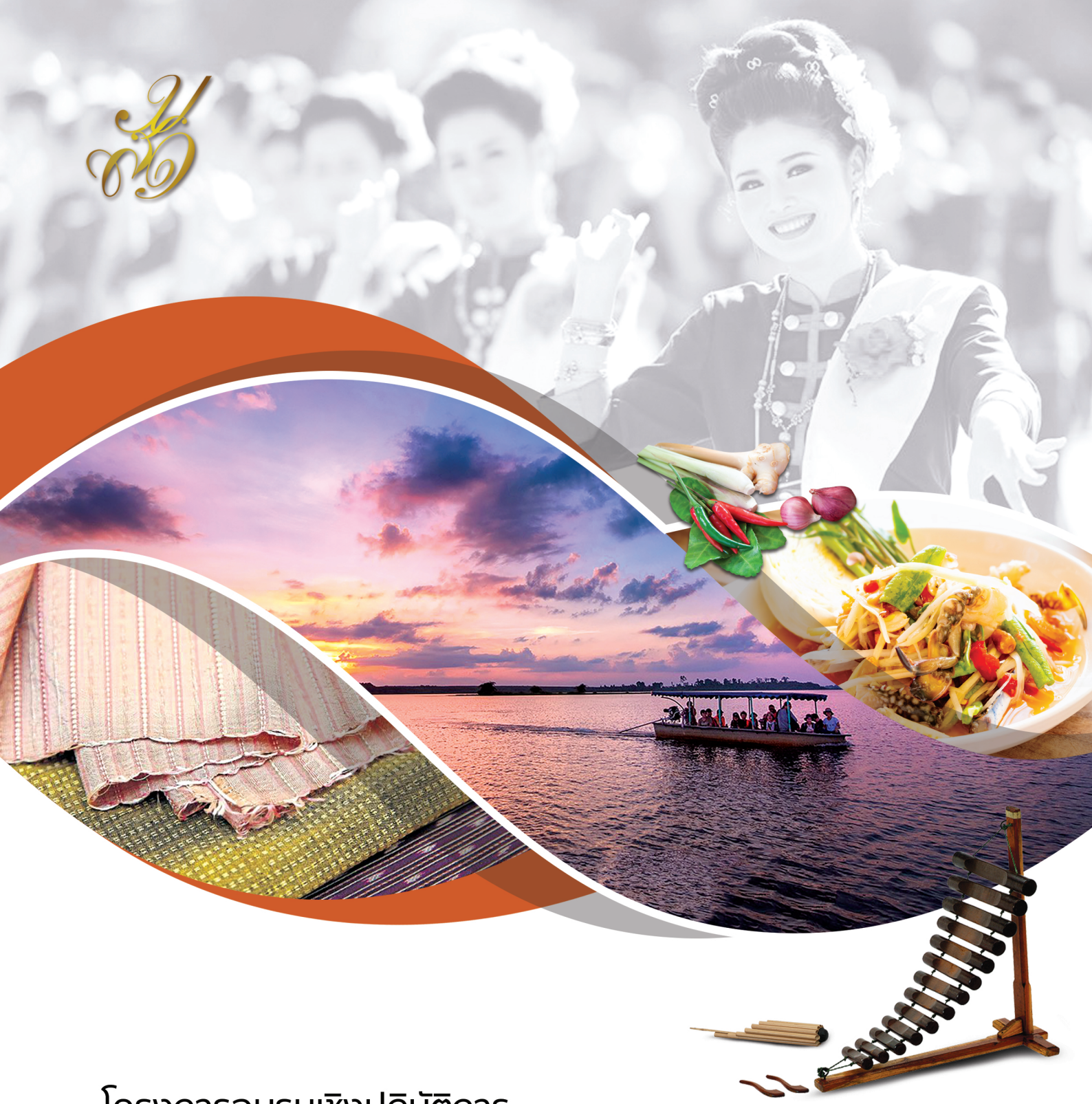


โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยววิถีถิ่น สืบสานอัตลักษณ์ วัฒนธรรมอาหารอีสาน เลียบแม่น้ำโขง

(หนองคาย บึงกาฬ มุกดาหาร นครพนม อำนาจเจริญ อุบลราชธานี) และพื้นที่ใกล้เคียง

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยววิถีถิ่น
สืบสานอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารอีสานเลียบเลาะแม่น้ำโขง
(หนองคาย บึงกาฬ มุกดาหาร นครพนม อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี)

แนวทางการอบรม

การอบรมในครั้งนี้ใช้รูปแบบการอบรมแบบชุมชนเป็นฐาน (Community Based Learning) ที่ควบคู่ไปกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ภาควิชาการ การสาธิต การฝึกปฏิบัติการ การถอดบทเรียน เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและทักษะความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืนของการจัดการท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) ในรูปแบบวิถีถิ่นที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์แห่งวัฒนธรรมอาหารอีสาน ประกอบไปด้วย 1) การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติการ และ 2) การถอดบทเรียนจากชุมชนต่างๆ ซึ่งประกอบไปด้วย 9 หน่วยการเรียนรู้ ดังนี้

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการความปลอดภัยโดยชุมชน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2. การบริการห้องพักและการส่งเสริมการตลาดอาหารอีสาน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3. การท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรมอาหารอีสาน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4. การประชาสัมพันธ์และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5. การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสาน
หน่วยการเรียนรู้ที่ 6. คุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการการท่องเที่ยว
หน่วยการเรียนรู้ที่ 7. Welcoming customers and talking about ourselves
หน่วยการเรียนรู้ที่ 8. Welcoming friends to our community
หน่วยการเรียนรู้ที่ 9. Talking about our I-san Food!

โดยแยกออกเป็น Module ต่างๆ ได้ จำนวน 3 Module ดังนี้

Module ที่ 1

1. คำอธิบาย

ศึกษาเรียนรู้ หลักการวิธีการการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การบริการความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างถูกต้องเหมาะสมกับบริบทของชุมชนภาคอีสาน พร้อมทั้งการบริการที่พักและการส่งเสริมการตลาดเพื่อการบริการอาหารท้องถิ่นอีสานที่สร้างจุดขายให้กับชุมชน ตลอดจนพัฒนาไปสู่การสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวตามวัฒนธรรมอาหารอีสานเพื่อการสร้างรายได้อย่างพอเพียงให้เกิดขึ้นภายในชุมชนของตนเอง

2. วัตถุประสงค์

1.เพื่อส่งเสริมความรู้ หลักการ วิธีการการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นพื้นฐาน

2. เพื่อฝึกฝนทักษะการบริการห้องพักและการส่งเสริมการตลาดตามแนวทางวิถีถิ่น ตลอดจนส่งเสริมความสามารถและทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

3. เพื่อการสร้างความรัก ความผูกพัน ความเข้าใจอันดีต่อการสร้างรายได้จาการท่องเที่ยววิถีถิ่นให้เกิดการไหลเวียนรายได้สู่ชุมชน

Module ที่ 2

1. คำอธิบาย

ศึกษา เรียนรู้ หลักการ วิธีการการส่งเสริมสมรรถนะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การประชาสัมพันธ์ที่มุ่งส่งเสริมความเข้าใจอันดีทั้งต่อชุมชนและนักท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงามและวัฒนธรรมอีสานที่มีลักษณะเฉพาะและจุดเด่นที่แตกต่างไปจากอาหารในภาคอื่นๆ ควบคู่ไปกับหลักคุณธรรม จริยธรรมของจ้าบ้านที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีกับนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือน

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมความรู้ หลักการ วิธีการการส่งเสริมสมรรถนะของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี การประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสาน หลักคุณธรรม จริยธรรม

2. เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่น

3. เพื่อการสร้างความรัก ความผูกพัน ความเข้าใจอันดีต่อการสร้างรายได้จาการท่องเที่ยววิถีถิ่นอีสานที่อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมดั้งเดิมแห่งตน

Module ที่ 3

1. คำอธิบาย

ฝึกฝนทักษะการฟังพูด การสื่อสารภาษาอังกฤษในบริบททางสังคมที่เหมาะสมกับการประยุกต์ใช้เพื่อการท่องเที่ยววิถีถิ่น อันได้แก่ การแนะนำตนเอง การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การอธิบายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นจุดเด่นทางวัฒนธรรมอีสาน การอธิบายเกี่ยวกับอาหารอีสานที่มีลักษณะเฉพาะ รสชาติ วิธีการปรุง เครื่องปรุงต่างๆ ประโยชน์ การอธิบายเกี่ยวกับสภาพบุคคล การเดินทาง การอำนวยความสะดวก การต่อรองราคาสินค้า เป็นต้น

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมความรู้ หลักการ วิธีการการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการการท่องเที่ยวชุมชน
2. เพื่อการฝึกฝนทักษะการฟังพูด การสื่อสารภาษาอังกฤษ
3. เพื่อการสร้างความมั่นใจ ความกล้าในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับชาวต่างชาติ

สถานที่จัดอบรม

จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี

การวัดประเมินผล

1. การทดสอบก่อนบทเรียน (Pre – Test)
2. การทดสอบหลังบทเรียน (Post – Test)

เกณฑ์การผ่านการอบรม

1. ผู้เข้าร่วมอบรมต้องเข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า ร้อยละ 80 ของระยะเวลาการอบรมทั้งหมด
2. การทดสอบหลังบทเรียนผู้เข้าร่วมอบรมต้องได้ระดับเฉลี่ยของคะแนนรวมไม่น้อยกว่าร้อยละ 60 จากค่าคะแนนที่ได้เมื่อเปรียบเทียบเป็นร้อยละ

สารบัญ

		หน้า
คำนำ		
หน่วยการเรียนรู้ที่ 1.	การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการความปลอดภัยโดยชุมชน	1
หน่วยการเรียนรู้ที่ 2.	การบริการห้องพักและการส่งเสริมการตลาดอาหารอีสาน	9
หน่วยการเรียนรู้ที่ 3.	การท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรมอาหารอีสาน	17
หน่วยการเรียนรู้ที่ 4.	การประชาสัมพันธ์และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี	35
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5.	การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสาน	51
หน่วยการเรียนรู้ที่ 6.	คุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว	61
หน่วยการเรียนรู้ที่ 7.	Welcoming customers and talking about ourselves	67
หน่วยการเรียนรู้ที่ 8.	Welcoming friends to our community	73
หน่วยการเรียนรู้ที่ 9.	Talking about our I-san Food!	79

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1
การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการบริการความปลอดภัยโดยชุมชน

ดร.นุสรา ลาภภูวนารถ

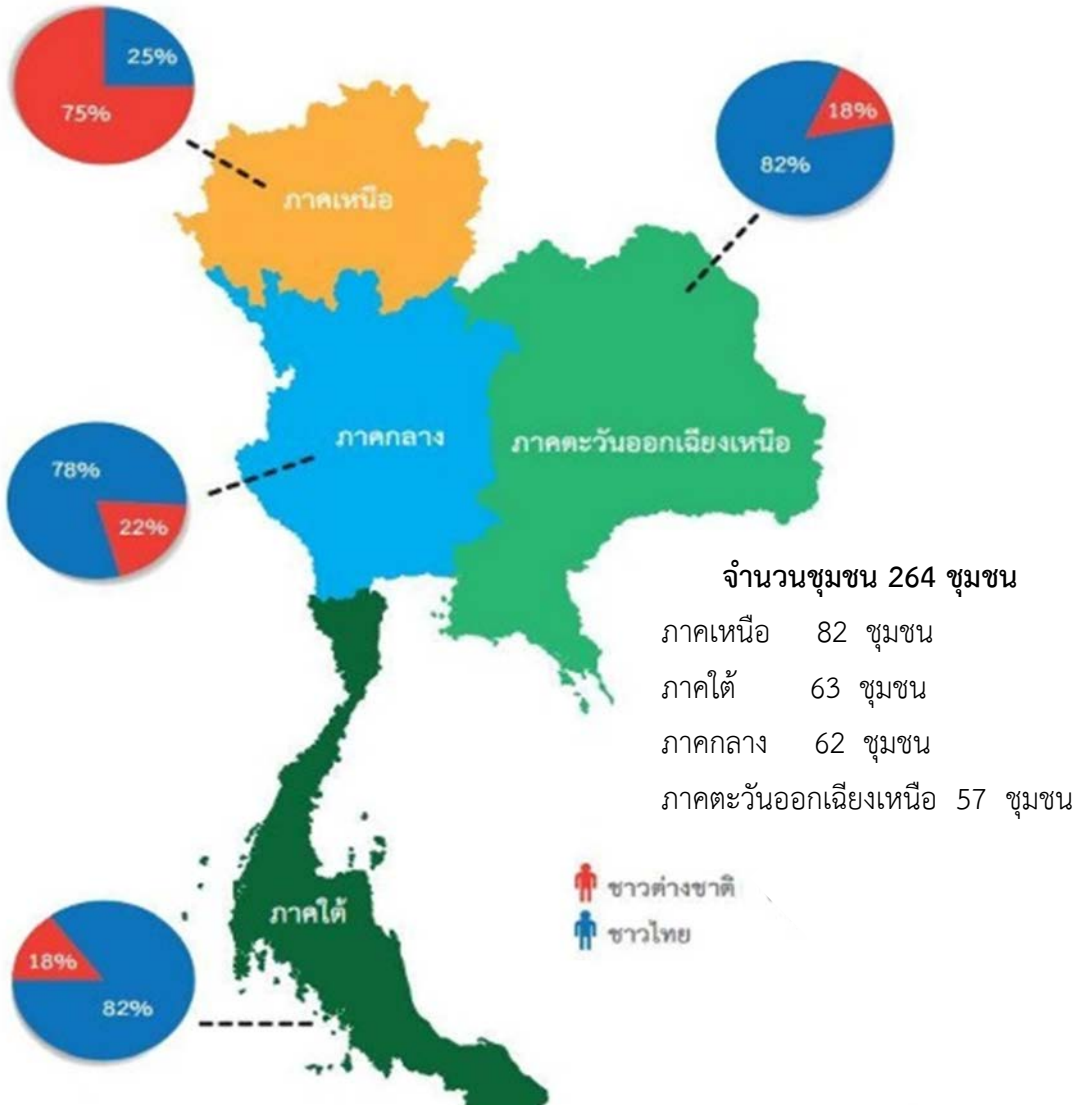
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถูกมองว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาในหลายประเทศทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างอาชีพทั้งภาคการท่องเที่ยวโดยตรงและการจ้างงานในภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เกิดการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ “ต้มยำกุ้ง” ในปี 2540 รัฐบาลไทยใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจโดยประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) โดยการท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจังเป็นครั้งแรก เมื่อมีการบรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 เรื่อยมา จนถึงปัจจุบัน (นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ, 2553) โดยวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวจะมีลักษณะที่สอดรับกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับต่าง ๆ กล่าวคือ มุ่งเน้นความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายแรก ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการจ้างงาน การสร้างรายได้ และถ่ายเทความเจริญไปสู่ภูมิภาค ส่วนวัตถุประสงค์รองจะเน้นด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยมุ่งที่จะอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมอันดีงามและโบราณสถานต่าง ๆ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ประกาศนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559 นับเป็นนโยบายแห่งชาติฉบับแรก มีการกำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุลและยั่งยืน”

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็น "เครื่องมือ" ที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ เพื่อพัฒนาประเทศอย่างมากและยังเป็นรายได้ที่เป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศและมีการกระจายไปในหลายภาคอย่างค่อนข้างชัดเจน เช่น การเดินทาง ที่พัก การซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าต่าง ๆ จึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยทางตรงและทางอ้อมขยายมากขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การพัฒนาประเทศโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศที่ผ่านมาบรรลุเป้าหมายของการสร้างรายได้ หากแต่ในบางพื้นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมายในการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ไม่ใช่คนในชุมชนที่นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของชุมชนโดยชุมชนไม่ได้รับ

ประโยชน์ ในทางตรงกันข้ามชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การสูญเสียทรัพยากรธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในระดับโลก และระดับประเทศ จากการประชุมระดับโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Rio/Earth Summit) ในปี 2535 เป็นจุดเริ่มในการผลักดันความคิดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ส่งอิทธิพลถึงการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 3 ประการ (สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2550) คือ 1) กระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ 2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ และ 3) กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น



ภาพแสดง จำนวนชุมชนและสัดส่วนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
ที่มา: พจนา สวนศรี (2560) รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7

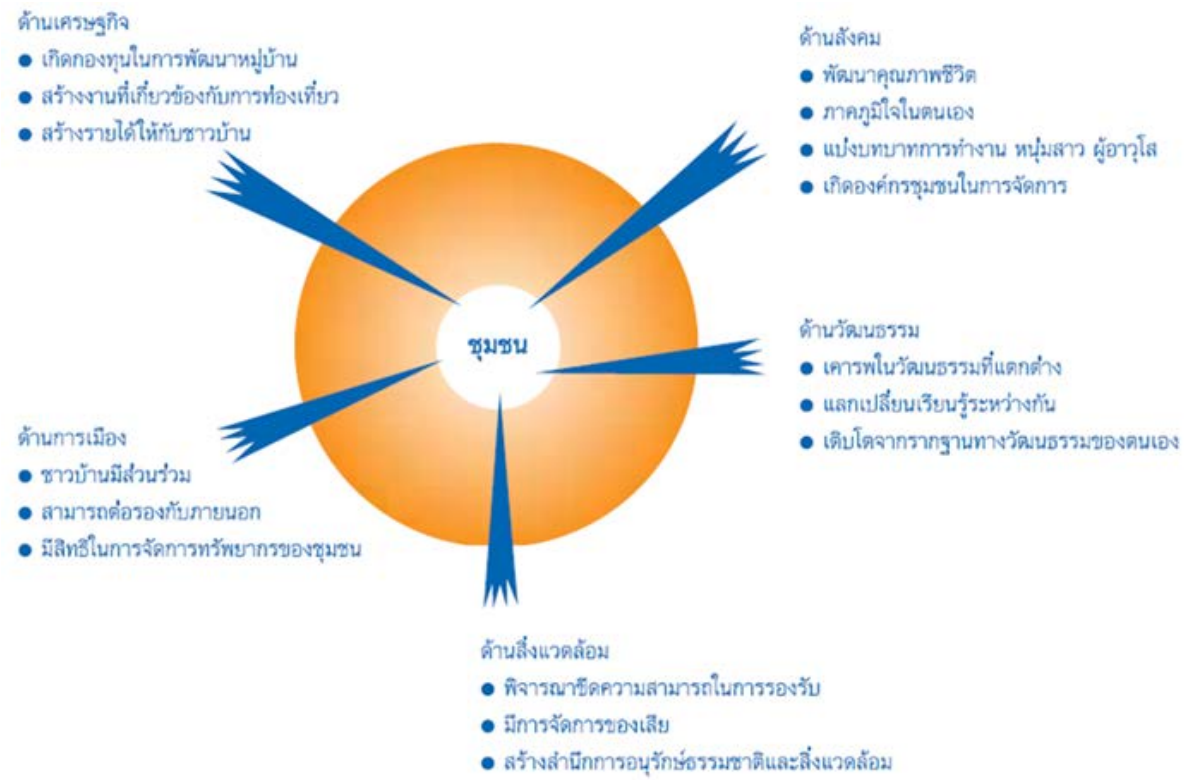
อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวยังคงต้องตระหนักถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยการจัดการท่องเที่ยวลักษณะที่กล่าวมาแล้วนั้น เรียกว่า “การท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมของประชาชนที่ยั่งยืนโดยมีชุมชนเป็นฐาน” (Community Based Sustainable Tourism: CBST) และต่อมาสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน เรียกว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” (Community Based Tourism: CBT) ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นานาชาติให้การยอมรับว่า เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและชุมชน ทั้งในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรม สืบทอด เผยแพร่และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้คนในชุมชนกับผู้มาเยือน สร้างการรับรู้ความผูกพันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน (ณัฏฐพัชร มณีโรจน์, 2560)

ในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community-based Tourism : CBT" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลายในหลาย ๆ ความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ โดยภาครัฐมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวลงไปในชนบทหลากหลายรูปแบบ มีการกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ หรือเรียกชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” หากแต่การดำเนินการท่องเที่ยวโดยกลุ่มชุมชนนั้นนิยมเรียกกัน 4 ชื่อ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2550)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ Community Based Tourism (CBT) นั้นแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวกระแสหลัก ตรงที่นักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะเข้ามาเยี่ยมชมจะต้องแจ้งให้ชุมชนทราบล่วงหน้าเพื่อเตรียมการ เนื่องจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเพียงงานเสริมของชุมชนเท่านั้น มิใช่อาชีพหลักที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ ซึ่งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ CBT นั้น จะมุ่งเน้นการเชื่อมโยงประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น โดยพัฒนาจากต้นทุนทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติที่ชุมชนมีอยู่ (ไม่ไปสร้างวัตถุขึ้นมาใหม่) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตน สร้างองค์ความรู้เป็นหลัก ซึ่งอาจจะไม่ใช่การพัฒนาสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนกับการท่องเที่ยวในลักษณะเดิมๆ (นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2560)

ทั้งนี้การจัดการโดยชุมชนจึงหมายถึง การที่ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว โดยการจัดการนั้นต้องครอบคลุม 5 ด้านพร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ



ภาพแสดง CBT กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม

ที่มา: สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว, 2550

การบริการความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นอกจากจะพิจารณาจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักแรมต่าง ๆ แล้ว ความปลอดภัยก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญเป็นลำดับต้น ๆ ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่เป็นหัวใจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ ความปลอดภัย (Safety) ระบบสุขาภิบาล (Sanitation) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction) ก็เป็นปัจจัยที่จะส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาวะความปลอดภัยและระบบการรักษาความปลอดภัย (Safety and Security) (ทวีป ศิริรัศมี, 2550)

หลักการจัดความปลอดภัยในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความปลอดภัย หมายถึง สภาพที่พ้นจากภัยหรือไม่มีภัย โดย “เจ้าบ้าน” ถูกผูกพันให้มีหน้าที่ต้องเคารพต่อสิทธิและเสรีภาพในชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของผู้พักโดยจะปฏิเสธหรือเลือกปฏิบัติไม่ได้ ดังนั้น เจ้าบ้านจึงต้องจัดหามาตรการด้านความปลอดภัยสำหรับป้องกัน ดังนี้ (พัทธ์ธีรา ศรีประทักษ์, 2558)

1. ระบบป้องกันและระงับอัคคีภัย ควรมีสัญญาณเตือนเพลิงไหม้ และอุปกรณ์ดับเพลิงที่พร้อมใช้งานได้ตลอดเวลา ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเอาชีวิตรอดได้ทันท่วงที และลดการบาดเจ็บและเสียชีวิตได้ นอกจากนี้พื้นฐานมีคำแนะนำกรณีเกิดเพลิงไหม้ไว้ในห้องพักทุกห้อง อยู่ในที่มองเห็นได้ทั้งในยามปกติและเวลาไฟฟ้าดับ

2. การเก็บรักษากุญแจห้องพัก หากมีผู้ที่ไว้วางใจได้เป็นผู้ถือไว้จะช่วยป้องกันการลักทรัพย์หรือประทุษร้ายนักท่องเที่ยวในห้องพักได้

3. การจัดแบ่งเวรยาม ควรจัดหน้าที่สอดส่องและตรวจตราบริเวณที่พักอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อป้องกันคนร้ายแอบแฝง หรือบุกรุกเข้ามาทำอันตรายแก่นักท่องเที่ยว

4. พื้นที่จอดรถยนต์ ควรจัดเตรียมไว้ไม่ให้ห่างไกลจากที่พัก ไม่อยู่ในมุมลับสายตาหรือเปลี่ยวร้าง เพื่อป้องกันการโจรกรรมรถยนต์

5. การดูแลนักท่องเที่ยวที่บกพร่องทางกายภาพ ควรจัดห้องพักของผู้พิการ ผู้ทุพลภาพ หรือผู้สูงอายุให้อยู่ใกล้กับห้องพักรับรอง จะช่วยให้ง่ายต่อการช่วยเหลือได้รวดเร็ว และควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการเคลื่อนไหวในการปฏิบัติกิจธุระของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วย

หลักการจัดสุขอนามัยในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำว่า “สุขอนามัย” (Hygiene) หมายถึง การทำให้มีภาวะที่สะอาดและการทำให้ปราศจากโรค ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้าพักทุกคนล้วนไม่ต้องการโรคภัยที่ได้การมาท่องเที่ยว “เจ้าบ้าน” จึงต้องจัดที่พักให้อยู่ในสภาพที่สะอาด ปราศจากโรคติดต่อ ดังนี้

1. การมีน้ำสะอาดปลอดภัย (Safe Water Supply) กล่าวคือ น้ำดื่มจะต้องไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ไม่มีรส และได้มาตรฐานความสะอาด ปราศจากเชื้อโรค เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเจ็บป่วยจากโรคที่มีน้ำเป็นสื่อ เช่น โรคระบบทางเดินอาหาร ส่วนแหล่งน้ำที่ใช้ชำระล้างร่างกาย ซักล้าง หุงต้มอาหาร หากที่พักแรมเป็นพื้นที่ในเขตชนบทซึ่งจำเป็นต้องใช้แหล่งน้ำอื่น ๆ เช่น น้ำฝน น้ำบาดาล จะต้องนำมาปรับปรุงคุณภาพให้ดีก่อน เช่น ต้มกรอง ทำให้ตกตะกอน เป็นต้น

2. ความสะอาดของที่อยู่อาศัย (Domestic Cleaning) “เจ้าบ้าน” จะต้องจัดสภาวะแวดล้อมของที่พักให้ถูกสุขลักษณะ โดยทำความสะอาด เช็ดถูให้ปราศจากฝุ่น หรือหยากไย่ รวมถึงการกำจัดตัวเรือด (Bed Bug) ที่หลบซ่อนอยู่ตามฟูก หัวเตียง และตะเข็บของเตียงนอน ซึ่งเป็นภัยเงียบของที่พักแรมที่ขาดการดูแลเอาใจใส่ในเรื่องความสะอาด

3. การกำจัดสิ่งปฏิกูลอย่างถูกหลักสุขาภิบาล (Domestic Cleaning) ซึ่งสิ่งปฏิกูลคือ ของเสียที่ขับถ่ายออกจากร่างกายมนุษย์และสัตว์เลี้ยง หากมีการกำจัดที่ไม่ดีก็จะเป็นสาเหตุของการแพร่กระจายโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินอาหารไปกับผิวดินและแหล่งน้ำ ซึ่ง “เจ้าบ้าน” จะต้องจัดระบบกำจัดตามหลักสุขาภิบาลจึงจะช่วยให้ที่พักไม่กลายเป็นแหล่งเพาะเชื้อโรคต่อไป

4. การป้องกันโรคติดต่อ (Protection Against Contagious Disease) “เจ้าบ้าน” จะต้องกำจัดลูกน้ำและแหล่งเพาะพันธุ์ของยุงที่เป็นพาหะของโรคติดต่อ ซึ่งอาจติดต่อขอความร่วมมือจากหน่วยงานสาธารณสุขให้ช่วยพ่นยาฆ่ายุงลายภายในที่พักเพื่อป้องกันโรคที่เกิดจากยุง

5. การระบายอากาศ (Ventilation) การระบายอากาศที่ดีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวพักผ่อนโดยปราศจากมลพิษทางอากาศ และโรคระบบทางเดินหายใจเรื้อรังหรือโรคเยื่อบุอักเสบต่าง ๆ ซึ่งการระบายอากาศโดยวิธีธรรมชาติจะต้องออกแบบห้องนอน ห้องน้ำ ให้มีประตู หน้าต่างและช่องระบายลมไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ของพื้นที่นั้น ส่วนการระบายอากาศด้วยการติดตั้งพัดลมระบายอากาศ หรือเครื่องปรับอากาศจะช่วยให้เกิดการถ่ายเทอากาศในห้องพัก และระบายกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ได้

หลักการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สิ่งแวดล้อม หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้นซึ่งอยู่รอบตัวเราอาจมีชีวิตและไม่มีชีวิตก็ได้ การจัดที่พักในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องปราศจากมลพิษ หรือผลกระทบต่อผิวดิน แหล่งน้ำ และอากาศ เป็นต้น หรือที่เรียกว่า “เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” เพราะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น มีลักษณะเน้นความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยจะต้องมีผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย เช่นนี้ ธุรกิจที่พักซึ่งจัดว่าเป็นแหล่งกำเนิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมโดยตรงจึงควรติดตั้งระบบกำจัดน้ำเสียหรือระบบคัดแยกขยะมูลฝอยให้ถูกต้องตามหลักการสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม

การให้ความสำคัญกับความปลอดภัยในการจัดการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสำคัญในการยกระดับคุณภาพการบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว เจ้าบ้านและชุมชน ทั้งนี้ยังเป็นการกำจัดปัญหาและอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในการท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งสามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวและส่งผลทางการตลาดในการบอกต่อ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน รวมถึงการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้อีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว (2558). **มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย.** สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ณัฏฐพัชร มณีโรจน์. (2560). **การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ. ปีที่ 13 ฉบับที่ 2

ทวีป ศิริรัศมี. (2550). **การท่องเที่ยวชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน**. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

นาฬิกอติภัค แสงสนิท. (2560). **บทนำ**. นิตยสาร อพท Travel. ปีที่ 2 ฉบับที่ 12

นรินทร์ สังข์รักษา. (2553). รายการการวิจัย **การศึกษาสภาพการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม**. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

พัทธ์ธีรา ศรีประทักษ์. (2558). มาตรการทางกฎหมายเพื่อความปลอดภัย สุขอนามัยและสิ่งแวดล้อมในการประกอบธุรกิจ เพื่อการพักแรมที่ไม่ใช่โรงแรม. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2550). **ร่าง-หลักสูตร การเข้าถึงการตลาดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Marketing Access)**

สำนักงานพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. (2550). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2
การบริการห้องพักและการส่งเสริมการตลาดอาหารอีสาน

ดร.นุสรา ลาภภูวนารถ

จากนโยบายรัฐบาลที่มุ่งเน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนด้วยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา จึงทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลายในชุมชน ซึ่งการบริการห้องพักถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่ชุมชนต้องมีการจัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (Thailand Homestay Standard) ขึ้นในปี พ.ศ. 2546 เพื่อส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนจัดทำที่พักในรูปแบบ “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” (Homestay) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักในบ้านหลังเดียวกันกับเจ้าบ้านและศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิตวัฒนธรรมในท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันมีโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์จากกรมการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 171 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ ประกอบด้วยโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 59 แห่ง ภาคเหนือ 24 แห่ง ภาคใต้ 20 แห่ง ภาคตะวันออก 12 แห่ง และภาคตะวันตก 4 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

ทั้งนี้การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท เป็นจุดขายสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการเข้าพักในรูปแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ ที่มีการอำนวยความสะดวกตามสมควรให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และเป็นทางเลือกในตลาดท้องถิ่น ที่ไม่ใช่คู่แข่งในเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่ที่มีโรงแรม หรือรีสอร์ท จึงไม่ถือว่าโฮมสเตย์เป็นการประกอบการที่พักในเชิงธุรกิจ การจัดการโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถสร้างความพึงพอใจ และสร้างความประทับใจให้กับแขกผู้ที่มาพักได้ ดังนั้นการได้รับตรารับรองมาตรฐานและประกาศนียบัตรจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีส่วนสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกพักโฮมสเตย์ (กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว, มปป.)

