



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต
สังคมเมือง และสนับสนุนเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวไทย
กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN)

จัดทำโดย นางอัมพร จันทวิบูลย์
รหัส 9061

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9 ปี 2560
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล (Individual Study)

เรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต
สังคมเมือง และสนับสนุนเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวไทย
กรณีศึกษาจังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN)

จัดทำโดย นางอัมพร จันทวิบูลย์
รหัส 9061

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9 ปี 2560
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(เอกอัครราชทูต ดร. จริย์วัฒน์ สันตะบุตร)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(ดร. กาญจนา วาณิชกร)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การพัฒนาอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ในประเทศไทย เป็นการศึกษาที่มีความจำเป็นกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมเมือง ซึ่งมีแนวโน้มของขยายตัวมากขึ้น เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตเร่งรีบแข่งกับเวลา สะดวก-เข้าถึงง่าย รวมทั้งทิศทางการแสวงหาวิถีชีวิตใหม่ที่สนับสนุนให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับ Life-style ของคนรุ่นใหม่ที่มีการมีประสบการณ์ใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสกับวิถีชีวิตต่างถิ่น การศึกษานี้ มุ่งบ่งชี้ถึงอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย ทั้ง 4 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทางวัฒนธรรม มิติทางสุขภาพ เนื่องจากเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนไทย ที่ต้องอาศัยการบูรณาการการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างมั่นคง มั่งคั่ง และความยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะยาว 20 ปี ด้วยข้อจำกัดของเวลา ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาเฉพาะกรณี (case study) จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN) เพื่อเป็นตัวแทนของจังหวัดท่องเที่ยว ใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary research–Secondary Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บเพิ่มเติม (Primary Data) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) เพื่อการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้ปลอดภัย และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ใช้การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group interview– FGI) กลุ่มเจ้าหน้าที่และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษารูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตที่พึงประสงค์ ให้เป็นต้นแบบอาหารริมบาทวิถีที่ผสมผสานมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ รวมทั้งหาแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษา พบว่า การขายอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทยยังเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ควรส่งเสริมและพัฒนา สามารถทำให้เกิดคุณค่า (Value) มูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอาชีพต่างๆ ตลอดห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) ในการผลิตอาหารดิบ พืชผัก ผลไม้ หรือ เนื้อสัตว์ ฯลฯ มาสู่ธุรกิจกลางน้ำ (Midstream) ในกระบวนการโลจิสติกส์และการแปรรูปอาหาร จนมาเป็นสินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภคที่ปลายน้ำ (Downstream) แก่คนทำงานในภูเก็ต รวมทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ แต่ยังคงขาดการกำหนดนโยบาย ระบบ มาตรฐานและ มาตรการ ที่ช่วยผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ โดยเฉพาะความสม่ำเสมอในการบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างเข้มงวด จากการศึกษาที่มีข้อบ่งชี้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพ และความพร้อมในการพัฒนาเพื่อเป็นต้นแบบการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีที่สนองความต้องการผู้บริโภค ที่ผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ และมีศักยภาพ และความพร้อมสูงในการดำเนินงานสู่ความยั่งยืน 2 รูปแบบ คือ ร้านอาหารริมบาทวิถี ที่เน้นอาหารไทยจานด่วนสำหรับชีวิตคนในสังคมเมือง และอาหารพื้นบ้านของจังหวัดภูเก็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว อาหารริมบาทวิถีทั้ง 2 รูปแบบนี้ จะต้องมีการกำหนด/มาตรฐานร่วมที่สำคัญ คือ มิติทางสุขภาพ ถือเป็นปัจจัยร่วม และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง (Necessary Factors) เพื่อสร้างและรักษาคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคให้ได้รับ

อาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่า ไม่ก่อให้เกิดโรค และไม่สร้างเกิดความสกปรก มลพิษกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความสวยงาม ความเชื่อมั่นในการบริโภคอาหาร ในการนี้มีมิติด้านอื่นๆ อีกสามด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จะเป็นปัจจัยเสริม (Plus Factors) ให้เกิดแรงดึงดูดยิ่งขึ้นดังกล่าวแล้วข้างต้น สำหรับแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตสู่ความยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์/วิสัยทัศน์ร่วม นโยบาย แผนงาน/งบประมาณ ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาเป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบ วาดภาพ และวางรูปแบบของธุรกิจ (Business Model) และแนวคิดเรื่องการตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร และการนำ Digital Technology มาใช้ในการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ให้เกิดคุณค่า (Value Chain)

ข้อเสนอแนะในการนำสิ่งที่ได้จากการศึกษาแก่จังหวัดภูเก็ต กรมอนามัย และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมอนามัยและจังหวัดภูเก็ตนำรูปแบบไปทดลองในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยเร่งรัด ปรับปรุง/จัดหาสถานที่ และยกระดับมาตรฐานการขายอาหารริมบาทวิถี “อาหารไทยจานด่วน” ให้ได้มาตรฐาน และกำกับดูแลอย่างเข้มงวด และทดลองรูปแบบอาหารริมบาทวิถี “อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น” ด้วยรูปแบบที่พึงประสงค์ที่ผสมผสานทั้ง 4 มิติ รวมทั้งยกระดับพัฒนา และสร้างนวัตกรรม “อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น” เพื่อเป็น Local Product Food โดยพัฒนาเรื่องการออกแบบ (Design) การเพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) เฉพาะถิ่น ให้มีคนมาท่องเที่ยวต่อเนื่อง ในอนาคตอาหารชนิดนี้อาจพัฒนาไปสู่ อาหารริมบาทวิถีทั่วไป เพิ่มยอดจำหน่ายเข้าประเทศ หรือสร้างธุรกิจการเยี่ยมชม หรือ สอนวิธีการทำอาหารภูเก็ต และขยายการขับเคลื่อนไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป รวมทั้งมีข้อเสนอแนะสำหรับกระทรวงการต่างประเทศ: ในการนำองค์ความรู้จากต่างประเทศ การนำองค์ความรู้ด้านวิชาการและ มาตรฐานสากล รวมทั้งบรรทัดฐานระหว่างประเทศมาช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย; และร่วมเป็นทีมไทยแลนด์ในการบูรณาการภารกิจด้านการต่างประเทศกับทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ และเวทีระหว่างประเทศ; โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่องในแต่ละระดับ โดยเฉพาะควรเน้นเรื่อง กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย ซึ่งปรากฏเป็นรูปธรรม ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเน้นการบูรณาการจากทุกภาคส่วน ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียงต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ จัดทำขึ้นจากความตระหนักถึงความจำเป็นและบทบาทอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ในประเทศไทย เนื่องจากเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนไทย ที่ต้องอาศัยการบูรณาการการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างมั่นคง มั่งคั่ง และความยั่งยืน ตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย ยุทธศาสตร์ชาติระยะยาว 20 ปี และความสนใจข้อคำถามของผู้วิจัยว่า ทำอย่างไรในการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ของจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นต้นแบบอาหารริมบาทวิถีที่ผสมมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

ภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลาอันสั้นในช่วงการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูตรุ่นที่ 9 งานศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษาทั้ง 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถัย กักผล เอกอัครราชทูต ดร.จริยวัฒน์ สันตะบุตร และดร.กาญจนา วานิชกร ที่ให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ที่มีคุณค่า ช่วยให้การศึกษามีความชัดเจน ครบถ้วน และเกิดแนวคิดใหม่ เป็นงานวิจัยที่มีคุณค่าที่ผู้วิจัยนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินงานต่อไป

อนึ่ง งานวิจัยครั้งนี้ สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ที่ทำการศึกษาวิจัย ผู้บริหาร นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานจากหลากหลายหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีที่ผ่านมา และในปัจจุบัน ที่มีความมุ่งมั่น และพัฒนางานมาถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะข้อมูลจากผู้บริหาร นักวิชาการ และผู้ปฏิบัติงานจากในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งตัวแทนผู้ประกอบการค้าอาหาร ในจังหวัดภูเก็ต ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ ข้อมูล ข้อเท็จจริง ปัญหาอุปสรรค ความคิด ข้อเสนอแนะ แนวทาง ประสพการณ์ต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ คณะผู้จัดการอบรมและคณะเจ้าหน้าที่และผู้ประสานงานของสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการทุกท่าน ที่จัดให้มีหลักสูตร และสนับสนุนกระบวนการต่างๆ จนทำให้เอกสารฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และสามารถใช้เป็นเอกสารเพื่อการอ้างอิงต่อไป มา ณ ที่นี้ ทั้งนี้หากมีข้อบกพร่อง และข้อแนะนำเพิ่มเติม ผู้วิจัยขอน้อมรับด้วยความยินดี

อัมพร จันทวิบูลย์

สิงหาคม 2560

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
สารบัญแผนภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	5
1.4 สมมติฐานการศึกษา	6
1.5 ประโยชน์ของการศึกษา	6
1.6 นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 ประวัติความเป็นมา และบทบาทของอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย	8
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภูเก็ต	14
2.3 ข้อมูลอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมาเลเซีย	25
2.4 แนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique เป็นเครื่องมือ	34
2.5 สรุปกรอบแนวคิด	36
บทที่ 3 ผลการศึกษา	37
3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก: (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique	38
3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีโดยใช้แนวคิดเรื่องการตลาด หลัก 4P (Product Price Place และ Promotion) กับมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม มิติด้านวัฒนธรรม และมิติด้านสุขภาพ	42
3.3 รูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน	45
3.4 สรุปรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์	46

บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	48
4.1 สรุปผลการศึกษา	49
4.2 ข้อเสนอแนะ	52
บรรณานุกรม	57
ประวัติผู้เขียน	59

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2.1	นิยาม ความหมาย มุมมอง อาหารริมบ้านวิถี (Street Food)	12
ตารางที่ 3.1	ผลการวิเคราะห์ เปรียบเทียบ Strength และ Results ของการดำเนินงาน เกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี ระหว่างภูเก็ต กับ คู่เทียบ	38

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2.1	ปุม....อาหารริมบาทวิถี	9
ภาพที่ 2.2	การขายอาหารบริเวณถนนหน้าอาคารชินโงะตึกีส เขตเทศบาลเมือง ภูเก็ต	17
ภาพที่ 2.3	ภาพอาหารพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต	20
ภาพที่ 2.4	ภาพอาหารพื้นเมืองของกรุงเทพที่ถูกกล่าวถึงในโลกออนไลน์	27
ภาพที่ 2.5	ภาพงาน Festival ในประเทศญี่ปุ่น	29
ภาพที่ 2.6	ภาพอาหารพื้นเมืองของกรุงเทพที่ถูกกล่าวถึงในโลกออนไลน์	30
ภาพที่ 2.7	ภาพตัวอย่างอาหารริมบาทวิถีที่ขึ้นชื่อของมาเลเซีย	33
ภาพที่ 2.8	กรอบแนวคิดการศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต สังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN	36
ภาพที่ 3.1	แสดงคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหลักในโมเดลประเทศไทย 4.0	40
ภาพที่ 3.2	อาหารริมบาทวิถีที่เน้นอาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	45
ภาพที่ 3.3	อาหารริมบาทวิถีที่เป็นอาหารไทยจานด่วน	46
ภาพที่ 3.4	อาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุน เศรษฐกิจ การท่องเที่ยวไทย และนำเสนอ แนวทางการพัฒนาสู่ความ ยั่งยืนของจังหวัด	47
ภาพที่ 4.1	วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยมกระทรวงสาธารณสุข	54

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาหารริมบาทวิถี (Street Food) เป็นพัฒนาการของการขายอาหาร ที่ตอบสนองกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการกินอาหารของสังคมเมือง ที่แพร่หลายมากขึ้น ยิ่งแนวโน้มของขยายตัวของชุมชนเมือง และการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรที่เข้ามาอาศัยในเขตเมือง ด้วยความจำเป็นทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และการติดต่อสื่อสารยุคโลกาภิวัตน์ อาหารริมบาทวิถี จึงเป็นทางเลือกของ ประชาชนที่อาศัยในเขตเมืองและนักท่องเที่ยวใช้บริการมากขึ้น เนื่องจากตอบสนองวิถีชีวิตเร่งรีบ แข่งกับเวลา สะดวก-เข้าถึงง่าย ประกอบกับ Life-style ของคนรุ่นใหม่ที่ยินยอมการมีประสบการณ์ ใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสกับวิถีชีวิตต่างถิ่น การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญ กับอาหาร ริมบาทวิถีของประเทศไทย ในหลากหลายมิติ ทั้งในมิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทาง วัฒนธรรม และมิติทางด้านสุขภาพ เนื่องจากเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิต ของประชาชนไทยที่ต้องอาศัยการบูรณาการการดำเนินงานของทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างมั่นคง มั่งคั่ง และความยั่งยืน ตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย แผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะยาว 20 ปี : ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทางการค้า และบริการให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนจากการพัฒนาภาคการผลิต และการบริการ โดยขยายการให้บริการให้มีความหลากหลายทางการท่องเที่ยว (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) และสนองนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศ และแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย ระยะ 20 ปี ที่ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ ชื่นนำของโลก ที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชน ทุกภาคส่วน” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

1.1.1 มิติทางด้านเศรษฐกิจ

อาหารริมบาทวิถีเป็นธุรกิจที่ให้บริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญ และเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้ของประชากรภายในประเทศ ทั้งนี้ Euro monitor International สถาบันวิจัยตลาดชั้นนำและเป็นที่ยอมรับของโลก (CletusAcho-Chi, 2002) รายงานว่า แม้ปี พ.ศ. 2553 ยอดจำหน่ายจากการขายอาหารริมบาทวิถีโดยรวมของโลกจะไม่สูงนัก คือ มีมูลค่าประมาณ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ เทียบกับการขายอาหารแบบภัตตาคารซึ่งมียอดจำหน่ายราว 1.5 ล้านล้าน ดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1 ต่อ 15 แต่ธุรกิจการขายอาหารริมบาทวิถีของโลกกลับมีทิศทางเติบโตอย่างมาก และมีแนวโน้มขยายตัว ในประเทศไทยมีผลสำรวจพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการรับประทานอาหารริมทาง มากกว่า 100 บาท มีอยู่ถึง 40% นำมาคำนวณจากฐานประชากรวัยทำงานในกรุงเทพฯ มีอยู่ 3.84 ล้านคน (ข้อมูลจากกระทรวงแรงงาน ปี 2556) ที่รับประทานอาหารริมทาง 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์

ในราคาอาหารต่อมื้อที่ 100 บาท จะคิดเป็นมูลค่าตลาดที่สูงถึง 79,872 ล้านบาทต่อปี (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557) ประกอบกับโอกาสความนิยมกระแสความชื่นชอบในอาหารไทย โดยเฉพาะ 10 เมนูอาหารไทยยอดนิยมที่ได้รับการจัดอันดับจาก CNN.go.com (2556) คือ แกงเขียวหวานไก่และเนื้อ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ผัดซีอิ้วหมู หมูทอด ข้าวผัดปูส้มตำ-ไก่ย่าง หมูย่าง-ข้าวเหนียว ขนมหครก ชาเย็น และข้าวเหนียวมะม่วง ข้อมูลจากกรมการท่องเที่ยว พบว่า ปี 2559 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 480,000 ล้านบาท สูงเป็นอันดับ 3 รองจาก ค่าที่พัก (ร้อยละ 29) และค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก (ร้อยละ 24) ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายการท่องเที่ยวเชิงอาหารสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากจีน 83,313 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 19 อันดับสอง รัสเซีย 20,818 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 32 และอันดับสาม ประเทศสหราชอาณาจักร 18,409 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 10 ซึ่งพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะชื่นชอบอาหารไทย ในปัจจุบันมีแนวโน้มชื่นชอบอาหารริมทาง (Street Food) และอาหารท้องถิ่น (Local Food) มากขึ้น (Website กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) นายพงษ์ภาณุ เศวตรุนทร์ ปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานเรื่องอาหารและวัฒนธรรมการกินของแต่ละท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมซึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ซึ่งเป็นหนึ่งในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยจะมีการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อจัดทำแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยได้มีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น (Website กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

1.1.2 มิติทางสังคม

มีการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีว่าไม่มีวันหายไป แม้สภาวะธุรกิจจะมีการแข่งขันสูงและมีความไม่แน่นอน เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้าน ของคนไทย และการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่นิยมทำอาหารเอง และมีชีวิตในการพบปะพูดคุย หรือทำกิจกรรมสังสรรค์ทางสังคม รวมถึงมีการเสาะหาร้านอาหารที่ดีและมีชื่อเสียงเพื่อบริโภคอาหารและผ่อนคลาย ประกอบกับความท้าทายที่ทั่วโลกมีลักษณะสังคมเมือง (Urbanization) เพิ่มสูงขึ้น วิถีชีวิตในสังคมเมืองส่งผลต่อความเปลี่ยนแปลงวิถีการทำงาน การประกอบอาชีพ และส่งผลต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม เนื่องจากการดำเนินชีวิตประจำวันที่ถูกพันกับเวลา โดยเฉพาะพฤติกรรมการบริโภคซึ่งเป็นกิจกรรมหลักในการดำเนินชีวิตก็มีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่เร่งรีบ ต้องการความสะดวกสบาย รสนิยม แฟชั่น อาหารริมบาทวิถีจึงเป็นทางเลือกที่สนองความต้องการ ตามตรอกซอยในแหล่งชุมชนมากขึ้น (ฐิตาภรณ์ รัตนนิธิพงศ์, 2545) การขายอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย เป็นหนึ่งในอาชีพที่ประชาชนสามารถเข้ามาในธุรกิจได้ง่ายแก่ประชาชนแบบไม่จำกัด เพศ อายุ การศึกษา อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้เกิดรายได้ของประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอาชีพต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) ในการผลิตอาหารดิบ พืชผัก ผลไม้ หรือ เนื้อสัตว์ ฯลฯ มาสู่ธุรกิจ หรือ ประชาชน ในกระบวนการขนส่งอาหารสดไปยังตลาดเพื่อขายแก่ผู้บริโภค หรือแปรรูปให้เป็นสินค้า หรือ อาหารสำเร็จรูป/เครื่องปรุง เครื่องเทศ กลางน้ำ (Midstream) จนมาเป็นสินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภค ที่ปลายน้ำ (Downstream) ทั้งที่เป็นคนไทยในเมืองนั้น ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.1.3 มิติทางวัฒนธรรม

