัฒนธรรมไทยอยู่ในระดับสากล เกิดกระแสความนิยมไทยในระยะยาวและยังจะเป็นส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งเช่น มีพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่นที่จังหวัดตราด และจังหวัดชลบุรี โดยพัฒนาพิพิธภัณฑ์เหล่านี้ให้มีในแหล่งท่องเที่ยวทุกๆแห่ง

การพัฒนาโครงการที่ส่งเสริมอาหารไทยนี้มีการศึกษาโดยโครงการย่อยที่ 1 ได้ลงพื้นที่วิจัยและรวบรวมอาหารถิ่นที่เป็นที่นิยม ได้แก่ จังหวัด ชลบุรี อาหารที่สำรวจได้แก่ ปิ้งปลา ปลาข้าวสาร น้ำพริกปลาข้าวสาร ทองพับ จังหวัดระยอง อาหารที่สำรวจได้แก่ เมนูผักกระชับ เมนูกระวาน แกงป่า เมนูอาหารทะเล จังหวัดจันทบุรี อาหารที่สำรวจได้แก่ อาหารทะเล กว๊ายเตี่ยวหมูเสียบเส้นจันท์ผัดปู แกงหมูชะมวง จังหวัดตราด อาหารที่สำรวจได้แก่ แกงแสนตุ้ง เมนูอาหารทะเล โดยเฉพาะปุนิม

จากการสำรวจในพื้นที่และการประชุมกลุ่มย่อย พบว่าอาหารไทยแท้ที่เป็นนิยมของกลุ่มอาเซียนมีอะไรบ้าง เมื่อได้รายชื่อแล้วก็นำมาปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับชาวต่างชาติมากขึ้น โดยพิจารณาถึงวัตถุดิบที่เลือกใช้ และวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวต่างชาติ ได้แก่ ยำใหญ่ ปรับเป็นยำรวมมิตรทะเล ส้มตำไทยปรับเป็นส้มตำทะเล ลาบหมูปรับเป็นน้ำตกเนื้อ สำหรับคนนับถือศาสนาอิสลาม ทอดมันปลากราย ไก่สะเต๊ะ กุ้งทอดกระเทียม ผัดไทย ผัดกะเพราหมูปรับเป็นผัดกะเพราไก่ สำหรับคนนับถือศาสนาอิสลาม ผัดเปรี้ยวหวานกุ้ง ผัดพริกขิงหมูปรับเป็นผัดพริกขิงไก่ สำหรับคนนับถือศาสนาอิสลาม ต้มยำกุ้ง ปรับเป็นต้มยำกุ้งน้ำข้น ต้มขาไก่ แกงส้มผักรวม แกงเผ็ดไก่ แกงเขียวหวานเนื้อ แกงมัสมั่นเนื้อ แกงกะหรี่ไก่ พะแนงเนื้อ ข้าวเหนียวมะม่วง และทับทิมกรอบ ซึ่งเป็นการพัฒนาอีกขั้นที่เกิดจากความพยายามที่จะให้อาหารไทยก้าวสู่ระดับโลก

กล่าวโดยสรุปอาหารไทยกับการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกันมาตลอดแต่เช่นเดียวกับในหลายๆประเทศยังไม่เป็นที่แพร่หลายในลักษณะการนำเสนอในรูปแบบ “การท่องเที่ยว

อาหาร” หรือ Food Tourism ในปัจจุบันนี้มีความพยายามที่จะดึงความโดดเด่นด้านอาหารนี้ขึ้นมาให้สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น โดย

- 1.จัดทำหนังสือแนะนำร้านอาหาร
- 2.จัดทำเมนูอาหารท้องถิ่นต่างๆ หรือเกิดเป็นเส้นทางอาหารขึ้น
- 3.จัดทำพิพิธภัณฑ์อาหาร ให้ทั้งความรู้และได้ทดลองชิมอาหาร

ดังนั้นการสนับสนุนด้านรูปแบบการท่องเที่ยวอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องได้รับการพัฒนาขึ้นให้ต่อเนื่องจากความพยายามที่ดำเนินมา ซึ่งสิ่งที่ควรจะได้รับการพัฒนาคือกระบวนการสื่อสาร เรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวอาหารสู่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะจากประชาคมอาเซียน ตามความเหมาะสมของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นกิจกรรมด้านการเรียนรู้ด้านอาหาร สื่อต่างๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม มีความจำเป็นที่จะได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวอาหารนี้

คู่มือในการรวบรวมความรู้

ความรู้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหาร

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๐ (๑) แห่งพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ในฐานะรัฐมนตรีรักษาการพระราชบัญญัตินี้ โดยคำแนะนำของคณะกรรมการสาธารณสุข จึงกำหนดนโยบายเรื่อง การควบคุมสถานที่จำหน่ายอาหารตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕ ในแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้ ให้ราชการส่วนท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในเขตพื้นที่ที่รับผิดชอบดำเนินการควบคุมสถานที่จำหน่ายอาหารตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕ เพื่อให้สถานที่จำหน่ายอาหาร ได้มีการปรับปรุงการบริการอาหารที่สะอาดปลอดภัยอย่างต่อเนื่องและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวให้ราชการส่วนท้องถิ่นดำเนินการตามโครงการ "อาหารสะอาด รสชาติอร่อย" (Clean Food Good Taste)

มาตรา ๓๘ ผู้ใดจะจัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหารหรือสถานที่สะสมอาหารในอาคารหรือพื้นที่ใดซึ่งมีพื้นที่เกินสองร้อยตารางเมตร และมีใช้เป็นการขายของในตลาด ต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามมาตรา ๕๖ ถ้าสถานที่ดังกล่าวมีพื้นที่ไม่เกินสองร้อยตารางเมตร ต้องแจ้งต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นเพื่อขอรับหนังสือรับรองการแจ้งตามมาตรา ๔๗ ก่อนการจัดตั้ง

มาตรา ๓๙ ผู้จัดตั้งสถานที่จำหน่ายอาหารหรือสถานที่สะสมอาหาร ซึ่งได้รับใบอนุญาตตามมาตรา ๕๖ หรือหนังสือรับรองการแจ้งตามมาตรา ๔๘ และผู้จำหน่าย ทำ ประกอบ ประคบ ประคบ หรือสะสมอาหารในสถานที่จำหน่ายอาหาร หรือสถานที่สะสมอาหารตามมาตรา ๓๘ ต้องปฏิบัติให้ถูกต้อง

ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในข้อกำหนดของท้องถิ่นตามมาตรา ๔๐ หรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตหรือหนังสือรับรองการแจ้ง

มาตรา ๔๐ เพื่อประโยชน์ในการควบคุมหรือกำกับดูแลสถานที่จำหน่ายอาหาร และสถานที่สะสมอาหารที่ได้รับใบอนุญาต หรือได้รับหนังสือรับรองการแจ้ง ให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อกำหนดท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

(๑) กำหนดประเภทของสถานที่จำหน่ายอาหารหรือสถานที่สะสมอาหารตามประเภทของอาหารหรือตามลักษณะของสถานที่ประกอบกิจการหรือตามวิธีการจำหน่าย

(๒) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดตั้ง ใช้ และดูแลรักษาสถานที่และสุขลักษณะของบริเวณที่ใช้จำหน่ายอาหาร ที่จัดไว้สำหรับบริโภคอาหารที่ใช้ทำ ประกอบ หรือปรุงอาหาร หรือที่ใช้สะสมอาหาร

(๓) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและการป้องกันโรคติดต่อ

(๔) กำหนดเวลาจำหน่ายอาหาร

(๕) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายอาหาร ผู้ปรุงอาหารและผู้ให้บริการ

(๖) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะของอาหาร กรรมวิธีการจำหน่าย ทำ ประกอบปรุง เก็บรักษาหรือสะสมอาหาร

(๗) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะของภาชนะ อุปกรณ์ น้ำใช้ และของใช้อื่นๆ

มาตรา ๔๑ เจ้าพนักงานท้องถิ่นที่มีหน้าที่ควบคุมดูแลที่หรือทางสาธารณะ เพื่อประโยชน์ใช้สอยของประชาชนทั่วไปห้ามมิให้ผู้ใดจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายโดยลักษณะวิธีการจัดวางสินค้าในที่หนึ่งใดเป็นปกติหรือเร่ขาย เว้นแต่ได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามมาตรา ๕๖ ในการออกใบอนุญาตตามวรรคสอง ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นระบุชนิดหรือประเภทของสินค้าลักษณะวิธีการจำหน่ายสินค้า และสถานที่ที่จะจัดวางสินค้า เพื่อจำหน่ายในกรณีที่จะมีการจัดวางสินค้าในที่หนึ่งใดเป็นปกติ รวมทั้งจะกำหนดเงื่อนไขอย่างใดตามที่เห็นสมควรไว้ในใบอนุญาตด้วยก็ได้การเปลี่ยนแปลงชนิดหรือประเภทของสินค้า ลักษณะวิธีการจำหน่ายสินค้า หรือสถานที่จัดวางสินค้าให้แตกต่างไปจากที่ระบุไว้ในใบอนุญาต จะกระทำต่อเมื่อผู้รับใบอนุญาตได้แจ้งต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น และเจ้าพนักงานท้องถิ่นได้จัดแจ้งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไว้ในใบอนุญาตแล้ว

มาตรา ๔๒ ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นด้วยความเห็นชอบของเจ้าพนักงานจราจรมีอำนาจออกประกาศ

(๑) กำหนดบริเวณที่หรือทางสาธารณะหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของพื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตห้ามจำหน่ายหรือซื้อสินค้าโดยเด็ดขาด

(๒) กำหนดบริเวณที่หรือทางสาธารณะหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของพื้นที่ดังกล่าวเป็นเขตที่ห้ามจำหน่ายสินค้าบางชนิดหรือบางประเภท หรือเป็นเขตห้ามจำหน่ายสินค้าตามกำหนดเวลาหรือเป็นเขตห้ามจำหน่ายสินค้าโดยวิธีการจำหน่ายในลักษณะใดลักษณะหนึ่งหรือกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการและเงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าในบริเวณนั้นในการดำเนินการตาม (๑) หรือ (๒) ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นปิดประกาศไว้ในที่เปิดเผย ณ สถานที่ทำการของราชการส่วนท้องถิ่น และบริเวณที่จะกำหนดเป็นเขตตาม (๑) หรือ (๒) แล้วแต่กรณี และต้องกำหนดวันที่จะบังคับตามประกาศนั้นมีให้น้อยกว่าสิบห้าวันนับแต่วันประกาศ

มาตรา ๔๓ เพื่อประโยชน์ของประชาชนและการควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะให้ราชการส่วนท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อกำหนดของท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

- (๑) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายหรือผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า
- (๒) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสัญลักษณ์ในการใช้กรรมวิธีการจำหน่าย ทำ ประกอบ บรรจุ เก็บหรือสะสมอาหารหรือสินค้าอื่น รวมทั้งการรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้ และของใช้ต่างๆ
- (๓) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดวางสินค้า และการระบายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ
- (๔) กำหนดเวลาสำหรับการจำหน่ายสินค้า
- (๕) กำหนดการอื่นที่จำเป็นเพื่อการรักษาความสะอาดและป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ รวมทั้งการป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและการป้องกันโรคติดต่อ

ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานอาหาร

1.มาตรฐาน อาหารปลอดภัย ที่ดำเนินการตาม GAP, COC และ GMP

เครื่องหมายโครงการ “อาหารปลอดภัย” Food Safety

เครื่องหมายโครงการ “อาหารปลอดภัย” Food Safety



อาหารปลอดภัย เป็นสัญลักษณ์ให้กับฟาร์ม แหล่งปลูก ที่ดำเนินการตาม GAP, COC และ GMP
รับผิดชอบโดย กรมวิชาการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

เป็นการรับรอง

1. รับรองสินค้าอาหาร
2. รับรองระบบ การจัดการด้านความปลอดภัยคุณภาพอาหาร เช่น ระบบ CoC (Code of Conduct), GAP (Good Agricultural Practice), GMP (Good Manufacturing Practice), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) เป็นต้น
3. รับรองสินค้าที่มีโซ่อาหาร เช่น ปัจจัยการผลิตทางการเกษตร
4. รับรองระบบอื่นๆ ที่ไม่ใช่ด้านความปลอดภัย และคุณภาพอาหาร

หน่วยงานที่รับรอง ได้แก่ กรมประมง กรมปศุสัตว์ กรมวิชาการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมพัฒนาที่ดิน สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ และองค์การตลาดเพื่อเกษตรกร โดยแต่ละหน่วยงานแบ่งกันรับผิดชอบในการตรวจสอบรับรองดังนี้

กรมประมง ตรวจสอบรับรอง ผลผลิตและผลิตภัณฑ์ประมง

กรมปศุสัตว์ ตรวจสอบรับรอง ผลผลิต และผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์