การบริการบ้านพัก

การจัดกิจกรรมที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์นั้นจะต้องมีการรวมกลุ่มจัดตั้งในรูปของกลุ่ม/ชมรม/สหกรณ์โดยสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการ ทั้งนี้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทย กำหนดให้นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถดัดแปลงให้

นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราวซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร

นอกจากนั้นบ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ โดยมีคุณสมบัติโฮมสเตย์เบื้องต้น 6 ประการ ดังนี้

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น

2. มีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้

3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในชายคาเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน

4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในชายคาเดียวกับเจ้าของบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว

5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี

6. บ้านนั้นต้องเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

บ้านพัก

การเตรียมที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (Provision of Accommodation for Tourist)

- ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน
- บ้านพักมีโครงสร้างที่ดี
- ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี
- ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศกาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว
- ควรมีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นพื้นฐาน อาทิ
  - ที่นอน หรือเตียงนอน
  - หมอน ผ้าห่ม
  - น้ำประปาหรือถ้าไม่มีควรมีแหล่งน้ำอื่น ๆ
  - ห้องน้ำสะอาด
  - มีความปลอดภัย

ขั้นตอนการดูแลที่พัก

ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีการทำความสะอาดที่พักและบริเวณโดยรอบบ้านพักอยู่เสมอ อาทิ เปลี่ยนผ้าปูที่นอน อุปกรณ์สำหรับการนอนส่วนตัวทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก เป็นต้น

ความสะอาดของบ้าน

- บ้านพักควรมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก แสงสว่างสามารถส่องเข้ามาถึงปราศจากความชื้นไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคาที่สามารถกันน้ำได้ดี ภายในห้องพักต้องได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ
- ต้องมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือนทุกครั้งหรือมีผู้มาเยือนใหม่เข้ามาพัก
- ต้องหมั่นกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ
- เนื่องจากห้องน้ำจะเป็นห้องที่ผู้มาเยือนจะมาร่วมใช้ด้วย ดังนั้นต้องเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือน (กรณีที่แขกมิได้มีการเตรียมมา) และจะต้องมีการทำความสะอาดเป็นประจำ
- ต้องหมั่นดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

ห้องน้ำ

ห้องน้ำจะเป็นที่ ๆ ใช้ร่วมกันทั้งครอบครัวและนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญก็คือ ความสะอาด จะต้องมีการทำความสะอาดอยู่เป็นประจำและสม่ำเสมอ

ความปลอดภัย

ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่พักเชิงวัฒนธรรมลักษณะสัมผัสชนบท ดังนั้น ชมรม/กลุ่ม มวลสมาชิก ควรมีการจัดมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น เช่น การจัดอบรมให้กับสมาชิกของชุมชนในการให้การป้องกันอุบัติเหตุต่าง ๆ หรือการแก้ไขหากเกิดอุบัติเหตุ การขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือองค์การบริหารท้องถิ่นที่รับผิดชอบในพื้นที่ การจัดตั้งเวรยามของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เจ้าของบ้านจึงจะต้องมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาเยือนด้วย

ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

- ต้องมีการดูแลและซ่อมแซมล็อคต่างๆ อยู่ตลอดเวลา อาทิ ประตู หน้าต่าง
- ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวไม่เก็บทรัพย์สินไว้ในที่ที่ปลอดภัย ต้องเข้าไปเตือน
- ถ้านักท่องเที่ยวลืมทรัพย์สินไว้ในบ้านพักหรือที่อื่นๆ ภายหลังการเดินทางกลับ เจ้าของบ้านควรเก็บไว้ในที่ปลอดภัยและพยายามติดต่อเจ้าของเพื่อมารับคืน

ความปลอดภัยของที่พัก

- สมาชิกในบ้านต้องสร้างความคุ้นเคยกับผู้มาเยือน เสมือนญาติสนิท และมีความรู้เรื่องสถานที่ในบ้านและชุมชนเป็นอย่างดี
- สมาชิกในบ้านต้องหมั่นตรวจตรา ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในบ้านว่ามีความปลอดภัยหรือไม่
- กุญแจที่สำคัญต้องได้รับการเก็บรักษาและดูแลเป็นอย่าดี
- ทรัพย์สิน เงินสดต่าง ๆ ต้องเก็บไว้ในที่ที่ปลอดภัย

- สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงเรื่องความสำคัญของความปลอดภัยตลอดเวลา
- การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว
- วัฒนธรรม จารีต ประเพณี และความเชื่อ ของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาการเข้าออกบ้านพัก จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อมิก่อให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อของชุมชน นักท่องเที่ยวจะต้องยอมรับและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ควรมีการชี้แจงในขั้นตอนการจองหรือลงทะเบียนการเข้าพัก กรณีที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถปฏิบัติได้ ก็สามารถที่จะปฏิเสธการเข้าพักได้เช่นเดียวกัน

การจองที่พัก

การจองที่พักสามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การจองทางโทรศัพท์ การจองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Internet) การจองที่พักควรได้รับการตอบสนองโดยทันที เพื่อเป็นการยืนยันการเข้าพักของนักท่องเที่ยว และถ้ามีเวลา ผู้ประสานงานควรจะส่งรายละเอียดให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาก่อนการเข้าพัก ทั้งนี้ควรแจ้งข้อมูลรายละเอียด ให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศที่รับผิดชอบพื้นที่ ได้รับทราบเพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปรับทราบได้

ขั้นตอนการจองห้องพัก มีดังนี้

- จัดบ้านพักตามลำดับ
- ตอบรับการจอง อาจจะมีการใช้ระบบการเรียกเก็บค่าบริการบางส่วน เพื่อเป็นการป้องกันการไม่เข้าพักของนักท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา ดังนั้นควรชี้แจงระยะการยกเลิกเข้าพักให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบด้วย
- เก็บรักษาข้อมูลการจองสำหรับการลงทะเบียนเข้าพักต่อไป

การลงทะเบียน (Registration)

ในธุรกิจโรงแรมที่พัก ผู้เข้าพักต้องลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนในลักษณะที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท การลงทะเบียนอาจไม่ต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นรูปแบบการเก็บข้อมูลแบบง่าย ๆ

ความสำคัญของการลงทะเบียน

- ทำให้เจ้าของบ้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
- ช่วยในการจัดเตรียมบ้านพัก
- ทำให้ทราบวันออกจากที่พักของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ข้อมูลนี้มีความจำเป็นเพราะจะทำให้กลุ่ม/ชมรม สามารถวางแผนการเข้าพักของแขกในลำดับต่อ ๆ ไปได้
- เป็นข้อมูลการเข้าพักให้ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัย สามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของผู้ประพฤติมิชอบหรือการหลบซ่อนของอาชญากรได้

ขั้นตอนการต้อนรับและลงทะเบียน

- ต้อนรับด้วยรอยยิ้มดุจญาติมิตร แจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการเข้าพักและบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ
- ให้นักท่องเที่ยวกรอกรายละเอียดและลงชื่อในใบลงทะเบียนการเข้าพัก
- แจ้งรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลของชุมชนและสภาพทั่วไป
- นำนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพัก

การส่งเสริมการตลาดอาหารอีสาน

อาหารการกินกับการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่แยกออกจากกันไม่ได้ เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวไปเที่ยวที่ไหนก็มักอยากจะลิ้มชิมรสอาหารของท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารนับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนานาประเทศ โดยแหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนมากต่างใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เนื่องจากอาหารท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์ในรูปแบบของตนเองและมีการสืบทอดต่อกันมานานนับร้อยปี ทั้งนี้ยังมีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์และวัฒนธรรมตามจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นครั้งแรก เกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากจะกลับมาเยือนอีกในครั้งต่อๆ ไป

ที่มา: https://www.knorr.com

ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีขนบธรรมเนียมแสดงออกถึงความ เรียบง่ายที่สะท้อนได้จากอาหารของคนอีสาน ภาคอีสานมีการสืบสานวัฒนธรรมการบริโภคมานาน อาหารอีสานเป็นอาหารอีกประเภทหนึ่งที่กล่าวได้ว่า มีชื่อเสียงและรสชาติที่ได้รับความนิยมของคนไทยสามารถรับประทานได้ทุกเวลาทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็น ส้มตำ ไก่ย่าง ข้าวเหนียว ลาบ ต้มแซบ เสือร้องไห้ เนื้อแดดเดียว ตลอดจน อาหารสำรับประเภทที่เรียกว่า ข้าวพาแลง ประกอบด้วยปลานึ่ง ผักต้ม และน้ำพริกแจ่วเป็นอาหารหลักสำคัญที่

ทำให้อาหารทั้งภูมิภาคนี้เป็นที่นิยม นอกจากนี้อาหารอีสาน ยังมีความโดดเด่นในด้านกรรมวิธีและรสชาติรสเค็มจากน้ำปลาร้า รสเผ็ดจากพริกสด พริกแห้ง รสเปรี้ยวจากผักพื้นบ้าน เช่น มะขาม มะกอก อาหารส่วนใหญ่มีลักษณะแห้ง ข้น มีน้ำขลุกขลิกรวมไปถึงวัตถุดิบส่วนใหญ่นำมาจากธรรมชาติ เน้นไปทางรสชาติที่เผ็ดร้อน นิยมปิ้งหรือย่างมากกว่าทอด อาหารทุกชนิดต้องรสจัด เนื้อสัตว์ที่นำมาปรุงอาหารได้แก่ สัตว์ที่ชาวบ้านหามาได้เช่น กบ เขียด แย้ งู หนูนา มดแดง แมลงบางชนิด ส่วนเนื้อหมู วัว ไก่ และเนื้อสัตว์อื่น ๆ ก็นิยมตามความชอบและฐานะ (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์, 2554)

การส่งเสริมการตลาดหรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “การสื่อสารทางตลาด” มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสาร โน้มน้าว ชักจูง และกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมในการซื้อ ด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. การโฆษณา (Advertising) เป็นวิธีการหรือรูปแบบนำเสนอแนวคิด สินค้า หรือบริการ ที่เกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดโดยใช้สื่อที่ไม่ใช่บุคคลในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสารโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา เป็นต้น โดยระบุผู้ให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน และผู้ทำโฆษณาจะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้กับเจ้าของสื่อนั้น

2. การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นวิธีการให้สิ่งจูงใจระยะสั้นในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อกระตุ้นให้เกิดการทดลองใช้ หรือซื้อสินค้าหรือบริการ การส่งเสริมการขาย ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น การแจกสินค้าตัวอย่าง การให้บัตรคูปอง ส่วนลด ของแถม แสตมป์เก็บไว้แลกสินค้า การแข่งขัน และส่งฉลากชิงโชคเป็นต้น

3. การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (Public Relations and Publicity) เป็นการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กรผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิด โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายให้กับเจ้าของสื่อ เพื่อส่งเสริมหรือปกป้องภาพพจน์ของบริษัทหรือภาพพจน์สินค้า และสนับสนุนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด เครื่องมือต่าง ๆ สำหรับการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข่าวแจก การแถลงข่าว การสัมภาษณ์พิเศษ การสัมภาษณ์ความเกี่ยวข้องชุมชน

4. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง ที่ผู้ซื้อและผู้ขายเผชิญหน้ากัน โดยสามารถซักถาม ต่อรอง ตอบข้อคำถามได้ทันที ซึ่งเป็นผลดีในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือการบริการข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับโดยสามารถส่งข้อมูลย้อนกลับได้อย่างรวดเร็ว

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการติดต่อโดยตรงไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในลักษณะที่เป็นการติดต่อส่วนบุคคลโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ จดหมายตรง แคตตาล็อก อีเมล โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ เพื่อสร้างให้เกิดการตอบสนองทันทีทันใด และเก็บฐานข้อมูลลูกค้าเพื่อสร้างสัมพันธภาพในระยะยาวต่อไป

อย่างไรก็ดีเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดแต่ละเครื่องมือต่างก็มีข้อดีและข้อจำกัดที่แตกต่างกันไป ผู้ประกอบการอาจเลือกใช้เพียงวิธีใดวิธีหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่ง หรือทั้งหมดอย่างบูรณาการหรือประสมประสานกัน ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการตลาด และทรัพยากรขององค์กร เช่น งบประมาณ บุคลากร เป็นต้น ทั้งนี้จากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางท่องเที่ยวรวมถึงร้านอาหาร เมนูอาหารใน

ท้องถิ่น แหล่งผลิตอาหารที่เป็นแหล่งกำเนิดของอาหารนั้น ๆ การท่องเที่ยวชิมอาหารต่าง ๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น การส่งเสริมการตลาดในยุคปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับสื่อ ออนไลน์และแอพพลิเคชั่นต่าง ๆ ในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เนื่องจากแพร่กระจายข้อมูลได้วงกว้างและรวดเร็ว เหมาะสำหรับผู้ประกอบการที่มีงบประมาณจำกัด โดยแนวทางในการสื่อสารทางการตลาดที่เหมาะสมกับการส่งเสริมการตลาดอาหารมีดังนี้

1. จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับอาหารอีสาน โดยทำการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเรียกดูข้อมูลอาหารอีสานที่อยู่ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับเผยแพร่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น แอพพลิเคชั่น Wongnai ยูทูป

2. ศึกษาภูมิหลังของอาหารอีสานอย่างรอบด้าน เพื่อสังเคราะห์ออกมาเป็นองค์ความรู้ บอกเล่าเรื่องราว (Story) ผ่านสื่อออนไลน์ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ทราบ เป็นการประชาสัมพันธ์และบ่งบอกอัตลักษณ์คุณค่าให้กับอาหาร

3. การแนะนำอาหารจากคนดัง เช่น เชฟ บล็อกเกอร์ ที่มีชื่อเสียงทางการทำอาหารที่ได้รับความนิยมผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4. ร่วมหาแนวทางพัฒนากับเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะได้ทราบแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารแก่นักท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **โฮมสเตย์ไทย**. วันที่ค้นข้อมูล 30 กันยายน พ.ศ. 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.homestaythai.net/Homepages/HomestayList?regionID=1

กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว. (มปป.). **เอกสารประกอบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์**. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์. (2554). **ความสำคัญและกิจกรรมสื่อสารเรียนรู้จากการท่องเที่ยว “อาหาร” สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดผู้หญิงชาวต่างประเทศของไทย**

สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว. (2558). **มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย**. กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2559). **ท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์ โค จำกัด

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3
การท่องเที่ยวเชิงอาหารและวัฒนธรรมอาหารอีสาน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัทธนันท์ ศรีม่วง

อาหารไทย เป็นมรดกสำคัญทางวัฒนธรรมที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึง สมัยรัตนโกสินทร์ โดยมีหลักฐานการกล่าวถึงอาหารไทยผ่านทางศิลาจารึก บันทึกและจดหมายเหตุต่างๆ รวมถึงบทพระราชนิพนธ์ที่สำคัญในล้นเกล้ารัชกาลที่ 2 และ 5 ได้แก่ กาพย์เห่ชมเครื่องคาวหวาน บทพระราชนิพนธ์ไกลบ้าน ประพาสต้น เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะสำคัญของอาหารไทย ในแต่ละยุคสมัยรวมถึงความหลากหลายของอาหารไทยที่มีเอกลักษณ์และมีรสชาติเฉพาะตัว จากข้อมูลขององค์การท่องเที่ยวโลก (WTO, 2012) พบว่าในปัจจุบันอาหาร ไทยได้รับความนิยมมากขึ้น ธุรกิจร้านอาหารไทยในต่างประเทศเติบโตมาก ยิ่งขึ้นส่งผลให้อุตสาหกรรม อาหารของไทยขยายตัวมากขึ้น อีกทั้งอาหารไทย บางชนิดยังเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นจึงส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic tourism หรือ Culinary tourism) กลายเป็นทางเลือกใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้นในการกระตุ้นให้การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ยังเป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของไทยในแต่ละพื้นที่ ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการพัฒนา ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอาหาร (Food Tourism) นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนานาประเทศ แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนมากต่างใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้นักท่อง เที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เนื่องจากอาหารท้องถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองและมีการสืบทอดต่อกัน มานานนับร้อยปี มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอ เอกลักษณ์ละวัฒนธรรมตามจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเยือนเป็นครั้งแรก เกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากจะกลับมาเยือนอีกในครั้งต่อๆ ไป ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยพื้นบ้าน ก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงรุกอีกด้านหนึ่ง ซึ่ง สอดคล้องกับโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญในการพัฒนาอาหารควบคู่ท่องเที่ยวรวมทั้งการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับอาหารไทยของภาครัฐที่ขยายออกไปสู่ระดับสากล ในปี 2559 รายได้รวมจากอาหารและเครื่องดื่มของชาวต่างชาติ ปี 2559 เพิ่มขึ้นจากปี 2558 โดยในปี 2558 มีรายได้ 282,010.29 ล้านบาท และในปี 2559 มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 315,225.72 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2560)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอาหารจากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ผู้ศึกษา สามารถสรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยวอาหารได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ถูก พัฒนาขึ้นจากการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ ซึ่งการท่องเที่ยวอาหารนั้นมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ความเดิมแท้ของสถานที่นั้นๆ เกี่ยวเนื่องกับการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง และความเป็นเอกลักษณ์ (UNESCO, 2015; Hall, 2003)

2. เอกลักษณ์อาหาร การท่องเที่ยวอาหาร ไม่ว่าจะเป็น เมนูอาหาร กรรมวิธี การ ปรุง รวมไปถึงวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารควรเป็นสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ (พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัตย์, 2554; Pine and Gilmore, 1999; Greg Richards, 2012)

3. วัฒนธรรม/ประเพณี/เทศกาล การท่องเที่ยวอาหารเป็นวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ควร ได้รับการส่งเสริมเพื่อพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นๆ และกระตุ้นให้เห็น ความสำคัญของอาหารท้องถิ่นต่างๆ โดยการสร้างกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารไม่ว่าจะเป็นงาน เทศกาล หรืองานประเพณี (Richards, 2012; Hall, 2003; Du Rand และ Hearth, 2006; UNESCO, 2015; Boniface, 2003)

4. วิทยาศาสตร์ การท่องเที่ยวอาหารควรมีการพัฒนาโดยนำเอาความรู้ทาง วิทยาศาสตร์เข้ามาเป็นส่วนช่วยเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี (Yeoman, 2008)

5. ภูมิปัญญา การท่องเที่ยวอาหารควรเกิดจาภูมิปัญญาหรือความรู้ของคนใน ท้องถิ่นนั้น ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะมีเคล็ดลับการปรุงอาหาร และวัตถุดิบที่แตกต่างกันไปในแต่ละ พื้นที่ (พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัตย์, 2554; Yeoman, 2008; thaibizchina, 2553)

6. เกษตรกรรม เกษตรกรรมเข้ามามีส่วนในการประกอบอาหารซึ่งถือได้ว่าเป็น องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวอาหารในเรื่องของวัตถุดิบและการท่องเที่ยวอาหารเข้าไปมี ส่วนช่วยในการพัฒนาเกษตรกรรมซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน (Hall, 2003)

7. การเรียนรู้/การฝึกอบรม/หลักสูตรการเรียนการสอน การท่องเที่ยวอาหารมี กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้ การสัมผัส การชิมและการได้ลองลงมือทา อาหารที่เป็น เอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้และมีการฝึกอบรมในระหว่างการ ท่องเที่ยว (OECD, 2009; พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัตย์, 2554; Richards, 2002)

8. ประสบการณ์ การท่องเที่ยวอาหารไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมชมเท่านั้น การ ท่องเที่ยวอาหารมีกระบวนของเป็นการเรียนรู้และนักท่องเที่ยวจะได้รับความแปลกใหม่จากอาหาร ของแต่ละพื้นที่ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ใหม่ๆที่นักท่องเที่ยวไม่เคยได้รับจึงเกิดเป็นประสบการณ์ ใหม่ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ (Hjalager และRichards 2002; OECD 2009; Long, 1998)

ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมในอนาคต

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมมากขึ้น เปรียบเสมือนการเชื่อมโยงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอาหาร โดยใช้การสนับสนุนของทรัพยากรอาหารจึงกลายเป็นวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นที่สำคัญ และเป็นสิ่งที่สะท้อนการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น นั้นๆ โดยปัจจัยที่ส่งผลการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับ ความนิยมในอนาคตมีดังนี้ (โตมร สุขปรีชา, 2560)

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์ ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงประชากรโลกอาจเกิดจากการเกิด การตาย และการย้ายถิ่น รวมถึงการเติบโตของเมือง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรศาสตร์จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว จากแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560- 2564 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ , 2560) พบว่าแนวโน้มของกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิมการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ๆ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่ชอบประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบหรูหราการรับประทานอาหารที่หรูหรา การรับประทานอาหารและจิบไวน์บนเรือสำราญ การเรียนทำอาหารกับโรงแรมหรูเป็นต้นซึ่งพิจารณาได้จากตารางที่ 1 ที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะส่งผลต่อการตลาดการท่องเที่ยวของโลก รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นกลุ่ม การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงในประเทศไทย 110 สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี

ตารางที่ 1 การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์	**การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์**
ประชากรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	ปริมาณการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว เกิดการกระจายตัว ในด้านการท่องเที่ยว เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ
ประชากรมีแนวโน้มการเกิดลดลง	มีการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่ระมัดระวังมากยิ่งขึ้น เลือกเดินทางท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะ
ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น	เกิดการท่องเที่ยวในระยะใกล้ การท่องเที่ยวความสนใจพิเศษได้รับความนิยม เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นต้น

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

2. แนวโน้มการท่องเที่ยวยั่งยืนที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

ในปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวยั่งยืนและ ใช้กลไกการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลายๆ รูปแบบ เพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวหนึ่งที่เกิดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแบบยั้งยืนจะมีแนวคิด คือ การเน้นท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทุกแหล่งทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวมีโอกาสในการอนุรักษ์ไม่ทำลายและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2557) นักท่องเที่ยวจึงได้มีโอกาสในการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น อาหารในท้องถิ่นจะกลายเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวมาในพื้นที่ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การรับประทานอาหารคลีน การบริโภคผักออแกนิกส์การท่องเที่ยวแบบฟาร์มสเตย์ เป็นต้น

3. การแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นยังคงเป็นที่นิยม นักท่องเที่ยวในปัจจุบันยังคงสนใจการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว การหาร้านอาหาร ร้านกาแฟ รวมถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น การเดินทางของ นักท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดแค่เพียงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงความเป็น เอกลักษณ์ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงอาหารที่มีความสำคัญที่ส่งผลให้คน ในท้องถิ่นมีความตระหนักเห็นคุณค่าของท้องถิ่นเกิดการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวกับ อาหารให้คงอยู่ซึ่งนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ทำให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

4. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ ท่ามกลางการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี และสื่อออนไลน์ที่สร้างความสะดวกสบายให้กับ นักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่างๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวรวมถึงร้านอาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น แหล่งผลิตอาหารที่เป็นแหล่งกำเนิดของอาหารนั้นๆ ของอาหารนั้นๆการท่องเที่ยวชิมอาหารต่างๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น การแนะนำอาหารจากเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มมากขึ้น จากผลการศึกษาอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวของโลกพบว่าภูมภาคยุโรปมีอัตราการใช้ข้อมูลอินเทอร์เน็ตสูงสุดร้อยละ 36 ภูมิภาคอเมริการ้อยละ 27 และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ร้อยละ 26 จากตารางที่ 2 ข้อมูลประเทศ ที่มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อการท่องเที่ยวสูงสุด 5 อันดับและมีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นตามลำดับ ดังนี้ อังกฤษ แคนนาดา นิวซีแลนด์ ไอซแลนด์ และเนอเธอร์แลนด์ มีอัตราการใช้อินเทอร์เน็ตร้อยละ 67, 64, 60, 59 และ58 ตามลำดับ

5. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ด้วยการเปลี่ยนไปของโลกในยุคปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยประการแรก คือ ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) เป็นความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่จะเติมความสุขทางความรู้สึกสัมผัส ประสบการณ์การกินอาหาร การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสกับ รากเหง้าของอาหารในชนบทและวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) ต้องการแสดงความแตกต่างโดดเด่นและความเป็น ตัวตนในด้านการรับประทานอาหาร จากแรงจูงใจที่ เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพิ่มมากขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2559)

ศักยภาพและความได้เปรียบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทย

สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในประเทศไทย จากข้อมูลของรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว Tourism Economic Review (พรรณี สวนเพลง และคณะ, 2559) พบว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารจำนวน 456,0000 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายในด้านอาหาร และเครื่องดื่มระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศไทยที่สูงที่สุด คือ ชาวจีน ชาวอังกฤษ และชาวรัสเซีย จากข้อมูลที่กล่าวมาหาก

ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขันหรือการเพิ่มมูลค่าเพิ่มจาก ทรัพยากรทางด้านอาหารจะส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น การปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นความพยายามอย่างต่อเนื่องและเป็นการพัฒนาที่อยู่บนความพยายามไม่มีที่สิ้นสุดบนพื้นฐานของ เศรษฐกิจ สังคมและทรัพยากรที่มีอยู่ให้ทันต่อ การเปลี่ยนแปลงโดยใช้วิธีการใหม่ๆ ศักยภาพการแข่งขัน (Competitiveness) จึงเป็นปัจจัยเชิงเปรียบเทียบในการใช้วัดความสามารถหรือสมรรถนะของตนเอง เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนา ศักยภาพการแข่งขันจึงเป็นเป้าหมายของทุก อุตสาหกรรมที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จ ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เทศกาลอาหาร เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เกิดขึ้นในแต่ละพื้นที่ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่มีทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีเอกลักษณ์ สำหรับประเทศไทยการจัดเทศกาลอาหารที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เทศกาลกินหอย ดูนก ตกหมึกเมืองชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ที่จัดเป็นประจำทุกปีจะจัดช่วงในเดือนกันยายนถึงตุลาคม เนื่องจากเป็นช่วงที่มีปลาหมึก ในทะเลจำนวนมาก และมีอาหารทะเลสดๆ ให้เลือก เทศกาลหมูย่าง จังหวัดตรัง เนื่องจากหมูย่างเป็นอาหารขึ้นชื่อของจังหวัดตรัง เทศกาลกินปลาทู ของดีเมืองแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยจะจัดช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนธันวาคมของทุกปี งานมหกรรมมะพร้าวชาวสมุย (Samaui Coconut Festival) ซึ่งเป็นงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อสนับสนุนอาหารและสินค้าที่ผลิตจาก มะพร้าว นอกจากนี้ยังมีโครงการ Amazing Thai Taste ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งเป็นโครงการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวบริโภคอาหารไทยข้าวไทยและผลไม้ไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าอาหารไทยให้ เป็นที่แพร่หลายมากยิ่งขึ้น เทศกาล “THAILAND STYLISH STREET FOOD Makeover & Festival 2016” เทศกาลที่นำเสนออาหารริมทางสู่สตรีทฟู้ดในทางสร้างสรรค์ โดยผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Street Food Destination (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) หากพิจารณาความหลากหลายของเทศกาลอาหารที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงความ ได้เปรียบด้านความหลากหลายวัตถุดิบของอาหารไทย เนื่องจากประเทศไทยตั้งอยู่ในคาบสมุทรที่เหนือ เส้นศูนย์สูตรมีอากาศแบบร้อนชื้นประกอบกับ สภาพภูมิประเทศที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งเป็นต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติที่ได้เปรียบที่ก่อให้เกิดวัตถุดิบที่หลากหลาย วัตถุดิบอาหารไทย จึงมีคุณภาพและมีประโยชน์ทางโภชนาการ เช่น สมนุไพรไทย เครื่องเทศไทย ผลไม้ไทย พืชผักของไทย ซึ่งเป็นวัตถุดิบของอาหารไทยที่ทำให้รสชาติอาหารไทยมีความกลมกล่อมและให้รสชาติค่อนข้างเผ็ดร้อน พืชและสมุนไพรส่วนใหญ่ที่นิยมใช้ในการประกอบอาหาร ได้แก่ กระเพรา โหระพา มะกรูด สะระแหน่ กระเทียมพริกไทย พริกขี้หนู กระชาย วัตถุดิบไทย หลากหลายชนิดมีสรรพคุณทางยา เช่น ใบกระวาน ช่วยขับลม แก้ท้องอืด ขิง กระตุ้นการทำงานของกล้ามเนื้อ ขับน้ำดี ช่วยย่อยไขมัน กานพลู มีฤทธิ์ต้าน เชื้อและแบคทีเรียได้หลายชนิด และนอกจากนี้พบว่าพืชผักสมุนไพรไทยอีกหลายชนิดยังมีคุณสมบัติของฤทธิ์ต้านอนุมูลอิสระ (ศรุดา นิตวรากร, 2557) การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดเทศกาลอาหาร จึงเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์วัตถุดิบอาหารของ ประเทศไทยให้ดูโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ยิ่งขึ้น