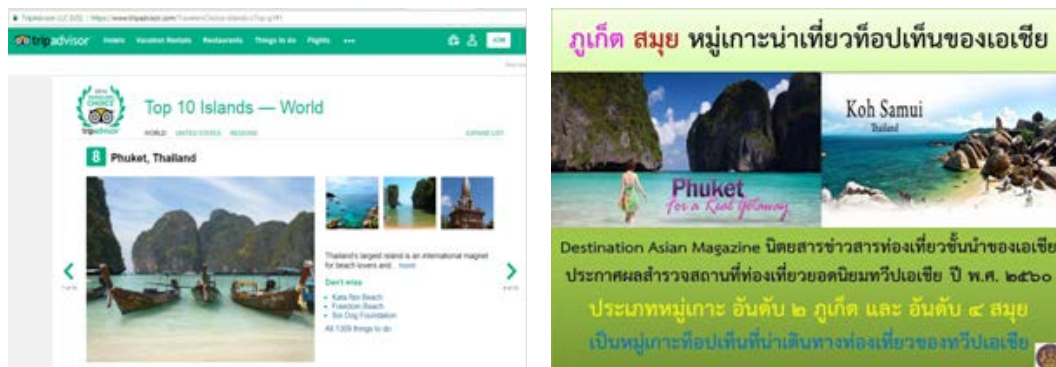
วัฒนธรรมอาหารเป็นทุนทางสังคมที่มีคุณค่าของแต่ละประเทศจากการสั่งสมภูมิปัญญาและประสบการณ์ของบรรพชนในการนำพืชผัก ผลไม้และสัตว์ ในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบในตำรับอาหารเพื่อการบริโภคและการถนอมอาหารไว้ในครัวเรือนและชุมชน มีการสืบทอดประสบการณ์และทักษะจากรุ่นสู่รุ่น จนซึมซับวิถีชีวิตประจำวัน ขนบธรรมเนียม ประเพณีทางศาสนา อาหารจึงเป็นตัวแทนวัฒนธรรมที่มีลักษณะเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ของแต่ละสังคม (อภิญญา ตันทวีวงศ์, 2556: 20) เมื่อมองในมิตินี้ อาหารไทย จึงเป็นเอกลักษณ์และจุดแข็งของประเทศไทยในการนำไปขยายผลต่อยอดให้มีความโดดเด่นและถ่ายทอดไปยังลูกหลานให้เกิดความภาคภูมิใจในการสืบทอดภูมิปัญญา ความรู้ความตระหนักในการใช้ทรัพยากรเพื่อผลิต และกระจายอาหารในห่วงโซ่อาหาร ตลอดจนพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ในการบริโภคอาหารเพื่อความมั่นคง (คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ, 2555) อีกทั้งเป็นโอกาสในการพัฒนาและสร้างธุรกิจจากวัฒนธรรมอาหารไทย แข่งขันกับนานาชาติ เพื่อทวนกระแสแฟชั่นเด็กไทยไม่นิยมกินอาหารไทย (วศิณา จันทศิริ, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับทิศทางการดำเนินงานของกระทรวงวัฒนธรรม 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ (1) การพัฒนาคนและสังคม สร้างคนให้เป็นคนดี มีคุณธรรม ภูมิใจในความเป็นไทย (2) สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนและชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างสมดุลอันจะนำไปสู่ความมั่งคั่งของประเทศอย่างยั่งยืน และ (3) การนำวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างความสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ และเกียรติภูมิของไทยในเวทีโลก ด้วยการนำทุนและทรัพยากรทางวัฒนธรรม มาต่อยอด สร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจของแต่ละจังหวัดเพื่อขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมทุกมิติและจัดทำแผนปฏิบัติการแบบบูรณาการตามนโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) ใน 5 ด้าน (5 F) ได้แก่ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) การออกแบบและแฟชั่น (Fashion) อาหาร (Food) มวยไทย (Fighting) เทศกาลและประเพณีไทย (Festival) (กระทรวงวัฒนธรรม, 2560) ในการนี้ การพัฒนาอาหารริมบาทวิถี จะกลายเป็นบทบาทของทุนวัฒนธรรมที่สำคัญ

1.1.4 มิติทางด้านสุขภาพ

ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 ได้กำหนดให้ “สถานที่จำหน่ายอาหาร” หมายถึง อาคารสถานที่ หรือบริเวณใดๆ ที่ไม่ใช่หรือทางสาธารณะ ที่ใช้เพื่อประกอบปรุง และจำหน่ายอาหารผู้ซื้อบริโภคได้ทันที จะมีที่รับประทานอาหารหรือไม่ก็ได้ ซึ่งหมายถึงร้านอาหาร ภัตตาคาร สวนอาหาร ศูนย์อาหาร หรือ Food court เท่านั้น ซึ่งต้องปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในข้อกำหนดของท้องถิ่น (มาตรา 40) หรือเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต หรือหนังสือรับรองการแจ้ง (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2554) ดังนั้น อาหารริมบาทวิถี ซึ่งมีการตั้งปรุง ประกอบ หรือจำหน่ายอาหาร ตามที่ทางสาธารณะในชุมชนต่างๆ หรือการเร่ขาย โดยสภาพเป็นการกระทำที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย เนื่องจากเป็นการกีดขวางทางสาธารณะในการสัญจรไปมาของคน พาหนะต่างๆ และอยู่ในสภาพที่เป็นข้อจำกัดให้อาจเกิดการปนเปื้อนของอาหารได้ ดังนั้น การจำหน่ายอาหารในที่ทางสาธารณะจะต้องได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น (มาตรา 56) (สุรีย์ วงศ์ปิยชน และคณะ, 2556) จากการเก็บข้อมูลข้อมูลสถานการณ์สุขภาพอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหาร ปี 2554–2557 พบว่า ข้อกำหนดสุขภาพอาหารที่แผงลอยจำหน่ายอาหารไม่ผ่านซ้ำๆ กันทุกปี คือ การแต่งกายที่ผู้สัมผัสอาหารแต่งกายสะอาด สวมเสื้อมีแขนผู้ปรุงต้องผูกผ้ากันเปื้อน

(ร้อยละ 29.30) การรวบรวมมูลฝอยและเศษอาหารเพื่อนำไปกำจัด (ร้อยละ 22.99) อาหารปรุงสุก มีการปกปิด หรือมีการป้องกันสัตว์แมลง นำโรค (ร้อยละ 21.52) การเก็บน้ำแข็งที่ใช้บริโภค ในภาชนะที่สะอาด มีฝาปิด (ร้อยละ 18.46) และการเก็บซ่อน ส้อม ตะเกียบ วางตั้งเอาด้ามขึ้นใน ภาชนะโปร่งสะอาดและมีการปกปิด (ร้อยละ 13.09) (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2555) ข้อมูลการศึกษาการจำหน่ายอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการค้าปฏิบัติ ไม่ถูกต้องตามเกณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคเคยมีอาการท้องร่วงจากการรับประทานอาหารริมบาทวิถีถึง ร้อยละ 20.8 และพบปัญหาด้านอื่นๆ เช่น ความไม่สะอาดของอาหาร การปกปิดอาหารจากแมลง ฝุ่น ละออง คิวรอล (นภดล ภัทรากิจ, 2541) และล่าสุดผลการสำรวจความเห็นของชาวยุโรปที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยลีดส์ (Lead University) พบว่า ยังมีความ ห่วงกังวลเรื่องความสะอาด และการรักษาความสะอาดเรียบร้อยของอาหารตามถนน การยกระดับ และพัฒนางานสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน ไทยในเขตเมืองที่ต้องพึ่งพิงอาหารริมบาทวิถีที่ยังเพิ่มจำนวนมากขึ้น ให้บริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่า อย่างเท่าเทียม เพื่อให้สอดคล้องตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการพัฒนาและ เสริมสร้างศักยภาพคน และด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม และ เป้าหมายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564)

การศึกษารั้วนี้ ผู้วิจัยได้เลือกจังหวัดภูเก็ตเป็นกรณีศึกษา เนื่องจาก ภูเก็ตเป็นจังหวัด ท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีลักษณะพิเศษ เป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ในทะเลอันดามัน ซึ่งมีชื่อเสียงและมีเสน่ห์ระดับโลก ได้ชื่อว่าเป็น “ไข่มุกแห่งอันดามัน” ด้วยน้ำทะเลสีฟ้า หาดทราย อาหารเลิศรส และการดำนานอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่น เป็นของตนเอง โดยเฉพาะสถาปัตยกรรม ชิโน-โปรตุกีส และได้ชื่อว่าเป็นเมือง East Meet West คือ ที่ซึ่งตะวันออกพบตะวันตก นั่นคือ ภูเก็ตมีลักษณะของความทันสมัยและเป็นเมืองนานาชาติ ที่ใน ขณะเดียวกันก็ดำรงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นของตนเองได้อย่างเด่นชัด (กรมการท่องเที่ยว) เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีนักเดินทางจากทั่วทุกมุมโลก ผลสำรวจล่าสุดในปี พ.ศ. 2559 tripadvisor จัดภูเก็ตติดอันดับที่ 8 ที่ทั่วโลกนิยมท่องเที่ยว และติดอันดับ 2 หมู่เกาะที่อบอุ่นที่น่าเดินทาง ท่องเที่ยวของทวีปเอเชีย สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าภูเก็ตเพิ่มขึ้น จากประมาณปีละ 11 ล้านคน ในปี 2556–2557 (กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) เป็น 13,369,634 คน ในปี 2558 โดย เพิ่มขึ้น 11.80% จากปี 2557 เป็นคนไทย 3,826,229 คน และเป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 9,543,405 คน สร้างรายได้เข้าประเทศรวม 326,103.91 ล้านบาท (เพิ่มขึ้น 25.77%) ซึ่งช่วยให้เกิด การขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าในธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของภูเก็ต โดยจังหวัดภูเก็ตได้กำหนดวิสัยทัศน์ในปี พ.ศ. 2557–2560 ว่า “ภูเก็ต เมืองท่องเที่ยวนานาชาติ บนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน” (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2559)



จึงเป็นข้อคำถามของผู้วิจัยว่า ทำอย่างไรจะพัฒนาอาหารริมบาทวิถี (Street Food) ของ จังหวัดภูเก็ต ให้เป็นต้นแบบอาหารริมบาทวิถีที่ผสมมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 ศึกษารูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย

1.2.2 หาแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต สู่ความยั่งยืน

1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.1 ขอบเขตการศึกษา

1.3.1.1 ด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาเพื่อหารูปแบบและแนวทางการดำเนินงาน อาหารริมบาทวิถี ในมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ

1.3.1.2 ด้านพื้นที่ เป็นการศึกษาเฉพาะพื้นที่ โดยเลือกจังหวัดภูเก็ตเป็น กรณีศึกษา เพื่อเป็นตัวแทนของจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาต้นแบบการดำเนินงานอาหาร ริมบาทวิถี

1.3.1.3 ด้านระยะเวลา ระหว่างเดือน พฤษภาคม 2560–สิงหาคม 2560

1.3.2 วิธีดำเนินการศึกษา

1.3.2.1 การศึกษาเอกสาร (documentary research)

1) ข้อมูลจากนโยบาย เอกสาร ตำรา ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์ การสัมมนา/การประชุมเชิงปฏิบัติการ ข้อมูลผลการดำเนินงาน งานวิจัย เอกสารเผยแพร่ที่ เกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี ทั้งในรูปตัวหนังสือ (Text) และภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ

2) รูปแบบ และ แนวทาง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถี จากประเทศ ญี่ปุ่นและประเทศมาเลเซีย เพื่อใช้เป็นคู่เทียบ (Bench march) ในการดำเนินงาน

1.3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดย การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) เพื่อ การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้ปลอดภัยและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Interview: FGI) จากกลุ่มเจ้าหน้าที่และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัด ภูเก็ต

1.3.3 ระเบียบวิธีการศึกษา

1.3.3.1 ประชากรที่ศึกษา มี 2 กลุ่ม คือ

- 1) ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต
- 2) ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหาร

1.3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ใช้การสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิดแบบมีโครงสร้าง ด้วยกรอบแนวคิดการวิจัย ตามภาพที่ 1

1.3.3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัย ได้วางแผนทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) การศึกษา รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล
- 2) การจัดบันทึกข้อมูล แนวคิด และข้อเสนอ จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) เพื่อการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้ปลอดภัยและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มเจ้าหน้าที่ภาคส่วนต่างๆ และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต
- 3) การจัดบันทึกบทสัมภาษณ์ผู้บริหาร/ผู้ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดภูเก็ต และส่วนกลาง

1.3.3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย Content Analysis เน้นให้ได้ข้อสรุปถึงความจำเป็นมา สภาพปัญหา สถานการณ์รวมทั้งข้อมูล การเปรียบเทียบเหตุการณ์ การวิเคราะห์ส่วนประกอบ การวิเคราะห์แบบอุปนัย เกิดเป็นข้อเสนอแนะ แนวทางการทำงาน เพื่อนำไปเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนา และขยายผลดำเนินงานต่อไป

1.4 สมมติฐานการศึกษา

รูปแบบอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตที่ผสมผสานมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน

1.5 ประโยชน์ของการศึกษา

- 1.5.1 ได้รูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ของจังหวัดภูเก็ต
- 1.5.2 ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต สู่ความยั่งยืนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาอาหารริมบาทวิถีที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในเขตเมือง และมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

1.6 นิยามศัพท์

อาหารริมบาทวิถี หมายถึง อาหารที่ปรุงสำเร็จ หรืออาหารที่เตรียมมาประกอบ และปรุงอาหารที่พร้อมรับประทาน ในลักษณะของแผงลอย รถเข็น บู๊ท (Booth) คีส์ออส (Keios) ในที่หรือทางสาธารณะ โดยกำหนดเป็นจุดผ่อนผันทางกฎหมายแล้ว

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ไทย กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN) หัวข้อประกอบด้วยศึกษาค้นคว้าจาก เอกสาร บทความ ตำรา และงานวิจัย ในประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมา และบทบาทของอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย
2. ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภูเก็ต
3. ข้อมูลอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมาเลเซีย
4. แนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique เป็นเครื่องมือ

2.1 ประวัติความเป็นมา และบทบาทของอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย

จากการศึกษาประวัติการประกอบอาชีพขายอาหารริมบาทวิถี (street food) พบว่า มีพัฒนาการมาจากการค้าในสมัยต้นรัตนโกสินทร์เป็นอาชีพที่ผู้หญิงในฐานะนักรบประกอบอาชีพค้าขาย (แม่ค้า) เพื่อหารายได้ ควบคู่ไปกับอาชีพทำนา เนื่องจากชายไทยถูกเกณฑ์แรงงานในระบบศักดินาและเป็นการค้าในเศรษฐกิจแบบยังชีพ ไม่เน้นการขยายการค้า ลักษณะการค้ามีทั้งที่ขายอยู่กับที่และการพายเรือเร่ขายไปตามบ้านเรือนริมแม่น้ำลำคลอง ในรูปแบบ “ตลาดน้ำ” (Floating Market) หรือ “ตลาดเรือ” โดยมักนำข้าวของที่ตนมีอยู่ในละแวกที่อยู่อาศัยมาซื้อขายแลกเปลี่ยนกัน หลังจากการสร้างถนนมากขึ้น การคมนาคมหลักเปลี่ยนจากการคมนาคมทางน้ำมาเป็นการคมนาคมทางบก จึงมีการขยับการค้าทางบก กล่าวคือ การค้าแบบอยู่กับที่เป็น “ตลาดบก” นอกกำแพงพระนคร สินค้าที่ขายส่วนใหญ่คืออาหาร และแบบไม่อยู่กับที่ปรากฏในรูปของการหาบสินค้าเร่ขาย ตามถนน “การค้าหาบเร่แผงลอยบนบก” โดยรัฐมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุน การค้าหาบเร่แผงลอย ด้วยการส่งเสริมให้มีตลาดนัดเพื่อส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้แก่เกษตรกร และมีปรากฏในบันทึกประวัติศาสตร์ นโยบายรัฐนิยมของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ได้ส่งเสริมและสงวนอาชีพให้ชาวไทย ด้วยการออกกฎหมายห้ามผู้ค้าหาบเร่แผงลอยอาหารชาวจีนเข้าไปค้าขายในที่ทำการของกระทรวงธรรมการ และโรงเรียนรัฐบาลทุกแห่ง เพื่อมุ่งหวังจะเลื่อนฐานะทางเศรษฐกิจตามแบบอย่างพ่อค้าชาวจีนที่เป็นผู้ขาย ที่สามารถยึดการค้าข้างทางเป็นบันไดให้ก้าวการสะสมทุน (นฤมล นิราทร และคณะ, 2550) ดังสรุป ปุ่ม...อาหารริมบาทวิถี ดังภาพที่ 2.1 (นายแพทย์ณรงค์ ฉายวงศ์, 2557)