กรมส่งเสริมการเกษตร ตรวจสอบรับรอง ผลิตภัณฑ์ชุมชน

กรมส่งเสริมสหกรณ์ ตรวจสอบรับรอง ผลิตภัณฑ์ของสมาชิกสหกรณ์

กรมพัฒนาที่ดิน ตรวจสอบรับรองปัจจัยการผลิต (สารเร่งสำหรับทำปุ๋ยหมัก)

สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติตรวจสอบ รับรอง มาตรฐาน คุณภาพ และการติดฉลากสินค้าเกษตร สินค้าเกษตรแปรรูป และสินค้าอาหาร

เครื่องหมาย “สุขภาพดี เริ่มที่อาหารปลอดภัย” Safe Food Good Health



ใช้กับอาหารสด เป็นสัญลักษณ์ให้กับร้านค้าที่ แผงที่จำหน่ายอาหารสด ในตลาดสดและซูเปอร์มาร์เก็ต

รับผิดชอบโดย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

เป็นการรับรอง อาหาร ได้แก่ อาหารสด อาหารแปรรูป ปุ๋ย

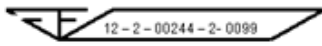
จำหน่าย สารเคมีที่ตรวจ ได้แก่ บอร์แรกซ์ สารพิษตกค้างจาก

สารเคมี สารฟอกขาว สารกันเชื้อรา สารฟอร์มาลีน สารเร่ง

เนื้อแดง จุลินทรีย์ คลอแรมเฟนิคอลไนโตรฟูแรน

สถานประกอบการ สถานเพาะเลี้ยง เพาะปลูก

เครื่องหมาย อย.



เป็นสัญลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ที่มีภาชนะบรรจุสนิท
 รับผิดชอบโดย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข
 ผลิตภัณฑ์อาหารใดบ้างต้องมีฉลาก

กลุ่มที่ 1 อาหารควบคุมเฉพาะมี 17 ชนิด ได้แก่

- 1.นมดัดแปลงสำหรับทารก และนมดัดแปลงสูตรต่อเนื่อง สำหรับทารกและเด็กเล็ก
- 2.อาหารทารกและอาหารสูตรต่อเนื่อง สำหรับทารก และเด็กเล็ก
- 3.อาหารเสริม สำหรับทารกและเด็กเล็ก
- 4.นมโค
- 5.นมปรุงแต่ง
- 6.นมเปรี้ยว
- 7.ไอศกรีม
- 8.อาหารในภาชนะบรรจุ ที่ปิดสนิท
- 9.ผลิตภัณฑ์ของนม
- 10.น้ำบริโภคน้ำในภาชนะบรรจุ ที่ปิดสนิท
11. เครื่องดื่มในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
12. น้ำแข็ง
13. อาหารสำหรับผู้ที่ต้องการ ควบคุมน้ำหนัก
14. สีส้มอาหาร
15. วัตถุที่ใช้ปรุงแต่งรสอาหาร
16. วัตถุเจือปนอาหาร
17. โซเดียมซัยคลาเมตและ อาหารที่มีโซเดียมซัยคลาเมต

กลุ่มที่ 2 อาหารที่กำหนดคุณภาพหรือมาตรฐานมี 31 ชนิด ได้แก่

1. น้ำมันและไขมัน
2. น้ำมันถั่วลิสง
3. เนย
4. เนยเทียม
5. กี่
6. อาหารกึ่งสำเร็จรูป
7. น้ำมันเนย
8. น้ำปลา
9. น้ำส้มสายชู
10. ครีม
11. น้ำมันปาล์ม
12. น้ำมันมะพร้าว
13. ชา
14. น้ำมันถั่วเหลือง ในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
15. กาแฟ
16. แยม เยลลี่ มาร์มาเลด ในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
17. เครื่องดื่มเกลือแร่
18. รอยัลเยลลี่และ ผลิตภัณฑ์รอยัลเยลลี่
19. น้ำผึ้ง
20. น้ำแร่จากธรรมชาติ
21. เนยแข็ง
22. ซอสบางชนิด
23. น้ำที่เหลือ จากผลิตภัณฑ์ โมโนโซเดียมกลูตาเมต
24. ไข่เยี่ยวม้า
25. ผลิตภัณฑ์ปรุงรส ที่ได้จากการย่อยโปรตีน ของถั่วเหลือง
26. ข้าวเติมวิตามิน
27. ซ็อกโกแลต
28. เกลือบรีโกล

29. อาหารที่มีสารพิษตกค้าง
30. อาหารที่มีสารปนเปื้อน
31. อาหารที่มีกัมมันตรังสี

กลุ่มที่ 3 อาหารที่รัฐมนตรีประกาศให้ต้องมีฉลากมี 14 ชนิด ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์
2. แป้งข้าวกล้อง
3. น้ำเกลือปรุงอาหาร
4. ซอสในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิท
5. ขนมอบ
6. หมากฝรั่งและลูกอม
7. วัสดุสำเร็จรูปและขนมเยลลี่
8. กำหนดกรรมวิธี การผลิตอาหารซึ่งมี การใช้กรรมวิธีการ ฉายรังสี
9. ผลิตภัณฑ์กระเทียม
10. วัตถุแต่งกลิ่นรส
11. อาหารที่มีวัตถุที่ใช้เพื่อรักษาคุณภาพ หรือ มาตรฐานของอาหาร รวมอยู่ในภาชนะบรรจุ
12. อาหารที่มีส่วนผสมของว่านหางจระเข้
13. อาหารมีวัตถุประสงค์พิเศษ
14. การแสดงฉลากของอาหาร พร้อมปรุงและอาหารสำเร็จรูป ที่พร้อมบริโภคทันที

เครื่องหมาย ตลาดสด น่าซื้อ



อาหารสด เป็นสัญลักษณ์ ให้กับตลาดขายอาหารสด อาหารพร้อมบริโภค อาหารแปรรูป
โดยกำหนด

สถานที่สะอาด

อาหารปลอดภัย ไม่มีสารปนเปื้อน (ไม่พบบอแรกซ์, สารฟอร์มาลีน, สารไฮโดรซัลไฟด์ (สารฟอกขาว), กรดซาลิซิลิก (สารกันรา), สารพิษตกค้าง, สารกำจัดแมลง)

ใส่ใจผู้บริโภค มีพื้นที่ให้ความรู้ และกิจกรรมส่งเสริมการคุ้มครองผู้บริโภค
 รับผิดชอบโดย กรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุข

เครื่องหมายรับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ



กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

สัญลักษณ์ รับรองคุณภาพระบบตรวจสอบสารพิษ รับผิดชอบ โดย
 กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ใช้รับรองคุณภาพระบบตรวจสอบ สารพิษตกค้าง
 ในผักสด/ผลไม้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถดำเนินการตรวจสอบผักสด/ผลไม้ ได้อย่างเป็นระบบ
 สามารถตรวจสอบให้เป็นไปตาม ระบบคุณภาพอาหาร (Quality System) : GMP/HACCP
 การผลิตอาหารนอกจากจะต้องศึกษา พ.ร.บ. อาหาร และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง การเตรียม
 ความพร้อมหรือการปรับปรุงสถานที่ผลิตอาหารให้สะอาดและได้มาตรฐาน ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำ
 ให้อาหารที่ผลิตมีคุณภาพและปลอดภัย

ระบบคุณภาพ (Quality System)

ระบบคุณภาพ (Quality System) หรือบางครั้งเรียกว่า ระบบประกันคุณภาพ (Quality assurance system) เป็นการดำเนินการเพื่อให้สถานที่ผลิตมีมาตรฐาน โดยคำนึงถึงทุกขั้นตอนของการผลิต รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องถูกควบคุม ตรวจสอบอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายมีคุณภาพและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น หากระบบมีการดำเนินการถูกต้องแล้วจะสามารถช่วยตรวจสอบกลับถึงสาเหตุได้เมื่อผลิตภัณฑ์มีปัญหา แต่อย่างไรก็ตาม ระบบนี้เป็นระบบที่เน้นการป้องกันมากกว่าการแก้ไขปัญหาในระดับสากล ระบบคุณภาพในอุตสาหกรรมอาหาร ได้แก่ GMP และ HACCP ซึ่งปัจจุบันมีความสำคัญและมีการดำเนินการมากขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และอุตสาหกรรมส่งออก เนื่องจากกระแสความต้องการ การบริโภคอาหารภายในประเทศและกระแสการค้าโลกที่มีการแข่งขัน

ในเรื่องคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของอาหารมากยิ่งขึ้น เส้นทางและลำดับขั้นตอนของระบบคุณภาพอาหารที่ดี ในประเทศไทยมิใช่เริ่มต้นในเรื่อง GMP และ HACCP ได้เลย แต่ควรมีการดำเนินการตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน จนถึงลำดับสุดท้าย ดังนี้

ข้อกำหนดตามมาตรฐาน “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” (Clean Food Good Taste)

ข้อกำหนดตามมาตรฐาน “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ที่กำหนดโดยกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข แยกข้อกำหนดการตรวจประเมินกลุ่มเป้าหมาย เพื่อรับรองมาตรฐานออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้ คือ

๑. ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร (ร้านอาหาร ๑๕ ข้อ / แผงลอยจำหน่ายอาหาร ๑๒ ข้อ)

๒. ข้อกำหนดการตรวจหาโคลิฟอร์มแบคทีเรียในอาหารด้วยชุดทดสอบ SI - 2

ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับร้านอาหาร จำนวน ๑๕ ข้อ

๑. สถานที่รับประทานอาหาร เตรียม – ปรง – ประกอบอาหาร ต้องสะอาดเป็นระเบียบ และจัดเป็นสัดส่วน

๒. ไม่เตรียมปรุงอาหารบนพื้นและบริเวณหน้า หรือในห้องน้ำ ห้องส้วมและต้องเตรียมปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้น อย่างน้อย ๖๐ ซม.

๓. ใช้สารปรุงแต่งอาหารที่มีความปลอดภัย มีเครื่องหมายรับรองของอาหารทางราชการ เช่น เลขสารบบอาหาร เครื่องหมาย รับรองมาตรฐานของกระทรวงอุตสาหกรรม (มอก.)

๔. อาหารสดต้องล้างให้สะอาดก่อนนำมาปรุง หรือเก็บ การเก็บอาหารประเภทต่างๆ ต้องแยกเก็บเป็นสัดส่วน อาหารประเภท เนื้อสัตว์ดิบ เก็บในอุณหภูมิที่ต่ำกว่า ๕ องศาเซลเซียส

๕. อาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว เก็บในภาชนะที่สะอาดมีการปกปิด วางสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม.

๖. น้ำแข็งที่ใช้บริโภคต้องสะอาดเก็บในภาชนะที่สะอาดมีฝาปิด ใช้อุปกรณ์ที่มีด้ามสำหรับคีบหรือตักโดยเฉพาะวางสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม. และต้องไม่มีสิ่งของอย่างอื่นแช่รวมไว้

๗. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะแล้วล้างด้วยน้ำสะอาด ๒ ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหล และที่ล้างภาชนะ ต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม.

๘. เชียงและมิด ต้องมีสภาพดีแยกใช้ระหว่างเนื้อสัตว์สุก เนื้อสัตว์ดิบ และผัก ผลไม้

๙. ช้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่ง สะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาดและมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม.

๑๐. มูลฝอย และน้ำเสียทุกชนิด ได้รับการกำจัดด้วยวิธีที่ถูกหลักสุขาภิบาล

๑๑. ห้องส้วมสำหรับผู้บริโภคและผู้สัมผัสอาหารต้องสะอาด มีอ่างล้างมือที่ใช้การได้ดี และมีสบู่ใช้ตลอดเวลา

๑๒. ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สวมหมวกหรือเน็คคลุมผม

๑๓. ผู้สัมผัสอาหารต้องล้างมือให้สะอาดก่อนเตรียมปรุง ประกอบ จำหน่ายอาหารทุกครั้ง ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้วทุกชนิด

๑๔. ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือต้องปกปิดแผลให้มิดชิด หลีกเลี่ยงการปฏิบัติงานที่มีโอกาสสัมผัสอาหาร

๑๕. ผู้สัมผัสอาหารที่เจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถติดต่อไปยังผู้บริโภค โดยมีน้ำและอาหารเป็นสื่อ ให้หยุดปฏิบัติงานจนกว่าจะรักษา ให้หายขาด

ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร สำหรับแผงลอยจำหน่ายอาหาร (จำนวน ๑๒ ข้อ)

๑. แผงลอยจำหน่ายอาหารทำจากวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย มีสภาพดี เป็นระเบียบ อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม.

๒. อาหารปรุงสุกมีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์และแมลงนำโรค

๓. สารปรุงแต่งอาหาร ต้องมีเลขสารบบอาหาร

๔. น้ำดื่ม ต้องเป็นน้ำสะอาด ใส่ในภาชนะที่สะอาด มีการปกปิดมิดชิดหรือทางเทริน้ำ

๕. เครื่องดื่ม ต้องใส่ภาชนะที่สะอาด มีการปกปิดและมีที่ตักที่มีด้ามยาวหรือมีก๊อก หรือทางเทริน

๖. น้ำแข็งที่ใช้บริโภค ต้องสะอาด เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม. ที่ตักน้ำแข็งมีด้ามยาว และต้องไม่นำอาหาร หรือสิ่งของอย่างอื่นไปแช่ไว้ในน้ำแข็ง

๗. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด ๒ ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหล และอุปกรณ์การล้างต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม.