2. พื้นที่ท่องเที่ยวในมิติการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากประเทศไทยมีความโดดเด่น และได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ รวมถึงการจัดทำนโยบายการพัฒนาและสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาตามพื้นที่กลยุทธ์ของการพัฒนาพื้นที่สามารถบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558.) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวในด้านกลยุทธ์ เชิงพื้นที่โดยการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเชิง กลุ่มพื้นที่และเมืองรอง โดยการใช้พื้นที่ในการสร้างความได้เปรียบและใช้ความหลากหลายของอาหารไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเขตพื้นที่ เช่น เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา อาหารที่โดดเด่นทาง ภาคเหนือ เช่น แกงฮังเล น้ำพริกหนุ่ม แกงอ่อม เป็นต้น เขตการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งตะวันตกเป็น อาหารที่ประกอบด้วยผักพื้นบ้าน สมุนไพร และเป็นอาหารทะเล เช่น แกงหมูชะมวง เส้นจันทร์ผัดอาหารทะเล เขตการพัฒนาท่องเที่ยวอันดามันอาหารที่มีเอกลักษณ์ เช่น อาหารทะเล แกงเหลือง แกงไตปลา ข้าวยำเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ อาหารที่มีความโดดเด่น เช่น ลาบ ก้อย ส้มตำ โดยการมุ่งส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยงเชิงอาหารที่มีความโดดเด่นในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกัน ด้วยการดึงจุดเด่นของรสชาติอาหารขึ้นมาใน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากนี้ยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ 12 เมืองต้องห้ามพลาด รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน อาทิเช่นขนมจีนหน้าตั้ง จังหวัดสุพรรณบุรี ขนมพระร่วง จังหวัดสุโขทัย ข้าวปุ้นน้ำแจ่ว จังหวัดเลย ไก่ทอดมะแขว่น จังหวัดน่าน เป็นต้น (องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) (องค์กรมหาชน, 2559)เขตจังหวัดหรือพื้นที่ที่มีการระบุชนิดของอาหารเพื่อให้เข้ากับพื้นที่ แสดงให้เห็นว่าอาหารชนิดนั้นมีความโดดเด่นในพื้นที่ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมด้านอาหาร และสิ่งที่บ่งบอกถึงความ โดดเด่นและความได้เปรียบในแต่ละชนิดของอาหารไทย คือ กรรมวิธีการปรุงอาหารไทย โดยมีวิธีการปรุงหลายวิธีที่ทำให้รสชาติมีความหลากหลาย อาทิเช่น การแกง เป็นวิธีที่ผสมวัตถุดิบหลายอย่างแล้วนำมาละลายน้ำหรือกะทิ

โดยมีเนื้อสัตว์และผักผสม เช่น แกงส้ม แกงเขียวหวาน เป็นต้น การผัดเป็นวิธีการที่ทำให้วัตถุดิบอาหารสุกโดยใช้น้ำมัน เช่น ผัดเผ็ด ผัดจืด เป็นต้น การยำ เป็นการประกอบอาหารโดยใช่วัตถุดิบหลายอย่างผสมกันและปรุงรสชาติแบบไทย เช่น ยำถั่วพู ยำทวาย เป็นต้น การทอด การเผา หรือ การย่าง เป็นวิธีการที่ทำให้เนื้อสัตว์สุกเช่น ปลาเผา เนื้อย่าง วัตถุดิบเหล่านี้จะใช้ในการเป็น เครื่องเคียงในสำรับอาหาร เครื่องเคียงและเครื่องจิ้มโดยทั่วไปอาหารไทยจะมีเครื่องเคียงและเครื่องจิ้มเพื่อประกอบการชูรสชาติให้อาหารมีรสที่ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้อาหารไทยยังมีกระบวนการแปรรูปในหลายรูปแบบโดยเฉพาะผลไม้ไทย ความหลากหลายของผลไม้ไทย จึงต้องเก็บรักษาผลไม้ให้อยู่ได้นาน ได้แก่ การดอง เช่น มะม่วงดอง การตาก เช่น กล้วยตาก การเชื่อม เช่นสาเกเชื่อม การแช่อิ่ม เช่น ฟักแช่อิ่ม เป็นต้น (ศรุดา นิตวรากร, 2557)

3. นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารนับเป็นศักยภาพที่มีบทบาทสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากนโยบายหรือยุทธศาสตร์เป็น การขับเคลื่อนที่นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และเป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการร่วมมือกับบริษัทมิชลินทราเวลพาร์ทเนอร์ เพื่อดำเนินงาน

โครงการ The Michelin Guide Thailand โดยมีระยะเวลา 5 ปี พ.ศ. 2560-2565 เพื่อสนับสนุนและผลิตคู่มือแนะนำร้านอาหาร ร้านอาหารไทยที่ผ่านการคัดเลือกจากมิชลินและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้สัมผัสประสบการณ์ด้านอาหารและการท่องเที่ยวของไทยผ่านการจัดทำคู่มือแนะนำร้านอาหาร และที่พักในกรุงเทพฯ ซึ่งจะเป็นโครงการที่มีศักยภาพที่ทำให้ร้านอาหารไทยและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทาง นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการจัดงานประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นโอกาสในการส่งสรอมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ตลอดจนการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และผู้เชี่ยวชาญ ด้านอาหาร รวมถึงสนับสนนุนโยบายในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยผ่านอุตสาหกรรมทางด้านอาหาร (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

4. อาหารริมทาง (Street Food) ในประเทศไทยร้านอาหารริมทางถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นอาหารประจำพื้นที่ โดยอาหารริมทางเป็นอาหารที่จำหน่ายตามท้องถนนหน้าตึกแถวหรือย่านการค้า โดยมีรูปลักษณ์การจัดจำหน่ายที่แตกต่างกันตามพาหนะ เช่น หาบแร่ โต๊ะ แผงลอยรถเข็นจนกระทั่งไปถึงรถยนต์ อาหารริมทางถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของการรับประทานอาหารของคนในพื้นที่กับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ย่อมที่อยากจะสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ด้านการกิน อาหารริมทางของไทยจึงมีเสน่ห์และขึ้นชื่อในเรื่องของรสชาติและความหลากหลายอาทิ เช่น หอยทอด ผัดไทย ส้มตำ ผัดซีอิ้ว ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น เสน่ห์และความขึ้นชื่อของอาหารทำให้ประเทศไทยได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทาง (Street Food) ดีที่สุดในโลก จากข้อมูลหนังสือพิมพ์เทเลกราฟของประเทศอังกฤษได้ รายงานว่า “It’s a Tragedy” “Bangkok to ban its famous street Food stalls” อีกทั้งสำนักข่าว ซีเอ็นเอ็น จัดอันดับให้ Bangkok Street Food เป็น ร้านอาหารริมทางที่ดีที่สุดอันดับ 1 ในโลกติดต่อเป็น ปีที่ 2 จาก 23

เมืองทั่วโลก (ลมเปลี่ยนทิศ, 2560) สำหรับประเทศไทยสถานที่จำหน่ายอาหารริมทางที่มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว คือ พื้นที่ เยาวราช กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นย่านวัฒนธรรม ชุมชนเชื้อสายจีนที่มีความได้เปรียบในด้านรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากในพื้นที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีศาสนสถานอันเก่าแก่ที่เป็นที่เคารพ สักการะแล้ว ยังเป็นแหล่งรวมภัตตาคาร ร้านอาหาร และเมนูอาหารอันหลากหลาย

โดยเฉพาะเทศกาล สำคัญที่เกี่ยวกับอาหาร คือ เทศกาลกินเจ ที่มีความหลากหลายของเมนูที่ขึ้นชื่อในพื้นที่ให้รับประทาน อาทิเช่น ก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นปลา เป็ดพะโล้ ก๋วยจั๊บ เต้าทึง เป็นต้น ในพื้นที่ย่านบางรักและย่านเจริญกรุงเป็นอีกพื้นที่ที่เป็นย่านเก่าแก่มีร้านอาหารจำหน่ายที่ขึ้นชื่อ อาทิเช่น ประจักษ์เป็ดย่าง ทิพย์หอยทอดภูเขาไฟ พื้นที่เขตพระนคร อาทิเช่น ทิพสมัยผัดไทย ร้านเจ๊ไฝ เป็นต้น นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็ยังมีร้านอาหาร ริมทางพื้นเมืองให้นักท่องเที่ยวได้รับประทาน ในพื้นที่เช่น เชียงใหม่ไนท์บาร์ซ่า กาดหลวง ย่านนมิมานเหมนิทร์ที่เป็นแหล่งรวมอาหารริมทางที่ขึ้นชื่อในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเป็นอีกเมืองที่มีอาหาร ริมทางที่หลากหลาย อาจเนื่องจากพื้นเพชาวภูเก็ต มาจากชนหลายเชื้อชาติความหลากหลายของเมนู จึงกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประทานอาหารเมื่อ เข้าไปในพื้นที่ อาทิเช่น สำปำ โอต้าว ข้าวต้มแห้ง โอ้เอ๋ว น้ำพริกกุ้งเสียบ เป็นต้น จนทำให้จังหวัดภูเก็ตได้รับประกาศเป็น “เมืองสร้างสรรค์ด้าน

วิทยาการ อาหาร"หรือ"City of Gastronomy" ซึ่งเป็น เมืองแรกของไทยและอาเซียน อีกทั้งยังเป็นหนึ่งใน เมืองเพียง 18 เมืองทั่วโลกที่ยูเนสโกประกาศรับรอง ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารหนึ่งใน จุดเด่นที่ยูเนสโก้เลือกเมืองภูเก็ตเพราะอัตลักษณ์ของอาหารที่มีสูตรลับเฉพาะและวัตถุดิบที่มีเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต อาหารริมทางของไทยจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวนอกจากตัวอาหารที่มีความได้เปรียบโครงการพัฒนาและส่งเสริมอาหารริมทาง จึงเป็นศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Pearson & Pearson, 2006)

เอกลักษณ์อาหารอีสาน

เอกลักษณ์อาหารอีสาน หมายถึง ภูมิปัญญาทางด้านการประกอบอาหารที่มีการ สั่งสมและถ่ายทอดมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีต มีความโดดเด่นในด้านกรรมวิธีและรสชาติ รสเค็ม จากน้ำปลาร้า รสเผ็ดจากพริกสด พริกแห้ง รสเปรี้ยวจากผักพื้นบ้าน เช่น มะขาม มะกอก อาหาร ส่วนใหญ่มีลักษณะแห้ง ข้น มีน้ำขลุกขลิก รวมไปถึงวัตถุดิบส่วนใหญ่นำจากธรรมชาติ เอกลักษณ์อาหารอีสานที่สำคัญ คือ

คนภาคอีสานบริโภคข้าวเหนียว และมีปลาร้า ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาด้านการถนอมอาหาร ใช้เป็นส่วนประกอบ หลักในอาหารได้ทุกประเภท ชุดอาหารของคนอีสานานจัดไว้ใน "**พา**" ซึ่งทำด้วยหวายหรือไม้ไผ่ มีลักษณะกลม ขนาดใหญ่ หรือเล็กขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในครอบครัว ภายใน พา จะใส่อาหารที่รับประทานกับข้าวเหนียว มีเครื่องจิ้ม เครื่องแนม ยำ และแกง คล้ายกับกับข้าวในภาคอื่น ๆ

1. ความเอกลักษณ์อาหารอีสาน

ภาคอีสาน ของประเทศไทย เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลาย ทาง ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น แต่ละจังหวัด ศิลปวัฒนธรรม เหล่านี้ เป็นตัวบ่งบอกถึงความเชื่อ ค่านิยม ศาสนาและรูปแบบการดำเนินชีวิต ตลอดจนอาชีพของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี สาเหตุที่ภาคอีสานมีความหลากหลายทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลมาจาก การเป็นศูนย์รวมของประชากรหลากหลายเชื้อชาติ การอพยพย้ายถิ่น ที่อยู่ การกวาดต้อนไพร่พล หรือจากการหนีภัยสงครามเมื่อครั้งอดีต และมีการติดต่อสังสรรค์กับ ประชาชนในประเทศใกล้เคียง จนก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมขึ้น สามารถสรุปได้ว่า เอกลักษณ์อีสาน หมายถึง ความเป็นอีสานซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ของคนที่อยู่อาศัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยมีการบ่งบอกถึงความเชื่อ ค่านิยม ประเพณีและ รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในพื้นที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นๆอย่างชัดเจน เอกลักษณ์อาหารอีสาน มีดังนี้

1. รสชาติ อาหารอีสานมีความแตกต่างในเรื่องของรสชาติที่มีรสชาติจัด เข้มข้น เนื่องมาจากวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงที่มีความเป็นเอกลักษณ์
2. กรรมวิธี การประกอบอาหารอีสานมีกรรมวิถีที่เป็นเอกลักษณ์ของ ตนเอง และมีความหลากหลายในกระบวนการปรุงอาหารโดยนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาเป็น ส่วนหนึ่ง เช่น การหมักปลาร้า การทำหมูแดดเดียว ปลาเผาเกลือ เป็นต้น

3. กลิ่น ส่วนใหญ่ของอาหารอีสานเมื่อปรุงเสร็จจะมีกลิ่นหอม เนื่องมาจากวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร ผักชนิดต่างๆที่มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว

4. วัตถุดิบ/เครื่องปรุง อาหารอีสาน มีวัตถุดิบที่ส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติ ในท้องถิ่นและส่วนใหญ่เป็นสมุนไพรในท้องถิ่น เช่น ผักติ้ว ยอดจิก ผักเม็ก ผักแขยง เป็นต้น รวม ไปถึงเครื่องปรุง เช่น ปลาร้า ข้าวเบือ ข้าวคั่ว เป็นต้น (ปรับปรุงจาก จริยา เดชกุญชร, 2552; พิมพ์ระวี โรจนรุ่งสัตย์, 2554)

2. ความเป็นมาของอีสาน ในปัจจุบัน “อีสาน” เป็นคำที่แสดงถึงสถานที่ตั้งของแผ่นดินที่เป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย และ แสดงถึงกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งทั้ง 2 สิ่งนี้ถือเป็น สิ่งบอกเล่าเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี ภาคอีสาน เป็นคำที่มาจากภาษาบาลี ที่แปลว่า ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลายเชื้อชาติ เช่น เชื้อชาติลาว เชื้อชาติเขมร เชื้อชาติไทย เชื้อชาติจีน เป็นต้น ภาคอีสาน มีความหลากหลายทางด้านวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างไปในท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด ซึ่งสามารถบ่งบอกถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ ได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ พื้นแผ่นดินภาคอีสานส่วนใหญ่ยังเป็นภูเขาที่ไม่มียอดสูง หรือที่คนอีสาน เรียกว่า “ภู” สภาพดินของภาคอีสานส่วนใหญ่เป็นดินทราย เนื่องจากภาคอีสานตั้งอยู่ในบริเวณลุ่ม แม่น้ำที่ดินในภาคอีสานบางแห่งมีเกลือสินเธาว์ผุดขึ้นบนพื้นดินตามธรรมชาติ สภาพภูมิอากาศ ของภาคอีสานสามารถแบ่งออกเป็น 3 ฤดู ฤดูร้อน ฤดูฝน ฤดูหนาว เนื่องจากภาคอีสานเป็นที่ลุ่มในช่วงหน้าฝนจึงเกิดน้ำท่วม แต่ไม่ท่วมบ้านเรือน เนื่องจาก คนอีสาน นิยมปลูกบ้านเรือนบนที่ดินดอน โคก การตั้งถิ่นฐานไทยอีสาน ในการตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนของคนอีสานมักเลือกทำเลที่เอื้อต่อการยังชีพ ซึ่งมีองค์ประกอบทั่วไปดังนี้

1) แหล่งน้ำ นับเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก อาจเป็นหนองน้ำใหญ่หรือห้วยหรือ ลำน้ำที่แยกสาขามาจากแม่น้ำใหญ่ที่มีน้ำเฉพาะฤดูฝนส่วนมากเป็นที่ราบลุ่มสามารถทำนาเลี้ยงสัตว์ได้ในบาง ฤดูเท่านั้นชื่อหมู่บ้านมักขึ้นต้นด้วยคำว่า " เลิง วัง ห้วย กุด หนอง และท่า" เช่น เลิงนกทา วังสาม หม้อ ห้วยยาง กุดนาคำ หนองบัวแดง เป็นต้น

2) บริเวณที่ดอนเป็นโคกหรือที่สูงน้ำท่วมไม่ถึง สามารถทำไร่และมีทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์มีทั้งที่ดอนริม แม่น้ำและที่ดอนตามป่าริมเขาแต่มีน้ำซับไหลมาบรรจบเป็นหนองน้ำชื่อหมู่บ้านมักขึ้นต้น ด้วนคำว่า "โคก ดอน โพน และโนน" เช่น โคกสมบูรณ์ ดอนสวรรค์ โพนยางคำ ฯลฯ

3) บริเวณป่าดง เป็นทำเลที่ใช้ปลูกพืชไร่และสามารถหาของป่าได้สะดวกมีลำธารไหลผ่านเมื่อ อพยพมาอยู่กันมากเข้าก็กลายเป็นหมู่บ้านและมักเรียกชื่อหมู่บ้านขึ้นต้นด้วยคำว่า "ดง ป่า และ เหล่า" เช่น โคกศาลา ป่าต้นเปื่อย เหล่าอุดม ฯลฯ

4) บริเวณที่ราบลุ่ม เป็นพื้นที่เหมาะในการทำนาข้าวและทุ่งหญ้าเลี้ยงสัตว์ในหน้าแล้งตัวหมู่บ้าน จะตั้งอยู่บริเวณขอบหรือแนวของที่ราบติดกับชายป่าแต่น้ำท่วมไม่ถึงในหน้าฝน บางพื้นที่ เป็นที่ราบลุ่มมีน้ำขัง ตลอดปีเรียกว่า "ป่าบุ่งป่าทาม" เป็นต้น

5) บริเวณป่าละเมาะ มักเป็นที่สาธารณะสามารถใช้เลี้ยงสัตว์และหาของป่าเป็นอาหารได้ตลอดจน มีสัตว์เล็กสัตว์น้อยที่น้ำมาเป็นอาหารยังชีพรวมทั้งสมุนไพรใช้รักษาโรคและเป็นสถานที่ ยกเว้นไว้เป็นดอนปู่ตาตามคติความเชื่อของวัฒนธรรมกลุ่มไต-ลาว

อาหารท้องถิ่นอีสาน มีขนบธรรมเนียมแสดงออกถึงความเรียบง่ายที่สะท้อนอาหารของคนอีสาน ภาคอีสานมีการสืบสานวัฒนธรรมการบริโภคมานาน อาหารอีสานเป็นอาหารอีกประเภทหนึ่งที่มีชื่อเสียงและรสชาติที่ได้รับความนิยมของคนไทยเป็นอย่างมาก สามารถรับประทานได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นส้มตำ ไก่ย่าง ข้าวเหนียว ลาบ ต้มแซบ เสือร้องไห้ เนื้อแดดเดียว ตลอดจน อาหารสามารบประเภทที่เรียกว่าข้าวพาแลง ประกอบด้วยปลานึ่ง ผักต้ม และน้ำพริกแจ่ว ซึ่งเป็นอาหารหลักสำคัญที่ทำให้อาหารทั้งภูมิภาคนี้เป็นที่นิยม ชื่อเสียงติดใจ ชาวไทยและชาวต่างชาติ มีรสชาติเด่น คือ รสเค็มจากน้ำปลาร้า รสเผ็ดจากพริกสด พริกแห้ง รส เปรี้ยวจากผักพื้นบ้าน เช่น มะขาม มะกอก อาหารส่วนใหญ่มีลักษณะแห้ง ข้น มีน้ำขลุกขลิก (จริยา เดชกุญชร, 2552) อาหารภาคนี้เน้นไปทางรสชาติที่เผ็ดร้อน และอาหารจะมีข้าวเหนียวนึ่ง เป็นหลักเช่นเดียวกับภาคเหนือ รับประทานกับลาบไก่ หมู เนื้อ หรือ ลาบเลือด ส้มตา ปลาย่าง ไก่ย่าง จิ้ม แจ่ว ปลาร้า อาหารภาคนี้จะนิยมปิ้ง หรือย่างมากกว่าทอด อาหารทุกชนิดต้องรสจัด เนื้อสัตว์ที่นำมาปรุงอาหาร ได้แก่ สัตว์ที่ชาวบ้านหามาได้ เช่น กบ เขียด แย้ งู หนูนา มดแดง แมลง บางชนิดส่วนเนื้อหมู วัว ไก่ และเนื้อสัตว์อื่นๆ ก็นิยมตามความชอบและฐานะ สำหรับอาหารทะเล ใช้ปรุงอาหารน้อยที่สุด เพราะนอกจากจะหายากแล้วยังมีราคาแพง (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์, 2554)

อาหารอีสาน

อาหารอีสาน แบ่งตามลักษณะการปรุง ได้แก่ แกง อ่อม ต้ม ลาบ ก้อย ซอยห่าง เอาะ อุ หมก ปิ้ง ย่าง จี่ ทอด ผัด คั่ว แจ่ว ป่น ซุบ ซั่ว บอง เมี่ยง ฯลฯ คำนิยามของการประกอบอาหารอีสานพอสังเขป ดังนี้

1. หลาม เป็นการทำอาหารให้สุกโดยใช้กระบอกไม้ไผ่ ส่วนประกอบหลัก ได้แก่ เนื้อสัตว์ ปลาไหล เครื่องในสัตว์ เป็นต้น ใส่น้ำเล็กน้อย ปรุงด้วยน้ำปลาร้า เกลือและน้ำปลาร้า แต่งกลิ่นด้วย ผักอีตู่ ผักขา ผักแขยง เป็นต้น และนำไปบรรจุเข้ากระบอกไม้ไผ่ นำไปเผาไฟให้สุกและมีกลิ่นหอม

2. หมก คือ การปรุงอาหารที่มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบหลัก เนื้อสัตว์ที่นิยมนำมาทำหมก ได้แก่ ปลาซิว ฮวก กบ ไก่ เป็นต้น หมกบางชนิดใส่หน่อไม้สดต้มขูดฝอยเป็นหลัก ส่วนผสม น้ำพริกหมกได้แก่ พริกสด หัวหอม ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า เกลือ น้ำปลา ผสมเข้าด้วย

3. ซุป มีวิวัฒนาการมาจากการนำผักมาจิ้มแจ่ว คำว่า ซุบ มีผู้สันนิษฐานว่า มาจากคำว่า ซุป หมายถึง จุ่มหรือจิ้มนั่นเอง

4. ต้ม ปรุงอาหารที่มีน้ำเป็นส่วนประกอบในปริมาณมากกว่าการแกง มีรสชาติเข้มข้น มีรส เค็ม เปรี้ยวมากกว่าเผ็ดหรือหวาน

5. ปิ้ง ย่าง เป็นการทำอาหาร ให้สุกโดยการวางเหนือเตาไฟ ใช้ไฟอ่อนถึงปานกลาง เช่น ปิ้ง ปลา ปิ้งกบ เป็นต้น ส่วนการย่าง เช่น ย่างเนื้อ ย่างหมู

6. ตา เป็นชื่อเรียกอาหารที่มีวิวัฒนาการมาจากการนำผักจิ้มแจ่วเช่นเดียวกับซุบซึ่งใช้ผักต้มแต่ ตา ใช้ผักและผลไม้สด

7. ป่น เป็นเครื่องจิ้มรองมาจากแจ่ว ส่วนประกอบหลักได้แก่ พริกสด หรือพริกแห้ง หอมแดง กระเทียม โขลกผสมกันกับเนื้อปลาต้ม ปรุงด้วยน้ำปลาร้า น้ำปลา และเติมน้ำสุกเล็กน้อย

8. แจ่ว เป็นอาหารพื้นฐาน แจ่วเป็นเครื่องจิ้มเพื่อเสริมรสชาติของอาหารทุกมื้อและทุก ครัวเรือน

9. แกง เป็นการปรุงอาหารที่มีน้ำปลาร้าเป็นส่วนประกอบ รสชาติเข้มข้น หรือรสเผ็ดเค็ม เป็นหลัก

10. ซกเล็ก วิธีทำอาหารเหมือนกับลาบทุกประการ แต่ไม่นำไปลวกหรือทำให้สุกอย่างลาบ เมื่อปรุง เครื่องปรุงและชิมรสจนได้ที่แล้ว จึงนำเนื้อสัตว์นั้นๆ มาคั้นให้เลือดไม่จับกันเป็นก้อน ด้วย ใบตะไคร้นำไป คลุกเคล้ากับลาบดิบ

11. เลือดแปลง เป็นการท าลาบจากเครื่องในหมู โดยนำเครื่องในหมู เช่น ปอด ตับ หัวใจ กระเพาะ ไส้อ่อน มาทำความสะอาด แล้วจึงนำไปต้มสุก นำมาหั่นเป็นเล็กๆ พอคำแล้วปรุงด้วย เครื่องปรุง เช่นเดียวกับ ลาบ จากนั้นจึงเติมเลือดหมูลงไป

12. ก้อย เป็นอาหารที่มีส่วนประกอบหลักคือเนื้อสัตว์ต่างๆ เช่น กุ้ง หอย ปลา หมู วัว ไข่ มดแดง เป็นต้น การก้องจะหั่นเนื้อสัตว์เป็นชิ้นบางๆ อาจดิบหรือสุก โดยการย่าง ลวก หรือนำส่วนผสมก้อยที่ปรุงดิบไป คั่ว ให้สุก ปรุงรสด้วยน้ำปลาร้า น้ำปลา น้ำมะนาว หรือเครื่องปรุงรส เปรี้ยว เช่น มะม่วงดิบ ตามด้วยพริกป่น ข้าวคั่ว หัวหอมหรือต้นหอมซอย เป็นต้น

13. เผา เป็นการทำอาหารให้สุกโดยใช้ไฟแรงกว่าการปิ้งหรือย่าง เปลวไฟอาจถึงเนื้ออาหาร ฉะนั้น การเผาจึงมีกรรมวิธีที่ทำให้อาหารยังคงคุณค่าและรสชาติ เช่น การเผาปลา จะใช้เกลือทาตัว ปลาให้ทั่วและ มากพอ เกลือจะช่วยให้โปรตีนในเนื้อปลาอุ้มน้ำไว้ไม่ให้ไหลออกจากตัวปลา เรื้อ ปลาที่เผาจรสชาติดี นอกจากนี้ยังมีวัสดุอื่นๆ เช่น ใบตอง ใบบัว ใบข่า เป็นต้น

14. ลาบ เป็นการปรุงอาหารที่ใช้เนื้อสัตว์สับละเอียด ผสมคลุกเคล้ากับเครื่องปรุง ได้แก่ พริกป่น น้ำปลาร้า น้ำปลา น้ำมะนาว ข้างคั่ว หอมแดง การปรุงรสลาบจะต้องมีรสเปรี้ยวนำ และที่ขาดไม่ได้เลยคือข้าว คั่ว เพราะจะทำให้ลาบมีความเข้มข้นและรสชาตกลมกล่อม

15. อ่อม เป็นการปรุงอาหารที่มีเนื้อสัตว์และผักหลายชนิดเป็นส่วนประกอบหลัก เครื่องปรุง ประกอบด้วยส่วนน้ำพริก ได้แก่ พริกสด หัวหอม ตะไคร้หั่นฝอย โขลกหยาบๆ ในส่วน ของเครื่องปรุง ได้แก่ เนื้อสัตว์ ผักชนิดต่างๆ

16. ส่า เป็นการนำหัวปลีซอยละเอียดมาผสมกับหมูสับ วุ้นเส้น และหนังหมูซอย เครื่องปรุง ประกอบด้วย พริกแห้งป่น ข้าวคั่ว น้ำมะนาว ทั้งหมดคลุกเคล้าเข้าด้วยกันและแต่งกลิ่น หอมซอย ใบ สะระแหน่ (จริยา เดชกุญชร, 2552)