ภาพที่ 2.1 ปูม....อาหารริมบาทวิถี

การค้าหาบเร่แผงลอยได้กลายเป็นอาชีพอิสระที่เปิดโอกาสให้ประชาชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย การศึกษาดำเนินเข้าสู่อาชีพ ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วขึ้นหลังปี พ.ศ. 2523 เนื่องจากสามารถตอบสนองต่อความต้องการซื้ออาหารที่มีราคาถูก และพร้อมบริการตามตรอกซอยในชุมชนของ

แรงงานจำนวนมากที่ผันตัวจากภาคการเกษตรเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม (นฤมล นิราทร, 2557) ปัจจุบันการค้าข้างทาง ทั้งเคลื่อนที่และอยู่กับที่ ยังคงเป็นอาชีพที่มีบทบาททางเศรษฐกิจ ในการสร้างงานสร้างฐานะทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการอาชีพ โดยเฉพาะผู้ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ งานศึกษาจำนวนมากพบว่า ผู้ค้าหาบเร่แผงลอยมีฐานะทางเศรษฐกิจหลากหลาย (นภัส ศิริสัมพันธ์, 2537; นฤมล นิราทร, 2538; Nirathron, 1996; นฤมล นิราทร, 2548; ธนาคารอมสิน, 2556 อ้างอิงจาก นฤมล นิราทร, 2559) โดยเฉพาะเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร กลายเป็นรูปแบบธุรกิจ (Business Model) รูปแบบหนึ่ง ที่มีขนาดเล็กกว่าธุรกิจขนาดเล็ก หรือธุรกิจขนาดย่อม บางครั้งเรียกว่า “ธุรกิจขนาดจิ๋ว” หรือ Micro-enterprise (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ:สศช.) ที่ชนชั้นกลางเข้ามาใน “สนามการค้า” มากขึ้น ดังตัวอย่างของ นายสิริวัฒน์ วรเวทย์วุฒิกุล ซึ่งเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ ในปี 1997 และได้ผันตัวเองจากนักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มาสู่การเร่ขายแซนวิชข้างทาง (Thaipublica, 2012; Siriwat Sandwich, 2013)

อาจกล่าวได้ว่า ปัจจุบันบทบาททางเศรษฐกิจของหาบเร่แผงลอยมิได้จำกัดอยู่กับการสร้างงานสร้างฐานะทางเศรษฐกิจให้แก่ผู้ประกอบการอาชีพหลากหลายฐานะ มีมูลค่าการขายภายในประเทศยังสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ระบบเศรษฐกิจโดยรวมและสนับสนุนการพึ่งตนเองของระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย ทั้งนี้ Euro monitor International สถาบันวิจัยตลาดชั้นนำและเป็นที่ยอมรับของโลก (CletusAcho-Chi,2002) รายงานว่า แม้ปี 2553 ยอดจำหน่ายจากการขายอาหารริมบาทวิถีโดยรวมของโลกจะไม่สูงนัก คือ มีมูลค่าประมาณ 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ (เทียบกับการขายอาหารแบบภัตตาคารซึ่งมียอดจำหน่ายราว 1.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 1 ต่อ 15) แต่ธุรกิจการขายอาหารริมทางของโลกกลับมีทิศทางเติบโตอย่างมาก และมีแนวโน้มขยายตัว มีการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถีว่าไม่มีวันหายไป แม้สถานะธุรกิจจะมีการแข่งขันสูงและมีความไม่แน่นอนเนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของคนไทย และการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ ที่ไม่นิยมทำอาหารเอง และมีชีวิตในการพบปะพูดคุย หรือทำกิจกรรมสังสรรค์ทางสังคม รวมถึงมีการเสาะหาร้านอาหารที่ดีและมีชื่อเสียง เพื่อบริโภคอาหารและผ่อนคลาย ในประเทศไทยมีผลสำรวจพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการรับประทานอาหารริมทาง มากกว่า 100 บาท มีอยู่ถึง 40% นำมาคำนวณจากฐานประชากรวัยทำงานในกรุงเทพฯ มีอยู่ 3.84 ล้านคน (ข้อมูลจากกระทรวงแรงงาน ปี 2556) ที่รับประทานอาหารริมทาง 3-4 ครั้ง ต่อสัปดาห์ ในราคาอาหารต่อมื้อที่ 100 บาท จะคิดเป็นมูลค่าตลาดที่สูงถึง 79,872 ล้านบาทต่อปี (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2557) ประกอบกับโอกาสความนิยมกระแสความชื่นชอบในอาหารไทย โดยเฉพาะ 10 เมนูอาหารไทยยอดนิยมที่ได้รับการจัดอันดับจาก CNN.go.com (2556) คือ แกงเขียวหวานไก่และเนื้อ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ผัดซีอิ๊วหมู หมูทอด ข้าวผัดปู ส้มตำ-ไก่ย่าง หมูย่าง-ข้าวเหนียว ขนมหครก ชาเย็น และข้าวเหนียวมะม่วง ที่พร้อมบริการ และชื่อเสียงของอาหารริมบาทวิถีของกรุงเทพมหานคร ได้รับการจัดอันดับจากหลายสถาบันมาตลอด อาทิ รับรางวัล Best-Value City, Worldwide จากการจัดอันดับ Value for Money Awards 2011 (Sunday Times Travel Magazine ฉบับมิถุนายน 2554) จนถึงปัจจุบันกรุงเทพมหานครได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทยมาติดต่อกันสองปีซ้อนครองอันดับ 1 เมืองใน 23 เมืองที่มีอาหารริมบาทวิถี หรือ สตรีท ฟู้ด ที่ดีที่สุดในโลก (สำนักข่าว ซีเอ็นเอ็น, 9 สิงหาคม 2559)

ปัจจุบันการประกอบกิจการ “ร้านอาหารริมบาทวิถี” จัดเป็นกิจการที่ราชการส่วนท้องถิ่น ต้องมีการกำกับดูแลการประกอบกิจการให้มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพหรือสุขลักษณะของ สถานที่ที่ใช้ดำเนินกิจการเพื่อป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 หมวด 9 การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ เพื่อให้ผู้ประกอบการค้าอาหารมีการปฏิบัติตน และจัดให้มีการดำเนินการ เพื่อการรักษาความสะอาด และป้องกันอันตรายต่อสุขภาพแก่ประชาชน รวมทั้งป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและป้องกันการเกิดโรคติดต่อ ใน 3 มาตรา ได้แก่

มาตรา 41 เจ้าหน้าที่ท้องถิ่นมีหน้าที่ควบคุมดูแลที่หรือทางสาธารณะ เพื่อประโยชน์ในการ ใช้สอยของประชาชนโดยทั่วไป ห้ามมิให้มีการจำหน่ายโดยลักษณะวิธีการจัดวางสินค้าในที่หนึ่งที่ได้ เป็นปกติหรือเร่ขาย เว้นแต่จะได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่น ในการออกใบอนุญาต ที่มีการ กำหนดเงื่อนไขตามสมควร... (วรรค 1) การเปลี่ยนแปลงชนิดหรือประเภทสินค้า ลักษณะวิธีการ จำหน่ายสินค้าหรือสถานที่จัดวางที่ต่างจากที่ระบุไว้ในใบอนุญาต จะทำได้ต่อเมื่อมีการแจ้งต่อ เจ้าพนักงานท้องถิ่น และเจ้าพนักงานท้องถิ่นจัดแจ้งการเปลี่ยนแปลงไว้ในใบอนุญาต

มาตรา 42 ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นด้วยความเห็นชอบของเจ้าพนักงานจราจรมีอำนาจออก ประกาศ ในการกำหนดบริเวณที่หรือทางสาธารณะ หรือส่วนหนึ่งส่วนหนึ่งของพื้นที่เป็นเขตห้าม จำหน่ายหรือซื้อสินค้าเด็ดขาด (1) หรือห้ามตามกำหนดเวลา หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไข (2) โดย การดำเนินการตาม (1) และ (2) เจ้าพนักงานท้องถิ่นต้องปิดประกาศไว้ในที่เปิดเผย ณ สถานที่ทำการ ของส่วนราชการท้องถิ่น และกำหนดวันบังคับใช้มิให้น้อยกว่าสิบห้าวันนับแต่วันประกาศ

มาตรา 43 เพื่อประโยชน์ของประชาชนและการควบคุมการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทาง สาธารณะให้ราชการท้องถิ่นมีอำนาจออกข้อกำหนดของท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

- (1) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะส่วนบุคคลของผู้จำหน่ายหรือผู้ช่วยจำหน่ายสินค้า
- (2) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับสุขลักษณะในการใช้กรรมวิธีการจำหน่าย ทำ ประกอบ ปُرุง เก็บ หรือสะสมอาหารหรือสินค้าอื่น รวมทั้งการรักษาความสะอาดของภาชนะ น้ำใช้ และของใช้ต่างๆ
- (3) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการจัดวางสินค้าและการเร่ขายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ
- (4) กำหนดเวลาสำหรับการจำหน่ายสินค้า
- (5) กำหนดการอื่นที่จำเป็น เพื่อการรักษาความสะอาด และป้องกันอันตรายต่อสุขภาพแก่ ประชาชน รวมทั้งป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและป้องกันการเกิดโรคติดต่อ

ปัจจุบัน ราชการส่วนท้องถิ่น มีอยู่ 5 รูปแบบ คือ (1) กรุงเทพมหานคร (กทม.) (2) เมือง พัทยา (3) เทศบาล (4) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และ (5) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ราชการส่วนท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภทข้างต้น มีบทบาทอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย เพื่อจัดบริการ สาธารณะแก่ประชาชนในพื้นที่รับผิดชอบ โดยในปี พ.ศ. 2542 ได้มีพระราชบัญญัติกำหนดแผนและ ขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ซึ่งมีงานด้านการสาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบกิจการ “ร้านอาหารริมบาทวิถี” ตามพระราชบัญญัติการ สาธารณสุข พ.ศ. 2535 ดังกล่าวข้างต้น โดยกระทรวงสาธารณสุข (กรมอนามัย สำนักอนามัย สิ่งแวดล้อม สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กองประเมินผลกระทบต่อสุขภาพ ศูนย์บริหารกฎหมาย สาธารณสุข และศูนย์ห้องปฏิบัติการ กรมอนามัย) ทำหน้าที่ในการสนับสนุนราชการส่วนท้องถิ่น ทางด้านวิชาการ มาตรฐาน แนวทางการดำเนินงาน

โดยเฉพาะมาตรฐานการจัดการสุขาภิบาลอาหารระดับท้องถิ่น มีกระบวนการพัฒนา มาตรฐานระบบรับรองคุณภาพการจัดการด้านสุขาภิบาลอาหาร 5 กระบวนการ (สำนักงานสุขาภิบาล อาหารและน้ำ กรมอนามัย, 2554) ประกอบด้วย

- (1) กระบวนการรับรองสถานประกอบการ ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (ร้านอาหาร/แผงลอยจำหน่ายอาหาร/ตลาดสดประเภทที่ 1)
- (2) กระบวนการพัฒนาศักยภาพเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบกิจการ และผู้สัมผัสอาหาร
- (3) กระบวนการเฝ้าระวังด้านสุขาภิบาลอาหาร
- (4) กระบวนการสื่อสารสาธารณะ
- (5) กระบวนการร้องเรียนสถานประกอบการด้านอาหาร

จากการสืบค้นพบว่า ปัจจุบันคำว่า “อาหารริมบาทวิถี” (Street Food) ได้มีการนิยาม ให้ความหมาย หรือกล่าวถึง ขึ้นอยู่กับมุมมอง หลากหลาย ผู้วิจัยได้ทบทวนจากแหล่งที่สำคัญ เพื่อทำ ให้เกิดความเข้าใจ และเกิดมโนภาพที่ตรงกัน ตามตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 นิยาม ความหมาย หรือมุมมอง อาหารริมบ้านวิถี (Street Food)

นิยาม ความหมาย หรือมุมมอง อาหารริมบ้านวิถี (Street Food)
อาหารที่ปรุงสุกและขายในที่สาธารณะโดยปกติกลางแจ้ง และควรกินทันที ¹
ให้ความหมายไว้ 2 ประเด็นว่า ² 1. อาหารพร้อมกินที่ขายตามท้องถนน ในสวนกลางแจ้ง ตลาดกลางแจ้งหรือที่สาธารณะอื่นๆ 2. อาหารเฉพาะที่ขายในที่สาธารณะกลางแจ้ง
อาหารข้างถนน คือ อาหารพร้อมรับประทานหรือเครื่องดื่มที่ขายข้างถนนหรือสถานที่สาธารณะต่างๆ เช่น ตลาด หรือ งานออกร้าน มักจะมาจากซุ้มขายอาหาร รถเข็นอาหาร หรือรถบรรทุก อาหาร ขณะที่อาหารข้างถนนจะมีเฉพาะท้องถิ่น มักจะมีแพร่หลายตามบริเวณที่เป็นต้นกำเนิด อาหารข้างถนนส่วนใหญ่ยังแบ่งเป็นอาหารที่รับประทานด้วยมือและอาหารจานด่วน และราคาถูกกว่า อาหารในภัตตาคาร ในหลายๆ ประเทศก็มีร้านอาหารข้างทางที่แตกต่างกันไป ตามแต่เอกลักษณ์ ของ แต่ละประเทศ เช่น ในประเทศไทยได้หวั่น มี เกียวซ่า โรตีสอด เป็นต้น ³
องค์การอาหารโลก ให้นิยามว่า อาหารริมบาทวิถี เป็นอาหารพร้อมรับประทานและเครื่องดื่มที่ทำ ขึ้นและ / หรือขายโดยผู้ขายในท้องถนนและสถานที่อื่นที่คล้ายคลึงกัน อาหารริมบาทวิถี มีบทบาทสำคัญของการบริโภคอาหารในสังคมเมืองสำหรับผู้บริโภคที่มีรายได้ น้อยและปานกลางหลายล้านคนในแต่ละวัน เป็นอาหารที่เข้าถึงได้ง่าย เป็นแหล่งอาหารที่มีคุณค่าทาง

¹ <http://www.dictionary.com/browse/street-food>

² <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/street-food>

³ <https://th.wikipedia.org/wiki/อาหารข้างถนน>

นิยาม ความหมาย หรือมุมมอง อาหารริมบ้านวิถี (Street Food)
โภชนาการ สำหรับคนจำนวนมากมีรายได้ต่ำ สามารถที่จะเลือกได้เหมาะสมกับเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนาการขายอาหารบนถนนเป็นแหล่งรายได้ที่สม่ำเสมอสำหรับชายและหญิงจำนวนมากหลายล้านคนที่มีการศึกษาหรือทักษะที่จำกัด ⁴
อาหารสำเร็จรูปหรือปรุงสุกที่ขายโดยผู้ขายในถนนหรือสถานที่สาธารณะอื่นๆ เพื่อการบริโภคได้ทันที และมีมุมมองสะท้อนว่า พ่อครัว (Chefs) หลายคนได้รับแรงบันดาลใจจากอาหารแบบดั้งเดิมที่ขายบนถนน ⁵
เป็นกลุ่ม “แรงงานนอกระบบ” ที่สร้าง “เศรษฐกิจนอกระบบ” ตามคำจำกัดความเดิมขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ ที่กำหนดบนพื้นฐานของบริบทเมือง มีว่า “เป็นการประกอบการขนาดเล็ก ใช้แรงงานในครอบครัวใช้ทุนต่ำ ใช้เทคโนโลยีและทักษะในการผลิตต่ำ ใช้แรงงานเข้มข้น เปิดดำเนินการโดยง่าย การแข่งขันสูง ผลที่ตามมาคือ ผลผลิตมักจะต่ำ ให้ผลตอบแทนต่ำและไม่สม่ำเสมอ”(ILO, 2002)
อาหารที่มีอยู่ในที่สาธารณะ โดยปกติอาหารบนท้องถนนเป็นอาหารพร้อมรับประทานหรือเครื่องดื่มที่ขายได้ตามท้องถนนในตลาดนัดสวนสาธารณะหรือที่สาธารณะอื่นๆ ขายโดยพ่อค้าหรือผู้ขายจากรถเข็นรถเข็นหรือรถบรรทุกอาหารมีอาหารท้องถิ่นส่วนน้อยที่ขายตามท้องถนนในท้องถิ่นที่เป็นต้นตำรับ โดยส่วนมากได้ไปซื้อที่อื่นแล้วหลายออกไกลกว่า และเป็นที่ชื่นชอบในรสชาติและรสชาติที่แปลกใหม่หรือแปลกใหม่ จุดเด่นอาหารริมบาทวิถี คือ เป็นอาหารที่สามารถกินได้โดยใช้มือ (Finger Food) และอาหารจานด่วน (Fast Food) ส่วนใหญ่มีราคาถูกกว่าในร้านอาหาร องค์การอาหารและการเกษตรประจำปี 2550 รายงานว่า ผู้คนกว่า 2.5 พันล้านคนทั่วโลกนิยมกินอาหารตามท้องถนนทุกวัน ด้วยเหตุผลหลายประการเพื่อใช้เวลาในการกินอย่างรวดเร็วและไม่แพง ได้ลิ้มลองอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ในบรรยากาศทางสังคม ⁶
อาหารริมทาง (street food) ไม่มีนิยามตามกฎหมาย ในกฎหมายพูดถึง การจำหน่ายสินค้าในที่ทางสาธารณะ ซึ่งคือการจำหน่ายสินค้ารวมถึงอาหารในลักษณะ เร่ขาย หรือตั้งประจำในที่สาธารณะไม่ใช่ที่ของเอกชนหรือหน่วยงาน คือ ทาง ถนน ริมฟุตบาท ซึ่งเรารู้จักเรียกกันว่า หาบเร่ แผงลอย อาหารริมบาทวิถี อาหารริมทาง ซึ่งมีอยู่เป็นบางบริเวณที่คนในท้องถิ่นรู้จักหรือเป็นเขตที่ท้องถิ่นผ่อนผันอนุญาต ส่วนอีกคำคือ ถนนอาหาร (food street) คือ บริเวณหรือถนนซึ่งหน่วยงานท้องถิ่นจัดเตรียมหรืออนุญาตให้พ่อค้าแม่ค้าขายได้ในช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจเรียกกันว่า ตลาดโต้รุ่ง เพราะขายในช่วงเวลาเย็นถึงมืด ซึ่งสถานที่จำหน่ายอาหารทุกประเภทต้องปฏิบัติให้ถูกสุขลักษณะ ถูกข้อบัญญัติของท้องถิ่น ⁷
พูดถึงอาหารริมบาทวิถีของไทย ว่าเป็นบริการที่ที่ คุณสามารถซื้ออาหารปรุงร้อนจากผู้ขายและรับประทานอาหารบนม้านั่งในสวนหรือมีกรวยไอศกรีมที่ขายหาในช่วงฤดูร้อน บทความที่เขาเขียน

⁴ <http://www.fao.org/fcit/food-processing/street-foods/en/>

⁵ https://en.oxforddictionaries.com/definition/street_food

⁶ <http://www.streetfoodinstitute.org/what-is-street-food/>

⁷ นายแพทย์ ดนัย อธิวันดา สถานีโทรทัศน์สปริงนิวส์ ที่วัดจิตตอล ช่อง 19 รายการ ไขปมข่าว ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 16.00 น. ประเด็น อาหารริมทาง หรือ “สตรีทฟู้ด” เมืองไทย ในวันที่ 16 มกราคม 2560 เวลา 13.00 น.