๘. ช้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะโปร่ง สะอาด หรือวางเป็นระเบียบ ในภาชนะโปร่งสะอาดและมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย ๖๐ ซม

๙. มีการรวบรวมมูลฝอย และเศษอาหารเพื่อนำไปกำจัด

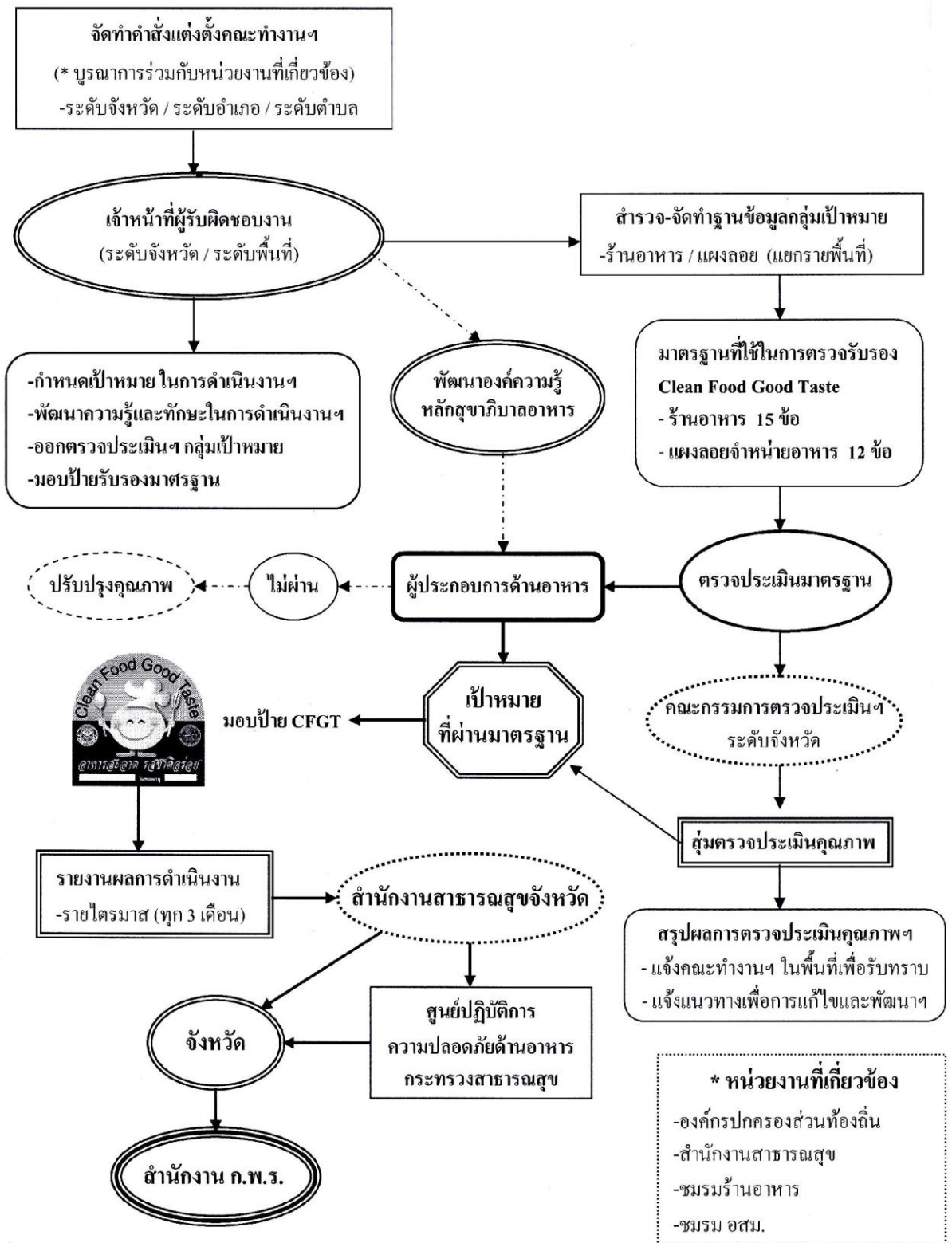
๑๐. ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อนที่สะอาด สวมหมวกหรือเน็คคลุมผม

๑๑. ใช้อุปกรณ์หยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว

๑๒. ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือต้องปกปิดแผลให้มิดชิด

แนวทางการดำเนินงาน “อาหารสะอาด รสชาติอร่อย”

Clean Food Good Taste



ขั้นตอนที่ ๑ จัดทำคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการด้านสุขาภิบาลอาหาร ระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และระดับตำบล ซึ่งคณะกรรมการฯ ที่แต่งตั้งขึ้น มีภารกิจงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานความปลอดภัยด้านอาหาร ของจังหวัด มีหน้าที่ติดตามเฝ้าระวังเพื่อป้องกันการเกิดโรคต่างๆที่มีอาหารและน้ำเป็นสื่อ โดยคณะกรรมการฯดังกล่าว มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินงานความปลอดภัยด้านอาหารในระดับพื้นที่แบบบูรณาการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ ๒ สำรวจและจัดทำฐานข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานสุขาภิบาลอาหาร จะต้องสำรวจและรวบรวมข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดทำแผนงาน กำหนดเป้าหมายเพื่อการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแต่ละพื้นที่จะต้องมีการสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ (Update) เช่น ข้อมูลร้านจำหน่ายอาหาร ในระดับตำบล เมื่อรวบรวมข้อมูลหลายๆ ตำบล ก็จะเป็นข้อมูลในระดับอำเภอ และระดับจังหวัดตามลำดับ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ ๓

- ประชุมคณะกรรมการฯ เพื่อจัดทำแผนการดำเนินงานโดยใช้ข้อมูลและผลการดำเนินงานในปีที่ผ่านมา ใช้ประกอบการพิจารณาและวางแผนร่วมกัน

- จัดอบรมเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานสุขาภิบาลอาหารในพื้นที่ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านสุขาภิบาลอาหาร และสร้างองค์ความรู้ ให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานฯ เพื่อใช้เป็นแนวทางในอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการด้านอาหาร และผู้จำหน่ายอาหารต่อไป

ขั้นตอนที่ ๔ ออกตรวจประเมินกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหาร ตามมาตรฐานอาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) ที่กำหนดโดยกระทรวงสาธารณสุข