ผักและผลไม้พื้นบ้าน

ผักพื้นบ้านที่ชาวอีสานนำมาประกอบอาหารมีอยู่ทั่วไปตาม ท้องถิ่น ทั้งปลูกเป็นผักสวนครัวและเก็บมาจากป่า มีชื่อเรียกเป็นภาษาถิ่นชัดเจน ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ภาษาถิ่นอาหารประเภทผักพื้นบ้านที่คนอีสานนิยมบริโภค

ชื่อผักพื้นบ้าน ภาษาถิ่น	ชื่อผักพื้นบ้าน ภาคกลาง	ชื่อผักพื้นบ้าน ภาษาถิ่น	ชื่อผักพื้นบ้าน ภาคกลาง
ผักกาด	ผักกาด	ผักชี	ผักชีลาว
ผักหอมป้อม	ผักชี	ผักบั่ว	หอม
ผักเทียม	กระเทียม	ผักแป้น	กุยช่าย
ผักโหม	ผักโขม	ผักอีเลิด	ชะพลู
ผักติ้ว	ชะมวง	หมากบวบ	บวบ
หมากงูเหงี่ยว	บวบงู	หมากหุ่ง, บักหุ่ง, บักกอ	มะละกอ
หมากอึ, บักอึ	ฟักทอง	หมากฟักม บักฟัก	ฟัก
หมากโต่น, บักโต่น	ฟัก	หมากแฟง,บักแฟง	แฟง
ผักอีตู่ลาว	แมงลัก	ผักอีตู่ไทย	กะเพรา
ผักขะ	ชะอม	ผักกะเดา	สะเดา
ผักหนอน	บัวบก	หมากมี่,บักมี่	ขนุน
ยานาง	ย่านาง	ผักอีฮุม, หมากอีฮุม	มะรุม
หัวขิงไค	ตะไคร้	หมากพิก, บักพริก	พริก
หมากเขือเคือ	มะเขือเทศ	หมากเขือ,บักเขือ	มะเขือ
หมากแตงจิง	แตงไทย	หมากแตงซ่าง	แตงร้าน
หมากถั่ว, บักถั่ว	ถั่วฝักยาว	หมากถั่วดิน	ถั่วลิสง

ตารางที่ 3 ภาษาถิ่นอาหารประเภทผลไม้ที่คนอีสานนิยมบริโภค

ชื่อผลไม้ ภาษาถิ่น	ชื่อผลไม้ ภาคกลาง	ชื่อผลไม้ ภาษาถิ่น	ชื่อผลไม้ ภาคกลาง
หมากนัด,บักนัด	สับปะรด	หมากสีดา, บักสีแดง	ฝรั่ง
หมากต้อง,บักต้อง	กระท้อน	หมากกอก, บักกอก	มะละกอ
หมากพ้าว, บักพ้าว	มะพร้าว	หมากตาล, บักตาล	ลูกตาล
หมากขิง,บักขิง	น้อยหน่า	หมากยม, บักยม	มะยม
หมากขาม, บักขาม	มะขาม	-	-

เนื้อสัตว์

เนื้อที่นำมาใช้ประกอบอาหารคนอีสานเรียกว่า “ซิ่น” แปลว่า เนื้อ มีลักษณะเป็นชิ้นๆ เช่น ซิ่นงัว – เนื้อวัวนำมาทำอาหารประเภท ลาบ ก้อย แกง อ่อม ผัด คั่ว ปิ้ง ย่าง ส้ม หม่า และตากแห้ง

ตารางที่ 4 ภาษาถิ่นอาหารประเภทเนื้อสัตว์ที่คนอีสานนิยมบริโภค

ชื่อเนื้อสัตว์ ภาษาถิ่น	ชื่อเนื้อสัตว์ ภาคกลาง	การนำไปประกอบอาหาร
ซิ่นวัว	เนื้อวัว	นำมาทำอาหารประเภทลาบ ก้อย แกง อ่อม ผัด คั่ว ปิ้ง ย่าง ส้มหม่ำ และตากแห้ง
ซิ่นควาย	เนื้อควาย	นำมาทำอาหารประเภทเดียวกับเนื้อวัว
ซิ่นกวง	เนื้อกวาง	นำมาทำอาหารประเภทลาบ ก้อย ย่าง ต้ม และตากแห้ง
ซิ่นฟาน	เนื้อทราย	นำมาทำอาหารเช่นเดียวกับเนื้อกวาง
ซิ่นแลน	เนื้อตะกวด	นำมาทำอาหารประเภทผัด ปิ้ง ย่าง และหมก
นก	นก	นำมาทำอาหารประเภทปิ้ง ย่าง ผัด คั่ว และนำไข่นกมาต้มกิน
หนูนา	หนูนา	นำมาทำอาหารประเภทปิ้ง ย่าง ผัด และคั่ว
ไข่มดแดง	ไข่มดแดง	นำมาทำอาหารประเภทก้อย แกง หมก และเอาะ
อึ่ง	อึ่ง	นำมาทำอาหารประเภทปิ้ง ย่าง ต้ม ทอด
กบ	กบ	นำมาทำอาหารลักษณะเช่นเดียวกับอึ่ง
เขียด	เขียด	นำมาทำอาหารลักษณะเช่นเดียวกับอึ่ง และกบ
ฮวก	ลูกอ๊อด	นำมาหมกใส่เกลือ และใบแมงลัก
บักหอยโข่ง	หอยโข่ง	นำมาแกง และ ก้อย
บักหอยจุบ	หอบขม	นำมาแกง
ปลากระแยง	ปลาแขยง	มักจะแกงใส่ผัก หรือ หน่อไม้ และคลุกเกลือปิ้งกับข้าวเหนียว
ปลาช่อ-ปลาช่อน	ปลาช่อน	ต้ม แกง หมก และตากแห้ง
เอี่ยน-ปลาไหล	ปลาไหล	ต้ม และปิ้ง

นอกจากนี้คนอีสานยังนิยมบริโภคแมลง แมลงที่นำมาใช้ประกอบอาหาร มีดังนี้

แมงดา	แมงดา
กุดจี่,แมงจี่นูน	กุดจี่
แมงหน้างำ	ตัวอ่อนของแมลงปอ
จุดจี้หรีด, จี้หรีด	จิ้งหรีด
ตั๊กแต๋น	ตั๊กแตน

การถนอมอาหาร

คนอีสานมีรูปแบบการถนอมอาหารหลากหลาย อาหารบางชนิดเป็นอาหารพื้นบ้านที่รู้จักของคนทั่วไป สร้างรายได้และชื่อเสียงให้แก่ชุมชน ได้แก่

1. หม่ำ เป็นเนื้อสัตว์ที่หมักจนมีรสเปรี้ยว ทำจากเนื้อหมูหรือเนื้อวัว สับละเอียด รวมกับตับม้าม คลุกข้าวเหนียวนึ่ง กระเทียมบด เกลือ แล้วยัดใส่กระเพาะ หรือไส้หมู ไส้วัว มัดเป็นสาย ทิ้งไว้จนเนื้อหม่ำแห้ง จึงนำมารับประทานได้ หม่ำเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงอย่างหนึ่ง มีจำหน่ายมากในภาคอีสาน สามารถเก็บไว้ได้นานเป็นเดือน ยิ่งเนื้อหม่ำแห้งจนข้างในเป็นขุย ยิ่งมีรสชาติอร่อย

2. ไส้กรอก เป็นอาหารรสเปรี้ยวทำจากเนื้อผสมกับมันของหมูหรือวัว มี ส่วนประกอบสำคัญคือข้าวเหนียว กระเทียม และเกลือ คลุกให้เข้ากัน ยัดใส่ไส้หมูหรือ วัวแล้วมัดเป็นปล้องเล็กๆ กลมๆ มักนำไปทอดหรือย่างกินกับข้าวเหนียว สามารถเก็บไว้ได้นานเป็นสัปดาห์โดยการแขวนไส้กรอกผึ่งลมไว้ ไส้กรอกอีสานมีจำหน่ายอยู่เป็น จำนวนมากในภาคอีสานและภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย

3. ส้ม (เนื้อ) เป็นเนื้อสัตว์ที่มีรสเปรี้ยว ใช้เนื้อสัตว์ เช่น หมู วัว ควาย กวาง สับให้ละเอียด คลุกกับข้าวเหนียว กระเทียม และเกลือ ใช้ใบตองห่อหลายชั้น เก็บไว้ ประมาณ 3 วันจะมีรสเปรี้ยว หากเป็นส้มหมูจะหั่นหนังหมูบางๆ ใส่รวมกับเนื้อหมูสับ ด้วย นิยมกินทั้งแบบดิบและทำให้สุก สามารถเก็บไว้ได้ประมาณ 1 สัปดาห์

4. ส้ม (ผัก) เป็นการดองผักกับเกลือและข้าวเหนียว ใช้วิธีการหั่นผักเป็นชิ้นพอคำ ขยำหรือคั้นให้น้ำผักออก เนื้อผักนิ่ม จากนั้นนำไปคลุกกับเกลือและข้าวเหนียว ทิ้งไว้ประมาณ 2 – 3 วัน ผักจะมีรสเปรี้ยว นำไปกินคู่กับแจ่วหรือน้ำพริกต่างๆ

5. จ่อม ทำจากกุ้งหรือปลา เรียกว่า กุ้งจ่อม ปลาจ่อม มีการนำเนื้อกุ้งหรือ ปลามาตำให้ละเอียด หมักกับเกลือ ข้าวคั่ว และกระเทียม ทิ้งไว้ประมาณ 2 – 3 วัน รสชาติของกุ้งจ่อมปลาจ่อมจะเริ่มมีรสเปรี้ยว ไม่เหม็นคาว เวลาจะกินให้หั่นพริก หอม ตะไคร้ และมะเขือใส่เพื่อเพิ่มรสชาติของจ่อมให้อร่อยยิ่งขึ้น

6. ปลาร้า ทำจากปลาต่างๆ ที่มักจะได้มาจากการลากอวน ใส่ไซ ดักลอบ เมื่อปลาเหลือจากการนำไปปรุงอาหารแล้ว ชาวบ้านจะผ่าพุง ควักไส้ ล้างปลาให้ สะอาดแล้วนำไปหมักกับเกลือ เมื่อเนื้อปลาเริ่มนิ่มจะนำไปตำผสมกับข้าวคั่ว รำข้าว เกลือ แล้วหมักไว้ในไห ใช้ผ้าสะอาดปิดปากไหไว้ หมักนานเป็นปีจึงจะมีรสชาติอร่อย สามารถนำไปประกอบอาหารอย่างอื่นได้

นอกจากนี้แล้วการถนอมอาหารโดยการตากแห้งก็พบในอาหารอีสาน เมื่ออาหารเหลือจากการต้มแกงหรือปิ้งย่างแล้ว การตากแห้ง เป็นวิธีการถนอมอาหารที่สำคัญอย่างหนึ่ง เนื้อแห้ง หมูแห้ง ปลาแห้ง จึงเป็นอาหารที่ ชาวบ้านทำเก็บไว้กินในทุกฤดู หากมีเป็นจำนวนมากก็จะนำไปจำหน่ายตามร้านค้าหรือ ตลาดชุมชน จากวัฒนธรรมการกินของชาวอีสานดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าอีสานมีวิถี การดำรงชีวิตที่เรียบง่าย มีการพึ่งพาธรรมชาติ ด้วยทรัพยากรอันอุดมสมบูรณ์ในพื้นที่ ทำให้มีการประกอบอาหารที่หลากหลาย และมีการถนอมอาหารเพื่อรักษาคุณค่าและ เก็บไว้กินได้เป็นเวลานาน

เครื่องปรุงที่ใช้ในการประกอบอาหารอีสาน

ปลาร้า เป็นอาหารหลักและเครื่องปรุงที่สำคัญ ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการทำอาหาร ส่วนใหญ่คนอีสานจะไม่ค่อยนิยมซื้อ จะทำเองจากการหาปลา โดยหมักใส่เกลือ ข้าวคั่วหรือรำคั่ว หมักทั้งไว้ ถือว่าเป็นการถนอมอาหารชนิดหนึ่ง ข้าวเบือ น าข้าวเหนียวมาแช่น้ำทิ้งไว้ให้ข้าวเหนียวนุ่ม สงให้สะเด็ดน้ำ และนำมาโขลกให้ ละเอียด ใช้ใส่อาหารหลายประเภท โดยจะทำให้น้ำแกงมีความเข้มข้นขึ้น ข้าวคั่ว ข้าวสาร ซึ่งควรเป็นข้าวใหม่ มาคั่วในกระทะทองเหลือง โดยใช้ไฟอ่อน พอมีกลิ่นหอมให้ตักขึ้นมาโขลกให้ละเอียด ใช้ใส่ในอาหารหลายชนิด เช่น น้ำตก ลาบ ตับหวาน เป็นต้น ช่วยให้อาหารมีกลิ่นหอมและน้ำข้นหรือแห้งขึ้น ส่วนใหญ่มักจะไม่ทำทิ้งไว้เนื่องจากเก็บไว้นานจะ ไม่มีกลิ่นหอม พริกป่น นำพริกขี้หนูหรือพริกใหญ่ ส่วนมาจะใช้พริกตากแห้ง มาคั่วในกระทะโดยใช้ไฟ อ่อนๆ จนพริกเหลืองกรอบ กลิ่นฉุน มาโขลกละเอียด เป็นเครื่องปรุงที่ใช้มากในอาหารอีสาน เพื่อให้รสเผ็ด (จริยา เดชกุญชร, 2552)

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ

โตมร สุขปรีชา. 2560. Food tourism 2.0. TAT review Magazine, 3(1) : 1-2.

บัณฑิต อเนกพูนสุข. 2560. Food on the move. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 3(1) : 8-19.

บญุเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2557. การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

เบจมาภรณ์ ชำนาญฉา. 2561. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2561 สมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย.

พรรณี สวนเพลง และคณะ. 2559. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 4(2) : 38-45.

พิจารณ์ โล่ชัยยะกลุ. 2554.PATA 60 th Anniversary and Conference: ความเป็นจริงใหม่ของการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจุบัน และอนาคต. สืบค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2560, จาก http:// etatjournal.com/web/menu-read- web-etatjournal/menu-2011/menu- 2011-oct-dec/369-42554-pata-60th- anniversary-and-conference

พิมพร์ะวี โรจน์รุ่งสัตย์. (2554). กระบวนการสื่อสารเรียนรู้จากการท่องเที่ยว“อาหาร”สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดผู้หญิงชาวต่างประเทศของไทย : ภาคนิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัตย์. (2553). หนังสือเรื่องการท่องเที่ยวชุมชน. โอเดียนสโตร์, กรุงเทพฯ.

ศรุดา นิติวรากร. 2557. อาหารไทย : มรดกทางวัฒนธรรมของชาติ. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, 5(1) : 171-179

เอื้อเอ็นดู ภาคทรัพย์. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอาหารเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้เอกลักษณ์อาหารอีสาน จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2559

อรัญญา แสนสร. ภูมิปัญญาท้องถิ่นในภาษาและวัฒนธรรมอีสาน. วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2560

Hall, C.M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B.(Eds.). 2003. Food tourism around the world : Development, management and markets book. Oxford Butterworth- Heinemann.

Horng, J.S., & Tsai ,C.T. 2010. Government websites for promoting East Asian culinary tourism: Across-nation analysis. Tourism Management, 31(1) :74-85.

Pullphothong, L., & Sopha, C. 2012. Gastronomic tourism in Ayutthaya, Thailand. Retrieved November20,2017,from http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0043-Ladapha.pdf

World Tourism Organization. 2012. Global report on food tourism: AM report volume four. Madrid,Spain: Author.

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4
การประชาสัมพันธ์และการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

ดร.สราวุธ ชมบัวทอง

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

ความหมาย ความสำคัญ

การประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยววิถีถิ่นในปัจจุบัน ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของชุมชนและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อาหารท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นอีสาน ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างเต็มใจ ประกอบกับเราในฐานะเจ้าของพื้นที่ จำเป็นต้องเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการดูแลใส่ใจและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีความสำเร็จอย่างยั่งยืน สามารถเป็นรายได้หล่อเลี้ยงท้องถิ่นหรือสร้างงานสร้างอาชีพในชุมชนต่อไปได้อย่างงอกงาม ซึ่งการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนหรือท้องถิ่นปัจจุบัน ควรสร้างสรรค์หรือสรรหาอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อนำมาเป็นจุดเด่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่ท้องถิ่นของตน แต่ไม่ควรพยายามเปลี่ยนแปลงวิถีท้องถิ่นดั้งเดิมจนขาดความเป็นเอกลักษณ์ไป เพราะจะทำลายวิถีชีวิตความเป็นอยู่และภูมิปัญญาที่เคยสั่งสมมาจนสูญเสียความเป็นตัวตนไป

คำว่า “การประชาสัมพันธ์” ถูกแปลมาจากคำว่า “Public Relation” การประชาสัมพันธ์หมายความถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประชาชน การประชาสัมพันธ์ถือเป็นกิจกรรมด้านนิเทศศาสตร์อย่างหนึ่ง โดยอาจจะใช้การสื่อสารรูปใดรูปหนึ่งหรือหลายๆรูป เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในองค์กร การสื่อสารมวลชน เป็นต้น เป็นรูปแบบหรือวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับประชาชน (ปรมะ สตะเวทิน, 2540:26) ซึ่งการรักษาสิ่งที่ดีอยู่แล้วให้ดำเนินต่อไป ถือเป็นการประชาสัมพันธ์(นิเทศศาสตร์)กับประโยชน์ต่อสังคม โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยววิถีถิ่นเพื่อสืบสานอัตลักษณ์ ควรเลือกใช้สื่อการประชาสัมพันธ์เน้นการสื่อสารระหว่างบุคคล สื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลเป็นผู้ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่าง ๆที่ต้องการสื่อสู่ผู้รับสารหรือ “ผู้บริโภค (consumer)”ร่วมกับการใช้สื่อแนววัฒนธรรมศึกษา (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 : 528) เพื่อให้ความสำคัญกับกลุ่มคนและวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนในกระบวนการสื่อสารตลอดจนวัฒนธรรมของคนกลุ่มต่าง ๆ (Sub-culture) ที่สัมพันธ์กับการใช้สื่อและการตีความสาร (Hall, 1977) ดังนี้

1. การใช้สื่อบุคคล ในที่นี้ชาวชุมชนถือว่าเป็นสื่อ รวมถึงจิตอาสา อาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์น้อย หรือบุคคลในชุมชนทุกคนร่วมกันเป็นกระบอกเสียง หรือส่งเสริมการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ เครือข่าย ปราชญ์ชาวบ้าน รวมถึงทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การบอกต่อจาก

ปากนักท่องเที่ยวด้วยกันเอง” ซึ่งเป็นสื่อบุคคลกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่สุด

2. การใช้สื่อท้องถิ่น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local newspaper) หรือวิทยุท้องถิ่น (Local radio) เช่น เสียงตามสาย การใช้สื่อพื้นบ้าน เช่น การร้องหมอลำ คำพญา หรือร้องเพลงสอดแทรกเนื้อหาส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวท้องถิ่น อาหารอีสานหรือบอกเล่าวิถีชีวิตชาวอีสาน เป็นต้น

3. การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ ป้ายประกาศ และข่าวแจกต่าง ๆ ควรมีการนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์โดยใส่รายละเอียดและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับชุมชนให้มากที่สุด

4. การใช้สื่อสมัยใหม่ ได้แก่ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต(Internet) การใช้สื่อโซเชียลมีเดีย (Social media) และการสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตตอร์ (Twitter) หรือระบบไลน์ (Line) ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อประชาสัมพันธ์ควบคู่กับสื่ออื่น ๆ เนื่องจากสามารถแพร่กระจายได้ดีกับมวลชน และกลมกลืนสำหรับนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่

นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นนั้น ต้องอาศัยการมีส่วนความร่วม ยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและวัฒนธรรมอีสานเป็นหลัก โดยเริ่มจากการวางแผนการประชาสัมพันธ์ท้องถิ่นกับชาวชุมชนเสียก่อน หารือกันเพื่อสรุปแนวทางการปฏิบัติการเลือกใช้สื่อ และวางทิศทางการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอย่างตรงไปตรงมา ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อส่งเสริมให้ท้องถิ่นเกิดความน่าสนใจ มีอัตลักษณ์ชวนติดตาม และมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว โดยการจัดการทางด้านความปลอดภัยในที่พัก แรมและแหล่งท่องเที่ยว (ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์, 2553 : 45-46) การประชาสัมพันธ์จึงต้องมีการเตรียมการอย่างรัดกุมและให้ข้อมูลข่าวสารกับสาธารณะอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เพื่อป้องกันการสูญเสียส่วนแบ่งการท่องเที่ยวในช่องทางสื่อทั้งหลาย โดยควรมีการประชาสัมพันธ์ทุกภาคส่วนอย่างมีองค์รวม ทั้งในด้านการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น การบริการห้องพัก อาหารและวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้น ๆ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และหน่วยงานช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน เป็นต้น ดังนั้น การท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะไม่ได้รับการตอบรับที่ดีจากนักท่องเที่ยวหาก “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality)”ของท้องถิ่นหรือชุมชนมีความบกพร่อง ดังนั้นชุมชนหรือท้องถิ่นต้องมีการเตรียมการเพื่อบริการและเอาใจใส่นักท่องเที่ยวดุจญาติมิตร

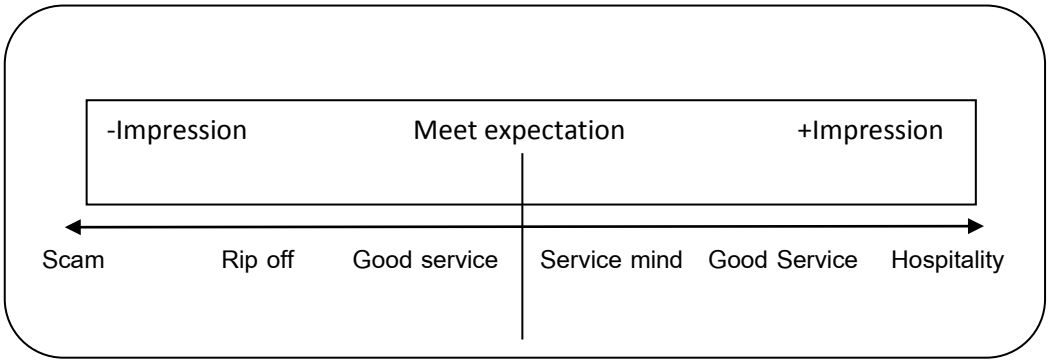
การเป็นเจ้าบ้านที่ดี (Hospitality)

ความหมาย ความสำคัญ

การเป็นเจ้าบ้านที่ดี เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพราะดินแดนใดหากผู้คนให้ความเป็นมิตรต้อนรับผู้มาเยือนด้วยความเต็มใจเอื้ออารี บริการประทับใจ ย่อมทำให้ผู้มาเยือนมีความสุขและเพิ่มรสชาติการท่องเที่ยวของเขาให้สมบูรณ์และน่าประทับใจ ดังนั้น “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี” คือ ผู้ให้บริการที่มีน้ำใจและพร้อมช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในทุกสถานการณ์โดยไม่หวังผล เช่น ช่วยบอกทาง ช่วยเก็บสัมภาระคืนให้เจ้าของ ฯลฯ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าบ้านที่ดี จึงหมายถึงกลุ่มบุคคลได้แก่“ผู้ให้บริการแก่ลูกค้า”หรือ “เจ้าบ้าน” ได้แก่ ประชาชน พ่อค้า แม่ค้า นักเรียน และผู้ประกอบการอาชีพใด ๆ ที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความเป็นมิตร มีความเชื่อมั่น รอบรู้เรื่องราวในท้องถิ่น ให้การตอบรับ

ดูแลผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยวให้มีความสุข และรู้สึกปลอดภัยเพราะเมื่อผู้มาเยือนได้รับความมีอัธยาศัยไมตรีและให้การตอบรับอย่างอบอุ่น ย่อมทำให้ผู้มาเยือนเกิดความประทับใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560: 9-11)

สำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของประเทศไทยนั้น อาจรวมถึงภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศใน 3 ประการ ได้แก่ ความเป็นมิตร (Friendliness) บริการที่ประทับใจหรือการมีใจพร้อมให้บริการ (Service Mind) และการบริการที่ดี (Good Service) ซึ่ง ความเป็นมิตร ได้แก่ การยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมยื่นไมตรีจิตให้โดยไม่ได้คำนึงถึงผลได้ผลเสีย เช่น เดินไปไหนก็ยิ้มให้ การมีใจพร้อมให้บริการ คือ บริการซึ่งดีกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดคิดไว้ เช่น การมีมารยาทของพนักงานบริการ หรือ การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวแม้จะเลยเวลาทำการไปแล้ว และการบริการที่ดี คือ การบริการที่ตรงตามมาตรฐานอย่างที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง ส่วนด้านลบความเป็นเจ้าบ้านของประเทศไทย ผลการวิจัยที่พบมากที่สุดคือ การหลอกลวงต้มตุ๋น (Scam) เช่น การหลอกพาขึ้นแท็กซี่แล้วไป ส่งในจุดขายของต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่รู้จัก และการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว (Rip off) เช่น การขายของเกินราคา เป็นต้น ซึ่งโครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ (Thailand Destination Image) ทำการวิจัย พบว่า ประเทศไทยคือจุดหมายของการท่องเที่ยวราคาถูก (Cheap) ที่นักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาคสามารถจ่ายได้ แต่มีข้อแตกต่างระหว่างผู้เคยมาและผู้ไม่เคยมาเท่านั้น นั่นคือผู้เคยมาจะรู้สึกว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยคุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่ายไป (Value for Money) มากกว่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2560: 68-97)



ภาพประกอบที่ 1 ภาพลักษณ์เจ้าบ้านที่ดีของผู้คนในประเทศไทยด้านบวกและด้านลบ
ที่มาของข้อมูล : ททท.โครงการศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ, 2560:74.

ปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

สำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีสำหรับคนไทย ไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแต่ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้งานบริการประสบผลสำเร็จ ก็คือ**“คน”**หรือบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว บุคลากรหรือพนักงานบริการควรรักในการบริการอย่างมีส่วนร่วม (Approach) และมีคุณสมบัติอื่น ๆประกอบ จึงจะช่วยให้การ

บริการนั้นสร้างความพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งความสำเร็จหรือความล้มเหลวของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านต่อการให้บริการนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรตระหนักใน 4 ประการ ดังนี้

1.บุคลิกภาพ (Personality) เจ้าบ้านไม่จำเป็นต้องมีหน้าตาสวยงาม แต่ต้องดูแลหน้าตาเสื้อผ้าให้สะอาด มีกิริยาสุภาพ มีความเชื่อมั่นในตนเองและน่าเชื่อถือ ซึ่งองค์กรใดมีพนักงานที่ทำหน้าที่เป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีบุคลิกภาพดีย่อมได้เปรียบคู่แข่งทั้งหลาย โดยบุคลิกภาพที่ดีของเจ้าบ้าน ครอบคลุมตั้งแต่ รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง การพูดจาความยิ้มแย้มแจ่มใสความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความเชื่อมั่นในตัวเอง ความรอบรู้ เป็นต้น

2.ความรู้ (Knowledge) เจ้าบ้านควรมีความรอบรู้เกี่ยวกับท้องถิ่น และเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์วัฒนธรรมในพื้นที่ของตนหรือสำนักงานของตน ตลอดจนต้องมีความรู้ต่าง ๆเกี่ยวกับสถานที่และสิ่งต่าง ๆในขอบเขตความรับผิดชอบของตนเองด้วย ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์/สินค้า/บริการ ที่เสนอให้กับนักท่องเที่ยว ความรู้ที่เกี่ยวกับเทคนิคการขายความรู้เกี่ยวกับตลาดและคู่แข่งขัน ความรู้รายละเอียดและขั้นตอนงาน ฯลฯ

3.ทักษะ (Skills) ถือเป็นความชำนาญหรือประสบการณ์จะช่วยให้การเป็นเจ้าบ้านมีความเชื่อมั่นสูงขึ้น โดยทักษะจะเกิดขึ้นได้จากการฝึกฝน ดังนั้นจึงเป็นปัจจัยที่เจ้าบ้านควรมี เนื่องจากความชำนาญหรือประสบการณ์ในอาชีพ หรือการให้บริการจะช่วยให้มีความเชื่อมั่นสูงขึ้นในด้านการบริการ หรือการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

4.ทัศนคติ (Attitude) ถือเป็นผลของความคิดที่แสดงออกมาและถือเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความคิด กล่าวคือ ถ้าคิดดี (positive thinking) การแสดงออกต่อผู้คน สิ่งแวดล้อมหรือเหตุการณ์จะเป็นไปในทางที่ดี แต่ถ้าคิดไม่ดี (negative thinking) ก็จะแสดงออกต่อบุคคลอื่น สิ่งแวดล้อมหรือเหตุการณ์ไปในทางที่ไม่ดี ดังนั้น ทัศนคติของพนักงานมีส่วนที่ทำให้องค์การเจริญเติบโตหรือล้มเหลวได้เช่นกัน (ประเวศน์ มหารัตน์สกุล, 2554 :184-185)

ปัจจุบัน “ทัศนคติ” อาจใช้คำว่า “เจตคติ” ซึ่งเจ้าบ้านที่ดีต้องมีทัศนคติที่ดีในการเป็นเจ้าของบ้าน มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความสุขในการทำงาน มองโลกในแง่ดี ตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของการเป็นเจ้าบ้าน ตระหนักถึงความสำคัญของการบริการ คือ มีความเป็นเจ้าบ้านที่มีจิตใจของการบริการ

การลงทุนพัฒนาบุคลากรให้มีแนวคิดและทัศนคติต่อการเป็นเจ้าบ้านที่ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคู่ไปกับก่อสร้างและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ โดยเริ่มจากการเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมเพื่อการบริการที่มีประสิทธิภาพ มีรับรู้เป้าหมายเดียวกัน รู้จักบทบาทหน้าที่ของตัวเอง ระหว่างหัวหน้ากับผู้ร่วมงานจะต้องมีบทบาทในการทำงานอย่างไร รู้จักการวางแผนต้อนรับและการบริการที่เป็นระบบ “การบริการที่ดีไม่ได้เกิดขึ้นจากเหตุบังเอิญ” ตลอดจนเข้าใจวิธีคิดและวิธีการทำงานของผู้ร่วมงาน (How to know the people think and work) แต่ละคนเพื่อหาทางเสริมสร้างศักยภาพของแต่ละบุคคลให้เหมาะสมกับงานเกิดประโยชน์สูงสุดกับองค์กร (ชลธร บุญศรี, 2556) ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดิมไม่กลับมาเป็นลูกค้าอีกมีด้วยกันหลายปัจจัย แต่ฐานะเจ้าบ้าน

แล้ว ปัจจัยที่เราสามารถควบคุมได้ คือ การเตรียมตนเองให้พร้อมสำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ ซึ่งจากปัจจัยข้างต้น จะช่วยทำให้ผู้เป็นเจ้าบ้านประสบความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งการมีคุณสมบัติครบถ้วนย่อมส่งผลให้การเป็นเจ้าบ้านที่ดีสร้างความรู้สึกที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ผลงานเป็นที่น่าพอใจ ตลอดจนตัวเจ้าบ้านเองก็จะได้รับความภาคภูมิใจ เกิดความสุขและความพอใจจากการปฏิบัติหน้าที่ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังคาดหวังที่จะได้รับความช่วยเหลือและการบริการที่ดี ดังนั้นเจ้าบ้านที่ดีจึงมีหน้าที่

1.ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ สถานที่ท่องเที่ยว และบริการอื่น ๆ

2.ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อเขาต้องการบริการ

3.ใส่ใจ คอยแก้ไขข้อขัดข้องและความไม่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว

4.ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่าง ๆให้กับนักท่องเที่ยว

5.ช่วยบอกทิศทางในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเอื้อประโยชน์แก่ท้องถิ่นหรือชุมชน

นอกจากนี้ตามหลักจิตวิทยา ปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีรวมถึงค่านิยม รสนิยม และความเชื่อ ประสบการณ์ชีวิต ฯ เข้าเกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมที่แสดงออกด้วย แต่สิ่งหนึ่งที่ “การเป็นเจ้าบ้านที่ดีต้องสร้างความประทับใจอย่างฉานฉลาด”สู่ผู้อื่นด้วยการรู้จักการต้อนรับ การสร้างมนุษยสัมพันธ์ การรู้จักวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว สามารถเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยว รู้จักวิธีขจัดข้อโต้แย้งหรือรับฟังคำติชมของนักท่องเที่ยวด้วยการประนีประนอมในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดปัญหาจากการบริการ ตลอดจนให้บริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนบนพื้นฐานของจรรยาบรรณ จริยธรรมคุณธรรมที่ดี

คุณสมบัติของเจ้าบ้านที่ดี

เจ้าบ้านที่ดีควรมีคุณสมบัติของผู้ให้บริการ ลักษณะ “เอาใจเขามาใส่ใจเรา”และ “ลูกค้าถูกต้องเสมอ”เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นในการท่องเที่ยววิถีถิ่น ดังนี้

1. มีจิตใจชอบให้บริการ ชอบส่งเสริมช่วยเหลือผู้อื่น สนใจผู้อื่น ห่วงใยผู้อื่น สุภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติผู้อื่น

2. รักงานบริการและความต้องการที่จะก้าวหน้าในงานบริการที่ทำ

3. มีบุคลิกภาพที่ดี และมีสุขภาพที่ดี คือสุขภาพแข็งแรง ใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสสดชื่น มีบุคลิกภาพที่ดีและน่าไว้วางใจ น่าเชื่อถือ น่าเข้าใกล้ ทำงานรวดเร็วคล่องแคล่ว การแต่งกายเป็นระเบียบสวยงาม สะอาดเหมาะสมกับลักษณะงาน

4. มีความเต็มใจที่ปฏิบัติงานตามที่นักท่องเที่ยวร้องขอ อดกลั้นต่อการไม่มีมารยาท การเช้าซี้ การไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ การเอาแต่ใจตนเอง หรือการเปลี่ยนแปลงไปมาของลูกค้า เช่น ขอลัดคิว ชอบของแถม ชอบขอ ขอลดราคา ผิดนัด เลือกนาน เลือกแล้วไม่ซื้อ หรือซื้อแล้วเปลี่ยนใจ และในกรณีที่ไม่สุดวิสัย ไม่ขัดต่อระเบียบ และไม่ขัดต่อนักท่องเที่ยวรายอื่น โดยต้องเชื่อว่าความต้องการของลูกค้านั้นถูกเสมอ

5. รู้ข้อมูลในงานและข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์มีความรู้ดีเกี่ยวกับงานที่ทำ รู้กว้างและรู้ลึก มีความสามารถที่จะให้ข้อมูลนักท่องเที่ยว หรือให้คำแนะนำได้

6. มีนิสัยขยันทำงาน มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบมีการตรวจสอบงาน มีสมาธิขณะทำงาน มีความประณีตในงาน

7. มีความเฉลียวฉลาด มีปฏิภาณไหวพริบ รู้จักสังเกตความต้องการของนักท่องเที่ยว มีความจำดีรู้จักแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า พูดให้เป็น ฟังให้เป็น เข้าใจเรื่องราวสามารถยืดหยุ่นการปฏิบัติงานตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ หาองค์กร หน่วยงานหรือนักท่องเที่ยวอื่น ๆไม่เสียหาย

8. มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความจริงใจในการให้บริการหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ

9. ตรงต่อเวลา ไม่โกหกหลอกลวง ไม่เอาเปรียบผู้อื่น ไม่นินทาผู้อื่น

10. ไม่นินทาสินค้าและบริการ หรือโฆษณาชวนเชื่อในสินค้าและบริการเกินความเป็นจริง

11. รู้จักการทำงานเป็นทีม มีการให้ข้อมูลและแสดงความคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการบริการ ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจผู้ร่วมงาน

12. แสดงอากัปกิริยาวาจาอ่อนน้อม ต่อนักท่องเที่ยวทุกคนและทุกเวลา

13. มีความขยันและตั้งใจทำงานให้ดีที่สุดตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกครั้งตรวจสอบจำนวนและคุณภาพงานก่อนส่งมอบ มีความระมัดระวัง และถนอมการใช้เอกสารของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว และส่งมอบคืนเอกสารหรือสิ่งของอุปกรณ์เครื่องใช้ให้กับนักท่องเที่ยวอย่างให้เกียรติและระมัดระวัง

14. สามารถรักษาความลับนักท่องเที่ยวหรือของลูกค้าได้

สรุปได้ว่า “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี” หมายความรวมถึง “การเอาใจเขามาใส่ใจเรา” ซึ่งเจ้าบ้านควรเตรียมตัวและรู้ในบทบาทหน้าที่เพื่อคอยดูแล ต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมถึงกลุ่มนักลงทุนและกลุ่มนักธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความอิสระต่อการเดินทางมากยิ่งขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น“การเป็นเจ้าบ้านที่ดี” ของประเทศไทยในการบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนนำเที่ยว จึงครอบคลุมถึงการต้อนรับอย่างเป็นมิตร (Friendliness) การมีจิตบริการหรือการมีใจพร้อมให้บริการ (Service Mind) และการบริการที่ดี (Good Service) ต่อการทำงานธุรกิจการท่องเที่ยวการบริการอย่างมีหลักการ และเข้าใจในบริบทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเชื้อชาติต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist’s Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบ 7 ประการที่สำคัญ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุกพฤติกรรม จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดังเดิม เป็นต้น

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า ในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การเกิดอุบัติเหตุเรือนักท่องเที่ยวล้มกลางทะเลภูเก็ต เมื่อวันที่ 5 เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2561 ที่ผ่านมา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนเสียชีวิต 21 ราย และสูญหาย 35 ราย ส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางมาประเทศไทยเกิดความไม่มั่นใจในการความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า (หนังสือพิมพ์ The standard online, 2561)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) จึงเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก หลังจากที่ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งด้วยวาจาและท่าทางที่เหมาะสมแล้ว เจ้าบ้านต้องสามารถ

เข้าใจว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการอะไร ซึ่งวิธีรับทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำได้โดย

1. การรู้จักรับฟัง

2. การสอบถามเมื่อไม่แน่ใจ

3. การสังเกตและจำในสิ่งที่นักท่องเที่ยวพูดคุยขอรับบริการมาก่อน

4. การใช้หลักเกณฑ์ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์กับนักท่องเที่ยว ซึ่งมักมีความต้องการสิ่งต่าง ๆ ได้แก่นักท่องเที่ยวอยากได้การลดราคา อยากได้ของฟรี ของแถม หรือของราคาถูก โดยได้ของจำนวนมากและคุณภาพดี

- นักท่องเที่ยวอยากได้ของในช่วงที่ตนต้องการหรืออยากได้ลัดคิวก่อนผู้อื่น

- นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกสบาย มีขั้นตอนการขอรับบริการไม่ยุ่งยาก ได้นั่งไม่ต้องออกแรง ไม่ต้องกรอกแบบฟอร์ม มีแอร์เย็นๆ มีน้ำดื่ม ฯ

- นักท่องเที่ยวต้องการได้รับการให้บริการที่สุภาพ มีไมตรีจิต จริงใจ ได้รับเกียรติ ได้รับความเกรงใจ ความเชื่อถือ ต้องการให้ผู้บริการจำชื่อลูกค้าได้ ต้องการผู้ให้บริการจำได้ว่าครั้งที่แล้วลูกค้าเคยมาขอรับการบริการเมื่อใด ยิ่งกว่านั้นต้องการได้รับการต้อนรับที่มีลักษณะดีกว่าหรือไม่ยิ่งหย่อนกว่าผู้อื่น

- นักท่องเที่ยวต้องการได้พบเห็นและได้อยู่ในที่สะอาดสวยงาม เป็นระเบียบและปลอดภัย

- นักท่องเที่ยวต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ระเอียดครบถ้วน เข้าใจง่ายและทันเวลา

- นักท่องเที่ยวต้องการได้ซักถาม ได้แสดงความคิดเห็น ได้แสดงอารมณ์ตามที่ตนต้องการเชื่อว่าความคิดเห็นและความต้องการของตนถูกต้องและเป็นไปได้

สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ ควรรู้จักการสังเกตนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าด้วยการตั้งคำถามในประเด็นต่าง ๆ โดยสังเกตจาก 1) ข้อมูลพื้นฐานของลูกค้า 2) สิ่งที่ลูกค้ากระทำจนเป็นนิสัย 3) สีหน้าที่ลูกค้าแสดงออก 4) คำพูดที่ลูกค้าตอบกลับหรือสื่อออกมาและ 5) ข้อมูลทางอ้อมที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาสานต่อในการบริการและสร้างความพึงพอใจต่อไป

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. ช่วยให้การพัฒนาตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น

3. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการ

4. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน

ข้อสังเกต หากความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าคนหนึ่งคนใด เจ้าบ้านผู้ให้บริการไม่อาจสนองตอบได้ เพราะเหตุสุดวิสัย หรืออาจขัดต่อกฎระเบียบ หรือทำให้นักท่องเที่ยวคนอื่นไม่พอใจห้ามตำหนิหรือทำสีหน้าไม่พอใจต่อลูกค้าคนนั้น ควรกระทำโดยบอกข้อมูลหรือเหตุผลอย่างสุภาพ ด้วยใบหน้าที่มีไมตรีจิต

และอาจเพิ่มเติมว่าจะพยายามให้บริการที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ให้กับนักท่องเที่ยวผู้นั้น แต่หากเกินความสามารถหรือขอบเขตความรับผิดชอบของตน ให้ขอร้องหัวหน้าหรือผู้บริหารเป็นผู้ชี้แจงและจัดการปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวแทน

การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาวิจัยของผู้เชี่ยวชาญพบว่า ผู้คนทั่วไปสื่อสารโดยอาศัยภาษาท่าทาง 55% การแสดงออกทางสีหน้า 33% และอาศัยคำพูดเพียง7% ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อสารไม่ได้มีความหมายเฉพาะเพียงแค่การสนทนา หรือ การสื่อสารด้วยวาจาเท่านั้น ดังนั้นการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว(ผู้รับสาร) หรือลูกค้าในฐานะผู้บริโภคสินค้าหรือตลาด (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550 : 523) ภาษาท่าทางและการแสดงออกทางสีหน้าของเจ้าบ้าน เป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยว ถือเป็นการแสดงออกที่อบอุ่นและจริงใจจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกคุ้นเคยและเกิดความไว้วางใจ อันจะนำไปสู่ความประทับใจในบริการที่จะได้รับ ซึ่งส่วนใหญ่มักใช้การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face to face communication) ที่ผู้เป็นเจ้าของบ้าน และนักท่องเที่ยว มีปฏิสัมพันธ์กันในการสื่อสาร ทั้งวัจนภาษา (Verbal language) และอวัจนภาษา (Non-verbal language) ต่าง ๆ ระหว่างการสื่อสารนั้น โดยทั้งสองส่วนคือ เจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสาร (Sender) และผู้รับสาร(Receiver) สลับกันไปมาระหว่างการสื่อสารกับเรื่องหรือประเด็นที่สนทนา โดยควรมีการสร้างความประทับใจในการแรกพบกับนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้การสนทนามีความประทับใจมากยิ่งขึ้น

ก. การเลือกใช้ภาษาและคำพูด

สำหรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีหรือไม่นั้น ภาษาและการสื่อสาร(Language and communication) ถือเป็นเครื่องมือเปิดใจของนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าได้ในด่านแรกที่สำคัญที่สุด เนื่องจากความสำเร็จหรือล้มเหลวในการบริการของผู้ที่เป็นเจ้าบ้านขึ้นอยู่กับถ้อยคำและกิริยาที่แสดงต่อนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการอธิบายการให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ การให้รายละเอียด หรือการให้คำแนะนำต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมในอาเซียนแม้มีความใกล้เคียงกัน แต่บางบริบทในการใช้ภาษาและการสื่อสารมีความแตกต่างกัน ดังนั้น เจ้าบ้านจึงควรระมัดระวังในเงื่อนไขของการบริการ อีกทั้งนักท่องเที่ยวในอาเซียน หรือกลุ่มลูกค้าที่มาจากสถานที่ต่างกัน มีความแตกต่างกันไปตามสิ่งต่าง ๆ เช่น เชื้อชาติ สัญชาติ ภูมิหลัง อายุ การศึกษา ฐานะ ตำแหน่งหน้าที่ในสังคม อารมณ์ ครอบครัว วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่ต่างกันของกลุ่ม AEC เป็นต้น เจ้าบ้านมีหน้าที่ให้บริการและสร้างความพอใจให้กับผู้ที่เข้ามาขอคำแนะนำหรือใช้บริการในสถานที่ด้วยความระมัดระวัง ความจริงใจและความซื่อสัตย์ ควรระมัดระวังในการใช้คำพูด รู้ว่าอะไรควรพูดอะไรไม่ควรพูด รู้ว่าควรใช้คำพูดอย่างไรที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีรู้สึกประทับใจในบริการเป็นพิเศษหรือได้รับการยกย่อง ไม่ใช้คำพูดหรือกิริยาดูถูกนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ทางด้านของผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นเจ้าบ้านด้วยกันต้องระมัดระวังการพูดจาสนทนาระหว่างกัน ระมัดระวังคำพูดที่หยาบคาย ไม่สุภาพ คำพูดที่สามารถสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีต่อลูกค้า ซึ่งจะเป็นการลดค่าของบุคคลและชื่อเสียงของสถานที่ เพราะชื่อเสียงขององค์กร หรือหน่วยงานไม่ได้วัดกันที่ขนาด แต่ชื่อเสียงที่ดีได้มาจากการวัดที่ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้ที่เป็นเจ้าบ้านจะต้อง

ระมัดระวังไว้เสมอในการใช้กิริยาท่าทางและคำพูดกับนักท่องเที่ยว และระหว่างผู้เป็นเจ้าของสถานที่ด้วยกันเอง

ข. การสร้างความประทับใจยามแรกพบ

"ความประทับใจเกิดขึ้นได้ภายใน 6 วินาทีแรกที่พบกัน" เป็นคำกล่าวผู้รู้ที่เจ้าบ้านที่ดีควรยึดถือเป็นหลัก ซึ่งโดยมากความประทับใจแรกพบจะเกิดจากการสื่อสารด้วยภาษาท่าทางและการแสดงออกทางสีหน้าที่เหมาะสม แต่อย่างไรก็ตาม บ่อยครั้งอาจไม่ทราบว่าความประทับใจของลูกค้าที่มีต่อเรานั้นเกิดขึ้นจากจุดใด แต่เราก็ต้องพยายามต้อนรับลูกค้าด้วยความเป็นมิตร อบอุ่น และจริงใจมากที่สุด ดังนั้นหากภาพความประทับใจแรกพบที่เกิดขึ้นกับลูกค้าที่มีต่อตัวเราไม่ดีแม้เพียงเล็กน้อย ก็เป็นเรื่องยากที่ต้องใช้ทั้งเวลาและความอดทนที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้สึกเหล่านั้นให้ดีขึ้น ฉะนั้น การสร้างความประทับใจที่ดีตั้งแต่แรกพบมีความสำคัญมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งต่องานบริการ ฉะนั้นเจ้าบ้านจึงควรสร้างความรู้สึกที่ดีตั้งแต่วินาทีแรกพบกับนักท่องเที่ยวในพบแรก

ค. ภาษาตาและรอยยิ้ม

เครื่องมือเปิดหัวใจสำหรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ในการบริการที่ดีเลิศนั้น นั่นคือ"รอยยิ้ม" และในการประเมินคุณภาพของการบริการที่ได้รับนั้น นักท่องเที่ยวไม่ได้คำนึงถึงเฉพาะสิ่งที่เป็นรูปธรรมอย่างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่เท่านั้น แต่สิ่งที่เป็นนามธรรม ได้แก่ "ความรู้สึกดี ๆ" ที่ได้ความสุภาพอ่อนโยนของผู้ให้บริการ โดยเฉพาะรอยยิ้ม "ยิ้มสยาม"ถือเป็นอาวุธลับหรือข้อได้เปรียบที่มีความสำคัญสำหรับตลาดการท่องเที่ยวของประเทศ อย่างไรก็ตาม"รอยยิ้ม" สำหรับการเป็นเจ้าบ้าน คือ การฝึกควบคุมอารมณ์เพื่อสามารถให้บริการแก่ลูกค้าด้วยรอยยิ้มที่เป็นธรรมชาติได้ และจำเป็นต้องคำนึงถึงกาลเทศะด้วย เช่น ไม่ควรยิ้มขณะกล่าวขอโทษ เป็นต้น อีกทั้งในการยิ้มควรยิ้มแย้มอย่างจริงใจ เพราะการยิ้มอย่างจริงใจจะสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้ที่พบเห็น ต่างกับรอยยิ้มที่จงใจให้ดูสวยหรือแสร้งทำ

นอกจากรอยยิ้มแล้ว "ภาษาตา" เป็นสิ่งแรกที่จะช่วยให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล หากปราศจากภาษาตาแล้ว การสื่อสารที่ดีก็จะไม่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงไม่ละเลยความสำคัญในการใช้ภาษาตา เนื่องจากภาษาตาสามารถส่งความรู้สึกทั้งที่ดีและไม่ดีไปสู่ผู้อื่นได้ด้วย แต่ความเป็นเจ้าบ้านควรใช้สายตา "ที่อ่อนโยนจะสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้" ขณะที่สื่อสารกับลูกค้า เจ้าบ้านควรใช้สายตาที่แสดงความอ่อนโยนกับลูกค้าเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าสามารถขอใช้บริการได้โดยสะดวกอีกด้วย และเมื่อเจ้าบ้านให้บริการด้วยรอยยิ้มและสบสายตาอย่างอ่อนโยนจะช่วยให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและเกิดทัศนคติที่ดีตลอดจนควรระลึกไว้เสมอ "รอยยิ้มและดวงตาคือ กุญแจดอกสำคัญที่ไขสู่ประตูใจ"

ชลธร บุญศรี (2556) อธิบายเสริมว่า ในงานธุรกิจการท่องเที่ยว การโรงแรมและธุรกิจบริการ การบริการที่สมบูรณ์แบบต้องสอดคล้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของลูกค้าเสมอ สร้างความความประทับใจและภาคภูมิใจ เป็นการเสริมสร้างจิตสำนึกและบทบาทหน้าที่ของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี จำเป็นจะต้องพัฒนา

พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศเพื่อให้วิธีการต้อนรับและบริการมีมาตรฐานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนี้

1. การยืน การเดิน และ การวางมือ ที่สง่างาม (Prompt to Service)
2. การยิ้มที่จริงใจ (Smile)
3. การสบตาเพื่อสร้างความประทับใจ (Eye Contact)
4. การทักทายผู้รับบริการเพื่อแสดงความเป็นมิตร (Greeting)
5. การไหว้ และ ระดับการโค้งศีรษะในวาระต่าง ๆ (Wai)
6. การใช้ภาษาท่าทางเพื่อความเอาใจใส่ (Hand Gesture)
7. การผายมือบอกทิศทาง การนำเสนอข้อมูล (Hand Direction)
8. การส่งของรับของ การส่งปากกา และ สิ่งของ (Hand Presentation)
9. การเรียนเชิญให้รับบริการ (Inviting)
10. การนำส่งผู้รับบริการไปยังสถานที่ต่าง ๆ (Escorting)

วิธีปฏิบัติในการให้บริการที่เป็นเลิศ

1. จัดเตรียมสถานที่ จัดเตรียมสถานที่ให้สะอาดเป็นระเบียบสวยงามสะดวกสบายและปลอดภัย จัดวางเอกสาร จัดวางอุปกรณ์เครื่องใช้ในที่ที่หยิบใช้ง่าย ไม่กรีดขวาง หรือสร้างอุบัติเหตุ มีจำนวนเพียงพอ และจัดวางเป็นระเบียบมีที่ประจำก่อนที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวจะเข้ามาติดต่อหรือในช่วงเวลาที่เหมาะสม

2. จัดเตรียมตนเอง เตรียมตนเองให้พร้อมทั้งในเรื่องสุขภาพ เครื่องแต่งกาย บุคลิกภาพ ความสะอาด อารมณ์ดี และว่างจากงานไม่สำคัญ

3. ตรงต่อเวลา เริ่มการปฏิบัติงานให้ตรงเวลา คือ เมื่อนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าสำคัญมารอ อยู่แล้วก็สามารถเริ่มงานก่อนเวลาได้ พักการทำงานหรือเลิกงานตรงเวลาแต่ถ้าเป็นลูกค้าสำคัญหรือทำงานสำคัญของนักท่องเที่ยวอยู่ อาจพักงานหรือเลิกงานกลังจากที่งานเสร็จเรียบร้อยแล้ว

4. แสดงอาการกิริยายินดีเมื่อพบผู้ติดต่อ อาจสบตา ยิ้มให้ ไหว โค้ง หรือทักทาย ฟังอย่างสนใจและอย่างเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสอบถามว่าจะให้ช่วยบริการใด ๆ ให้ หรือถามย้ำว่าต้องการอย่างที่เคยได้รับแบบเดิมไม่ ทั้งนี้ควรสร้างบรรยากาศด้วยการยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่ควรสร้างบรรยากาศที่เฉยเมย ตำหนิ ดูหมิ่น หรือโกรธเคือง เมื่อเข้าใจแล้วอาจพูดทวนย้ำสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการกับลูกค้าอีกครั้ง เพื่อเป็นการตรวจสอบความถูกต้อง

5. หากนักท่องเที่ยวไม่แน่ใจว่าจะขอรับบริการอะไร ในปริมาณและคุณภาพมากน้อยเท่าใด ควรให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม อาจช่วยจำแนกข้อดีของสินค้าแต่ละชนิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจง่ายและตัดสินใจง่าย ทั้งนี้ต้องไม่เป็นฝ่ายตัดสินใจแทนลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวถ้าลูกค้าไม่ร้องขอ

6. ให้ความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่สามารถช่วยได้ เช่น ช่วยกรอกแบบฟอร์ม ให้ยืมอุปกรณ์เครื่องเขียน อำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวขณะพักรอ เช่น จัดหาน้ำดื่ม หนังสือพิมพ์ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในชุมชนท้องถิ่น ทางไปห้องน้ำหรือร้านอาหาร เปิดเพลงให้ฟัง ฯลฯ

7. รีบปฏิบัติงานตามที่นักท่องเที่ยวต้องการอย่างมีคุณภาพ จำนวนครบถ้วนเสร็จรวดเร็ว และประหยัดวัสดุสูญเสีย ควรทำงานอย่างมีสมาธิระหว่างปฏิบัติงานและไม่ควรชวนนักท่องเที่ยวคุย ถ้านักท่องเที่ยวชวนคุยก่อนก็ควรจะหันมาคุยกับนักท่องเที่ยวบ้างแล้วขอตัวทำงานอย่างมีสมาธิต่อไป

8. ระหว่างปฏิบัติงาน หากนักท่องเที่ยวต้องการเปลี่ยนแปลงสิ่งที่ขอรับบริการใหม่ และหากการเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ในเหตุผลดังนี้ คือ 1) อยู่ในวิสัยที่จะทำได้ 2) ไม่ผิดกฎหมาย และ 3) ไม่มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวรายอื่น ก็ยินดีรับการเปลี่ยนแปลงตามที่ต้องการ ไม่ทำหน้าตาเหนื่อยอ่อนหรือเบื่อหน่ายให้นักท่องเที่ยวเห็นแต่ถ้าการเปลี่ยนแปลงตามที่นักท่องเที่ยวต้องการไม่อยู่ในเหตุผลสามประการข้างต้นก็ให้ชี้แจงข้อเท็จจริงให้นักท่องเที่ยวทราบด้วยเจตนดี และยินดีปรับปรุงสิ่งที่นักท่องเที่ยว หรือลูกค้าขอรับบริการให้ใกล้เคียงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด อีกทั้งเนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยวถดถอยและถูกทำลายจากน้ำมือมนุษย์ไปอย่างมากในปัจจุบัน ดังนั้น การเป็นเจ้าบ้านที่ดี ควรให้ความสำคัญในการดูแลรักษาและการจัดการสิ่งแวดล้อมอีกประการหนึ่งด้วย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ทั้งในด้านการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism and Green Tourism) ที่ให้ความสำคัญกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และในเชิงพาณิชย์ (Commercial Tourism) เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีโดยใช้กระบวนการพัฒนาการบริการ 4 ขั้นตอน หรือการใช้หลัก PIRE ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งที่ช่วยให้บุคลากรมีพฤติกรรม (Behavior) และนิสัย (Habit) ในลักษณะ“ทำได้โดยอัตโนมัติ” หรือมีจิตบริการตรงตามวัตถุประสงค์องค์กร หรือ เรียกว่า **กระบวนการพัฒนาการบริการ 4 ขั้นตอน** (หลัก PIRE) ซึ่งมี 4 กระบวนการ มีดังนี้

1.การวางแผน (Planning) คือ ขั้นตอนการกำหนดนโยบายให้เป็นรูปธรรมและมีความพร้อมที่จะนำไปสู่การปฏิบัติได้ ดังนั้นการวางแผนยุทธศาสตร์ที่ดี ต้องมีการประชุมระดมสมองร่วมกันทั้งผู้บริหารระดับนโยบาย ผู้บริหารระดับกลาง และผู้บริหารระดับต้น และผู้ปฏิบัติงานอย่างมีส่วนเกี่ยวข้องกับแผนยุทธศาสตร์ทั้งสิ้น สำรวจหาความจำเป็นเพื่อเลือกหัวข้อหลักและประเด็นสำคัญที่ “จำเป็นต่อการพัฒนาฝึกอบรม” ไม่ใช่ “อบรมหรือเรียนมาแต่ไร้ประโยชน์” เมื่อได้หัวข้อหลักและประเด็นสำคัญที่ตรงกับวิสัยทัศน์และค่านิยมองค์กรด้านการบริการ เมื่อได้จัดทำแผนเสร็จแล้ว ยังมีขั้นตอนที่อยู่ระหว่างขั้นตอนการวางแผน กับขั้นตอนการนำแผนไปปฏิบัติ และควรปรึกษากับวิทยากร หรือ ผู้รู้เพื่อพัฒนาออกแบบหลักสูตรขึ้นโดยรวมหัวข้อหลักและประเด็นสำคัญตามความจำเป็น

2. การนำแผนไปปฏิบัติ (Do or Implementation) กระบวนการนับตั้งแต่การจัดทำแผนเสร็จสิ้นจนถึงขั้นตอนการนำแผนไปใช้ในการปฏิบัติงานจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานฝึกอบรมจะต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดเพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายและดำเนินการจัดกระบวนการฝึกอบรมด้วยวิธีการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความสามารถ ทั้งการบรรยาย (Lecture) ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในด้านทฤษฎีและหลักการ การเลือกใช้กิจกรรมเพื่อการเรียนรู้ (Learning Activity) ต่าง ๆ หรือมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคลากรหรือนำเข้าสู่เนื้อหาการฝึกอบรม

ตลอดจนต้องมีการฝึกปฏิบัติ (Workshop) ทักษะด้านการบริการต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจต่อการนำไปใช้จริงกับปฏิบัติงาน

3. การเสริมกำลังใจ(Reinforcement) หมายถึง กระบวนการจัดกิจกรรม หรือการใช้กิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นและเสริมสร้างความมั่นใจให้กับผู้ปฏิบัติงานได้นำความรู้ที่ได้รับไปปรับปรุงพฤติกรรม เปลี่ยนแปลงกระบวนการ และนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเหมาะสม เช่น การให้รางวัลหรือใช้คำพูดชมเชยหลังจากที่ผู้ปฏิบัติงานมีพฤติกรรมตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เพื่อช่วยให้เกิดความมั่นใจ กล้าแสดงออกในงานบริการที่ถูกต้อง และเป็นการกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ให้บริการเกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาวิจัยของสถาบันของอเมริกา ASQ (American Society of Quality) ระบุว่า การจะทำให้พฤติกรรมการบริการใดนั้นคงอยู่กับพนักงานจนกลายเป็นนิสัยหรือออกมาจากใจนั้นจะต้องมีการกระตุ้นส่งเสริมอย่างต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นเวลา 45 วัน หรือ 2 เดือนการทำงาน

4.การประเมินผล (Evaluation) หรือ "การติดตามประเมินผล" เป็นกระบวนการดำเนินงานด้านการกำกับควบคุม เพื่อติดตามความก้าวหน้าของภารกิจ และหรือประเมินว่าภารกิจสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ ในงานบริการนั้นการติดตามประเมินผลหลังจากมีการฝึกอบรมแล้ว ควรใช้การวิเคราะห์ SWOT และหลัก BSC (Balanced Scorecard & KPI) มาใช้ประเมินผล เช่น ด้านการบริการ (Operations) ด้านการพัฒนาบุคลากร (Learning & Growth) ด้านการเงิน (Finance) ด้านการตลาด (Marketing) เป็นต้น อาทิ การประเมินจำนวนนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือกลับมาใช้บริการหลังจากการอบรมพนักงานบริการ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (CSI) การวัดจากจำนวนข้อร้องเรียน (Customer Complaint) การประเมินพฤติกรรมการทำงาน (Competency) การประเมินการปรับปรุงการบริการ (CQI) และการแข่งขันหาพนักงานดีเด่นหรือ “Champion” โดยลูกค้าลึกลับ (Mystery Shopper) หรือบุคคลภายนอกที่ผู้บริหารส่งมาตรวจ เป็นต้น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://tourismproduct.tourismthailand.org/file/ebook/3/mobile/index.html#p=1 [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **รายงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว "การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ"(Thailand Destination Image)**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://etatjournal.files.wordpress.com/2012/07/thailand-destination-image.pdf [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

การมีจิตใจในการบริการที่ดี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.cdd.go.th/j4607181.htm [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่ดี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://my.opera.com/hybird711news/blog/show.dml/50910862 [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ : งานเลขานุการกิจและสภาคณาจารย์ กองบริหารงานทั่วไป สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://chaiyaphum.dlt.go.th/exchange/exchange2.pdf [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.**(พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชลธร บุญศรี. (2556). **หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :http://www.esbservicetraining.com/991581/หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ-esb. [สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561]

ชลธร บุญศรี. (2556). **เทคนิคการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในงานโรงแรม.**[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.esbservicetraining.com/m/1095585. [สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2561]

ที่มาใช้บริการ (ตอนที่ 1). [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://research-all.blogspot.com/2011/02/1_01.html, [สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2561]

ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2554). **องค์การและการจัดการ.**กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

ปรมะ สตะเวทิน. (2540). **หลักนิเทศศาสตร์.**(พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ:หจก. ภาพพิมพ์.