นิยาม ความหมาย หรือมุมมอง อาหารริมบ้านวิถี (Street Food)
ถึงอาหารริมบาทวิถี สะท้อนให้เห็นว่า คนส่วนใหญ่ซื้ออาหารริมบาทวิถีอย่างน้อยหนึ่งมื้อทุกวัน สามารถหาซื้ออาหารตามถนนระหว่างทางกลับบ้าน ได้หลากหลายชนิดที่พร้อมปรุงสด อาทิ แกงไทย, โรตีสี, ก๋วยเตี๋ยวซุบ, ก๋วยเตี๋ยวทอด, ผลไม้, สลัดมะละกอไก่ทอดและเพียงเกี่ยวกับอาหารไทยทั่วไปอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วและโดยเสียค่าใช้จ่ายเพียงเหรียญกว่าๆ (40 บาท) ⁸

จากนิยามในตารางที่ 2.1 จะเห็นว่า “อาหารริมบาทวิถี” (Street Food) สามารถแสดงเอกลักษณ์ที่เป็นจุดเด่นที่เป็นลักษณะเฉพาะที่มีมาในอดีตจนถึงปัจจุบันที่สำคัญ ที่เป็นภาพลักษณ์ทางบวกของอาหารริมบาทวิถี ดังนี้

- เป็นอาหารที่พร้อมรับประทาน หรือปรุงสุกใหม่พร้อมกิน
- เสิร์ฟอยู่ทั่วทุกถนน หรือที่ทางสาธารณะ
- เป็นอาหารที่สามารถกินได้โดยใช้มือ (Finger Food)
- อาหารจานด่วน (Fast Food) รวดเร็ว
- หลากหลายชนิด
- ราคาเหมาะสม กับทุกเศรษฐกิจฐานะ
- อาหารท้องถิ่น และกลิ่นอายของบรรยากาศสังคม

จากการศึกษาประวัติ พัฒนาการ นิยาม ความหมาย และมุมมองต่างที่เกี่ยวข้องกับ “อาหารริมบาทวิถี” ทำให้เห็นถึง ภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่น อัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ผู้วิจัยจะนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์เพื่อตอบโจทย์ของงานวิจัยครั้งนี้ต่อไป

2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภูเก็ต

2.2.1 ข้อมูลทั่วไป (สำนักงานจังหวัดภูเก็ต, 2560)

1) จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งเป็นจังหวัดเดียวที่มีสภาพเป็นเกาะตั้งอยู่ในทะเลอันดามันทางภาคใต้ ได้สมญานามว่า “ไข่มุกแห่งอันดามัน” กล่าวคือเป็นจังหวัดที่มีความสวยงาม หาดทรายขาวสะอาดตัดกับน้ำทะเลอย่างชัดเจน นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมโดดเด่น โดยเฉพาะสถาปัตยกรรมชิโน-โปรตุกีส และได้ชื่อว่าเป็นเมือง East Meet West ที่ที่ซึ่งตะวันตกออกพบตะวันออก นั่นคือภูเก็ตมีลักษณะของความทันสมัยและเป็นเมืองนานาชาติที่ในขณะเดียวกันก็ดำรงศิลปะและวัฒนธรรมเป็นของตนเองได้อย่างเด่นชัด

2) จังหวัดภูเก็ตมีพื้นที่ทั้งหมด 543.034 ตารางกิโลเมตร หรือ 356,271.25 ไร่ มีประชากรทั้งสิ้น 392,011 คน (ข้อมูล ณ 31 ส.ค.59) จากการสำรวจพบว่านอกจากประชากรในทะเบียนราษฎรจังหวัดภูเก็ตยังมีชาวต่างชาติที่มาอยู่อาศัยและทำงานเป็นจำนวนมาก อาทิ ชาวต่างชาติที่มาทำงานในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 14,382 คน (มี Work Permit) และ แรงงานต่างด้าว

⁸ Thai Street Food BY SUZANNE NAM, [Online], updated 02/21/16, Available from: <https://www.tripsavvy.com/thai-street-food-1658446> [30 มิถุนายน 2560].

ที่มาทำงาน จำนวน 78,734 คน (สิงหาคม 2559) นอกจากนี้มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เฉลี่ยเดือนละประมาณ 1.3 ล้านคน

3) ด้านการปกครอง เป็นจังหวัดขนาดเล็ก ประกอบไปด้วย อำเภอ 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองภูเก็ต อำเภอกะทู้ และอำเภอถลาง นอกจากนี้ยังมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 19 แห่ง เป็นองค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาล 12 แห่ง และ องค์การบริหารส่วนตำบล 6 แห่ง โอกาสและความท้าทายที่ภูเก็ตเผชิญจากการวิเคราะห์ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดในฝั่งทะเลอันดามัน

2.2.2 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก โดยรายได้หลักมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลัก ในปี พ.ศ. 2558 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 13,369,634 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 11.80% เป็นคนไทย จำนวน 3,826,229 คน และเป็นชาวต่างประเทศ จำนวน 9,543,405 คน สร้างรายได้เข้าประเทศทั้งหมด จำนวน 326,103.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 25.77% มีนักท่องเที่ยวหลากหลายชาติ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2558 เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ (1) ประเทศจีน ประมาณ 2.250 ล้านคน (2) ประเทศรัสเซีย ประมาณ 0.645 ล้านคน (3) ประเทศออสเตรเลีย ประมาณ 0.590 ล้านคน (4) ประเทศเยอรมัน ประมาณ 0.471 ล้านคน (5) ประเทศสหราชอาณาจักร ประมาณ 0.309 ล้านคน นอกจากนั้นจะเป็นประเทศใน ASEAN และตะวันออกกลาง

2.2.3 วิสัยทัศน์ของจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2557-2560)

“ภูเก็ต เมืองท่องเที่ยวนานาชาติ บนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน”

ปัจจุบันจังหวัดภูเก็ตกำหนดเข้มมุ่งในการดำเนินการที่สำคัญเพื่อตอบวิสัยทัศน์ใน 2 ด้านหลัก คือ (1) ด้านการท่องเที่ยว ได้มีการวางวิสัยทัศน์ไว้ให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติและ (2) ด้านการพัฒนา ได้มีการวางวิสัยทัศน์ให้ภูเก็ตเป็นเมืองที่มีการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกๆ ด้าน และได้วางแนวทางของการดำเนินการที่สำคัญของจังหวัดใน 4 ด้านหลัก คือ

- 1) การเพิ่มมาตรฐานของเมือง
- 2) การสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว
- 3) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 4) มีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

สำหรับศักยภาพในภาพรวมของจังหวัดภูเก็ตนั้นในอนาคต จังหวัดภูเก็ตกำลังดำเนินการเพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาใน 4 ด้านหลัก หรือ 4 M ได้แก่

1) Marina Hub จังหวัดภูเก็ตมีท่าเทียบเรือทั้งหมดประมาณ 38 แห่ง มีมารีน่าจำนวน 5 แห่ง แบ่งเป็นของราชการ 1 แห่ง เป็นของเอกชน จำนวน 4 แห่ง และมีท่าเรือน้ำลึก อีก 1 แห่ง ด้วยสภาพความพร้อมของจังหวัดภูเก็ตที่มีเรือยอร์ชและมีเรือครูซเข้ามารวมกันถึงปีละประมาณ 1,500 ลำ ประกอบกับมีท่าเรือน้ำลึกที่อ่าวมะขาม ที่พร้อมจะสามารถปรับปรุงให้เรือสำราญเข้ามาเทียบท่าได้ ทำให้ภูเก็ตมีเป้าหมายของการเป็นศูนย์กลางของเรือยอร์ชและเรือสำราญของโลก ทั้งนี้ในปี 2559 มีการจัดงาน Marina Expo ที่จังหวัดภูเก็ตขึ้น และขณะเดียวกันโอกาสของการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางทะเลยิ่งถือว่ามีความสำคัญที่จะแข่งขันได้ โดยเฉพาะการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตกำลังสมัครเป็นสมาชิกของ Cruise Forum Asia

2) Medical Hub ด้วยศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตที่มีที่ตั้งและเป็นศูนย์กลางของจังหวัดในทะเลอันดามันมีโรงพยาบาลของรัฐ (โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต) ที่มีความทันสมัยแล้ว จังหวัดภูเก็ตยังมีโรงพยาบาลของเอกชน เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต โรงพยาบาลสิริโรจน์ เป็นต้น ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ตลาดการท่องเที่ยวที่มีการบริการทางสุขภาพหรือการแพทย์ร่วมด้วยและการบริการเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น สปา เป็นต้น จึงเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่น่าจะได้

3) MICE City จังหวัดภูเก็ตถูกจัดให้เป็นเมือง 1 ใน 5 เมือง ของเมือง MICE City ของประเทศไทย เนื่องจากความเหมาะสมของเมือง สถานที่พัก และศักยภาพในการรองรับการประชุม (Meeting) ของคนไทย ชาวต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ หรือการประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ (Conference) การให้การท่องเที่ยวเป็นรางวัล หรือผู้ที่ทำยอดขายเข้าเป้าหรือเกินเป้า (Intensive) นอกจากนี้ยังสามารถรองรับกิจกรรม (Event) ทั้งในระดับนานาชาติ เช่น การจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬานานาชาติ ได้แก่ การแข่งขันเรือใบนานาชาติ หรือการแข่งขันกีฬาในระดับทวีป เช่น การแข่งขัน Asian Beach game ที่ผ่านมา สำหรับในปี พ.ศ. 2559 และการแข่งขันการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์โลก มีผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลกถึง 3,000 กว่าคน เป็นต้น

4) Manpower Development จังหวัดภูเก็ตถือว่าเป็นเมืองที่มีความเจริญ ความทันสมัย ความหลากหลายของผู้คน และวัฒนธรรมที่ผสมผสานที่มีความลงตัว มีมหาวิทยาลัยถึง 2 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ซึ่งเปิดสอนหลักสูตรที่เป็นภาษาอังกฤษที่มีชื่อเสียง เช่น หลักสูตรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและโรงแรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีโรงเรียนนานาชาติที่มีชื่อเสียงอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งโรงเรียนเหล่านี้สามารถที่จะดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาศึกษาที่ภูเก็ตได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตเองก็มีปฏิสัมพันธ์กับต่างประเทศมาตลอดโดยจังหวัดภูเก็ตมีกงสุลที่เป็นกงสุลประจำและกิตติมศักดิ์อยู่ในจังหวัดภูเก็ตถึง 24 ประเทศ

2.2.4 ข้อมูลด้านการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหารของร้านอาหารริมบาทวิถีในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ต เป็นจังหวัดที่มีการดำเนินงานด้านสุขาภิบาลอาหารอย่างต่อเนื่อง ถ่ายโอนภารกิจงานด้านสุขาภิบาลอาหารไปยังราชการส่วนท้องถิ่นได้รับการยอมรับในการขับเคลื่อนงานอย่างดี การขับเคลื่อนงานอาศัยภาคส่วนต่างภายในจังหวัด รวมทั้งกลไกการสนับสนุนและความช่วยเหลือทางวิชาการจากศูนย์อนามัยเขต 11 กรมอนามัย ในการนโยบาย และแนวทางการดำเนินงานจากส่วนกลาง (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข) เนื่องจากประสบการณ์จากทีมงานในพื้นที่ของจังหวัดภูเก็ตที่ทำงานต่อเนื่อง ด้วยความมุ่งมั่น เข้มแข็ง สะท้อนให้เห็นจากผลภาพลักษณ์ของสถานที่จำหน่ายอาหาร การจัดงานต่างๆ ซึ่งต้องมีการดูแลเรื่องสุขาภิบาลอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างๆ รูปธรรมสำคัญถึงผลงานของจังหวัดภูเก็ต คือ การดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลที่กำหนดให้ทุกหน่วยงานราชการสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยความร่วมมือกับหน่วยงานต่างภายในจังหวัด อาทิ หน่วยงานในสังกัดกระทรวงมหาดไทย อาทิ เทศบาลเมืองภูเก็ต เทศบาลเมืองกระทุ เทศบาลเมืองถลาง หน่วยงานในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข อาทิ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลวชิระภูเก็ต เป็นหน่วยงานหลัก ร่วมกับหน่วยราชการอื่นภายในจังหวัด ได้มีการรณรงค์เชิญชวนผู้ประกอบการ

ร้านอาหาร แผงลอยจำหน่ายอาหาร เกณฑ์มาตรฐานจะได้ป้ายสัญลักษณ์ อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) โดยมีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับดีและมีพัฒนาการมาตลอด (สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ, 2555)

ปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินงาน คือ การแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติ นอกจากผู้บริหารในสายงานสาธารณสุขคือ นายแพทย์สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตแล้ว ผู้บริหารของท้องถิ่น คือ เทศมนตรีนครภูเก็ต กล่าวว่า เทศบาลนครภูเก็ตได้ให้ความสำคัญในงานด้านสุขาภิบาลอาหารอยู่ในระดับแนวหน้า ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเทศบาล พร้อมจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหารอย่างต่อเนื่อง เช่น อบรมให้ความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารแก่ผู้ประกอบการ การเสริมสร้างประสบการณ์ และพัฒนาศักยภาพโดยการทัศนศึกษาดูงานนอกพื้นที่ รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนาด้านสุขาภิบาลอาหาร เพราะกิจกรรมการอบรมให้ความรู้ด้านสุขาภิบาลนั้น นับว่าเป็นสิ่งที่ดีและจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ประกอบการอาหาร/ผู้สัมผัสอาหาร ในฐานะผู้ผลิตอาหารได้ปฏิบัติตนในด้านสุขลักษณะที่ดีในการปรุงประกอบ และจำหน่ายอาหาร เพื่อให้เกิดความปลอดภัยแก่ผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต ได้นำเกณฑ์มาตรฐานร้านอาหาร ของกรมอนามัย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste: CFGT) มาพัฒนาเป็นมาตรฐาน “สาธารณสุขยกนิ้ว” (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต, 2560)

สำหรับการดำเนินงานเกี่ยวกับ “ร้านอาหารริมบาทวิถี” ในจังหวัดภูเก็ตนั้น ท้องถิ่นได้มีการออกเป็นเทศบัญญัติ 3 กลุ่ม ตลาดสด แผงลอย ร้านอาหาร โดยให้ความสำคัญในการออกตรวจแนะนำ มีการตรวจสถานที่ เก็บตัวอย่างอาหารเพื่อการเฝ้าระวัง และมีการตรวจสุขภาพผู้ประกอบการค้าอาหารโดยมีแผนงาน/งบประมาณ/จัดกิจกรรมต่อเนื่องทุกปี เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในเขตเทศบาลเมืองภูเก็ตจะไม่พบ “ร้านอาหารริมบาทวิถี” ตามถนนทั่วไป ประปรายเนื่องจากสภาพถนนเมืองที่จำกัดและกีดขวางการจราจร แต่มีการจัดโซนจำหน่ายเฉพาะในบริเวณถนนชิโนโปรตุกีส ตั้งอยู่ในย่านเมืองของภูเก็ต บนถนนเยาวราช ท่ามกลางตึกและอาคารศิลปะแบบชิโน-โปรตุกีส เป็นจุดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และแหล่งอาหารท้องถิ่น ชาวต่างชาติ ที่มีเฉพาะอร่อยๆ โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นสารพัดรายการมาไว้ในที่เดียวกัน ทั้งหมี่หุ่น โล๊ะ โอ้แอ่ว และอาหารจานเด่นคือ หมี่อกเกี้ยน ที่ใช้เส้นหมี่ขนาดใหญ่กว่าบะหมี่เหลืองทั่วไปมาผัดกับอาหารทะเล จัดว่าเป็นจานอร่อยที่สะท้อนเอกลักษณ์ของอาหารภูเก็ตได้อย่างดี