ขั้นตอนที่ ๕ มอบป้ายรับรองคุณภาพ ให้แก่เป้าหมายที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด และออกตรวจประเมินซ้ำทุก ๑ ปี เพื่อต่ออายุป้ายให้แก่เป้าหมายที่ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด

ขั้นตอนที่ ๖ ในกรณีที่กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการตรวจแล้ว แต่ยังไม่สามารถผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดได้ให้ผู้ประกอบการหรือเป้าหมายที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ดำเนินการปรับปรุงคุณภาพในส่วนที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานต่อไป (รายละเอียดเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ตามแบบรายงานการตรวจประเมินฯ)

ขั้นตอนที่ ๗ รายงานผลการดำเนินงานให้จังหวัดทราบ โดยส่งรายงานเป็นรายไตรมาส (ทุก ๓ เดือน) เริ่มรายงานผลตามปีงบประมาณ (ตั้งแต่เดือนตุลาคมเป็นต้นไป) โดยใช้เกณฑ์การประเมินตามตัวชี้วัดที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด

ขั้นตอนที่ ๘ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด รวบรวมรายงานผลการดำเนินงานฯ เพื่อส่งไปยัง ศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัยด้านอาหาร กระทรวงสาธารณสุข และสำนักงานจังหวัด เพื่อใช้เป็น หลักฐานการตรวจประเมินจากสำนักงาน ก.พ.ร.

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เป็นส่วนราชการมีฐานะการปกป้องและคุ้มครอง สุขภาพประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยผลิตภัณฑ์สุขภาพเหล่านั้นต้องมีคุณภาพ มาตรฐานและปลอดภัย มีการส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ถูกต้องด้วยข้อมูลวิชาการที่มีหลักฐาน เชื่อถือได้และมีความเหมาะสม เพื่อให้ประชาชนได้บริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ปลอดภัยและสม ประโยชน์ โดยมีอำนาจหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร กฎหมายว่าด้วยยา กฎหมายว่าด้วยเครื่องสำอาง กฎหมายว่าด้วยวัตถุอันตราย กฎหมายว่าด้วยวัตถุที่ออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท กฎหมายว่าด้วยยา เสพติด ให้โทษ กฎหมายว่าด้วยเครื่องมือแพทย์ กฎหมายว่าด้วยการป้องกันการใช้สารระเหย และ กฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง
2. พัฒนาระบบและกลไก เพื่อให้มีการดำเนินการบังคับใช้กฎหมายที่อยู่ในความรับผิดชอบ
3. เฝ้าระวังกำกับและตรวจสอบคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สถานประกอบการ และการ โฆษณา รวมทั้งผลอันไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนมีการติดตามหรือเฝ้าระวังข้อมูลข่าวสาร ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ
4. ศึกษา วิเคราะห์ วิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และระบบงานคุ้มครองผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. ส่งเสริมและพัฒนาผู้บริโภค ให้มีศักยภาพในการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ถูกต้อง เหมาะสมปลอดภัย และคุ้มค่า รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริโภคนั้นมีการร้องเรียนเพื่อปกป้องสิทธิของตนได้
6. พัฒนาและส่งเสริมการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการมีส่วน ร่วมของภาครัฐภาคเอกชน ประชาชน และเครือข่ายประชาคมสุขภาพ
7. ปฏิบัติการอื่นใดตามที่กฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของสำนักงานคณะกรรมการ อาหารและยาหรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย การดำเนินงานควบคุมทางด้านต่างๆ จะต้องดำเนินให้เป็นไปตามพระราชบัญญัติ และมติของ คณะกรรมการ ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และเลขาธิการฯ รองเลขาธิการฯ เจ้าหน้าที่ของกองที่เกี่ยวข้อง โดย ผู้รับผิดชอบโดยตรงในการดูแลการเฝ้าระวังหรือความปลอดภัยในการบริโภคอาหารของ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา คือ กองควบคุมอาหาร ซึ่งมีบทบาทและหน้าที่ ดังนี้

1. ควบคุม กำกับ ดูแล อาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นไปตามกฎหมาย
2. ศึกษาวิจัยและจัดทำมาตรฐาน หลักเกณฑ์ กฎระเบียบ และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการควบคุม กำกับ ดูแลคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของอาหาร
3. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการผลิต นำเข้า และจำหน่ายอาหารให้ได้คุณภาพตาม มาตรฐาน
4. พัฒนาระบบการตรวจสอบ กำกับดูแล ฝักระวังอาหาร สถานประกอบการด้านอาหาร และการโฆษณาอาหารให้เป็นไปตามกฎหมาย และเป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วประเทศ
5. ให้ความรู้ คำแนะนำทางวิชาการ และพัฒนาข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านอาหาร
6. ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือได้รับ มอบหมาย

การคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

การคุ้มครองในส่วนส่วนภูมิภาคจะมีเจ้าหน้าที่ ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด นายแพทย์ สาธารณสุขจังหวัด เกสัชกรกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของ ก.ท.ม. ที่ อ.ย. ได้มอบให้เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ในการดำเนินการคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารตาม พ.ร.บ. อาหาร พ.ศ. 2522 เพื่อสามารถตรวจสอบดูแลคุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัยของ ผลิตภัณฑ์อาหารที่จำหน่ายในท้องตลาด และทำหน้าที่เป็นพนักงานเจ้าหน้าที่ที่จะปฏิบัติให้เป็นไป ตามกฎหมายต่อไป

การติดต่อร้องเรียน

ที่อยู่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา 88/24 ถนนติวานนท์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000 หมายเลขโทรศัพท์ 02-590-7354-5 สายด่วน 1556 Web site www.fda.moph.go.th

การดำเนินการร้องเรียนในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด)

ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข ณ สำนักงาน สาธารณสุขจังหวัด

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นหน่วยงานซึ่งมีฐานะเทียบเท่ากรมสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2541 อำนาจและหน้าที่ของสำนักงาน คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัตินั้นมีอยู่ 7 ประการ ซึ่งได้ปฏิบัติการเพื่อช่วยเหลือ ผู้บริโภคดังนี้