ธนกร วงษ์ปัญญา.(2561).**The Standard : เกาะติดสถานการณ์เรือล่มภูเก็ต,รายงานข่าว.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://thestandard.co/phuket-strom-boat-crashes-dies-1-lost-58/ [สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2561]

ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์และคณะ.(2553). **หลักสูตรมาตรฐานการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือ**

นักท่องเที่ยว กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว ,รายงานการวิจัย.งบประมาณสนับสนุนการวิจัยโดย กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

บุคลิกภาพ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.novabizz.com/NovaAce/Personality.htm [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

ปัจจัยสำคัญของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : http://www.bkk1.in.th/Topic.aspx?TopicID=101175, 9 ต.ค. 2555. [สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

พาเซลลี ลอนนี. (2550). **เคล็ด(ไม่)ลับกับการสื่อสารให้โดนใจ.** กรุงเทพฯ: ดีเอ็มจี.

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. (2557).[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก: http://touristbehaviour.wordpress.com.[สืบค้นเมื่อ 22 กันยายน 2561]

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. **หลักการการให้บริการที่ดี.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://wiki.rmutk.ac.th/index.php/หลักการการให้บริการที่ดี. [สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

วิธีสร้างความสุขให้ลูกค้าสำหรับคนบริการ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://th.jobsdb.com/th/th/Resources/JobSeekerArticle/hospitality_editor4.htm?ID 6 มกราคม 2553. [สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

หน่วยที่ 7 การพัฒนาบุคลิกภาพ [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://www.tice.ac.th/Online/Online2-2549/bussiness/nantapon/n7.htm,02/06/2013. [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

สมิต สัชฌุกร. (2548). **ศิลปะการให้บริการ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายธาร.

สราวุธ ชมบัวทอง. (2556). **การพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับแม่บ้านสถานฑูต**, เอกสารประกอบการอบรม, 12 พฤษภาคม 2556. สำนักกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **ยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://sukhothai.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=431 [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

อาเซียนตกลงเกิดการค้าเสรีสินค้าและบริการ 12 สาขา.[ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก : http://www.site.rmutt.ac.th/ASEAN/?page_id=331. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ธัญบุรี [สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์.(2550). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม.**(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Service Mind นั้นสำคัญไฉน.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://th.jobsdb.com/TH/TH/Resources/JobSeekerArticle/Service-Mind-คืออะไร.htm?ID=4312} 30 ธันวาคม 2552.[สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

Suprachit Kabcome. **การพัฒนาการให้บริการ (Nano soft Marketing Series).** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.nanosoft.co.th/maktip11.htm. [สืบค้นเมื่อ 26 กันยายน 2561]

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5
การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสาน

ดร.สราวุธ ชมบัวทอง

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความหมาย ความสำคัญ

การถูกทำลายทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น การตัดไม้ทำลายป่า ทำลายต้นน้ำของแม่น้ำในภูมิภาคต่าง ๆ การทิ้งขยะมูลฝอยลงแม่น้ำลำคลอง การขยายตัวของสังคมเมือง สิ่งเหล่านี้ คือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้การท่องเที่ยววิถีถิ่นของอีสานถดถอยลง รวมไปถึงการขาดความเอาใจใส่ต่อการอนุรักษ์อย่างสิ่งแวดล้อมต่อเนื่อง และการมองเห็นความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติถิ่นที่อยู่ของคนในชุมชนเองและนักท่องเที่ยว จึงส่งผลให้วัฒนธรรมประเพณีอีสานไม่ได้รับการสืบทอด และพลอยเลือนหายจากคนรุ่นหลังในที่สุด ฉะนั้น การอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจที่รุนแรง จนเกิดการเสียดุลในการดำรงชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้คนในสังคมขณะนี้ จำเป็นต้องพยายามให้เกิดจิตสำนึกในเรื่องความเป็นท้องถิ่นให้จงได้ โดยมีข้อแม้อยู่ว่าต้องจัดการให้แต่ละท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นในลักษณะที่เท่าเทียมกัน ไม่มีวัฒนธรรมจากท้องถิ่นใดดีกว่ากัน เพราะวัฒนธรรมที่ดีนั้นขึ้นอยู่กับว่าทำให้สังคมท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของมีความมั่นคง สงบราบรื่นหรือไม่เป็นสำคัญ (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2534.วารสารเมืองโบราณออนไลน์) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสาน จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีถิ่นให้คงอยู่กับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ทุกคนต้องช่วยกันร่วมแรงร่วมใจ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อการท่องเที่ยวและท้องถิ่นที่อยู่อย่างยั่งยืนในอนาคต

การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุด คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ecotourism) รวมไปถึงการช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมรอบท้องถิ่นให้ห่างไกลจากมลพิษ และการอนุรักษ์พลังงาน

การท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ecotourism) เป็นรูปแบบ (Trend) การท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในวงกว้างและในระดับสากล มากไปกว่านั้นหน่วยงานต่าง ๆ มีการรณรงค์และให้ความรู้ในเรื่องนี้กันเป็นอย่างแพร่หลาย อย่างที่เราตระหนักกันดีว่า ในปัจจุบันนี้จำนวนของภูเขาหัวโล้นมีเพิ่มมากขึ้นจนน่าตกใจ น้ำทะเลเน่าเสียอย่างไม่น่าเชื่อ ปริมาณขยะในทะเลที่มีแนวโน้มว่าจะสูงขึ้นมากกว่าพันธุ์ปลา และหลายคนก็กำลังเป็นห่วงกันว่าหากเรายังทำลายทุกสิ่งรอบ ๆ ตัวโดยไม่คำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังเสียแต่วันนี้ ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า คนรุ่นหลังคงไม่มีโอกาสได้ชื่นชมความงามของธรรมชาติที่แท้จริงเป็นอย่างแน่นอน

ดังนั้น ท้องถิ่นหรือชุมชุมอีสานจึงต้องมีการอนุรักษ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ได้แก่ การอนุรักษ์ทรัพยากรดิน การอนุรักษ์ทรัพยากรน้ำ การลดมลพิษในอากาศและการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างมีการส่วนร่วมทุกภาคส่วนเข้ามาดูแลโดยเร่งด่วน เนื่องจากพื้นที่อีสานถูกทำลายทรัพยากรเหล่านี้มานานนับสิบ ๆ ปี โดยไม่มีการแก้ไขจริงจัง ยกตัวอย่างเช่น สายน้ำที่พาดผ่านเขตพื้นที่อีสาน ได้แก่ ลำน้ำโขง ลำน้ำชี และลำน้ำมูล ปัจจุบันทุกสายน้ำเกิดปัญหาเน่าเสีย ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรมีการเร่งแก้ปัญหาส่งเสริมการอนุรักษ์พันธุ์ปลาและสัตว์น้ำ ส่งเสริมและป้องกันสาธารณภัยจากภัยพิบัติทางน้ำ เช่น น้ำท่วม น้ำแล้งในเขตพื้นที่ การขาดแคลนน้ำเพื่อทำการเกษตรในเขตชุมชนอีสาน รวมไปถึงการแก้ไขปัญหาการทิ้งขยะมูลฝอยลงแม่น้ำ และการระบายน้ำเสียจากเขตที่อยู่อาศัยและเขตโรงงานอุตสาหกรรมลงแม่น้ำลำคลอง เป็นต้น

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นมิตรนั้น หลายภาคส่วนควรมีส่วนร่วมในการพัฒนาและเร่งแก้ไขปัญหา โดยเริ่มจาก “การจัดการตัวเอง” ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเพื่อเป็น “แบบอย่างที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” การอนุรักษ์และการประหยัดพลังงานควรเริ่มที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งมีหลักการปฏิบัติเบื้องต้น ดังนี้

1. แนะนำให้นักท่องเที่ยวพกขวดน้ำไปเอง เพื่อลดปริมาณขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม ประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวพกขวดน้ำไว้ไปเติมเอง หากไปเที่ยวกันหลายคนเป็นหมู่คณะ ก็แนะนำซื้อน้ำเป็นแกลลอนแล้วแบ่งใส่ขวดแต่ละคน ซึ่งนอกจากจะรักษ์โลกแล้ว ยังเป็นการประหยัดอีกด้วย

2. ส่งเสริมการใช้เครื่องอาบน้ำแบ่งใส่ขวดไปเอง วิธีนี้เป็นการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ดีมาก เพราะสามารถช่วยลดปริมาณขยะจากการไปซื้อเครื่องอาบน้ำขวดจิ๋วสำหรับการเดินทาง

3. แนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้แบตเตอรี่แบบรีชาร์ตได้ เพราะนอกจากจะเบากระเป๋าไม่ต้องหอบถ่านแบตเตอรี่ไปเยอะแล้ว ยังสามารถเป็นการช่วยลดขยะและลดมลพิษอีกด้วย

4. ลดสัมภาระและขนสมบัติไปพองาม นักเดินทางระดับมืออาชีพหรือนักท่องเที่ยวที่มีการเตรียมตัวเป็นอย่างดีจะขนสัมภาระไปพอสมควรและเดินทางเบาๆ หรือเรียกว่า “Travel light” เพราะนอกจากจะช่วยลดการสิ้นเปลืองพลังงานของนักทองเที่ยวแล้ว ยังเดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้ช้า กลายเป็นภาระคนอื่น แถมยังมีส่วนทำให้สุขภาพเสื่อมโทรม (ข้อต่อหรือข้อเข่าสึกหรอ) เร็วขึ้นด้วย รวมทั้งน้ำหนักสัมภาระที่ขนไปมากเกินความจำเป็นนั้น ยังไปกินน้ำหนักเครื่องบิน-รถ-เรือให้ใช้พลังงานเผาผลาญมากขึ้นอีกด้วย

สำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้รับบริการเอง เมื่อเข้าพักในโรงแรมหรือท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ก็สามารถช่วยในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้เช่นเดียวกัน ดังนี้

1. เลือกที่พักแนวรักษ์สิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันโรงแรมที่พักหลายแห่งมีการปรับปรุงและพัฒนาเป็นที่พักแนวการท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ecotourism) มากขึ้น นอกจากนั้นยังเป็นที่สังเกตได้ว่า โรงแรมที่สร้างขึ้นโดยอิงเชิงอนุรักษ์นั้นมักจะมีทัศนียภาพและทำเลที่ดี ใกล้ชิดธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักอย่างสบายใจ ได้ชมวิวสวยๆ แถมยังได้ช่วยรักษ์โลก

2. เปิด-ปิดไฟฟ้า และแอร์ทุกครั้งเมื่อออกจากห้องพัก นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าเมื่อออกจากห้องพัก

ควรช่วยประหยัดพลังงานเอื้อมมือไปกดปิดสวิตช์ไฟสักนิด ก็ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Ecotourism) มีความหมายยิ่งขึ้นทันที

3. ลดการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าเช็ดตัวทุกวัน เพราะการซักล้างบ่อย ๆ ก่อให้เกิดมลพิษและเปลืองพลังงาน และลดการระบายน้ำเสียจากการชะล้างลงแม่น้ำลำคลอง

4. อย่าอาบน้ำนาน เนื่องจากการอาบน้ำในเวลานาน ๆนอกจากจะสิ้นเปลืองน้ำแล้ว ยิ่งน้ำอุ่นการอาบน้ำ ก็ส่งผลให้สิ้นเปลืองพลังงานในการหุงต้มเพิ่มขึ้นอีก

5. แยกขยะให้เป็น การแยกขยะเขตสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น หรือพื้นที่โรงแรมที่พัก ควรมีการแยกทิ้งขยะให้เป็นนิสัย เพราะขยะหลายอย่างสามารถนำไปใช้ประโยชน์อีกครั้ง (Recycle) ได้ อย่าเอาไปรวมกับพวกขยะสด นอกจากนั้นยังเป็นการช่วยพนักงานกำจัดขยะให้ทำงานได้ง่ายขึ้นและสะดวกยิ่งขึ้น รวมไปถึงปลูกฝังการนำขยะไปทิ้งในที่ควรทิ้งให้กับเด็ก เยาวชนและนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เพื่อช่วยรักษ์โลกรักสิ่งแวดล้อม เช่นนำขยะของตนเองเก็บเอามาทิ้งที่ถังขยะให้เรียบร้อย ทั้งที่เป็นถุงขนม ขวดน้ำ กระป๋องน้ำอัดลม ถุงพลาสติก หีบห่อสินค้าใด ๆ ที่พกไปด้วยตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

6. ไม่เก็บอะไรกลับบ้านนอกจากภาพถ่ายและความประทับใจ คือ การไม่นำสิ่งที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆกลับมาจากกการท่องเที่ยว ด้วยนอกจากบันทึกภาพถ่าย เช่น การไม่นำปลาทะเล สัตว์ทะเล ปะการัง เปลือกหอยหรือก้อนหิน กรวดทรายสวยงามกลับมาควรให้ “ธรรมชาติ”อยู่ในสิ่งแวดล้อมตามเดิม และเก็บแค่ภาพสวยๆ ตามครรลองธรรมชาติไว้เป็นความทรงจำดี ๆ เท่านั้น

7. ซื้อของฝากทำมือจากท้องถิ่น ของที่ระลึกท้องถิ่นนั้นมักเป็นงานฝีมือของชาวบ้าน นอกจากจะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีมีความสวยงามเป็นอัตลักษณ์แล้วยังนับนับว่าช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมในทางอ้อม จะสังเกตได้ว่าของชำร่วยที่ทำจากโรงงานมักไม่มีคุณค่าเท่ากับของทำมือจากใจชาวบ้านเอง และยังช่วยลดปริมาณขยะจากการผลิตของชำร่วยโรงงานอีกด้วย

8. ไม่สร้าง“ศิลเปรอะ” ให้กับธรรมชาติ นักท่องเที่ยวไม่ควรสลักชื่อ เขียนสี วาดภาพ ขีดเขียนหรือทำการจารึกร่องรอยใด ๆ ทิ้งไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งกำแพงผนังสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ต้นไม้ในป่า อาคารสถานที่ โขดหิน หรือสถาปัตยกรรมในเขตท่องเที่ยวที่ไปเยือนอย่างเด็ดขาด เพราะนอกจากไม่สวยงาม ยังทำลายความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ แล้ว ยังทำลายทัศนียภาพที่ดีงามอีกด้วย

นอกจากนี้วิธีการอื่น ๆ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยวควรส่งเสริมการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ได้แก่ เลือกใช้พาหนะการเดินทางที่เหมาะสม เช่น หากจำเป็นต้องเดินทางไกล ไม่จำเป็นต้องขับรถข้ามเมืองเป็นวันๆ ควรการใช้บริการเครื่องบินจะถือว่าประหยัดพลังงานมากกว่าอีกทั้งยังรวดเร็วและสะดวกกว่า หรือชอบเดินทางด้วยตนเองควรเช่ารถแบบไฮบริด รักษ์สิ่งแวดล้อมในการเดินทาง หรือใช้เช่าจักรยานขี่เที่ยวในเขตพื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อช่วยลดมลพิษและได้ออกกำลังกายไปในตัวอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถจัดหาไว้บริการในเขตการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้ง่ายและเพิ่มรายได้ในการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

ตามหลักการนั้นการส่งเสริมวัฒนธรรมอีสาน ชุมชน ท้องถิ่นและทุกภาคส่วนควรร่วมมือร่วมใจในการ

ส่งเสริมและพัฒนา ดังนี้

1. ส่งเสริมให้ทุกคนในท้องถิ่นเห็นคุณค่า ร่วมกันรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีของชาติและของท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้าใจและมั่นใจแก่ประชาชนในการปรับเปลี่ยนและตอบสนองกระแสวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างเหมาะสม

2. รณรงค์ให้ประชาชนและภาคเอกชนตระหนักในความไทย ว่าเป็นเรื่องที่ทุกคนต้องให้การรับผิดชอบร่วมกันในการส่งเสริมสนับสนุน ประสานงานการบริการความรู้ วิชาการ และทุนทรัพย์สำหรับจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี

3. ส่งเสริมและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมไทยประเพณีอีสาน และวัฒนธรรมไทย ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยการใช้ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นสื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

4. สร้างทัศนคติ ความรู้ และความเข้าใจว่าทุกคนมีหน้าที่เสริมสร้าง ฟื้นฟู และการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมประเพณีอีสาน และของประเทศไทยทั่วทุกภาคที่เป็นสมบัติของชาติและมีผลโดยตรงของความเป็นอยู่ของทุกคน

5. จัดทำระบบเครือข่ายสารสนเทศทางด้านวัฒนธรรมประเพณี เพื่อเป็นศูนย์กลางเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลงาน เพื่อให้ประชาชนเข้าใจ สามารถเลือกสรร ตัดสินใจ และปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับการดำเนินชีวิตทั้งนี้สื่อมวลชนควรมีบทบาทในการส่งเสริม และสนับสนุนงานด้านวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

6. ส่งเสริมเชิงวิชาการให้มีการศึกษาค้นคว้า และการวิจัยวัฒนธรรมประเพณีไทยท้องถิ่น ทั้งที่มีการรวบรวมไว้แล้วและยังไม่ได้ศึกษา เพื่อทราบความหมาย และความสำคัญของวัฒนธรรมประเพณีในฐานะที่เป็นมรดกของไทยอย่างถ่องแท้ ซึ่งความรู้ดังกล่าวถือเป็นรากฐานของการดำเนินชีวิต เพื่อให้เห็นคุณค่า ทำให้เกิดการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมต่อไป

วัฒนธรรมประเพณีภาคอีสาน

ภาคอีสานหรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบสูง อาณาเขตด้านเหนือและตะวันออก มีแม่น้ำโขงเป็นแนวกั้นอาณาเขต ด้านใต้จรดเขตชายแดนกัมพูชา ส่วนทางด้านตะวันตกมีเทือกเขาเพชรบูรณ์ และเทือกเขาดงพญาเย็นกั้นแยกจากอาณาเขตภาคกลางและภาคเหนือ ยอดเขาที่สูงที่สุดของอีสานคือ ยอดเขาภูกระดึง ซึ่งเป็นต้นกำเนิดแม่น้ำสายสำคัญต่าง ๆ ของภาคอีสาน คือ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี และ ลำตะคอง พื้นที่ของภาคอีสานประมาณหนึ่งในสามของพื้นที่ประเทศไทยและภาคอีสานประกอบด้วย20 จังหวัด ได้แก่ นครราชสีมา ชัยภูมิ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ นครพนม บุรีรัมย์ บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร สกลนคร ร้อยเอ็ด ยโสธรเลย สุรินทร์ หนองคาย อำนาจเจริญ อุดรธานี อุบลราชธานี หนองบัวลำภู และศรีสะเกษ เป็นต้น และยังเป็นพื้นที่ที่เป็นอารยธรรมโบราณ ประชากรที่อาศัยอยู่ส่วนมากเป็นคนไทยเชื้อสายลาวและเชื้อสายเขมร มีคตินิยมผูกแน่นอยู่กับประเพณีโบราณมีการรักษาสืบเนื่องต่อกันมา จึงเป็นถิ่นแดนที่เต็มไปด้วยกลิ่นอายของวัฒนธรรมประเพณีที่ผสมผสานความเชื่อถือในเรื่องของการนับถือผี และคติทาง

พระพุทธศาสนาเข้าด้วยกัน ศิลปะและวัฒนธรรม: ศิลปะและวัฒนธรรมของภาคอีสานโดยภาพรวมมีดังนี้

1. การทอผ้า มีการสืบทอดการทอผ้าต่อกันมาไม่ขาดสาย ชนิดของผ้าเป็นประเภทผ้าไหม และผ้าฝ้าย เช่น ผ้าไหมมัดหมี่, (หมายเหตุ คำว่า มัดหมี่ คือกรรมวิธีทอผ้าชนิดหนึ่ง โดยวิธีการมัดเส้นด้ายก่อนนำมาย้อมสี เพื่อนำไปทอเป็นผ้าต่อไป)

2. เพลงพื้นบ้าน แบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1) เพลงพิธีกรรม ได้แก่ เพลงที่ใช้ในการ ขับประกอบพิธีบวงสรวงเช่นไหว้ หรือใช้ประกอบในการ แสดงหรือเทศนาธรรม เช่น ลำพระเวส (การเทศน์มหาชาติ เรื่องพระเวสสันดรชาดก) หรือเรียกว่า เทศน์แหล่, ลำผีฟ้า ซึ่งเป็นพิธีกรรมเพื่อรักษาคนป่วย, และเพลงที่ใช้ประกอบพิธี บายศรีสู่ขวัญ

2) เพลงการละเล่น มี หมอลำพื้น หมอลำกลอน หมอลำเพลิน และเพลงโคราช เป็นต้น การฟ้อนรำ ประเภทฟ้อนรำใช้ในพิธีกรรม ได้แก่ ฟ้อนผีฟ้า ฟ้อนภูไท ฟ้อนไททรงดำ เซิ้งบั้งไฟ รำบายศรี เป็นต้น

3. ประเภทฟ้อนรำ เป็นการแสดงทางวัฒนธรรมวิถีถิ่นเพื่อความสนุกสนาน ได้แก่ เซิ้งสวิง เซิ้งกะติ๊บ รำโปงลาง ฟ้อนกลองตุ้มรำกลองยาวอีสาน เป็นต้น

4. เครื่องดนตรีอีสาน เครื่องเป่า ได้แก่ แคน โหวด และ ปีไสล ส่วนเครื่องดีด ได้แก่ พิณกระจับปี่ และเครื่องสี เช่น ซอกันตรึม เป็นต้น

5. อาหารประจำถิ่นภาคอีสาน อาหารประจำถิ่นยอดนิยมภาคอีสานคือ ส้มตำ ซึ่งทำจากมะละกอดิบนำมาสับเป็นเส้นๆ ปรุงรสจัด นอกจากนั้นก็มี ปลาร้า ไส้กรอกอีสาน ลาบ ก้อย แกงผักหวาน แกงอ่อม ผัดหมี่โคราช เป็นต้น

6. ประเพณีพิธีกรรม ประเพณีที่โดดเด่นของภาคอีสานคือ บุญบั้งไฟ ซึ่งนิยมทำกันในเดือน 6 จุดประสงค์เพื่อขอให้ฝนตกตามฤดูกาล และเป็นการบวงสรวงบูชาเทวดารักษาบ้านรักษา

นอกจากนี้ ภาคอีสานเป็นดินแดนแห่งอารยธรรมที่มีภูมิปัญญาที่เก่าแก่ อารยชนมีความงดงามอย่างยิ่ง ผูกพันต่อจิตวิญญาณและวิถีชีวิตการดำเนินชีวิตของสังคมชาวอีสานอย่างแยกไม่ออก มีความผูกพันตั้งมั่นในพระพุทธศาสนาเป็นเวลายาวนาน จนวัดกลายเป็นจุดศูนย์กลางในการทำกิจกรรมของสังคมอีสาน ในอดีตจนถึงปัจจุบัน พระสงฆ์ได้เป็นผู้นำในการพัฒนาและวัดเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เนื่องจากพระสงฆ์เป็นผู้นำจิตใจและทางปัญญาของชุมชน(พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต), 2540:77) โดยมีพระสงฆ์เป็นผู้ในทางปฏิบัติ ดังนั้น ฮีตสิบสองคลองประเพณี หรืองานบุญสิบสองเดือนจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของชาวอีสาน เนื่องจากเป็นภูมิปัญญาธรรมที่ปราชญ์ชาวอีสานเป็นผู้ริเริ่มสรรค์สร้างขึ้นมา ซึ่งต้นกำเนิดฮีตสิบสองประเพรีอีสาน ตามคติความเชื่อในพระพุทธศาสนา อีกทั้งความเชื่อศาสนาพราหมณ์ (ฮินดู) และผีหรือลัทธิความเชื่ออื่น ๆ เป็นต้นเป็นภูมิปัญญากิจกรรมร่วมของชาวอีสาน ดังนี้ (สุขวัฒน์ อนนท์จารย์, 2558:120-121)

ตารางกาลานุกรมฮีตสิบสองประเพณีอีสาน

ที่	ฮีตสิบสอง ประเพณีอีสาน	เดือน		ต้นกำเนิด/นิทาน	หมายเหตุ
		สากล	อีสาน		
1	บุญเข้ากรรม	ธ.ค.	อ้าย	พระหนุ่มขี้เล่นว่ายน้ำตามเรือ	พุทธ/ผี
2	บุญคูณลาน	ม.ค.	ยี่	ชาวนาสองพี่น้อง	พุทธ/พราหมณ์
3	บุญข้าวจี่	ก.พ.	3	นางปุณณทาสีจี่ข้าวปั้น	พุทธ/ผี
4	บุญผะเหวด	มี.ค.	4	พระมาลัยบอกทางนรกสรรค์	พุทธ
5	บุญสงกรานต์	เม.ย.	5	นางสังขานต์วันมงคลปีใหม่	พุทธ/พราหมณ์
6	บุญบั้งไฟ	พ.ค.	6	พญาคันคากให้น้ำ	พุทธ/ผี
7	บุญซำฮะ	มิ.ย.	7	ภัยร้ายเมืองเวสาลี	พุทธ/ผี
8	บุญเข้าพรรษา	ก.ค.	8	พระสงฆ์สามเณรเที่ยวจาริกไปทั่ว	พุทธ
9	บุญข้าวประดับดิน	ส.ค.	9	พญายมบาลปล่อยเปรตมากินส่วนบุญ	พุทธ/ผี
10	บุญข้าวสาก	ก.ย.	10	เมียหลวงอิจฉาเมียน้อย	พุทธ/ผี
11	บุญออกพรรษา	ต.ค.	11	วันปราวารณาเปิดโอกาสชี้แนะ	พุทธ/พราหมณ์
12	บุญกฐิน	พ.ย.	12	พระชาวเมืองปาฐาลุยโคลน	พุทธ/ผี

ตารางที่ 1 ตารางกาลานุกรมฮีตสิบสองประเพณีอีสาน

ที่มา : ผศ.ดร.สุขวัฒน์ อนนท์จารย์,พระพุทธศาสนากับวิถีฮีตคองประเพณีอีสาน,บทความวิชาการ.นิตยสารรายเดือนทางอีศาน ปีที่ 4 ฉบับที่ 40 สิงหาคม 2558,น.121.