ภาพที่ 2.2 การขายอาหารบริเวณถนนหน้าอาคารชิโนโปรตุกีส เขตเทศบาลเมืองภูเก็ต

การขายอาหารริมบาทวิถีในอีกสองอำเภอของจังหวัด โดยทั่วไปก็มีลักษณะประปรายเช่นกัน แหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวเรื่องอาหารเฉพาะถิ่น อาหารขึ้นชื่อ จะอยู่ในร้านอาหารที่มีสถานที่ตั้งเป็นอาคารถาวร แต่จะปรากฏลักษณะการขายแบบอาหารตามเทศกาล ประเพณี มหกรรม และงานประจำปี อาทิ เทศกาลกินเจ ตรุษจีน งานมหกรรมอาหารประจำปี ในเทศกาลต่างๆ ราชการส่วนท้องถิ่น และภาคส่วนต่างๆ ในภูเก็ตทั้งภาครัฐ เอกชน ตัวแทนผู้ประกอบการค้าอาหาร งานที่ขึ้นชื่อและมีการจัดมหกรรมอาหารท้องถิ่นประจำปีอยู่ในเขตเทศบาลเมือง โดยเฉพาะงาน“เทศกาลอาหารพื้นเมืองของดีชาวภูเก็ต” (PHUKET LOCAL FOOD FESTIVAL) ณ บริเวณเวทีกลางสะพานหิน อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต ซึ่งจัดต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 จากแนวคิดของ ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายไพบุลย์ อุปัติศฤงค์ นายก อบจ.ภูเก็ต และ น.ส.สมใจ สุวรรณศุภพนา นายกเทศมนตรีนครภูเก็ต จังหวัดภูเก็ตจุดเด่นที่สำคัญอีกด้านหนึ่งนอกจากสภาพภูมิประเทศที่สวยงามแล้ว คือ ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม และวิถีชีวิตชาวภูเก็ตซึ่งเชื่อมโยงสู่วัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารการกินของคนภูเก็ต โดยเฉพาะการมีอาหารพื้นเมืองหลายประเภทที่ไม่สามารถหาชิมได้ทั่วไป ซึ่งจะต้องมาเยือนเมืองภูเก็ตเท่านั้นจึงจะได้รับรสชาติของเจ้าตำรับเดิมอย่างแท้จริง ดังนั้น แนวคิดที่ได้นำเอกลักษณ์ด้านอาหารพื้นเมืองมาเป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตถือเป็นความหลากหลายอีกด้านหนึ่ง ที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และยังเป็นการสร้างทางเลือกที่ดีให้แก่ผู้มาเยือนเมืองภูเก็ตในการสัมผัสวิถีชีวิตพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ตด้วย ซึ่งควรแก่การอนุรักษ์ให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นแห่งนี้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุนี้ จังหวัดภูเก็ตจึงขอสนับสนุนและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งที่มีการจัดงาน “เทศกาลอาหารพื้นเมืองของดีชาวภูเก็ต” เพื่อเน้นความโดดเด่นทางวัฒนธรรมด้านอาหาร และเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองของชาวภูเก็ตให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและรับทราบข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว (เส้นทางการกิน การใช้) และงานประเพณีพื่อต่อยอดจัดขึ้นในเดือน 8 ตามปฏิทินจันทรคติ(สิงหาคม)เพื่อเคารพบรรพบุรุษและแสดงความกตัญญูของชาวไทยเชื้อสายจีนในจังหวัดภูเก็ต นิยมนำเต้าสี้แดงหลากหลายขนาด ซึ่งทำจากแป้งและน้ำตาลไหว้บูชา เป็นอาหารมงคลและขนมพื้นเมือง อาทิ ขนมตัวกั่ว (ขนมเต้าตัวใหญ่) ขนมอังกู๋ ขนมฮวดโก้ย ขนมก๊ี้จาง

ครั้งที่	วัน-เดือน-ปี	ชื่อผู้บริหารท้องถิ่น	ไฮไลท์ประจำปี
1	20-24 มกราคม 2552	นายไพบุลย์ อุปัติศฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต	
2	20-24 มกราคม 2553	นายไพบุลย์ อุปัติศฤงค์ นายก อบจ.ภูเก็ต น.ส.สมใจ สุวรรณศุภพนา นายกเทศมนตรีนครภูเก็ต	
3	20-24 มกราคม 2554	นายตรี อัครเดชา ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายไพบุลย์ อุปัติศฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต	การปรุงอาหารหม้อใหญ่ที่สุดในโลก การชิมอาหารพื้นเมืองภูเก็ต การประกวดมิสภูเก็ต การประกวดแม่สาวลูกสวย การแสดงดนตรี โดยศิลปิน โกไข่ กิจกรรมการแสดงบนเวที ของนักเรียนในสังกัดองค์การบริหาร

ครั้งที่	วัน-เดือน-ปี	ชื่อผู้บริหารท้องถิ่น	ไฮไลท์ประจำปี
			ส่วนจังหวัดภูเก็ต การสาธิตปรุงอาหาร ทำขนมไทย การแกะสลักผักผลไม้และน้ำแข็ง การออกร้านจำหน่ายอาหารและผลิตภัณฑ์ การจัดนิทรรศการด้านการสาธารณสุข Clean Food Good Taste
4	25-29 มกราคม 2555	นายตรี อัครเดชา ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายไพบูลย์ อุปัติสฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต	สาธิตการปรุง “สับจวนหม้อใหญ่ที่สุดในโลก” และโชว์การทำน้ำชุบหย่าภูเก็ต แข่งขันการทำน้ำชุบหย่า
5		นายไพบูลย์ อุปัติสฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต นพ.อนันต์ โลหะพัฒนบำรุง ผู้อำนวยการโรง พยาบาล	หมูฮ้องหม้อใหญ่ที่สุดในโลก การแข่งขันตำน้ำพริก กุ้งเสียบภูเก็ต
6	24-28 มกราคม 2557	นายไมตรี อินทุสุต ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายไพบูลย์ อุปัติสฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต	
7	20-24 มกราคม 2558	นายนิสิต จันทรสมวงศ์ ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายไพบูลย์ อุปัติสฤงค์ นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต	การปรุงขนมหวาน “ปีโกมอย” หม้อใหญ่ที่สุดในโลก การแข่งขันการทำข้าวยาภูเก็ต การประกวดสาวอาหารพื้นเมืองภูเก็ต การแสดงดนตรี พร้อมกิจกรรมของนักเรียนในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต สาธิตการปรุงอาหาร ทำขนมไทย แกะสลักผักผลไม้ น้ำแข็ง
8	20-24 มกราคม 2559	นายจำเริญ ทิพญพงศ์ธาดา ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายวัชรินทร์ ปฐมวัฒนพงศ์ ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ปฏิบัติหน้าที่นายก อบจ.ภูเก็ต	ต้มส้มหม้อใหญ่ที่สุดในโลก การแข่งขันตำส้มตำภูเก็ต
9	20-24 มกราคม 2560	นายธีระ อนันตเสรีวิทยา รองผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต นายวัชรินทร์ ปฐมวัฒนพงศ์ ปลัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต ปฏิบัติหน้าที่นายก อบจ.ภูเก็ต	ปรุง “แกงจืดเต้าหู้ปลาเค็มหม้อใหญ่ ที่สุดในโลก” โชว์การทำยายอดหมุย แข่งขันการทำก๋วยเตี๋ยวก๊วย ร่วมชิมอาหารพื้นเมือง จังหวัดภูเก็ต การแสดงพิธีเปิดชุดบาบ๋า ร่วมสมัย และการแสดงศิลปวัฒนธรรม

งานถนนสายวัฒนธรรมเมืองกะทู้ เป็นอีกงานหนึ่ง ที่นำเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ตมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดขึ้นโดยเทศบาลเมืองกะทู้ ณ บริเวณถนนวิชิตสงคราม หน้าสำนักงานเทศบาลเมืองกะทู้ โดยมีแรงสนับสนุนจากผู้บริหารส่วนท้องถิ่น ดร. ชัยอนันท์ สุทธิกุล นายกเทศมนตรีเมืองกะทู้ เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมอันทรงคุณค่าให้กับชาวกะทู้และนักท่องเที่ยวได้สัมผัสเข้าร่วมงานอย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 9 ซึ่งเทศบาลเมืองกะทู้ได้มาตกแต่งเป็นกิจกรรมต่างๆ มากมายมีการจำลองวิถีเมืองแห่งแร่, หมู่บ้านเหมืองแร่กะทู้, นิทรรศการ

ภาพถ่ายเก่าเล่าอดีตวิถีชีวิตวัฒนธรรมกะทู้, การถ่ายภาพย้อนยุค กิจกรรมการเล่นพื้นบ้าน การแสดงรำวง การแข่งขันร่อนแร่ รวมทั้งการสาธิตวิถีชีวิตพื้นบ้านในอดีต เช่น การละเล่นสะบ้า จำลองร้านกาแฟโบราณ สาธิตการอยู่ไฟ สาธิตการไหว้พระอัมบุญ การทำขนมพื้นบ้าน เป็นต้น รวมไปถึงมีการออกร้านอาหารพื้นบ้านพื้นเมืองตามแบบฉบับของคนในทุแบบดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็น หมีโปเปียน และหมี่ฮกเกี้ยน ขนมอาโป่ง ขนมพื้นบ้านที่หวานหอมอร่อยอีกมากมาย ที่จะมีให้เลือกชิมตลอดทั้งเส้นทาง

ชาวภูเก็ต ให้ความสำคัญ กับอาหารการกิน เป็นอย่างมาก เห็นได้จากรูปแบบในการสร้างบ้าน ที่นิยมสร้างห้องครัว ให้มีขนาดใหญ่ แยกเป็นสัดส่วน อย่างชัดเจน อาหารพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต เป็นอาหาร ที่ได้รับ การผสมผสาน ทางวัฒนธรรม ของชาวพื้นเมือง และชาวจีน จึงมีรสจัดแบบอาหารใต้ทั่วไป แต่มีกลิ่นอาย ของความเป็นจีนผสมอยู่ ซึ่งเป็นชนกลุ่มใหญ่ที่สุดในภูเก็ต ประกอบกับความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล และพืชพรรณทางภาคใต้ ประกอบกับภูเก็ต เป็นศูนย์รวม ของความเจริญ และศูนย์กลาง การติดต่อค้าขาย มาตั้งแต่ในอดีต ทำให้อาหารในภูเก็ตนั้น มีมากมาย หลากหลายชนิดและมีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ซึ่งพอจะกล่าวถึงได้ ดังนี้

ภาพที่ 2.3 ภาพอาหารพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
1. หมี่ภูเก็ตมีหลายชนิด	 หมี่ผัดแบบหมี่ฮกเกี้ยน:หมี่ตันโพธิ์  หมี่สะป้า  หมี่หุ้นแกงปูใบชะพลู  หมี่อ่าวเก
2. หมูฮ้อง หรือ หมูเต้าอู้	  หมูฮ้องหรือหมูเต้าอู้ นี้แคว้นลักษณะคล้ายหมูพะโล้ แต่ไม่ได้ใส่เครื่องพะโล้เลย นิยมใช้หมูสามชั้นหรือหมูติดมัน คลุกเคล้าให้เข้ากับซี่อ้าวขาว ใส่น้ำตาล หากสีไม่เข้มจะดูไม่น่ากินก็สามารถเพิ่ม

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
	ซีอิ๊วดำช่วยในเรื่องความเข้มของสีได้ และเติมน้ำมันิดหน่อยพอให้เนื้อหมูไม่แห้งมีน้ำขลุกขลิก รสชาติหวาน-เค็ม
3. น้ำพริกกุ้งสด หรือ น้ำพริก กุ้งสด	
	น้ำพริกกุ้งสด หรือที่คนภูเก็ตเรียกว่า “น้ำซุบหย้า” หน้าตาอาจจะคล้ายน้ำพริกกะปิ แต่จะมีความ เหลวกว่า รสชาติเปรี้ยว เค็ม หวาน และเผ็ดขึ้นกับความชอบของผู้ทาน (สำหรับหมูเผือกต้อง ออกไปทางเปรี้ยวหวาน เผ็ดน้อย ส่วนผสมประกอบด้วยน้ำมะนาว และเนื้อมะนาว ที่ปอก เปลือกออกแล้ว หรือถ้าบ้านใครมีส้มเก็ดหลา หรือที่คนภาคกลาง เรียก ส้มจี๊ด ก็สามารถใส่แทน ได้โดยไม่ต้องจิ้มมะนาว นอกจากจะประหยัดกว่าแล้ว การใส่ส้มเก็ดหลาทั้งเปลือกจะยิ่งเพิ่มความ หอมให้กับน้ำพริกอีกด้วย จากนั้นนำไปผสมกับเนื้อกุ้งลวก หอมแดงซอย น้ำตาล พริกชี้หนูซอย และกะปิเล็กน้อย แล้วจึงค่อยๆ เติมน้ำกุ้ง (ที่ใช้น้ำกุ้งแทนน้ำเพราะจะได้ความหวานของตัวเนื้อกุ้ง มาช่วยเพิ่มความอร่อยมากยิ่งขึ้น) ขยำให้เข้ากัน ทานคู่กับผักลวก หรือมะเขือยาวชุตไข่ทอด อาหารชนิดนี้สามารถรับประทานได้จากตลาดเช้า ร้านอาหาร จนถึงภัตตาคารในภูเก็ต
4. ฮูแซ	
	สลัดผักภูเก็ต เพราะมีหน้าตาคล้ายสลัดผักเลยแะ ทานคู่กับน้ำจิ้มสีแดง รสเปรี้ยวๆ หวานๆ และ เผ็ดเล็กน้อย ส่วนผสมประกอบไปด้วย ผักกาดหอมสด ไข่ต้ม แดงกวา แครอท จะพิเศษก็ตรงที่มี หมี่กรอบ และเต้าหู้ทอด มาช่วยเพิ่มความกรุบกรอบเวลารับประทาน
5. โอ้วต้า	
	โอ้วต้า มีลักษณะคล้ายหอยทอด แต่ไม่ใส่ถั่วงอก และเนื้อแป้งนุ่ม ไม่กรอบเหมือนหอยทอด ของ ภาคกลาง ใช้แป้งสาลี ผสมกับ แป้งมันละลาย ในน้ำขันทอด ในกระทะแบน ใส่หอยดิบ เผือก กุ้ง แห้ง กากหมู พริกไทย ซีอิ๊วขาว

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
6. จักจั่นทะเล ทอด	 ตัวจักจั่นทะเลจะมีลักษณะคล้ายกุ้ง แต่ขนาดเล็กกว่า ตัวโตเต็มที่จะเท่าเม็ดขนุน ไข่มีลักษณะเป็นเม็ดเล็กๆ เหมือนไข่กุ้ง ส่วนมากตามร้านอาหารมักจะนำมาชุบแป้งทอด หรือ ทำทอดกระเทียม จะได้รับความกรุบกรอบรสชาติหวาน มันจากไข่ ทานคู่กับน้ำจิ้มซีฟู้ด
7. น้ำพริกกุ้ง เสียบ	 น้ำพริกกุ้งเสียบ ใช้ส่วนผสมเดียวกันกับน้ำพริกธรรมดา โดยเพิ่มกระเทียม ในปริมาณที่มากขึ้น ใช้วิธีตำหยาบๆ และใส่กุ้งเสียบ ลงไปคลุกเคล้าจนได้ที่ รับประทานกับผักเหนาะ
8. โลบะ	 หัวหมูและเครื่องในหมูต้มพะโล้ แล้วนำไปทอดอีกที เลือกสิ่งได้ว่า จะเอา หู ลิ้น ไข่ ปอด หรือตับ ทานกับต๋าวกั่ว(เต้าหู้ทอด) หรือต๋าวกั่วจี่ (เต้าหู้เหลืองผ่าเฉียง เป็นรูปสามเหลี่ยม ปาดตรงกลาง ใส่แป้งถั่วอก กุ้ง แล้วนำไปทอด) หรือแห้ว(แป้งผสมถั่วอก โรยหน้าด้วยกุ้งแล้วนำไปทอด) หรือเกี๊ยว (ทำจากหมูสับ กับกุ้ง ปู มันแกว และเผือก นำมาห่อด้วยฟองเต้าหู้ แล้วนำไปนึ่งให้สุกก่อนนำมาชุบแป้งทอด)