1. รับเรื่องราวร้องทุกข์จากผู้บริโภคที่ได้รับความเดือดร้อนหรือเสียหาย อันเนื่องมาจากการกระทำของผู้ประกอบธุรกิจ เพื่อเสนอต่อคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค พิจารณาดำเนินการต่อไป
2. ติดตามและสอดส่องพฤติการณ์ของผู้ประกอบธุรกิจ ซึ่งกระทำการใดๆ อันมีลักษณะเป็นการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค และจัดให้มีการทดสอบหรือพิสูจน์สินค้าหรือบริการใดๆ ตามที่เห็นสมควรและจำเป็น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค
3. สนับสนุนหรือทำการศึกษาและวิจัยปัญหาเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคร่วมกับสถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่น เพื่อที่จะได้ดำเนินการช่วยเหลือผู้บริโภคได้ตรงกับปัญหาและความต้องการ ตัวอย่างในการดำเนินการในข้อนี้ที่ผ่านมา ได้แก่ การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ยาปราบศัตรูพืชและการสำรวจทัศนคติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค เป็นต้น
4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาแก่ผู้บริโภค ในทุกระดับการศึกษาเกี่ยวกับความปลอดภัยและอันตรายที่อาจจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถคุ้มครองตนเองในเบื้องต้นก่อน นอกเหนือจากความช่วยเหลือจากรัฐบาล
5. ดำเนินการเผยแพร่วิชาการและให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้บริโภค เพื่อสร้างนิสัยในการบริโภคที่เป็นการส่งเสริมพลานามัย ประหยัด และใช้ทรัพยากรของชาติให้เป็นประโยชน์มากที่สุด
6. ประสานงานกับส่วนราชการ หรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริม หรือ กำหนดมาตรฐานของสินค้าหรือบริการ ได้แก่ สินค้าที่ไม่ได้คุณภาพมาตรฐานและบริการที่เสียประโยชน์แก่ผู้บริโภค
7. ปฏิบัติการอื่นๆ ตามที่คณะกรรมการหรือคณะกรรมการเฉพาะเรื่องมอบหมาย ที่สำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คือ การแจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค

การดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ปัจจุบันแต่ละจังหวัดจะมีองค์กรทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค รวม 2 องค์กร ได้แก่

1. คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด และคณะอนุกรรมการผู้มีอำนาจเปรียบเทียบความผิดที่เกิดขึ้นในจังหวัดอื่นนอกจากกรุงเทพมหานคร โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นประธานซึ่งทำหน้าที่ พิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์หรือคำร้องเรียนต่างๆ ไปในเรื่องเกี่ยวกับการถูกเอารัดเอาเปรียบ หรือไม่ได้รับความเป็นธรรมในการซื้อสินค้าเครื่องอุปโภคบริโภคหรือบริการที่มีการซื้อขายกันในท้องตลาด แจ้งหรือโฆษณาข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมเสียแก่สิทธิของผู้บริโภค รวมทั้งประสานงานกับส่วนราชการหรือหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการควบคุม ส่งเสริมหรือกำหนดมาตรฐานของสินค้า เครื่องอุปโภคบริโภคหรือบริการ ตลอดจนให้ดำเนินคดีในความผิดเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

การติดต่อร้องเรียน

ที่อยู่ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค 78 ถนนราชดำเนินนอก ทำเนียบรัฐบาล เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 หรือ ตู้ ปณ. 99 กรุงเทพฯ 10300 สายด่วน โทร. 1166

Web site www.ocpb.go.th

การดำเนินการร้องเรียนในส่วนภูมิภาค (ต่างจังหวัด)

ผู้บริโภคสามารถร้องเรียนได้ที่คณะอนุกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคประจำจังหวัด ณ ศาลากลางจังหวัด

คู่มือการตลาด

1. ธุรกิจอาหาร (Food Business) คือ ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารก็ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารและเครื่องดื่มอย่างอิมมูน่าสำราญ

2. นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ บุคคลที่เดินทางมาจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังสถานที่หนึ่งโดยมีการค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน ด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์อันมิใช่เพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้และให้หมายความรวมถึงผู้รับบริการหรือความสะดวกจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยเสียค่าบริการด้วย แบ่งเป็น

2.1 นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (International excursionists) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่พำนักไปยังอีกประเทศหนึ่งโดยมิได้ค้างคืนเพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน

2.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourist) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปยังอีกประเทศหนึ่งโดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน (ในกรณีของประเทศไทย) เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทนจากประเทศนั้นๆ รวมถึง บุคคลที่ถือสัญชาติเดียวกับประเทศที่ตนไปเยือน แต่มิได้มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น แบ่งเป็น

2.2.1 นักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงสามารถจ่ายซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวตามที่ต้องการได้ และขณะเดียวกันเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ก่อ

ผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทั้งด้านธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวคุณภาพ ได้แก่ นักท่องเที่ยววัยทองหรือนักท่องเที่ยวสูงอายุ เป็นต้น

2.2.2 นักท่องเที่ยวสูงอายุ (Golden-aged traveler) คือ นักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งรวมถึง นักท่องเที่ยวเกษียณอายุด้วย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง และนับเป็นนักท่องเที่ยวยุคคุณภาพ บางครั้งอาจเรียกว่า Silver-aged traveler, older traveler หรือ Unyoung traveler

2.2.3 นักท่องเที่ยวฮันนีมูน (Honeymooner) คือ นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อเฉลิมฉลองการแต่งงาน หมายรวมถึงคู่บ่าวสาวที่เพิ่งจะแต่งงานใหม่ๆ และคู่ที่ฉลองครบรอบแต่งงาน

2.2.4 นักท่องเที่ยวอิสระ (Free Individual Traveler- FIT) คือ นักท่องเที่ยวใดๆ ที่เดินทางร่วมกันไม่เกิน 10 คน เป็นการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยอิสระโดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยว อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัว กลุ่มเพื่อน เป็นต้น

2.2.5 นักท่องเที่ยวประหยัด (Backpacker) คือ นักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยพักแรมในที่พักราคาถูก เดินทางอย่างเรียบง่ายไม่เน้นความหรูหรา เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อต่ำ ส่วนใหญ่มักจะแบกหรือสะพายสัมภาระไว้บนหลัง จึงมักเรียกนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า Backpack นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แก่ นักเรียน นักศึกษา เป็นต้น

3 ผู้เยี่ยมเยือนระหว่างประเทศ (International visitor) คือ บุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่พำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่งในระยะเวลาไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดค่าจ้าง ค่าตอบแทน

4. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made attraction) คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นโดยมนุษย์ได้แก่ สวนสนุก ศูนย์การค้า สถาบันเทงานกิจกรรมพิเศษ เช่นการจัดกีฬาโอลิมปิกเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดสิ่งจูงใจในการท่องเที่ยว

5. การท่องเที่ยวเชิงการตลาด (Mass tourism) คือ การที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งที่ได้รับการพัฒนาแล้วเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้ในเวลาเดียวกัน