จะเห็นได้ว่า **ฮีตสิบสองประเพณีอีสาน** นั้นมีความสำคัญและสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์อีสานให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสแนวทางการดำเนินชีวิตและเรียนรู้ชุมชนอีสานได้จริง เพียงแต่ต้องมีการสืบทอดและอธิบายอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อสมัยใหม่ (New media) ถึงต้นกำเนิดของรูปแบบการดำเนินชีวิต วิถีความเป็นอยู่จริงให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและไม่มองเป็นการท่องเที่ยวอย่างผิวเผิน แต่เป็นการเติมเต็มเพื่อค้นพบสิ่งใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมอีสานทุกภาคส่วนควรช่วยกันและทำได้หลากหลายวิธี แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมอีสานได้เช่นเดียวกันคือ การแสดงบทบาท “เจ้าบ้านที่ดี” โดยการแสดงความเอาใจใส่และความรับผิดชอบต่อสิงแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเน้นการสร้างคุณค่าและแบรนด์ (การท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสาน) เป็นศูนย์กลางนั้น มีแนวทางดำเนินการที่เห็นได้ชัดในสามส่วน ได้แก่ การสร้างกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมขึ้นมาทดแทน (Process replacement) การใช้ทรัพยากรทางเลือก (alternative materials) หรือวัสดุเหลือใช้(waste recycle) และการร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการทำกิจกรรม (ชุมชน)และกลไกที่ขับเคลื่อนกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

(ปิยะชาติ อิศรภักดี, 2559:315)

ฉะนั้น หลักการข้างต้นจะนำไปสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า และให้การต้อนรับเมื่อผู้รับบริการ (ลูกค้า) เดินมาถึงชุมชนและสร้างความประทับใจครั้งแรกพบ (first impression) ทั้งในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการส่งเสริมพระพุทธศาสนา ได้แก่ การนำชมหรือพานักท่องเที่ยวชมวัดวาอารามหรือโบราณสถาน พาเยี่ยมชมสินค้าพื้นเมือง นำการแสดงพื้นบ้านอีสานไปเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้ชมในเขตที่พักโรงแรม มีการนำสินค้าและบริการพื้นเมืองมาวางจำหน่าย (เพื่อสร้างช่องทางการขายอีกทางหนึ่ง) ช่วยสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น หรือแม้แต่การนำวัสดุท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม มาประดับตกแต่งสถานที่พักแรมหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น เพราะนอกจากจะช่วยให้บรรยากาศของการท่องเที่ยวเป็นที่น่าสนใจแล้ว ยังส่งเสริมการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ชุมชนทั้งสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในวิถีถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย เช่น ใช้เครื่องจักสาน (ไซ สุ่ม หวดนึ่งข้าว) ผ้าพื้นเมือง (ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า) หรือ ของชำร่วยที่ผลิตจากเศษผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้าที่มีเอกลักษณ์อีสานมาตกแต่งอาคารสถานที่พักแรม หรือใช้ในการบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). **รายงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว“การศึกษาภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ”(Thailand Destination Image)**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://etatjournal.files.wordpress.com/2012/07/thailand-destination-image.pdf [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

การมีจิตใจในการบริการที่ดี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.cdd.go.th/j4607181.htm [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

ความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่ดี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :http://my.opera.com/hybird711news/blog/show.dml/50910862 [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

คู่มือ-เทคนิคการให้บริการด้วยใจ : งานเลขานุการกิจและสภาคณาจารย์ กองบริหารงานทั่วไป สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : http://chaiyaphum.dlt.go.th/exchange/exchange2.pdf [สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2561]

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.**(พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชลธร บุญศรี. (2556). **หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก:http://www.esbservicetraining.com/991581/หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ-esb.[สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561]

ชลธร บุญศรี. (2556). **เทคนิคการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในงานโรงแรม.**[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.esbservicetraining.com/m/1095585. [สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2561]

ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์และคณะ. (2553). **หลักสูตรมาตรฐานการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว** ,รายงานการวิจัย.งบประมาณสนับสนุนการวิจัยโดยกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

ปิยะชาติ อิศรภักดี. (2559). **Branding 4.0** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ศูนย์การเรียนรู้ไอซีทีชุมชนวัดสีคิ้วคณาราม. (2558). **วัฒนธรรมอีสาน.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://sites.google.com/site/wathnthrrm4phak/home/wathnthrrm-phakh-xisan [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561]

ศรีศักร วัลลิโภดม. (2534).**การอนุรักษ์และการสร้างสรรค์ใหม่ ท่ามกลางกระแสของการเปลี่ยนแปลง** , **บทบรรณาธิการ.**วารสารเมืองโบราณ ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม 2534. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก http://lek-prapai.org/home/view.php?id=938 [สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561]

สกายสแกนเนอร์.(2559). **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ คุณทำได้ง่ายๆ,** บทความ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.skyscanner.co.th/news/tips/easy-ways-for-eco-tourism [สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561]

สราวุธ ชมบัวทอง. (2560). **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำโดยภาคเครือข่ายชุมชนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุบลราชธานี, ดุษฎีนิพนธ์.** คณะศึกษาศาสตร์ สาขาพัฒนศึกษา นครปฐม :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาศิลปากร.

สุขวัฒน์ อนนท์จารย์. (2558). **พระพุทธศาสนารุ่งเรืองในอีสาน : พระพุทธศาสนากับวิถีฮีตคองประเพณีอีสาน**,บทความวิชาการ.นิตยสารทางอีศาน ปีที่ 4 ฉบับที่ 20 เดือนสิงหาคม 2558, หน้า 120-123

WeBlog Maker. (2555). **การอนุรักษ์วัฒนธรรมไทยประเพณีไทย**, บทความ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จา https://traditionofthailand.blogspot.com/2012/12/blogpost_5.html#.W76eL3szapp [สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2561]

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6
คุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ดร.สราวุธ ชมบัวทอง

ความหมาย ความสำคัญ

คุณธรรม ตรงกับภาษาอังกฤษ ว่า “ Morality หรือ Virtue” ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายความหมาย เช่น ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2543 กล่าวว่า คุณธรรม หมายถึง สภาพคุณงามความดี เป็นสภาพคุณงามความดีทางความประพฤติและจิตใจ ซึ่งสามารถแยกออกเป็น 2 ความหมาย คือ 1) ความประพฤติดีงาม เพื่อประโยชน์สุขแก่ตนและสังคม ซึ่งมีพื้นฐานมาจากหลักศีลธรรม ทางศาสนา ค่านิยมทางวัฒนธรรม ประเพณี หลักกฎหมาย จรรยาบรรณวิชาชีพ 2) การรู้จักไตร่ตรองว่าอะไรควรทำ ไม่ควรทำ และอาจกล่าวได้ว่า คุณธรรม คือ จริยธรรมแต่ละข้อที่นำมาปฏิบัติจนเป็นนิสัย เช่น เป็นคนซื่อสัตย์ เสียสละ อดทน มีความรับผิดชอบ

ส่วน **จริยธรรม** ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “ Moral หรือ Morality หรือ Ethics หรือ Ethics rule” มาจากคำว่า จริยะ + ธรรมะ ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายไว้ว่า จริย แปลว่า ความประพฤติ หรือกริยาที่ควรประพฤติ ธรรม แปลว่า สภาพคุณงามดี หรือสรุปได้ว่า จริยธรรม เป็นความประพฤติ กริยา หรือสิ่งที่ควรประพฤติปฏิบัติในทางที่ถูกต้อง ดีงามและเหมาะสม ซึ่งจะสะท้อนคุณธรรมภายในให้เห็นเป็นรูปธรรม

ดังนั้น เมื่อสองคำนี้รวมกันหรือ “**คุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว**” ความหมายจึงครอบคลุมถึง “การเป็นเจ้าบ้านที่ดี” หรือ ผู้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า หรือผู้รับบริการอย่างเป็นมิตร (Friendliness) บริการที่ประทับใจหรือการมีใจพร้อมให้บริการ (Service Mind) และการบริการที่ดี (Good Service) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) แต่สิ่งหนึ่งที่สำคัญในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวยุคปัจจุบัน คือ ปัญหาจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีต่อลูกค้า ตลอดจนความโปร่งใสในการทำธุรกิจท่องเที่ยวที่มีต่อคู่แข่งขันต่อหน่วยราชการ ต่อพนักงาน และต่อสังคม คุณธรรมจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวนั้นหากมองอย่างผิวเผิน อาจไม่มีรายละเอียดซับซ้อนเพราะถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบธุรกิจด้านการท่องเที่ยว แต่แท้จริงแล้ว การเป็นผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่ดีหมายความรวมถึง สิ่งที่ผู้ทำหน้าที่ประเภทธุรกิจการท่องเที่ยว หรือเป็นตัวแทนอำนวยความสะดวกในด้านโรงแรมหรือที่พัก ร้านอาหารหรือภัตตาคาร (ไม่รวมร้านอาหารในโรงแรมและที่พัก) ธุรกิจนำเที่ยวหรือการจัดโปรแกรมทัวร์และการคมนาคม (ทางบก ทางน้ำและทางอากาศ) จัดหาด้านบริการต่าง ๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมถึงมัคคุเทศก์ จิตอาสา อาสาสมัคร ตัวแทนชุมชนหรือท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ ททท. และบุคลากรส่วนอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง พึงปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ถูกต้องเหมาะสมในให้บริการนักท่องเที่ยวอย่าง

ไม่เอารัดเอาเปรียบกัน

ลักษณะการบริการและคุณธรรมจริยธรรมของผู้ประกอบการ ควรพึงปฏิบัติอย่างง่ายๆ คือ **“บริการอย่างจริงใจ แต่ไม่โกง”** เพื่อส่งเสริมทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรพัฒนาไปสู่ความมั่นคง (Stability) ความมั่งคั่ง (Prosperity) และความยั่งยืน (Sustainability) ดังนั้นต้องเปิดใจให้กว้าง เข้าใจนักท่องเที่ยวทั้งด้านนิสัยใจคอ พฤติกรรมที่แสดงออก และวัฒนธรรมของแต่ละชนชาติ โดยอธิบายได้ใน 5 ด้านที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1. ด้านโรงแรมที่พัก ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ควรปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ดังนี้

1.1 การให้บริการอย่างมีน้ำใจไมตรี

1.2 ดูแลและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้า

1.3 ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจ

1.4 ขายสินค้าและบริการให้ถูกต้องตามจำนวน คุณภาพ และราคาที่ตกลงกัน

1.5 ละเว้นการกระทำที่ควบคุมบังคับการตัดสินใจของลูกค้า

1.6 ขายสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรมมีกำไรที่เหมาะสม

1.7 ละเว้นการกระทำเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น โดยไม่มีเหตุผล

2. ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านนี้ ควรปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

2.1 ปฏิบัติต่อลูกค้าและการให้บริการอย่างมีน้ำใจไมตรี

2.2 ดูแลและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้า

2.3 ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

2.4 ตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจ

2.5 ละเว้นการกระทำเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น โดยไม่มีเหตุผล

2.6 ขายสินค้าและบริการให้ถูกต้องตามจำนวน คุณภาพ และราคาที่ตกลงกัน

2.7 ขายสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรม มีกำไรที่เหมาะสม

3. ด้านธุรกิจนำเที่ยวหรือทัวร์ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวด้านนี้ ควรปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

3.1 ปฏิบัติต่อลูกค้าและการให้บริการอย่างมีน้ำใจไมตรี

3.2 ตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจ

3.3 ดูแลและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้า

3.4 ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

3.5 ละเว้นการกระทำที่ควบคุมบังคับการตัดสินใจของลูกค้า

3.6 ขายสินค้าและบริการให้ถูกต้องตามจำนวน คุณภาพ และราคาที่ตกลงกัน

3.7 ขายสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรมมีกาไรที่เหมาะสม

3.8 ละเว้นการกระทาเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น โดยไม่มีเหตุผล

4. ด้านธุรกิจนำเที่ยวและการจัดโปรแกรมทัวร์ ควรปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

4.1 ให้บริการอย่างมีน้าใจไมตรี ตอบคาถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจ

4.2 ดูแลและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าตลอดการท่องเที่ยว

4.3 ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน

4.4 ละเว้นการกระทำที่ควบคุมบังคับการตัดสินใจของลูกค้าอย่างไร้เหตุผล

4.5 ขายสินค้าและบริการให้ถูกต้องตามจำนวน คุณภาพ และราคาที่ตกลงกันไว้

4.6 ขายสินค้าและบริการในราคาที่เป็นธรรม มีกำไรที่เหมาะสม

4.7 ละเว้นการกระทำเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น โดยไม่มีเหตุผล

5.ด้านการคมนาคม (รวมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ) ควรปฏิบัติต่อลูกค้า ดังนี้

5.1 ดูแลและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของลูกค้าในการเดินทางท่องเที่ยวตามความประสงค์ของลูกค้า

5.2 ปฏิบัติต่อลูกค้าและการให้บริการอย่างมีน้าใจไมตรี ตอบคำถามและแก้ปัญหาให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทันใจ

5.3 ดูแลและให้บริการแก่ลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน ละเว้นการกระทำที่ควบคุมบังคับการตัดสินใจของลูกค้า

5.4 ขายสินค้าและบริการเกี่ยวกับตั๋วการเดินทางให้ถูกต้องตามจำนวน คุณภาพ และราคาที่ตกลงกัน

5.5 ขายสินค้าและบริการเกี่ยวกับตั๋วการเดินทางในราคาที่เป็นธรรม มีกำไรที่เหมาะสม

5.6 ละเว้นการกระทำเพื่อให้สินค้าและบริการมีราคาสูงขึ้น โดยไม่มีเหตุผล เช่น เพิ่มราคาตั๋วการเดินทางไม่แจ้งล่วงหน้า หรือคิดค่าบริการ (Service Charge) จนลูกค้าไม่พึงพอใจในการบริการ เป็นต้น

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว (การพักผ่อน หลีกหนีความจำเจ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการตลาดการท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยผลักดันและดึงดูดความต้องการทางด้านจิตใจของคนกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยว และสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวเองมีส่วนในการดึงดูดให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น (นพพร จันทรนำชู, 2558 : 44-45)

รายงานของ China Outbound Tourism Research Institute คาดว่าในปี ค.ศ. 2014 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางทั่วโลกกว่า 112 ล้านคน และจากผลสำรวจ Visa Global Travel Intentions Study 2013 พบว่า ในปีค.ศ. 2012 นักท่องเที่ยวจีนมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้ง 3,824 เหรียญสหรัฐฯ สูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากซาอุดิอาระเบีย 6,666 เหรียญสหรัฐฯ และออสเตรเลีย 4,118 เหรียญสหรัฐฯ ขณะที่

นักท่องเที่ยว โดยรวมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,390 เหรียญสหรัฐฯ และการเดินทางในอนาคตคาดว่าจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 5 ขณะที่นักท่องเที่ยวจีนจะใช้จ่ายเพิ่มอีกร้อยละ 18 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของนักท่องเที่ยวจีนทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558:7)

อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวปัจจุบันเปิดกว้างมากขึ้น นั่นคือ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (Asian Economics Community: AEC) ดังนั้น เมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการเปิดเสรีภาคทางการท่องเที่ยว จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้าประเทศไทยมากที่สุดคือชาวจีน เนื่องจากปัจจุบันจีนเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ และผูกพันใกล้ชิดกับอาเซียน เศรษฐกิจของจีนจะส่งผลกระทบต่ออาเซียนมาก ชาวอาเซียน ชาวไทย ชาวอีสาน ไม่อาจหลีกเลี่ยงจากอิทธิพลของจีน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม จึงควรติดตามข้อมูล ศึกษาแนวคิด ทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและการขยายอำนาจทางการเมือง การทหารของจีนอย่างใกล้ชิด (ทองแถม นาถจำนง, 2556; 110-112)

ฉะนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มหลั่งไหลมาท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมและมีความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามหลักสากล โดยคำนึงถึงอารยะสถาปัตย์ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการ และผู้สูงอายุ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูล จุดบริการ Wifi ทางลาด ราวจับ ห้องละหมาด เป็นต้น และพัฒนาการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ศูนย์เรียนรู้เพื่อสร้าง ประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ โดยได้มุ่งเน้นการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ในการพัฒนารูปแบบสื่อความหมาย เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ให้ดูโดดเด่นน่าสนใจ การสร้างสุนทรียภาพด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีและ ความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น Augmented Reality (AR), QR Code, Info Graphic เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงศักยภาพในการเข้าถึงระบบอินเตอร์เน็ตของแหล่งท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวมีความพร้อมที่ จะใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารหรือไม่เพียงใด นอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เพื่อเป็นเครือข่ายในการสอดส่องผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่มีพฤติกรรมเสี่ยงต่อการกระทำความผิดต่อพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2551 และการสร้างเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยวเพื่อดูแลรักษาความปลอดภัยและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รวมทั้งกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว ควรมีการพัฒนาให้มีทักษะและองค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานวิชาชีพ การบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด ภาษา เทคโนโลยีและ สารสนเทศ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.,2558:31) ควบคู่กับการเอาใจใส่ดูแลลูกค้า (นักท่องเที่ยว) การขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว ในบทบาทของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวที่ดี กล่าวคือ การไม่เอารัดเอาเปรียบลูกค้าในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากการขายสินค้าและบริการนั้น ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนก็ได้รับผลพลอยได้ จากการบอกเล่าถึงชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีของคนไทยจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเสมอมา โดยเฉพาะ

อย่างยิ่ง “น้ำใจไมตรีของชาวอีสาน” ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ที่กำลังตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต ดังนั้น การจ้องเอาเปรียบคดโกงนักท่องเที่ยวเพียงเล็กน้อยสามารถส่งผลด้านลบมากกว่าด้านบวกต่อธุรกิจการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างแน่นอนที่สุด และสิ่งที่สำคัญที่สุดในการเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว คือ การเข้าใจนักท่องเที่ยว (ทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกและวัฒนธรรมของชนชาตินั้น) ไม่เอาเปรียบในการกำหนดราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงราคาที่เป็นธรรม และมีกำไรที่เหมาะสมให้มากที่สุด อย่าหวังกอบโกยเงินตราเข้ากระเป๋าตนเองจากนักท่องเที่ยวเพียงเพราะความโลภ หรือต้องการตัดหน้าคู่แข่งขันเท่านั้น

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2558). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560**. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114 [สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2561]

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2554). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.**(พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชลธร บุญศรี. (2556). **หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :http://www.esbservicetraining.com/991581/หลักสูตร-พฤติกรรมการบริการที่เป็นเลิศ-esb. [สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2561]

ชลธร บุญศรี. (2556). **เทคนิคการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในงานโรงแรม**.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: http://www.esbservicetraining.com/m/1095585. [สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2561]

ทองแถม นาถจำนง. (2556). **จีนาภิวัตน์กับอาเซียน (1) : ความร่วมมือด้านต่าง ๆ,**รายงาน. นิตยสารทางอีสาน. ฉบับที่ 10 ปีที่ 1 เดือนกุมภาพันธ์ 2556,น.110-117.

นพพร จันทรนำชู, ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และ เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์. (2556). **การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในกลุ่มทวารวดี 4 จังหวัด ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน**,รายงานการวิจัย.ทุนสำนักงานโครงการส่งเสริมการวิจัยในอุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์และคณะ.(2553). **หลักสูตรมาตรฐานการฝึกอบรมอาสาสมัครช่วยเหลือนักท่องเที่ยว กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว** ,รายงานการวิจัย.งบประมาณสนับสนุนการวิจัยโดยกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

เพ็ญศิริ ทศพร.(2556).**คุณธรรมและจริยธรรม : ต่างกันอย่างไร.**.[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.gotoknow.org/posts/567761 [สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2561]

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.**รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว.**ฉบับที่ 6 ต.ค.-ธ.ค. 2559. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=8265 [สืบค้นวันที่ 1 ตุลาคม 2561]

สุณีย์ ล่องประเสริฐ และปลื้มใจ ไพจิตร.(2560**). จริยธรรมทางธุรกิจของธุรกิจการท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี**,บทความวิจัย.วารสารวิทยาการจัดการ ปีที่ 3 ฉบับที่ 1(2559). [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก e-journal.sru.ac.th/index.php/msj/article/download/445/pdf_72 [สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2561]

Unit 7 Welcoming customers and talking about ourselves

การกล่าวคำทักทาย การแนะนำตนเองและพูดคุยเกี่ยวกับตัวเอง

อาจารย์จักรกฤษณ์ วุฒิสิวะชาติกุล

Part I: Welcoming customers (การกล่าวคำทักทายเมื่อลูกค้าเข้ามาในร้าน)

Good morning! How are you today?
กุด-มอร์นิ่ง ฮาว อาร์ ยู ทูเดย์

สวัสดีตอนเช้าค่ะ
วันนี้สบายดีไหมคะ

Hi! Welcome to our shop.
ไฮ เวลคัม ทู อาว(เวอะ) ช็อป

สวัสดีค่ะ
ยินดีต้อนรับคะ

1. Greeting (คำทักทาย)

● Good morning!	กุด-มอร์นิ่ง	สวัสดีตอนเช้า
● Good afternoon!	กุด-อาฟเตอร์นูน	สวัสดีตอนบ่าย
● Good evening!	กุด-อีฟนิ่ง	สวัสดีตอนเย็น
● Hi/ Hello	ไฮ / เฮลโล่	สวัสดี

2. Another ways to say "how are you?" (ประโยคที่มีความหมายเหมือนกับ How are you?)

ในการถามทุกข์สุขของลูกค้า นอกจาก How are you? แล้ว เรายังสามารถใช้ประโยคอื่นได้เช่นกัน

● How are you doing today?	ฮาว อาร์ ยู ดู-อิ่ง ทูเดย์
● How's it going?	ฮาว-ซิส โกอิ่ง

** เราอาจจะได้ยินลูกค้าตอบคำถาม How are you? ได้ดังนี้

● I'm fine.	แอม ฟายน์	ผม/ดิฉันสบายดีครับ/ค่ะ
● I'm doing well.	แอม ดูอิ่ง เวล	ผม/ดิฉันสบายดีครับ/ค่ะ
● Pretty good!	พริ้ตที้ กูด	
● Great!	เกรท	

ทั้ง 4 ประโยคข้างต้นมีความหมายคล้ายกัน คือ **"ฉันสบายดี"**

เทคนิคการออกเสียง

1. ใส่ใจการออกเสียงหนักเบา (Stress)
2. ฝึกการขึ้นเสียงสูงต่ำ (intonation) เมื่อถามคำถาม และตอบคำถาม

3. Ways to express our attention (ประโยคที่แสดงถึงการดูแลและการใส่ใจต่อลูกค้า)

นอกจากการทักทายและการถามทุกข์สุขแล้ว เรายังควรแสดงให้ลูกค้ารู้ว่าเราเป็นคนเอาใจใส่และสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างดี ซึ่งจะแสดงออกด้วยการใช้ประโยคดังต่อไปนี้

- Can I help you? แคน ไอ เฮ้ลพ์ ยู มีอะไรให้รับใช้ไหมครับ/ค่ะ
- May I help you? แคน ไอ เฮ้ลพ์ ยู มีอะไรให้รับใช้ไหมครับ/ค่ะ
- What can I do for you? วอท แคน ไอ ดู ฟอร์ ยู มีอะไรให้รับใช้ไหมครับ/ค่ะ
- Come in, please. คัม อิน พรีส กรุณาเข้ามาข้างในครับ/ค่ะ
- Follow me, please. ฟอลโล่มี พรีส กรุณาตามผม/ดิฉันมาทางนี้ครับ/ค่ะ
- Nice to meet you again! ไนซ์ ทู มีท ยู อะเกน ดีใจที่ได้เจอกันอีกนะครับ/ค่ะ
- I'm glad you here. แอม แกรด ทู มีท ยู เฮีย ยินดีที่คุณมาที่ร้านครับ/ค่ะ
- Wow! You look great today. ว้าว! ยู ลุค เกรด ทูเดย์ วันนี้คุณดูดี หน้าตาสดใสมาก

8 Useful sentences in English (8 ประโยคสำคัญในภาษาอังกฤษที่ควรรู้)

1. Excuse me. เอกซ์คิว-มี ขอโทษที่รบกวน
2. I'm sorry. แอม ซอรี่ ผม/ฉันขอโทษครับ/ค่ะ
3. Never mind เนเวอร์ มาย ไม่เป็นไรครับ/ค่ะ
4. Thank you so much แธงค์กิ้ว โซ มัช ขอบคุณมากๆครับ/ค่ะ
5. You're welcome. ยัว เวลคัม ยินดีครับครับ/ค่ะ
6. What do you mean? วอท ดู ยู มีน คุณหมายความว่าอะไร
7. Can you repeat that? แคน ยู รีพีท แดท กรุณาพูดซ้ำอีกครั้งได้ไหม
8. Can you speak slowly, please? แคน ยู สปีค สโลเวอร์ พรีส กรุณาพูดช้าลงอีกหน่อยได้ไหม

4. Ways to say goodbye to our customers (ประโยคที่ใช้เพื่ออำลาลูกค้า)

เราควรจะกล่าวขอบคุณลูกค้าด้วย “Thank you (so much)ใ” ก่อนที่จะกล่าวคำอำลาด้วยประโยคดังต่อไปนี้

- Have a nice stay. แฮพ อะ ไนซ์ เดย์ ขอให้เที่ยวให้สนุก
- Please come again. พรีส คัม อะเกน กรุณากลับมาอีกนะ
- Hope to see you again. โฮป ทู ซี ยู อะเกน หวังว่าจะเจอคุณอีกครั้ง
- Have a safe trip. แฮพ อะ ไนซ์ ทริป ขอให้เดินทางโดยสวัสดิภาพ
- Hope you enjoy your time here. โฮป ยู เอนจอย ยัง ไทม์ เฮีย ขอให้คุณมีความสุขที่นี่
- Have a nice day. แฮพ อะ ไนซ์ เดย์ ขอให้วันนี้มีความสุขมากๆ

แม่ค้า **: Good morning! Welcome to our shop. How are you doing today?**
กู๊ด มอร์นิ่ง เวลคัม ทู อาว(เวอะ) ช้อป ฮาว อาร์ ยู ดูอิ้ง ทูเดย์
สวัสดีตอนเช้าค่ะ ยินดีตอนรับ วันนี้สบายดีไหมค่ะ

ลูกค้า **: Good morning! I’m good. Thank you and you?**
กู๊ด มอร์นิ่ง แอม กู๊ด แธงค์กิ้ว แอนด์ ยู้
สวัสดีตอนเช้า ครับ สบายดีครับ ขอบคุณ แล้วคุณละครับ

แม่ค้า **: Pretty good. Thank you. Can I help you?**
พริ้ตที้ กูด แคน แธงค์กิ้ว แคน ไฮ เฮ้ลพ์ ยู
สบายดีค่ะ ขอบคุณค่ะ มีอะไรให้รับใช้ไหมครับ/ค่ะ

ลูกค้า **: I would like one Somtam and one sticky rice.**
ไอ วุด ไลค์ วัน ส้มตำ แอนด์ วัน สติกกี้ ไรซ์
ผมต้องการส้มตำ 1 ถุงและข้าวเหนียว 1 ห่อครับ

แม่ค้า **: One moment, please. …. Here you are! Thank you so much. Have a nice day!**
วัน โมเมนท์ พรีส …. เฮีย ยู อาร์! แธงค์กิ้ว โซม มัช แฮพ อะ ไนซ์ เดย์
รอสักครู่นะค่ะ … ได้แล้วค่ะ ขอบคุณมากค่ะ ขอให้มีความสุขนะค่ะ

Part B: Taking about ourselves (การแนะนำตนเองและพูดคุยเกี่ยวกับตัวเอง)

A: Hi, I'm Peter. What's your name? สวัสดี ผมชื่อพีเทอร์ คุณชื่ออะไรครับ
ไฮ แอม พีเทอร์ วอทซ์ ยัว เนม

B: My name is Nathalie. ฉันชื่อนาตาลีค่ะ
มาย เนม อีส นาทาลี

A: Hello, Nathalie. Where are you from? สวัสดี นาตาลี คุณมาจากไหนครับ
เฮลโล่ นาทาลี แวร์ อาร์ ยู ฟรอม

B: I'm from France. And you? ฉันมาจากฝรั่งเศสค่ะ แล้วคุณละคะ
แอม ฟรอม ฟรานซ แอน ยู้

A: I'm from England. Nice to meet you. ผมมาจากอังกฤษ ยินดีที่ได้รู้จักครับ
แอม ฟรอม อิงแลนด์ ไนซ์ ทู มีท ยู