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
9. ใบเหมียงผัด ไข่ใส่กุ้งเสียบ	
ผักเหมียง หรือ ชาวบ้านบางที่อาจจะเรียก ผักเหลียง ได้ชื่อว่าเป็นราชินีของผักพื้นบ้านภาคใต้ นิยมนำยอดใบอ่อนมาประกอบอาหารได้หลายประเภท ด้วยรสชาติที่มีรสชาติดหวานมัน ติดผัดเล็กน้อย แต่เมนูที่จะแนะนำเพื่อนๆ วันนี้ เรียกว่า เป็นการนำส่วนที่เป็นใบอ่อนของใบเหลียงมาผัดน้ำมันหอย แล้วใส่ไข่ ใส่กุ้งเสียบ ประูรสด้วยน้ำตาลเพื่อเพิ่มความหวานตามใจชอบ	
10. ข้าวยาพริก เป็นการนำเอาข้าวสวย มาคลุกเคล้า กับเครื่องที่มีรสชาติ เผ็ดร้อน ซึ่งประกอบด้วยหอม กระเทียม เฉาก๊วยรวมกับกะปิ พริกไทย มะพร้าวคั่ว กุ้งแห้ง พริกป่น ใบพาสลิม และใบมะกรูดซอย โดยกินกับผักเหนาะ คือ ถั่วงอก, แตงกวาอ่อน ฯลฯ 11. เคยเค็มอีก คือ ไข่ตุ๋นใส่กะทิ และ กุ้งเคยดองเปรี้ยว (กุ้งตัวเล็กๆ ประเภทแพลงตอน) แต่งรส และกลั่นด้วย น้ำตาล หัวหอม ตะไคร้ และพริกขี้หนู รสชาติเค็ม หวาน และเผ็ดเล็กน้อย 12. อจาด มีลักษณะเหมือนยำใหญ่แต่ทำเป็นแกง เป็นการนำเอาเครื่องแกง ละลายในน้ำกะทิ ผสมกับน้ำ มะขามเปียก ตั้งไฟให้เดือด ใส่แตงกวา หั่นยาว(นำไปขยำ กับเกลือแล้วผึ่งแดดให้แห้งก่อน) ดอกกะหล่ำ กะหล่ำปลี ถั่วงอกยาว ผักบุ้ง เมื่อเดือดได้ที่แล้วก็ใส่ถั่วงอกและลงไป รสชาติดหวาน เปรี้ยว เค็ม 13. หมูผัดตาวหุ้ย หรือหมูผัดกับเต้าหู้ยี้ ใส่พริกขี้หนูทุบเพื่อแต่งกลิ่น แล้วปรุงรสโดยเน้นรสเค็ม-หวาน 14. แกงไตปลา หรือแกงพุงปลา มีทั้งแบบแห้ง และแบบน้ำ ใส่ปลาอย่าง และเม็ดมะม่วงหิมพานต์ ซึ่งแบบแห้งจะเก็บไว้ได้นานกว่าแบบน้ำ รสชาติเผ็ดร้อน และเค็มเล็กน้อย 15. แกงตุ้ม เป็นแกงที่ได้รับอิทธิพล มาจากทางประเทศมาเลเซีย มีลักษณะ คล้ายแกงส้ม แต่ต้องเคี้ยวเครื่องแกง กับน้ำมันก่อน แล้วใส่น้ำมะขาม ปรุงรส ด้วยสมแขกตากแห้ง แกงกับปลา และหัวปลา รสชาติเปรี้ยวๆ หวานๆ และเผ็ดเล็กน้อย 16. ผัดมันกุ้ง หรือผัดมันแคว เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพล มาจากชาวจีนฮกเกี้ยน บางครั้งผัดใส่กุ้งหรือใส่หมูสามชั้น หรือกากหมู รสชาติดหวาน-เค็ม 17. แกงตุ้ม เป็นแกงที่ได้รับอิทธิพลมาจากทางประเทศมาเลเซีย มีลักษณะ คล้ายแกงส้ม แต่ต้องเคี้ยวเครื่องแกงกับ น้ำมันก่อน แล้วใส่น้ำมะขาม ปรุงรสด้วยส้มแขก ตากแห้ง แกงกับปลาและหัวปลา รสชาติเปรี้ยวๆ หวานๆ และเผ็ดเล็กน้อย 18. ต้มส้ม มีสองแบบคือ ต้มส้มปลา และต้มส้มผัก วิธีปรุงนั้นทำได้ง่ายๆ คือ ใส่กะปิเล็กน้อย น้ำมะขาม และส้มแขกตากแห้ง(ส้มควาย) ลงไปในน้ำ แล้วตั้งไฟ รอจนน้ำเดือด ถ้าเป็นต้มส้มปลา ก็ใส่ปลาลงไป (นิยมใส่หัวปลา) ถ้าเป็นต้มส้มผัก ก็ใส่ผักซึ่งส่วนมากนิยม ใส่ผักหลายชนิด คือ ผักบุ้ง หยวก สับปะรด เม็ดมะม่วง หิมพานต์ หน่อข้าวอ่อน และอาจใส่กุ้งเสียบหรือปลาฉิ่งฉ้างเล็กน้อย ปรุงรสให้มีรสเปรี้ยว หวาน เค็ม 19. เปื๋อยทอด เป็นอาหารที่มีส่วนประกอบของ กุ้ง และหญ่าซ้อง (สันตะวาใบข้าว) หรือ ใบชะพลู หรือใบเล็บครุฑ โดยการทำนั้น จะนำใบไม้ มาชุบแป้งสาลี ที่ผสมเครื่องเทศ นำกุ้งโรยหน้า แล้วนำไปทอด รับประทาน กับน้ำจิ้มรสหวาน และเผ็ดเล็กน้อย 20. ขมจิ้นเป็นอาหาร ที่คนภูเก็ต ส่วนใหญ่นิยม ทานเป็นอาหารเช้า ทานกับน้ำแกง ชนิดต่างๆ และที่ขาดไม่ได้คือ ผักเหนาะ หลากหลายชนิด ทั้งผักสด และผักดอง ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากในการทานขมจิ้นของชาวภูเก็ต นอกจากนี้ ยังนิยม ทานกับไข่ต้ม (บางคนชอบแบบยางมะตูม-ไม่ค่อยสุก) ห่อหมก และ ทอดมันปลา (ชาวภูเก็ตนิยม เรียกว่าลูกชิ้น)	

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
21. ต้มจ้ำ เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของชาวภูเก็ต โดยมากนิยมทานกัน เป็นอาหารเช้า มีทั้งขนมจีบหรือเซียวโป้ย สะเก๋หรือเกาจี เผือกทอด ลูกชิ้นปลา หรืออ้วน ตีนไก่ กระดุกหมูตุ๋นยาจีนหรือบะก๊วดเต้ กินกับน้ำจิ้มหวานหรือเตเจี้ยว	
22. โอ้เอ๋ว เป็นขนมหวานทำมาจากกล้วยน้ำว้า ขยำกับเมล็ด โอ้เอ๋ว (เมล็ดสีขาวนำมาจากเมืองจีน) ใส่ น้ำเชื่อม และน้ำแข็งใส กินแก้ร้อน และ ลดการกระหายน้ำ	
23. บี้ถ้ายบก หรือลอดช่องสิงคโปร์ เป็นของหวาน มีเส้นสีขาวและแดง ทานกับน้ำเชื่อมใสใส่น้ำแข็ง	
24. ตู๋โบ้ หรือรวมมิตร กะทิ เป็นของหวานชนิดหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยมันต้มน้ เผือก ฟักทอง และถั่วแดง เม็ดเล็กๆ (คนภูเก็ตเรียกว่า ถั่วย้อย)	
25. ขนมหัวล้าน หรือ ตาป่าไถ่ เป็นขนมไส้ถั่วเขียว มีแป้งหุ้มปั้น เป็นลูกกลมเกลี้ยง สีเขียวอ่อนรองด้วยใบตอง	
26. ขนมเต่า หรืออั้งกู่ คือ ขนมหัวล้านนั่นเอง แต่นำแป้งมาใส่สีแดง แล้วกดในแม่พิมพ์เป็นรูปเต่า ใช้เป็นของไหว้ในเทศกาลต่างๆ	
27. ขนมสี่ขา หรือเบเฮ้ง ลักษณะคล้ายปาต่องโก๋หรือเจียะโก้ย แต่ปิดตัวแบ่งให้เป็นเกลียวมีลักษณะเป็นสี่ขา โดยที่ตัวแบ่ง มีเกร็ดน้ำตาล เมื่อรับประทานจะมีรสหวานอร่อย	
28. จี้โจ หรือจี้โจ เป็นขนมแป้ง คลุกงาทอด ข้างในมีไส้รสชาติค่อนข้างหวาน มีด้วยกันสามแบบ คือ ไส้ถั่วเหลือง ถั่วลิสง และถั่วดำ	
29. โกล้วย หรือโกล้วย เป็นขนมถั่ว ทำจากน้ำตาลแดง ตัวขนมมีสีน้ำตาล รสหวาน ลักษณะเหนียวหนึบหนับ กินกับมะพร้าวขูด	
30. กี้โก้ย เป็นขนมถั่วเหลืองๆ ทำจากน้ำตาล ตัวขนมมีความนุ่มและยืดหยุ่น ราดด้วยน้ำเชื่อม คำว่า กี้โก้ยมาจากภาษาฮกเกี้ยนเดิมว่า ก้อโก้ย	
31. บั้นเจียนโก้ย มีลักษณะคล้ายขนมถั่วแตก ตัวขนมเหมือนฟองน้ำ มีรสชาติดหวาน นิยมทานกับกาแฟในตอนเช้า	
32. ฉ้ายถาวโก้ย เป็นขนมชนิดหนึ่ง มักทำกินกันในงานแต่งงาน ทำจากหัวไชเท้า ผสมกับแป้งข้าวเจ้า แป้งถั่วเขียว ใส่หมู ไข่ น้ำตาล หัวเปราะ พริกไทย ผสมเข้าด้วยกันแล้วนำไปนึ่ง สุกแล้วโรยถั่วลิสง ตันหอมหั่นฝอย มีกลิ่นของหอมและหัวเปราะ	
33. เกี่ยมโก้ย เป็นขนมรูปถั่ว สีขาว ขนาดประมาณถั่วหัวพริก รสชาติเค็ม ทำจากแป้งข้าวเจ้า โรยหน้าด้วยหอมเจียว ตันหอม และกุ้งแห้งทอด กินกับน้ำจิ้มรสชาติเปรี้ยว-หวาน	
34. จู้จุน หรือขนมฝักบัว มีลักษณะเป็นวงกลม เป็นการนำแป้ง ไปทอด ให้บริเวณรอบๆ กรอบ และตรงกลางนุ่ม มีรสชาติดหวาน	
35. ฮวดโก้ย หรือขนมถั่วฟู ใช้ในพิธีไหว้เจ้า และไหว้บรรพบุรุษ เพราะเชื่อว่าเป็นขนมที่มีชื่อเป็นมงคล	
36. เปาล้าง คือข้าวเหนียวปิ้งใส่มะพร้าว ผสมกับกุ้ง พริกไทยและหัวเปราะ คาดว่าเป็นขนมที่ได้รับอิทธิพล มาจากมาเลย์ เพราะที่มาเลเซีย ก็มีขนม ชนิดนี้เหมือนกัน	
37. บะจ่าง เป็นข้าวเหนียว ที่นำไปผัดกับชีอิ้ว แล้วนำมาห่อ ด้วยใบจ่าง(ใบจากตากแห้ง) โดยยัดไส้หมู กุ้งแห้ง และไข่ ไว้ข้างใน	
38. กี้จ่าง หรือขนมจ่าง ทำจากข้าวเหนียวแช่น้ำต่างห่อไปผึ่ง รสชาติดหวานนิดๆ รับประทานกับน้ำตาลทราย	
39. เกลือเคย ใช้ทานกับผลไม้คล้ายกับน้ำปลาหวาน ปรงจากพริกขี้หนู ตำละเอียด กะปิ ชีอิ้ว น้ำตาลทรายแดง น้ำตาลทรายขาว และน้ำ เวลารับประทาน ใช้ราดบนเลือดหมูต้ม เต้าหู้เหลือง แดงกวา และผลไม้อื่นๆ เช่น ชมพู สับปะรด ฯลฯ หรือนำผลไม้ไปจิ้มทานแบบน้ำปลาหวานก็ได้	
40. เต้าซ้อ คือ ขนมที่มีลักษณะ เหมือนขนมเปียะ มีทั้งไส้หวาน ไส้เค็ม และบางร้านยังทำไส้ไข่เค็มด้วย	
41. ผ้างเปีย ทำด้วยแป้งนำไปอบ ลักษณะเป็นรูปกลมๆ ข้างในกลวง และทาน้ำตาลไว้บางๆ	
42. หม่อหล้าว หรือขนมงาพอง เป็นขนมท่อนยาวทรงกระบอกข้างในกรวง ข้างนอกกรอบโรยงาไว้ รสชาติดหวาน	
43. ขนมพริก เป็นขนมคล้ายคุกกี้ แต่มีส่วนผสมของพริกไทย รสชาติดหวาน และมีรสเผ็ดร้อนของพริกไทยเล็กน้อย	
44. ขนมหน้าแตก เป็นขนมพื้นเมืองภูเก็ต ลักษณะเหมือนคุกกี้ รสชาติดหวาน และเค็มเล็กน้อย เนื้อไม่ละเอียดมากนัก	

ชื่ออาหาร	รูปภาพ
45. กุ้งกิ้ง หรือขนมตูปตูป ซึ่งในภูเก็ต ยังมีแบบที่ห่อใบไผ่ แบบโบราณจำหน่าย	
46. กะเปกหรือหน่อไม้ น้ำ เป็นพืชชนิดหนึ่งคล้ายๆ ต้นข้าว แต่ลำต้นอวบน้ำกว่า สามารถนำลำต้นภายใน ที่ลอกกาบใบทิ้งหมดแล้วมาหั่นเป็นชิ้นๆ แล้วผัดกับกุ้งสด รสชาติจะหวานมัน กรอบอร่อย	
47. เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ปัจจุบันมีการนำเม็ดมะม่วงหิมพานต์ มาแปรรูปในรูปแบบนานาชนิด ซึ่ง เม็ดมะม่วงหิมพานต์นี้ ถือเป็นของฝากจากภูเก็ตได้อย่างดีทีเดียว	
48. สับปะรดภูเก็ต เนื่องจากแร่ธาตุในดินที่ภูเก็ต และสภาพภูมิอากาศ ในจังหวัดภูเก็ต ที่แตกต่าง จากจังหวัดอื่น จึงทำให้สับปะรดที่ปลูกในภูเก็ต มีความกรอบอร่อย รสชาติหวาน อมเปรี้ยว ไม่เหมือนใคร ถือเป็นผลไม้ที่มีรสชาติ เป็นเอกลักษณ์ประจำตัว เหมาะสำหรับที่จะซื้อ เป็นของฝากได้เช่นกัน	
49. กุ้งเสียบ คือกุ้งตัวโตไม่ปอกเปลือก นำไปย่างจนแห้ง และรมควันจนหอมหวนซื้อได้ ทั่วไปตามตลาดสด ตลาดเกษตร หรือร้านจำหน่ายของที่ระลึก	
50. ปลาฉิ้งฉ้าง เป็นปลาทะเลตัวเล็กๆ จำพวกปลากระดูกหรือปลาไส้ตัน มีทั้งแบบ ตากแห้งธรรมดา และแบบที่ปรุงรสแล้ว ซึ่งปัจจุบัน มีการพัฒนา ให้มีหลากหลายรสชาติ	
50. ลูกหยีสุด ต้นหยี เป็นพืชยืนต้นขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันหายากเต็มที ในภูเก็ต ลูกหยีมีรสชาติเปรี้ยว และบางครั้งก็มีรสชาติเปรี้ยวอมหวาน	

2.3 ข้อมูลอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมาเลเซีย

2.3.1 อาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร

การดำเนินงานพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร ได้เริ่มดำเนินงานอย่างเป็นทางการ ในปี พ.ศ. 2538 โดยเป็นเป็นโครงการร่วมระหว่างกรุงเทพมหานคร กับองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (The Food and Agriculture Organization of the United Nations หรือ เรียกย่อๆ ว่า FAO) และกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข เพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหารที่จำหน่าย ริมบาทวิถี ในเขตกรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาดำเนินการ 3 ปี (ปีงบประมาณ 2540–2542) โดยตั้งเป้าหมาย จัดให้มีการจัดการหาบเร่-แผงลอยที่ขายอาหารให้ได้สุขลักษณะทุกสำนักงานเขต เขตละ 1 จุดผ่อนผัน รวมเป็น 40 จุดผ่อนผัน เพื่อเป็นโครงการตัวอย่าง สามารถนำไปใช้ขยายผล ในจุดผ่อนผันอื่นๆ โดยจะดำเนินการให้เสร็จ ภายในปีงบประมาณ 2543 และคาดหวังว่า จะพัฒนารูปแบบของอุปกรณ์ และแผงลอย ตั้งจำหน่ายอาหารให้ถูกสุขลักษณะและนำไปใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนา และเพิ่มศักยภาพทางด้านเทคนิค และวิชาการเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหาร ให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติ การดำเนินงานครั้งนั้น ได้ดำเนินการพัฒนาแผงลอย จำหน่ายอาหารตัวอย่างขึ้น โดยมีพื้นที่ทดลอง 5 จุดด้วยกัน คือ เขตจตุจักร 2 จุด เขตดุสิต 2 จุด และเขตเทศบาลนนทบุรี 1 จุด จากผลงานโครงการศึกษาดังกล่าว นำไปสู่การขยายผล ให้ผู้บริหารกรุงเทพมหานคร ดำเนินการพัฒนาแผงลอย ให้ครอบคลุมทั่วทุกเขตการปกครอง โดยวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2540 ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร จึงได้เปิดแถลงข่าว แก่สื่อมวลชน ณ ห้องประชุมเอกนทประสงค์ กรุงเทพมหานคร และวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2540 ได้มีพิธีเปิดจุดดำเนินการ 80 จุดผ่อนผันของเขตต่างๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร เป็นจุดเริ่มต้น และมีนโยบายจะขยายให้ครบทั้ง 285 จุด ภายในระยะเวลา 3 ปี รูปแบบ และวิธีการดำเนินงานที่ใช้ น่าจะสอดคล้องกับสถานการณ์ และมีโอกาสประสบความสำเร็จได้ ส่งผลให้ กทม. เป็นเมืองที่น่าอยู่ น่าอาศัย (ทรวง เหลี่ยมรังสี และคณะ, 2538) และมีการกำหนดมาตรฐานทางด้านความสะอาด

สถิติจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า ในระหว่างปี 2539 ถึง 2543 “ผู้ไร้ขาย ผู้ร้องขาย ผู้ขายหนังสือพิมพ์” ในกรุงเทพมหานคร มีจำนวนมากกว่าสองแสนคนในแต่ละปี และบางปี เช่น ในปี 2542 และ 2543 ซึ่งเป็นช่วงหลังเศรษฐกิจฟองสบู่แตกในปี 2540 มีผู้ค้ามากกว่าสามแสนคน สินค้าที่ผู้ค้าหาบเร่แผงลอยขายมีหลากหลาย แต่สินค้าประเภทอาหารจะมีสัดส่วนค่อนข้างสูง การจัดการเกี่ยวกับการค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพมหานคร ครอบคลุมประเด็นอย่างน้อย สี่มิติ ได้แก่ มิติเศรษฐกิจ ซึ่งเชื่อมโยงกับการแก้ไขปัญหาความยากจน และการสะสมทุน การประกอบการ มิติสังคม คือ การลดปัญหาสังคมซึ่งเกี่ยวข้องกับความยากจน การสร้างความสามารถในการพึ่งตนเอง มิติทางการเมือง ซึ่งเกี่ยวข้องกับ นโยบายของรัฐ และการบังคับใช้กฎหมาย และมิติวัฒนธรรม คือ การวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ รวมทั้ง ความสัมพันธ์ในเชิงวัฒนธรรม ระหว่างผู้คน นฤมล นิราทร ได้ทำการศึกษาและมีข้อเสนอว่า การจัดการการค้าหาบเร่แผงลอยควรให้ความสำคัญทั้งต่อมิติเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และ วัฒนธรรม มิติเหล่านี้ผสมผสานกัน มิติเหล่านี้ครอบคลุมทั้งการประกอบอาชีพ และ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคือ ผู้ประกอบอาชีพ สินค้าที่ขาย ผู้บริโภค และประชาชน นอกจากนี้ควรกำกับดูแลให้ผู้ค้าปฏิบัติตามกฎหมาย รณรงค์ให้ผู้ค้าปฏิบัติตามกฎหมายทั้งที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพและการเสียภาษี ในด้านการประกอบอาชีพ ต้องให้ความสำคัญต่อการกำกับดูแลในด้านความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในฐานะของประชาชน ซึ่งได้รับประโยชน์จากการจัดสรรทรัพยากรของรัฐ ผู้ค้ามีความรับผิดชอบด้านภาษี รวมทั้งกำหนดทำที่และมาตรการที่ชัดเจนต่อการประกอบอาชีพของแรงงานต่างด้าว ในขณะเดียวกัน ส่งเสริม คุ่มครอง พัฒนา ผู้ค้าชาวไทย เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และศักยภาพในการประกอบอาชีพ (นฤมล นิราทร, 2557)

อาหารริมบาทวิถี หรือ (Street food) ของกรุงเทพมหานครได้นำชื่อเสียงมาสู่ประเทศไทยมาติดต่อกันสองปีซ้อนครองอันดับ 1 เมืองใน 23 เมืองที่มีอาหารริมบาทวิถีที่ดีที่สุดในโลก (สำนักข่าวซีเอ็นเอ็น 9 ส.ค.59) ติดอันดับนำหน้าเมืองท่องเที่ยวใหญ่อย่าง โตเกียว-ญี่ปุ่น โฮโนลูลู-ฮาวาย USA เดอร์บัน-แอฟริกาใต้ นิวออร์ลีน-ลุยเซียนา USA อิสตันบูล-ตุรกี ฮองกง-สาธารณรัฐประชาชนจีน นครปารีส-ฝรั่งเศส กรุงไคโร-อียิปต์ และ มาราเกซ-โมร็อกโก เหตุผลสำคัญ CNN ได้เผยว่า อาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพฯ สนองความต้องการของสังคมเมือง ที่ไม่มีเวลาในการปรุงประกอบอาหารเองและเมนูที่หลากหลาย ให้เลือกรับประทานหลากหลายประเภท ในราคาที่ไม่แพง อยู่ตามแหล่งชุมชนต่างๆ รสชาติอร่อยถูกปากคนไทยและต่างชาติ ทั้งอาหารเช้า กลางวัน อาหารเย็น และอาหารอบตัก และโต้รุ่ง โดยเฉพาะร้านอาหารในถิ่น “ไชน่าทาวน์” หรือที่คนไทยรู้จักกันในนาม “เยาวราช”

อาหารริมบาทวิถีของกรุงเทพที่ถูกกล่าวถึงในโลกออนไลน์ 10 ชนิดตามภาพที่ 2.4

ภาพที่ 2.4 ภาพอาหารพื้นเมืองของกรุงเทพมหานครที่ถูกกล่าวถึงในโลกออนไลน์

ชื่ออาหาร	รูปภาพ	ชื่ออาหาร	รูปภาพ
1. ก๋วยเตี๋ยวผัดซีอิ๊ว		2. ส้มตำไทย	
3. หมูปิ้ง		4. ข้าวผัด	
5. ก๋วยเตี๋ยว		6. ขนมจีนแกงเขียวหวาน	
7. ชาเย็น		8. หมูแดดเดียว	
9. ข้าวเหนียวมะม่วง		10. ขนมครก	

อาหารริมบาทวิถี เป็นองค์ประกอบของชุมชนเมืองที่สำคัญที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพของชุมชนเมือง อีกทั้งยังอาจทำให้เกิดปัญหาในด้านสุขภาพอนามัย และปัญหาความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย ทำลายภาพลักษณ์ที่สวยงามของชุมชนเมือง หากผู้ค้าไม่คำนึงถึงการรักษาความสะอาดสถานที่ประกอบการอาจเป็นพาหะแพร่เชื้อโรคต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว (กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมือง, 2555) นอกจากนี้ยังมีแรงงานต่างด้าวจำนวนมาก

ประกอบอาชีพการค้า อาจกลายเป็นประเด็นปัญหาใหญ่ที่ต้องวางแผนดำเนินงานเพื่อป้องกันปัญหาต่อไป

ปัจจุบันผู้บริหารระดับสูงของกรุงเทพมหานคร ได้ให้ความสำคัญ และออกมาเป็นนโยบายในการในพัฒนาการขายอาหารริมทางโดยมีการประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือการจัดระเบียบร้านค้าหาบเร่ แผงลอย โดยเฉพาะ ร้านขายอาหารริมทาง ในพื้นที่ถนนข้าวสาร และถนนเยาวราช ให้เน้นการดูแลความสะอาด และถูกสุขอนามัย คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภคเป็นหลัก เพื่อสร้างระเบียบพื้นที่การค้าขายให้เรียบร้อย เป็นภาพลักษณ์ที่ดี และคงเสน่ห์ของ Street food กรุงเทพมหานครไว้ ซึ่งสอดคล้องกับ 5 นโยบายหัวใจ ได้แก่

- 1) สะอาด (Clean): บ้านเมืองสะอาด การบริหารราชการใสสะอาด
- 2) สะดวก (Convenient): เดินทางสะดวก ใช้ชีวิตสะดวก ข้อมูลสะดวก
- 3)ปลอดภัย (Community): ชีวิตปลอดภัย ทรัพย์สินปลอดภัย ชุมชนและสังคม

ปลอดภัย

- 4) คุณภาพชีวิตดี (Care): ดูแลคุณภาพชีวิตประชาชน สิ่งแวดล้อม และระบบ

นิเวศ

- 5) วิถีพอเพียง (Common way of living): ภูมิใจในรากฐานไทย พอใจในความ

เป็นอยู่

การดำเนินงานเพื่อกำกับ ดูแล อาหารริมบาทวิถี โดยการบังคับใช้ระเบียบ กรุงเทพมหานครว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2551 และใช้กลไกการดำเนินงานแบบ RPP จะทำให้เกิด ร้านอาหารริมบาทวิถีที่ต้นแบบงานสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถีได้ (1) การบังคับใช้ REGULATION : เช่น มาตรฐานตาม พ.ร.บ.สาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (2) POLICY : นโยบายจากผู้บริหารระดับสูงเป็นธงนำ และ (3) มาตรฐานการส่งเสริม PROMOTION : อาทิ การส่งเสริมหรือสนับสนุนเงินรางวัล (สมชาย เลี้ยวขวลิต, 2558)

ระเบียบกรุงเทพมหานครว่าด้วยหลักเกณฑ์ในการจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ พ.ศ. ๒๕๔๖ และแก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ ๒ พ.ศ. ๒๕๕๑

คุณสมบัติของผู้จำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ (สินค้าประเภทอาหาร)

๑. ต้องได้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. ๒๕๓๕
แสดงใบอนุญาต ติดบัตรประจำตัวผู้ค้า หรือผู้ช่วยค้า ตลอดเวลาที่ทำการค้า
๒. ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยผู้จำหน่ายอาหารผ่านการอบรมหลักสูตรการสุขาภิบาลอาหาร
๓. ผู้จำหน่ายและผู้ช่วยผู้จำหน่ายอาหารผ่านการตรวจสุขภาพแล้วว่าไม่เป็นโรคติดต่อ หรือพาหะของโรคติดต่อตามที่ระบุไว้ในข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร

1. วัณโรค 2. อหิวาตกโรค 3. ไข้รากสาดน้อย (ไทฟอยด์) 4. โรคบิด 5. ไข้สวก	6. โรคคางทูม 7. โรคเรื้อน 8. โรคผิวหนังที่นำรังเกียจ 9. โรคตับอักเสบที่เกิดจากไวรัส 10. โรคอื่นๆ ตามที่ทางราชการกำหนด
--	---
๔. ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กรุงเทพมหานครกำหนด
 - หลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะ
 - หลักเกณฑ์ด้านการจัดระเบียบหาบเร่ แผงลอย
 - ปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าพนักงานสาธารณสุขหรือเจ้าพนักงานท้องถิ่น

2.3.2 อาหารริมบาทวิถีในประเทศญี่ปุ่น

จากการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และการสัมภาษณ์ที่ให้นักการทูตไทยในประเทศญี่ปุ่น พบว่า โดยทั่วไปประเทศญี่ปุ่นมีร้านอาหารริมทางน้อยมาก และมีการจำกัดสถานที่ที่ใช้เป็นที่ตั้ง ทั้งนี้อาจด้วยสภาพอากาศ พื้นที่ที่จำกัด และวัฒนธรรมการใช้ชีวิตที่มีระเบียบแบบแผน มักจะกินอาหารตามร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือโรงแรม แต่ประเทศที่มีการขายอาหารตามบาทวิถี (Street food) ในงานเทศกาลที่เรียกว่า “Yatai” (ยา-ไต) มากมายในญี่ปุ่น โดยเฉพาะตามงาน Festival หรือ งาน event ต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่นที่มีถึง 200,000 งานต่อปี ตามภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 ภาพงาน Festival ในประเทศญี่ปุ่น

ปกติอาหารญี่ปุ่นเป็นอาหารจานหลัก ที่เป็นข้าวหรืออาหารเส้น ซุป และกับข้าว หรือโอะกะซู ซึ่งทำจากปลา เนื้อสัตว์ ผักและเต้าหู้ ประรสด้วยตะชิ (หัวเขื่อน้ำซุป) มิโสะ (เต้าเจี้ยวญี่ปุ่น) และโชยุ (ซีอิ๊วญี่ปุ่น) ทำให้อาหารญี่ปุ่นส่วนมาก มีไขมันต่ำ แต่มีปริมาณเกลือสูง อาหารประเภทเส้น ก็เป็นอาหารที่สำคัญที่อาจรับประทานเป็นอาหารจานเดียวแทนข้าว หรือจัดคู่กับข้าว ได้แก่ โซบะ (เส้นเล็กสีน้ำตาล ทำจากแป้งบัควีท) อุด้ง (เส้นหนาสีขาว ทำจากแป้งสาลี) อาหารเส้นสามารถรับประทานแบบร้อนและเย็น คู่กับน้ำซุปที่ทำจากตะชิผสมโชยุ และราเม็ง (บะหมี่ในน้ำซุปแบบจีนที่ทำจากเนื้อสัตว์ที่ชาวญี่ปุ่นมาปรุงเป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น) นอกจากนี้ยังมีอาหารอีกกลุ่มหนึ่งที่เรียกว่า โยโชะกุ หรือ อาหารแบบตะวันตก ที่ถูกคิดค้นขึ้นในระหว่างช่วงสิ้นสุดการปิดประเทศ และช่วงต้นของการปฏิรูปสมัยเมจิ เมื่อค.ศ. 1868 ตามกระแสวัฒนธรรมต่างประเทศจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของอาหารญี่ปุ่นซึ่งเป็นที่นิยมในปัจจุบัน เช่นแกงกะหรี่ญี่ปุ่น ทงคัตสึ (หมูทอด) แฮมเบอร์เกอร์ โคโรกเกะ (มันบดใส่ปุดอด) โอเมมูโรชิ (ข้าวผัดห่อไข่) และนะโบริตัน (สปาเกตตีผัดซอสมะเขือเทศ) เป็นต้น เอกลักษณ์สำคัญของอาหารญี่ปุ่นที่น่าสนใจ คือ ศิลปะการกินอาหารแบบไคเซกิ ที่มีการจัดแต่งหน้าตาอาหารที่ทยอยเสิร์ฟมาทีละจาน เรียกว่ากินอร่อยอย่างเดียวไม่พอสวยด้วยตัวอย่างอาหารริมบาทวิถีที่ขึ้นชื่อของญี่ปุ่น ในภาพที่ 2.6

ภาพที่ 2.6 ภาพอาหารพื้นเมืองของกรุงเทพฯที่ถูกกล่าวถึงในโลกออนไลน์

ชื่ออาหาร	รูปภาพ	รายละเอียด/คำอธิบาย
1. Yaki Imo	 	คือมันฝรั่งหวานๆ หรือ มันเผา ใช้ไฟจากไม้เป็นหลักในการทำ ให้ได้กลิ่นหอมของไม้มาเป็น ส่วนผสมด้วย โดยส่วนมากจะเป็น รถแบบนี้มีอยู่ทั่วไปในญี่ปุ่น
2. Onsen tamago	 	คือ ไข่ที่ลวกในน้ำร้อน ในบ่อน้ำแร่ ลำธารของน้ำพุร้อนให้คนที่มา เทียวอาบน้ำแร่ รวมทั้งจะมีอาชีพ ทำไข่ลวกนี้ส่งตามซูเปอร์มาเก็ต ในหัวเมืองใหญ่ๆ และภัตตาคาร ต่างด้วย
3. Okonomiyaki	 	หรือJapanese pancake เรียกว่า ” พิซซาญี่ปุ่น ร้านประเภทนี้ เป็น ร้านแบบพื้นเมือง(local) จะพบ เห็นในซานเมือง หรือ ตจว หรือ ตามเทศกาล
4. Dango หรือ ดังโงะ	 	ขนมดังโงะ ทำจากแป้งที่เอาไป เสียบไม้ แล้วราดด้วยซอสญี่ปุ่น
5. Senbei	 	ขนมเซนเบ้ หรือ ข้าวพองกรอบใน ภาษาไทย มีหลากหลายรสชาติทั้ง หวานและเค็ม ที่ส่วนมากเราจะ เห็นเป็นห่อ เป็น package แต่พอ มาในรูปแบบ street food นั้นจะ ใหม่และสดกว่า
6. Watame	 	ซุ้มขายของสไตล์อเมริกัน จำพวก ขนมสายไหมรสต่างๆ ใส่ในถุงไว้ ล่อลวงเด็กๆ และมี วงดนตรี หรือ ตัวการ์ตูนร่วมสมัยที่กำลังดัง ยืน เป็น Brand ambassador แปะ อยู่หน้าถุง

ชื่ออาหาร	รูปภาพ	รายละเอียด/คำอธิบาย
7. Kare pan		ขนมปังสอดไส้แกงกะหรี่ โดยเป็นขนมปังเกร็ดๆ แล้วสอดไส้ด้วยน้ำแกงกะหรี่กับเครื่องของมัน อย่างเช่นแครอทกับมันฝรั่ง
8. Taiyaki		ขนมปังที่ใช้รูปปลาเป็นแม่พิมพ์ แห่งชาติ และสอดไส้ต่างเช่น คัสตาร์ด ชอคโกแลต หรือ ชีส
9. Bebi Kasutera หรือ “Castella”		คือ เค้ก sponge มีส่วนผสมหลักคือ น้ำตาล แป้ง ไข่ และไข่รับ เช่น น้ำผึ้ง เป็นขนมยอดนิยมในช่วงเทศกาลต่างๆ และมีขายตามร้านรายทางทั่วไป ในญี่ปุ่น ขึ้นกัด้พอดิคำ และขนมนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากเค้กชนิดหนึ่งในโปรตุเกส
10. Crepes		ขนมเครป ร้านแบบนี้มีอยู่่มากมายกว่า 10,000 ร้านในประเทศญี่ปุ่น เป็นที่นิยมในหมู่นักเรียนสาว ๆ
11. Tomorokoshi		ข้าวโพดเสียบไม้ ย่างกับเครื่องปรุงเด็ดอย่าง มิโซะ เนย และ ซอสถั่วเหลือง
12. Bento		หรือ “อาหารกล่อง” ที่จะมีทั้งซาซิมิ ซูชิ ข้าว กับกับแกล้มอีกอย่างสองอย่าง อยู่ในกล่องข้าวรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส
13. Kyuri		คือแตงกวาเสียบไม้ โดยมี มิโซะ เป็นส่วนผสม คนญี่ปุ่นเชื่อว่าการทานเจ้าสิ่งนี้ จะทำให้ใจเย็นลง หรือให้อารมณ์ดีขึ้น

ชื่ออาหาร	รูปภาพ	รายละเอียด/คำอธิบาย
14. Takoyaki		แป้งรสดีสอได้ ปลาหมึกเกรดด้วย มายองเนส วิธีการทำนั้นจะคล้าย กับขนมครกของไทย
15. ข้าวแกงกะหรี่ญี่ปุ่น		หาทานได้ง่ายสุดๆ ในญี่ปุ่น มี ตั้งแต่รถข้างทาง รสเด็ดไม่แพ้ใน ร้าน/ ภัตตาคาร แต่ราคาถูกกว่า