ดังนั้น การทำธุรกิจอาหารต้องมีความสัมพันธ์กับประเภทของนักท่องเที่ยว ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพจะมีกำลังซื้อสูง ดังนั้นสามารถรับประทานอาหารในที่หรูหรา อาจมีโชว์ทางด้านวัฒนธรรมเสริม แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวอิสระ อาจมีร้านอาหารที่สะดวก รวดเร็ว เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการอิสระ แต่ละพื้นที่อาจมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศูนย์การค้า และมีศูนย์อาหารในศูนย์การค้า มีการจัดกิจกรรมเกี่ยวกับอาหาร ซึ่งจะสัมพันธ์กับบริษัทนำเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวมาส่ง นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐอาจทำแผนประชาสัมพันธ์ ของดีในแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เป็นคู่มือในการเดินทางมายังสถานที่นั้นๆ

แบบประเมิน ปี 2554

แบบตรวจแผลงลอยจำหน่ายอาหาร ตามข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร

ชื่อเจ้าของแผลงลอย _____ ผ่านการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหาร () เคย () ไม่เคย
 บริเวณที่ตั้งแผลงลอย _____ พื้นที่ตั้ง () ทางสาธารณะ () เอกชน
 อาหารที่จำหน่าย _____ จำนวนผู้ปรุง _____ คน, ผู้เสิร์ฟ _____ คน
 ใบอนุญาตออกโดยท้องถิ่นเลขที่ _____ ออกให้เมื่อวันที่ _____ เขต (เทศบาล / สุขาภิบาล / อบต.) _____

ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับแผลงลอยจำหน่ายอาหาร	ผลตรวจ		หมายเหตุ
	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง	
1. แผลงลอยจำหน่ายอาหารทำจากวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย มีสภาพดี เป็นระเบียบอยู่สูงจากพื้น อย่างน้อย 60 ซม.			
2. อาหารปรุงสุกมีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์แมลงนำโรค			
3. สารปรุงแต่งอาหาร ต้องมีเลขทะเบียนตำรับอาหาร (อย.)			
4. น้ำดื่มต้องเป็นน้ำที่สะอาด ใส่ภาชนะที่สะอาด มีก๊อกหรือทางเทริน้ำ			
5. เครื่องดื่มต้องใส่ภาชนะที่สะอาด มีการปกปิด และมีที่ดักที่มีด้ามยาว หรือมีก๊อกหรือทางเทริน้ำ			
6. น้ำแข็งที่ใช้บริโภค 6.1 ต้องสะอาด 6.2 เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. 6.3 ที่ดักน้ำแข็งมีด้ามยาว 6.4 ต้องไม่นำอาหาร หรือสิ่งของอย่างอื่นไปแช่ไว้ในน้ำแข็ง			
7. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหลและถูปรณ การล้างต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.			
8. ซ้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นในภาชนะที่โปร่งสะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาด และมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.			
9. มีการรวบรวมมูลฝอย และเศษอาหารเพื่อนำไปกำจัด			
10. ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อน และสวมหมวกหรือเน็ตคลุมผม			
11. ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว			
12. ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือ ต้องปกปิดแผลให้มิดชิด			

ข้อเสนอแนะ _____

เจ้าของผู้รับการตรวจ _____
 (_____)

ผู้ตรวจ _____
 (_____)

ตำแหน่ง _____

หน่วยงาน _____

วันที่ตรวจ _____ / _____ / _____

แบบประเมิน ปี 2554

แบบตรวจแผนล่อยจำหน่ายอาหาร ตามข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหาร

ชื่อเจ้าของแผนล่อย _____ ผ่านการอบรมด้านสุขาภิบาลอาหาร () เคย () ไม่เคย
 บริเวณที่ตั้งแผนล่อย _____ พื้นที่ตั้ง () ทางสาธารณะ () เอกชน
 อาหารที่จำหน่าย _____ จำนวนผู้ปรุง _____ คน, ผู้เสิร์ฟ _____ คน
 ใบอนุญาตออกโดยท้องถิ่นเลขที่ _____ ออกให้เมื่อวันที่ _____ เขต (เทศบาล / สุขาภิบาล / อบต.) _____

ข้อกำหนดด้านสุขาภิบาลอาหารสำหรับแผนล่อยจำหน่ายอาหาร	ผลตรวจ		หมายเหตุ
	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง	
1. แผนล่อยจำหน่ายอาหารทำจากวัสดุที่ทำความสะอาดง่าย มีสภาพดี เป็นระเบียบอยู่สูงจากพื้น อย่างน้อย 60 ซม.			
2. อาหารปรุงสุกมีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์แมลงนำโรค			
3. สารปรุงแต่งอาหาร ต้องมีเลขทะเบียนตำรับอาหาร (อย.)			
4. น้ำดื่มต้องเป็นน้ำที่สะอาด ใส่ภาชนะที่สะอาด มีก๊อกหรือทางเทริน้ำ			
5. เครื่องดื่มต้องใส่ภาชนะที่สะอาด มีการปกปิด และมีที่ดักที่มีด้านขาว หรือมีก๊อกหรือทางเทริน้ำ			
6. น้ำแข็งที่ใช้บริโภค 6.1 ต้องสะอาด 6.2 เก็บในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด อยู่สูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม. 6.3 ที่ดักน้ำแข็งมีด้านขาว 6.4 ต้องไม่นำอาหาร หรือสิ่งของอย่างอื่นไปแช่ไว้ในน้ำแข็ง			
7. ล้างภาชนะด้วยน้ำยาล้างภาชนะ แล้วล้างด้วยน้ำสะอาด 2 ครั้ง หรือล้างด้วยน้ำไหลและอุปกรณ์การล้างต้องวางสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.			
8. ซ้อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้านขึ้นในภาชนะที่โปร่งสะอาด หรือวางเป็นระเบียบในภาชนะโปร่งสะอาด และมีการปกปิด เก็บสูงจากพื้นอย่างน้อย 60 ซม.			
9. มีการรวบรวมมูลฝอย และเศษอาหารเพื่อนำไปกำจัด			
10. ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อแขน ผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อน และสวมหมวกหรือเน็ตคลุมผม			
11. ใช้อุปกรณ์ในการหยิบจับอาหารที่ปรุงสำเร็จแล้ว			
12. ผู้สัมผัสอาหารที่มีบาดแผลที่มือ ต้องปกปิดแผลให้มิดชิด			

ข้อเสนอแนะ _____

เจ้าของผู้รับการตรวจ _____
 (_____)

ผู้ตรวจ _____
 (_____)

ตำแหน่ง _____

หน่วยงาน _____

วันที่ตรวจ _____ / _____ / _____