B: Nice to meet you, too! ยินดีที่ได้รู้จักเช่นกันค่ะ
ไนซ์ ทู มีท ยู ทู

<u>Asking and giving personal</u> (การถาม-ตอบเรื่องต่างๆเกี่ยวกับตัวเอง)

1. Name (การถาม-ตอบชื่อ)

การถาม

● What's your name?	วอทซ์ ยัว เนม	คุณชื่ออะไรครับ/ค่ะ
● May I know your name?	เมย์ ไอ โน ยัว เนม	คุณชื่ออะไรครับ/ค่ะ
● Could I know your name?	คุด ไอ โน ยัว เนม	คุณชื่ออะไรครับ/ค่ะ

การตอบ

● My name is + *Name*	มาย เนม อีส +____	ผม/ดิฉันชื่อ + *ชื่อ*
● I'm + *Name*	แอม +_____	ผม/ดิฉันชื่อ + *ชื่อ*

<u>เทคนิคการออกเสียง</u>

ฝึกการขึ้นเสียงสูง-ต่ำ (intonation) เมื่อถามคำถามและตอบคำถาม

2. City or country (การถาม-ตอบว่ามาจากเมืองหรือประเทศไหน)

การถาม

- Where are you from? แวร์ อาร์ ยู ฟรอม คุณมาจาก*(เมือง/ประเทศ)*ไหน
- Where do you come from? แวร์ ดู ยู คัม ฟรอม คุณมาจาก*(เมือง/ประเทศ)*ไหน

*** นอกจากนี้ 2 ประโยคคำถามข้างต้น ยังใช้ถามสัญชาติได้เช่นกัน (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่ข้อ 5 การถาม-ตอบสัญชาติ)

การตอบ

- I'm from + *City/Country* มาย เนม อีส +___ ผม/ดิฉันมาจาก + *เมือง/ประเทศ*
- I come from + *City/Country* ไอ คัม ฟรอม +__ ผม/ดิฉันมาจาก + *เมือง/ประเทศ*

3. Job and profession (การถาม-ตอบเกี่ยวกับอาชีพ)

การถาม

- What is your job? วอท อีส ยัว จ๊อบ คุณทำอาชีพอะไร
- What do you do? วอท ดู ยู ดู คุณทำอาชีพอะไร

การตอบ

- I'm a/an + *Job* แอม อะ/แอน +____ ผม/ดิฉันเป็น + *อาชีพ*

*** *An ใช้กับอาชีพที่ขึ้นต้นด้วยสระ (A, E, I, O, U)* ***

Jobs and professions (คำศัพท์เกี่ยวกับอาชีพต่างๆ)

Vendor	เวนเดอร์	พนักงานขายของ/พ่อค้า/แม่ค้า
Shopkeeper	ชอปคีปเปอร์	เจ้าของร้าน/ผู้จัดการร้าน
Receptionist	รีเซปชั่นนิส	พนักงานประชาสัมพันธ์
Office worker	ออฟฟิส เวอร์เกอร์	พนักงานบริษัท
Driver	ไดรเวอร์	คนขับรถ
Technician	เทคนิเชียน	ช่างไฟ
Mechanic	เมแคนนิค	ช่างซ่อมรถ
Security guard	เซคิวริตี้ การ์ด	ยาม
Plumber	พรั่มเมอร์	ช่างประปา
Cook	คุก	พ่อครัว/แม่ครัว

4. Age (การถาม-ตอบเกี่ยวกับอายุ)

การถาม

- How old are you? ฮาว โอ อาร์ ยู คุณอายุเท่าไหร่

การตอบ

- I'm ___ years old. แอม ____ เยียร์ โอ ผม/ดิฉันอายุ _____

*** ถ้าคุณเพิ่งพบลูกค้าชาวต่างชาติเป็นครั้งแรกหรือยังไม่สนิท การถามอายุ น้ำหนัก หรือส่วนสูง เป็นต้น เป็นเรื่องที่**ไม่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง** ***

5. Nationality (การถาม-ตอบเกี่ยวสัญชาติ)

การถาม

- Where are you from? แวร์ อาร์ ยู ฟรอม คุณมาจากไหน
- What's your nationality? วอทซ์ ยัว เนชั่นนอลลิที้ คุณเป็นคนสัญชาติอะไร

การตอบ

- I'm _____. แอม ____ เยียร์ โอ ผมเป็นคน+*<u>สัญชาติ</u>*

<u>Countries</u> (ประเทศ)			<u>Nationalities</u> (สัญชาติ)		
1. England	อิงแลนด์	ประเทศอังกฤษ	English	อิงลิช	ชาวอังกฤษ
2. United States	ยูไนเต็ด สเตท	ประเทศอเมริกา	American	อเมริคัน	ชาวอเมริกัน
3. France	ฟรานซ์	ประเทศฝรั่งเศส	French	เฟรนช์	ชาวฝรั่งเศส
4. Thailand	ไทยแลนด์	ประเทศไทย	Thai	ไทย	ชาวไทย
5. Japan	เจแปน	ประเทศญี่ปุ่น	Japanese	เจแปนนิส	ชาวญี่ปุ่น
6. China	ไชน่า	ประเทศจีน	Chinese	ไชนิส	ชาวจีน
7. Australia	ออสเตรเลีย	ประเทศออสเตรเลีย	Australian	ออสเตรเลียน	ชาวออสเตรเลีย
8. Taiwan	ไทวัน	ประเทศไต้หวัน	Taiwanese	ไทวันนิส	ชาวไต้หวัน
9. (South) Korea	ซาวท์ โคเรีย	ประเทศเกาหลีใต้	Korean	โคเรียน	ชาวเกาหลี
10. Hong Kong	ฮองคอง	ประเทศฮ่องกง	Chinese		(สัญชาติอย่างเป็นทางการ)

** เพื่อหลีกเลี่ยงความเข้าใจผิด จึงนิยมใช้ประโยคดังต่อไปนี้ "I come from Hong Kong."

Unit 8 Welcoming friends to our community

การแนะนำสถานที่ต่างๆ และการบอกเส้นทาง

อาจารย์จักรกฤษณ์ วุฒิสิวะชาติกุล

1. Places in our community (คำศัพท์เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ)

- **Airport** สนามบิน
  แอร์พอร์ท
- **Bakery** ร้านเบเกอร์รี่
  เบเกอร์รี่
- **Bank** ธนาคาร
  แบงค์
- **Bar** ร้านขายแอลกอฮอล์
  บาร์
- **Bookstore** ร้านหนังสือ
  บุคสโตร์
- **Bus station** สถานีรถประจำทาง
  บัส สเตชั่น
- **Café** ร้านขายกาแฟ
  คาเฟ่
- **Church** โบสถ์
  เชอรณ์
- **Gas station** ปั๊มน้ำมัน
  แก๊ส สเตชั่น
- **Gym** สถานที่ออกกำลังกาย
  ยิม
- **Hairdresser's** ร้านตัดผม
  แฮร์เดรเซอร์
- **Hospital** โรงพยาบาล
  โฮสพีโทล
- **Hotel** โรงแรม
  โฮเทล
- **Gallery** สถานที่แสดงงานฝีมือ
  แกเลอรี่
- **Greengrocer's**
  ร้านขายผักหรือผลไม้
  กรีนโกรเซอร์
- **Launderette** ร้านซักผ้า
  ลอนเดร์ท
- **Library** ห้องสมุด
  ไลแบร์รี่
- **Mall** ห้างขนาดใหญ่
  มอล์
- **Museum** พิพิธภัณฑ์
  มิวเซียม
- **Motel** โรงแรม
  โมเทล
- **Parking lot** ที่จอดรถ
  พาร์คกิ้ง ล๊อท์
- **Pharmacy** ร้านขายยา
  ฟาร์มาซี

- **Police station** สถานีตำรวจ
  โพลิซ สเตชั่น
- **Park** สวน
  พาร์ค
- **Restaurant** ภัตคาร
  เรสเทอะร็องท์
- **School** โรงเรียน
  สคูล์
- **Temple** วัด
  เทมเพิ่นล์
- **Train station** สถานีรถไฟ
  เทรน สเตชั่น
- **Supermarket**
  ซูปเปอร์มาร์เก็ต
- **Zoo** สวนสัตว์
  ซู

<u>เทคนิคการออกเสียงท้ายคำ</u> (Final sounds)

การออกเสียงท้ายของแต่ละคำมีความสำคัญมากเพราะจะให้ความหมายเปลี่ยนไป

เช่น ⇨ Goo**<u>d</u>** กู๊ด ดี ⇨ Foo**<u>d</u>** ฟูด อาหาร

⇨ Goo**<u>se</u>** กู๊ส ห่าน ⇨ Foo**<u>t</u>** ฟุ<u>ท</u> เท้า

2. Landmarks using for giving directions (จุดสังเกตุที่ใช้ในการถาม-บอกเส้นทาง)

- **Roundabout**
  ราวอะบาวท์
  วงเวียน

- **Intersection**
  อินเตอร์เซ็กชั่น
  สี่แยก

- **Zebra crossing**
  ซีบร้า ครอสซิ่ง
  ทางม้าลาย

- **Sidewalk**
  ไซด์วอลค์
  ทางเท้า

- **T-junction**
  ที จังชั่น
  สามแยก

- **Bridge**
  บริดช์
  สะพาน

- **Traffic lights**
  แทรฟฟิค ไลท์
  ไฟจราจร

- **Dead end**
  เดด เอนด์
  ทางตัน

- **Signpost**
  ไซน์โพส
  ป้ายบอกทาง

- **Railway**
  เรลเวย์
  ทางรถไฟ

- **Flyover**
  ฟายโอเวอร์
  ทางยกระดับ

- **Tunnel**
  ทันเนล
  อุโมงค์

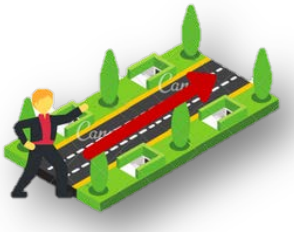
3. Asking and giving directions (การถาม-บอกเส้นทาง)

Asking for directions (การถามเส้นทาง)

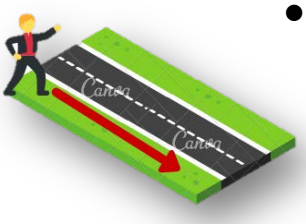
Excuse me, …. เอกซ์คิว มี	ขอโทษครับ/ค่ะ
• where is _____? แวร์ อีส _____	*สถานที่* อยู่ที่ไหนครับ/ค่ะ
• what is the best way to _____? วอท์ อีส เดอะ เบส เวย์ ทู _____	ไป *สถานที่* ทางไหนดีที่สุด
• which way do I go to get to _____? วิช เวย์ ดู ไอ โก ทู เก็ต ทู _____	*สถานที่* ไปทางไหน
• how can I get to _____? ฮาว แคน ไอ เก็ต ทู _____	ผมสามารถไป *สถานที่* ยังไง
• how do I find _____? ฮาว ดู ไอ ฟายน์ _____	ผมจะไป *สถานที่* ยังไง
• can you tell me the way to _____? แคน นู เทล มี เดอะ เวอย์ ทู _____	คุณจะกรุณาบอกทางไป *สถานที่* ได้ไหมครับ
• could you tell me how to get to _____?	คุณจะกรุณาบอกทางผมไป

คุด ยู เทล มี ฮาว ทู เก็ต ทู _____ *สถานที่* ได้ไหมครับ

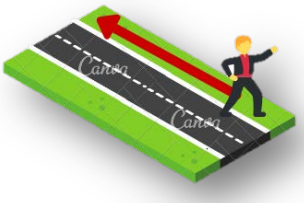
Giving directions (การบอกเส้นทาง)



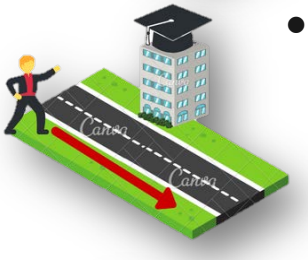
- **Go straight.**
  โก สเตรท์
  เดินทรงไป



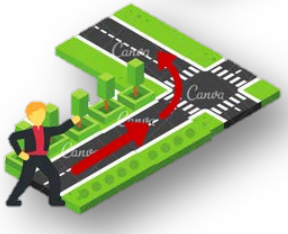
- **Go along.**
  โก อะลอง
  เดินตามทางไป



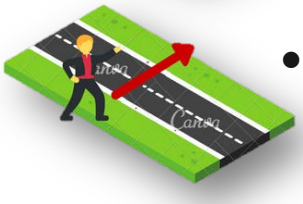
- ***Turn / Go* back.**
  เทิร์น / โก แบกค์
  เดินย้อนกลับไป



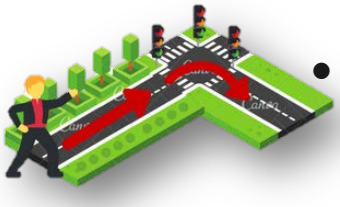
- **Walk past *the university*.**
  วอคล์ พาส *เดอะ ยูนิเวอรซิตี้*
  เดินผ่าน *มหาวิทยาลัย*



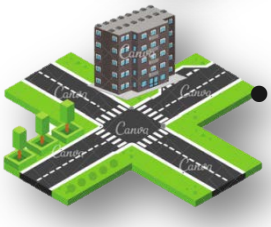
- ***Turn / Go* left.**
  เทิร์น / โก เล็ฟท์
  เลี้ยวซ้าย



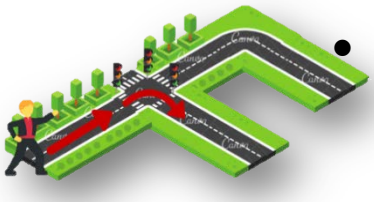
- **Cross *the street*.**
  คลอส เดอะ สตรีน
  ข้าม*ถนน*



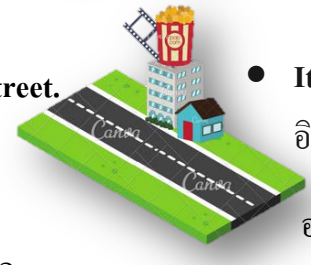
- ***Turn / Go* right.**
  เทิร์น / โก ไรท์
  เลี้ยวขวา



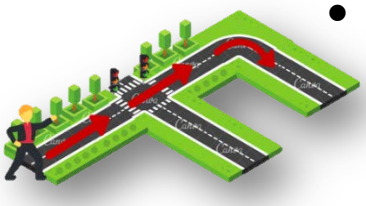
- **It's on the corner.**
  อิทส์ ออน เดอะ คอร์เนอร์
  อยู่ตรงหัวมุม



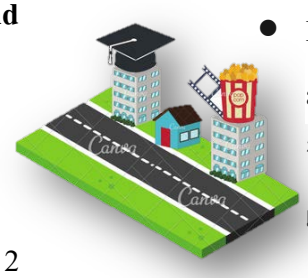
- *Turn right* **into the first street.**
  เทิร์น์ ไรท์ อินทู เดอะ
  เฟริส สตีท
  เลี้ยวขวา เข้าไปในถนนแรก



- **It's next to *the movie theatre*.**
  อิทส์ เนกซ์ ทู *เดอะ มูวีย์ เทียเตอร์*
  อยู่ติดกับ*โรงภาพยนตร์*



- *Turn right* **into the second street.**
  เทิร์น์ ไรท์ อินทู เดอะ
  เซคเคิ่ล สตีท
  เลี้ยวขวา เข้าไปในถนนที่ 2



- **It's between *the university* and *the movie theatre*.**
  อิทส์ บีทวีน *เดอะ ยูนิเวอรซิตี้*
  แอน *เดอะ มูวีย์ เทียเตอร์*
  อยู่ระหว่าง มหาวิทยาลัย
  และโรงภาพยนตร์

A: Excuse me! How can I get to the *museum*?

เอกซ์คิว-มี ฮาว แคน ไอ เก็ต ทู เดอะ *มิวเซียม*

ขอโทษครับ ผมจะไป*พิพิธภัณฑ์*ได้อย่างไรครับ

B: It's this way. [1]**Go straight ahead** at the traffic right. [2]**Turn right.** [3]**Go along the street**.

[4]**Walk past** the *park* and [5]**keep going straight** until you see the sign for the *museum*.

[6]**It's on your left.**

อิทส์ ดิส เวย์ / [1]**โก สะเตรทร์ อะเฮด** แอท เดอะ แทรฟฟิค ไลท์ / [2]**เทริน ไลน์** / [3]**โก อะลอง เดอะ สะตรีท /**

[4]**วอล์ค พาส** เดอะ *พาร์ค* แอน [5]**คีป โอออิ้ง สะเตรทร์** อันเทิล ยู ซี เดอะ ไซน์ ฟอน์ เดอะ *มิวเซียม* /

[6]**อิทส์ ออน ยัว เลฟท์**

ทางนี้ค่ะ / [1]**เดินตรงไป**จนถึงไฟจราจร / [2]**เลี้ยวขวา** / [3]**เดินตามถนน /**

[4]**เดินผ่าน***สวนสาธารณะ* และ[5]**เดินตรงไปเรื่อยๆ** จนกระทั่งคุณเห็นป้ายของ*พิพิธภัณฑ์* /

[6]**พิพิธภัณฑ์อยู่ทางซ้ายมือของคุณค่ะ**

A: Thanks for your help.

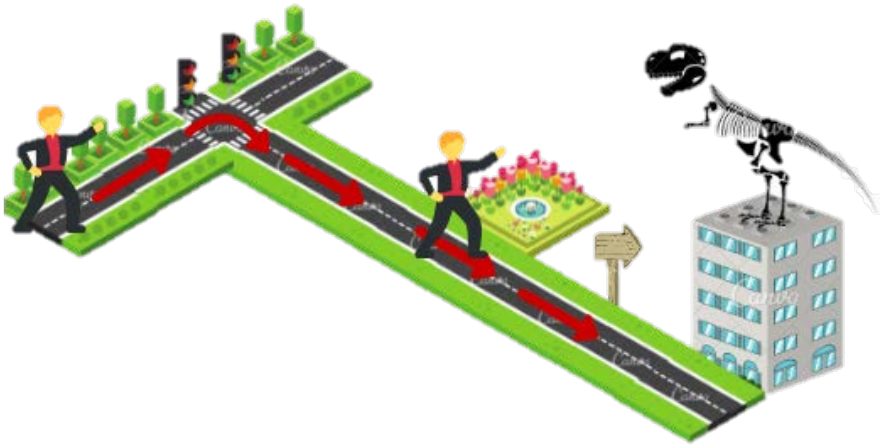
แทงส์ ฟอร์ ยัว เฮลป์

ขอบคุณที่ช่วยเหลือครับ

B: You're welcome.

ยัวร์ เวลคัม

ยินดีค่ะ



Activity: Listen to the directions and identify the place. (ฟังการบอกทางและหาว่าไปสถานที่ใด)

Unit 9

Talking about our I-san Food!

การแนะนำและอธิบายอาหารอีสาน

อาจารย์จักรกฤษณ์ วุฒิสิวะชาติกุล

Our 10 best well-known I-san Foods (10 อันดับอาหารอีสานที่เป็นที่รู้จักมากที่สุด)

Grilled Pork Neck
กรีล์ พอร์ค เน็ค
คอหมูย่าง

Grilled Fish
กรีล์ ฟีช
ปลาเผา

Hot and Sour soup
ฮ๊อท์ แอน ซาว ซุป
ต้มแซ่บ

I-san Sausages
อีสาน ซ็อสเซเจส
ไส้กรอกอีสาน

Pork Jerky
พอร์ค เจอกี้
หมูแดดเดียว

Minced Pork Salad
มิ้นซ์ พอร์ค ซาหลัด
ลาบหมู

Papaya Salad
พาพาย่า ซาหลัด
ส้มตำ

Grilled Pork Salad
กรีล์ พอร์ค ซาหลัด
น้ำตกหมู

Grilled Chicken
กรีล์ ชิกเคน
ไก่ย่าง

Thai Hot Pot
ไทย ฮอท พ็อท
จิ้มจุ่ม

Talking about food (การพูดและอธิบายอาหาร)

Yes, I do!

เยส ไอ ดู

ชอบค่ะ

No, I don't.

โนว โด๊นท์

ไม่ชอบครับ

Do you like *Somtam*?

ดู ยู ไลค์ *ส้มตำ*

คุณชอบ*ส้มตำ*ไหม

Yes, I like it.

เยส อิทส์ ไอ ไลค์ อิท

ชอบค่ะ

1. Talking favorite food (การถาม-ตอบเรื่องอาหารที่คุณชอบ)

การถาม	**การตอบ**
● **Do you like *Thai hot pot*?** ดู ยู ไลค์ _____? คุณชอบ<u>จิ้มจุ้ม</u>ไหมครับ/คะ	**Yes, I do. / Yes, I like it.** เยส ไอ ดู /เยส ไอ ไลค์ อิท ชอบครับ/ค่ะ **No, I don't. / No, I don't like it.** โน ไอ โด๊นท์ / โน ไอ โด๊นท์ ไลค์ อิท ไม่ชอบครับ/ค่ะ

*** การตอบคำถามนี้ต้องตอบด้วย Yes หรือ No ก่อนเสมอ ***

● **What is your favorite food?** วอท์ อีส ยัวร์ แฟร์วริท ฟูด อาหารโปรดของคุณคืออะไร	**I like** <u>*Papaya salad*</u>. (❤ ❤) ไอ ไลค์ <u>*พาพาย่า ซาหลัด*</u> ผม/ดิฉันชอบ<u>*ส้มตำ*</u> **I love** <u>*Papaya salad*</u>. (❤ ❤ ❤ ❤) ไอ เลิฟ <u>*พาพาย่า ซาหลัด*</u> ผม/ดิฉันชอบ<u>*ส้มตำ*</u> มากๆ
● What kind of food do you like? วอท์ คายด์ ออฟ ฟูด ดู ยู ไลค์ คุณชอบทานอาหารประเภทไหน	**I like** <u>*spicy food / seafood*</u>. ไอ ไลค์ <u>*สไปซี่ ฟูด / ซีฟูด*</u> ผม/ดิฉันชอบ <u>*อาหารรสเผ็ด / อาหารทะเล*</u>

*** การตอบคำถามนี้อาจได้หลายแบบ เช่น อาหารรสชาติไหนที่ชอบ หรือ อาหารประเภทไหนที่ชอบ (เนื้อหมูม วัว อาหารทะเล เป็นต้น) ***

2. Describing your food: taste and texture (การบรรยายอาหารด้านรสชาติและรสสัมผัส)

การถาม

- How's your food? ฮาวส์ ยัวร์ ฟูด? อาหารเป็นอย่างไร

  *** ถามถึงรสชาติ ขณะที่อีกฝ่ายกำลังรับประทานอาหารนั้นอยู่ ***

- What does it taste like? วอท์ ดาส อิท เทส ไลค์ รสชาติเป็นอย่างไร

การตอบ

It's …… อิทส์ **…**

It looks …… อิท ลุคส์ …

- spicy / hot สไปซี่ / ฮ๊อท เผ็ด
- sour ซาว (เวอะ) เปรี้ยว
- bitter บิทเทอร์ ขม
- salty ซอล์ที้ เค็ม
- sweet / sugary สวีท / ชูเกอรี่ หวาน / มีน้ำตาลมาก
- crunchy / crispy ครันชี่ / คริสปี้ กรอบ
- chewy / tough ชิววี้ / ทัฟ เหนียว
- raw รอว์ ดิบ
- tender เทนเดอร์ นุ่ม (นิยมใช้กับเนื้อสัตว์)
- juicy จูสซี่ ฉ่ำ (เช่น ในเนื้อสัตว์)
- fresh / crisp เฟรช / คริสป์ สด/กรอบ (ใช้กับผัก ผลไม้)
- rich รีช เข้มข้นด้วยเนย ครีมหรือไข่
- oily / greasy ออยลี่ / กรีซีย์ มัน เต็มไปด้วยไขมัน หรือน้ำมัน

3. Giving and feelings about your food (การแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกต่ออาหาร)

It's …… อิทส์ **…**

It looks …… อิท ลุคส์ …

- delicious ดีลีเชียส อร่อย
- tasty เทสตี้ รสชาติดี (อร่อย)
- yummy ยัมมี่ อร่อย

• flavorful	เฟรเวอฟูล	เต็มเปี่ยมด้วยรสชาติ
• scrumptious	สครัมเชียส	รสโอชา
• divine	เดอไวน์	รสชาติเยี่ยมมาก
• rich in flavor	รีช อิน เฟรเวอร์	รสชาติเข็มข้น
• mouth-watering	เมาท์ วอเตอร์ริ่ง	น้ำลายไหล

What is your favorite I-san Food? What does it taste like? (อาหารอีสานที่คุณชอบคืออะไร และมีรสชาติอย่างไร)

[1]**I like** *grilled pork neck*. [2]**It is** *juicy* **and** *tender*. [3]**It comes with** *chilli sauce* **or** *"Nam Jim Jaew"*. [4]**This sauce is** *spicy* **and** *sour*. [5]**This is a perfect combination.**

[1]**ไอ ไลค์** *กรีล์ พอร์ค เนค* / [2]**อิท อีส** *จูซีย์* **แอน** *เทนเดอร์* / [3]**อิท คัมส์ วิท** *ชิลลี่ ซอส* **ออ** *"น้ำจิ้มแจ่ว"* / [4]**ดีส ซอส อีส** *สไปซีย์* **แอน** *ซาว* / [5]**ดิส อีส เอะ เฟอร์เฟค คอมบิเนชั่น**

[1]**ฉันชอบ***คอหมูย่าง* / [2]**มัน (เนื้อคอหมู)** *ฉ่ำ***และ***นิ่ม* / [3]**มักทานคู่กับ***น้ำจิ้ม* **ที่เรียกว่า "***น้ำจิ้มแจ่ว***"** / [4]**น้ำจิ้มนี้มี***รส เผ็ด***และ***รสเปรี้ยว* / [5]**ทั้ง 2 อย่างนี้เข้ากันได้ดีมากค่ะ**

[1]**I like** *papaya salad*. [2]**It is** *spicy* **and** *salty*. [3]**It comes with** *vegetables.* [4]**They are** *fresh* **and** *crisp*. [5]***"Somtam"* is very tasty"**

[1]**ไอ ไลค์** *พาพาย่า ซาหลัด* / [2]**อิท อีส** *สไปซี่ย์* **แอน** *ซอลตี้*/ [3]**อิท คัมส์ วิท** *เวจเทอะเบิล* [4]**เดย์ อาร์** *เฟรช* **แอน** *คริสป์* / [5] **"ส้มตำ" อีส แวรี่ เทสตี้**

[1]**ฉันชอบ***ส้มตำ* / [2]**มัน (ส้มตำ)** *เผ็ด* **และ** *เค็ม* / [3]**มักทานคู่กับ** *ผักต่างๆ* / [4]**มัน (ผัก) ทั้ง** *สด* **และ** *กรอบ* / [5]**"ส้มตำ" อร่อยมากๆ**

References

https://www.youtube.com/watch?v=50syDdhrVPc

https://www.oxfordonline.com/talking-about-food/

https://www.live-less-ordinary.com/top-10-isan-food-northeastern-thailand/

https://www.live-less-ordinary.com/top-10-isan-food-northeastern-thailand/

http://learnenglishteens.britishcouncil.org/skills/listening/elementary-a2-listening/giving-directions

http://www.personalitytutor.com/how-to-introduce-people.html

https://www.zestcarrental.com/blog/2017/11/14/useful-phrases-learn-holiday/

https://7esl.com/asking-for-and-giving-directions/

https://www.eslbuzz.com/asking-for-and-giving-directions-in-english/

Photos References

https://hanslodge.com/clip-art/photos-of-people-talking-14.htm

https://www.youtube.com/watch?v=G_U8

https://www.youtube.com/watch?v=G_U8UU_mG1o

http://www.bansansuk.com/occupation/Miang%20Pla%20Pao/

https://www.knorr.com/th/recipe

http://pare160543.blogspot.com/2016/01/2.html

https://goodlifeupdate.com/healthy-food/recipe/46613.html

https://pantip.com/topic/35620793

https://cooking.kapook.com/view93927.html

https://www.youtube.com/watch?v=6PHLtctOnr8

https://www.unileverfoodsolutions.co.th/th/recipe/คอหมูย่าง

https://everydayfeminism.com/2016/05/men-approach-women-on-street/

https://www.highwaycodeuk.co.uk/rules-for-pedestrians-crossings.html

http://visualbymade.comhttp/visualbymade.com/surabaya-tunjungan-streets-sidewalk/

https://www.connectenglishsandiego.com/blog/tips-on-embassy-interviews/

http://speakingenglishone.blogspot.com/2013/11/blog-post.html

http://www.mindenglishofficial.com/article/greetingcustomers/

https://www.clipmass.com/story/65518

https://www.videoblocks.com/video/amazed-surprised

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ
ส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยววิถีถิ่น
สืบสานอัตลักษณ์ วัฒนธรรมอาหารอีสาน
เลียบแม่น้ำโขง
(หนองคาย บึงกาฬ มุกดาหาร นครพนม
อำนาจเจริญ อุบลราชธานี) และพื้นที่ใกล้เคียง

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
SUAN DUSIT UNIVERSITY

ประสานงานโครงการโดย
สำนักบริหารกลยุทธ์
โทร:0 2244 5599

295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300 โทร. 0 2244 5000
295 Nakhon Ratchasima Rd., Dusit, Bangkok 10300 Tel. +66 2244 5000
www.dusit.ac.th

Design by: Suan Dusit Graphic Unit