2.3.3 อาหารริมบาทวิถีในประเทศมาเลเซีย

มาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้ชิดกับประเทศไทย และมีความร่วมมือในการพัฒนาการสาธารณสุขตามแนวชายแดนไทยมาเลเซีย และเกิดความร่วมมือในการพัฒนามาตรฐานด้านอาหารในร้านอาหารและแผงลอยจำหน่ายอาหารตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 โดยมีการดำเนินการในพื้นที่นำร่องคู่ขนานกัน ทั้งนี้จากการดำเนินงานร่วมกัน ในการพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านอาหารของทั้งสองประเทศ พบว่า ประเทศมาเลเซียมีแนวทางที่เข้มงวดกว่าประเทศไทย กล่าวคือ มีกำหนดบทลงโทษทางกฎหมายและสามารถบังคับใช้ได้ดีกว่าประเทศไทย (บุญแสง , 2558) การพัฒนาในมาเลเซียที่สำคัญ น่าจะมาจากนโยบาย New Economic Policy-NEP การให้สิทธิพิเศษแก่ชาวมลายูในด้านต่างๆ จนถึงปี 2010 ประกาศ New Economic Model-NEM) ซึ่งเป็นพื้นฐานของ Economic Transformation Program-ETP มีหลักการสำคัญ คือ การเพิ่มรายได้ให้ประชาชน กระจายรายได้และผลประโยชน์ให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน และให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในด้านการท่องเที่ยว อาหารริมบาทวิถีของมาเลเซีย ก็ได้รับการเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ว่าเป็น 1 ในถนนที่ดีที่สุดในโลก 10 เมืองอาหารชั้นนำในเอเชีย อีกทั้งลักษณะอาหารและรูปแบบการจำหน่ายอาหารมีลักษณะใกล้เคียงกับประเทศไทย ในรูปของรถเข็นถนนเคลื่อนที่และตลาด เคลื่อนที่ ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลที่น่าสนใจในโลกออนไลน์ในเมืองท่องเที่ยวสองจังหวัดของมาเลเซีย คือ ปีนังและกัวลาลัมเปอร์ เพื่อใช้เป็นคู่เทียบของการวิจัยครั้งนี้ โดยทั่วไปอาหารตามท้องถนนหรืออาหารหาบเร่ เป็นตัวสื่อถึงวัฒนธรรมการบริโภคอาหารประจำชาติ ถนนอาหารเมืองปีนังสะท้อนให้เห็นถึง ความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งมีเชื้อสายจีน มาเลย์และชาวอินเดีย นอกจากนี้ยังมีอาหารฟิวชั่นซึ่งเกิดจากการผสมผสานระหว่างชาวจีนและมาเลย์ Jalan Alor ก็เป็นอีกจุดหมายปลายทางอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ในใจกลางกรุงกัวลาลัมเปอร์ในยามค่ำคืน อาหารที่ดีที่สุดในมาเลเซียมีให้ไม่ได้อยู่ที่ร้านอาหารราคาแพง แต่อยู่ที่ทางเท้าสองด้านของถนนที่ขายอาหารที่ดีที่สุดในมาเลเซีย สำหรับคนในท้องถิ่นและชาวต่างชาติ ด้วยเมนูส่วนใหญ่เป็นภาษาจีน และเริ่มมีการแปลเป็นภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและจำนวนชาวจีนที่เพิ่มขึ้น

ตัวอย่างอาหารริมบาทวิถีที่ขึ้นชื่อของมาเลเซีย อาทิ Assam Laksa ก๋วยเตี๋ยวแกงส้ม (Asam เป็นภาษามลายู แปลว่าเปรี้ยว) โดดเด่นที่น้ำซุบต้มปลา ซึ่งปรุงรสด้วยส้มแขก และใส่เครื่องเทศกลิ่นร้อนแรง เช่น ผักแพว ดอกดาหลาหั่นฝอย เพื่อดับคาว ที่กินง่ายกว่านี้คือ ก๋วยเตี๋ยวผัด (Char Kuey Teow) เป็นอาหารเฉพาะถิ่นป็นิ่ง รสชาติคล้ายผัดซีอิ้ว แต่เจือเผ็ดพอประมาณ ใส่กุ้งสด กุนเชียง หอยแครง ใบกุยช่าย ถั่วงอก ผัดด้วยไฟแรง ส่งกลิ่นหอมเตะจมูก ตักร้อนๆ ใส่จานที่รองด้วยใบตองยิ่งหอมหวานชวนกิน และ Rojak เป็นของหวานที่ไม่ใช่ ของคาวก็ไม่เชิง มีผลไม้ เช่น ฝรั่ง ชมพู สับปะรด ฯลฯ หั่นพอคำรวมกับแตงกวา มันแกว เต้าหู้ หมึก แล้วราดด้วยน้ำเชื่อมเหนียวหนืด ใส่ถั่วบดคลุกเคล้า และอาหารหลายชนิดตามภาพที่ 2.7

ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างอาหารริมบาทวิถีที่ขึ้นชื่อของมาเลเซีย

ชื่ออาหาร	รูปภาพ	ชื่ออาหาร	รูปภาพ
1. Assam Laksa ก๋วยเตี๋ยวแกงส้ม		2. Hokkien Mee	
3. Wonton mee		4.-Nasi-kandar	
5.-Rojak		6.-Lor-bak	
7. Curry mee		8.-Char-kway-teow	
9.-Koay-chiap		10. Ice kacang	

2.4 แนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique เป็นเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะใช้ SOAR Technique (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) ที่ Stavros, Cooperrider และ Kelly ได้พัฒนาขึ้น ในปี 2005 มาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในครั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง มากกว่าการเปลี่ยนแปลงในต้นศตวรรษที่ 21 (ปี ค.ศ. 2001 : พ.ศ. 2544) ที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและการใช้เทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลต่างๆ ของทุกภูมิภาคของโลกเข้าด้วยกัน ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วและรุนแรงส่งผลกระทบต่อวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมอย่างทั่วถึง ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ฯลฯ ปัจจุบันเราก้าวเข้าปีที่ 16 ของศตวรรษที่ 21 (ปี ค.ศ. 2016 : พ.ศ. 2544) เป็นยุคที่มีการพูดถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแบบพลิกผัน (Disruption) ในหมู่ผู้นำและผู้บริหารระดับสูงในทุกอุตสาหกรรม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่างๆ ทำให้เกิดผู้ประกอบการกลุ่มใหม่ๆ เกิดการพัฒนาในรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะ digital disruption ส่งผลต่อการเจริญเติบโต หรือปิดตัวของอุตสาหกรรม (พ.อ.ดร.เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2516) เมื่อผู้ประกอบการเปลี่ยนพฤติกรรมของตัวเอง ภาคธุรกิจก็ต้องปรับตัวเกิด "โมเดลธุรกิจแบบใหม่" ลักษณะเดียวกับที่เกิดขึ้นใน Facebook, Uber, Netflix, Airbnb ที่สำคัญกว่าคือ การนำดิจิทัลเข้ามาช่วยปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience) และปรับปรุงกระบวนการทำงาน (Operations) (Ying Loong, 2516) การ “วิเคราะห์องค์การ (Organization Analysis)” โดยวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์การ ในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เฉพาะองค์กรหรือธุรกิจของเรา คู่แข่งขันทั้งหลายต่างก็มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วเช่นกัน ทำให้ข้อมูลที่วิเคราะห์มาแล้วเมื่อหลายวันหรือหลายเดือนที่ผ่านมา ไม่ถูกต้องและไม่เป็นปัจจุบัน อาจต้องทำการวิเคราะห์และวางแผนใหม่ เพราะแผนที่วางไว้อาจจะมียุทธวิธีเพิ่มขึ้นอีกหลายอย่างเพียงชั่วข้ามคืน โดยที่ไม่ทันตั้งตัว ดังนั้น การวางแผนทางกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การสมัยใหม่ จึงหันมาใช้แนวคิดและแนวทางในการบริหารการเปลี่ยนแปลง เชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) นำมาสู่การบริหารองค์การของผู้นำแบบ Appreciative Leadership: AL (รศ.นพ.สมชาติ ไตรรักษา, 2560) ที่ใช้เครื่องมือที่เรียกว่า SOAR Technique ซึ่งมีความหมายดังนี้

S=Strength เน้นที่จุดแข็งขององค์กร หรือสินค้า (ในที่นี้คือ “อาหารริมบาทวิถี”) ทั้งด้านปัจจัยและความสำเร็จ ที่สามารถทำได้แล้ว ในอดีตที่ผ่านมา

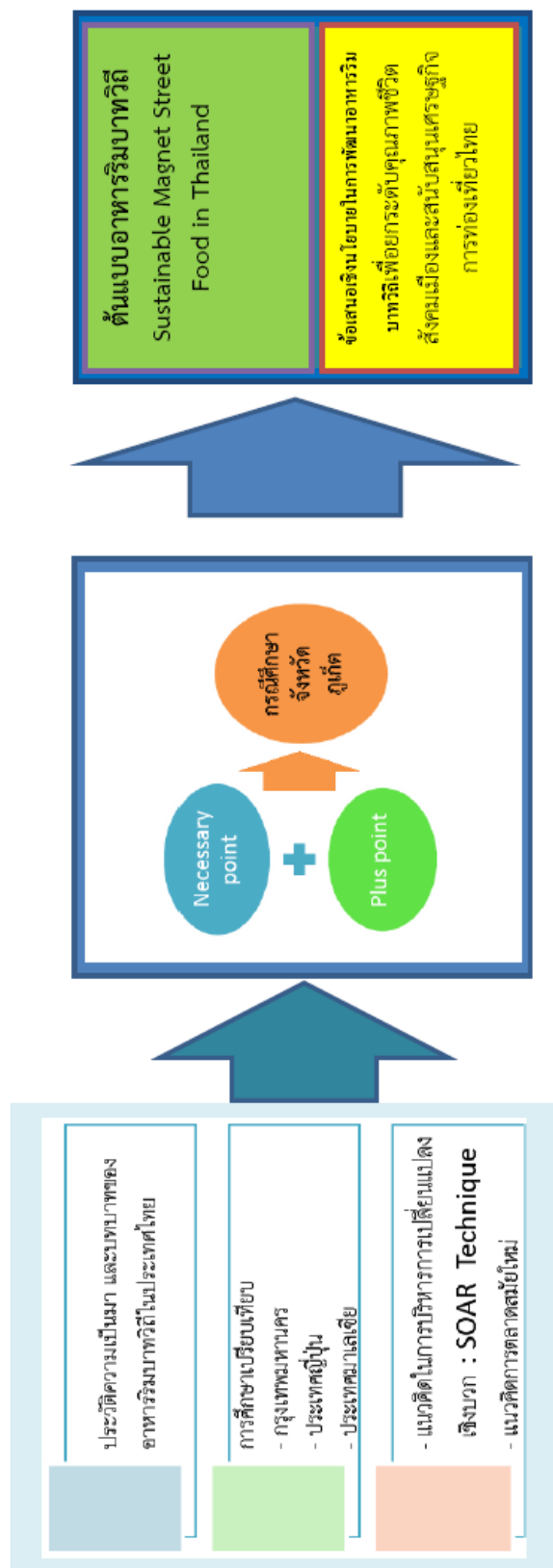
O=Opportunities โดยวิเคราะห์ว่า มีปัจจัยและสิ่งสนับสนุนอะไรบ้าง ที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์การของเรา ในการนำไปสู่ความสำเร็จของสิ่งที่ต้องการ ในอนาคต ทั้งปัจจัยที่อยู่ในภายในองค์การ และ ปัจจัยภายนอกองค์การ

A=Aspirations ด้วยการเชื่อมโยง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมายในอนาคต ของหน่วยงานหรือองค์การ ให้เป็นเป้าหมายที่ทุกคนในหน่วยงานหรือองค์การ ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตของหน่วยงานหรือองค์การ ด้วยการจัดทำให้เป็น “แรงบันดาลใจร่วม” ที่ทรงพลัง และ

R=Results หรือ Reports คือ ผลลัพธ์ หรือ รายงานผลการดำเนินงาน ที่หน่วยงานหรือองค์กรต้องการตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยแนวคิด หลักการ และ วิธีการของการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

Input กรอบการวิเคราะห์ output



ภาพที่ 2.8 กรอบแนวคิดการศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับ คุณภาพชีวิต สังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย กรณีศึกษา จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN)

บทที่ 3

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาเฉพาะกรณี (case study) ที่จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN) ผู้วิจัยใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary Research–Secondary Data) จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากนโยบาย เอกสาร ตำรา ตลอดจนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนา/การประชุมเชิงปฏิบัติการ ข้อมูลผลการดำเนินงานวิจัย เอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวกับอาหารริมบาทวิถี ทั้งในรูปแบบตัวหนังสือ (Text) และภาพเคลื่อนไหว วิดีโอ เกี่ยวกับรูปแบบ และแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี ของประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมาเลเซีย เป็นคู่เทียบ (Benchmarking) ใช้กรุงเทพมหานครที่มีผลงานในระดับสากล ประกอบกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บเพิ่มเติม (Primary Data) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีให้ปลอดภัยและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ในการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group interview– FGI) กลุ่มเจ้าหน้าที่และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต (Primary Data)

ผู้วิจัยได้นำข้อมูล ดังกล่าวข้างต้นมาวิเคราะห์ร่วมกันด้วยสถิติเชิงพรรณนาและ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ได้ผลดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) ที่ Stavros, Cooperrider และ Kelly ได้พัฒนาขึ้น ในปี 2549
2. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีโดยใช้แนวคิดเรื่องการตลาด หลัก 4P คือ Product Price Place และ Promotion
3. สรุปรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก: (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique

3.1.1 การวิเคราะห์ S=Strength

เน้นที่จุดแข็งของจังหวัดภูเก็ต หรือสินค้า (ในที่นี้คือ “อาหารริมบาทวิถี”) เทียบกับ คู่เทียบ ทั้งด้านปัจจัยและความสำเร็จ ที่สามารถทำได้แล้ว ในอดีตที่ผ่านมานำเสนอและวิเคราะห์ โดย ประเด็นที่ยกขึ้นมาต้องเป็นผลงานเชิงประจักษ์ที่มีการยอมรับ และปรากฏผลงานจริงต่อเนื่องอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป กับ R=Results หรือ Reports คือ ผลลัพธ์ หรือ รายงานผลการดำเนินงาน ที่หน่วยงาน หรือองค์การต้องการตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งวัดได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้วยแนวคิด หลักการ และ วิธีการ ของการบริหารแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ผลการวิเคราะห์ /เปรียบเทียบ Strength และ Results ของการดำเนินงานเกี่ยวกับ อาหารริมบาทวิถี ระหว่างภูเก็ต กับ คู่เทียบ

ประเด็นเด่น (Positive Issue)	จังหวัดภูเก็ต	กรุงเทพมหานคร	ประเทศญี่ปุ่น	ประเทศมาเลเซีย
มิติทางด้านเศรษฐกิจ สถานที่เป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ	-ด้านธรรมชาติ -ด้านวัฒนธรรม	-เมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน/เมืองหลวง -ด้านวัฒนธรรม	-ด้านธรรมชาติ -ด้านเทคโนโลยี -ด้านวัฒนธรรม	-ด้านธรรมชาติ -ด้านวัฒนธรรม
มิติทางด้านสังคม นโยบาย/กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	วิสัยทัศน์ของจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2557-2560) “ภูเก็ต เมืองท่องเที่ยวนานาชาติ บนพื้นฐานการพัฒนาที่ยั่งยืน” มีการกำหนดนโยบายของจังหวัด ตลอดจนแผนงาน/งบประมาณอย่างต่อเนื่อง มีผลการดำเนินงานด้านสุขาภิบาลอาหาร ที่ดีเด่นอยู่ในแนวหน้าของประเทศไทย	ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ดำเนินการพัฒนาแฉ่งลอย ให้ครอบคลุมทั่วทุกเขตการปกครอง ตั้งแต่ 5 กุมภาพันธ์ 2540 การดำเนินงานที่ผ่านมาเป็นไปในลักษณะงานประจำ และมีการนำมาเป็นนโยบายเฉพาะในบางยุคสมัย ปัจจุบันเป็นช่วงจังหวัดถูกนำมาใช้ขับเคลื่อนงานอีกครั้ง	ญี่ปุ่นมีร้านอาหารริมทางน้อยมาก และมีการจำกัดสถานที่ที่ใช้เป็นที่ตั้ง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองต่างๆ สถานีรถไฟ สถานที่ที่พักรถ และทำเรื่องที่นำอาหารทะเลสดๆ มาขึ้นจากชาวประมง โดยภาครัฐ และท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง เน้นการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสุขอนามัยอย่างเข้มงวด	มาเลเซียมีแนวทางการพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านอาหารที่เข้มงวดกว่าประเทศไทย มีการกำหนดบทลงโทษทางกฎหมายและสามารถบังคับใช้ได้ดีกว่าประเทศไทย
ความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่	-ภูเก็ตที่มีการดำเนินงานด้านสุขาภิบาลอาหารมาอย่างต่อเนื่อง ถ่ายโอนภารกิจงานด้านสุขาภิบาลอาหารไปยังราชการส่วนท้องถิ่นได้รับการยอมรับใน	การดำเนินงานพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานคร มีการบูรณาการทำงานระหว่างหน่วยงานอย่างเข้มแข็ง ด้วย 3 ปัจจัย	ท้องถิ่นให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ภาคประชาชนมีการรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็ง ในการร่วมขับเคลื่อนงานของส่วนรวมเป็นอย่างดี	มีนโยบาย New Economic Policy-NEP การให้สิทธิพิเศษแก่ชาวมลายูในด้านต่างๆ จนถึงปี 2010 ประกาศ New

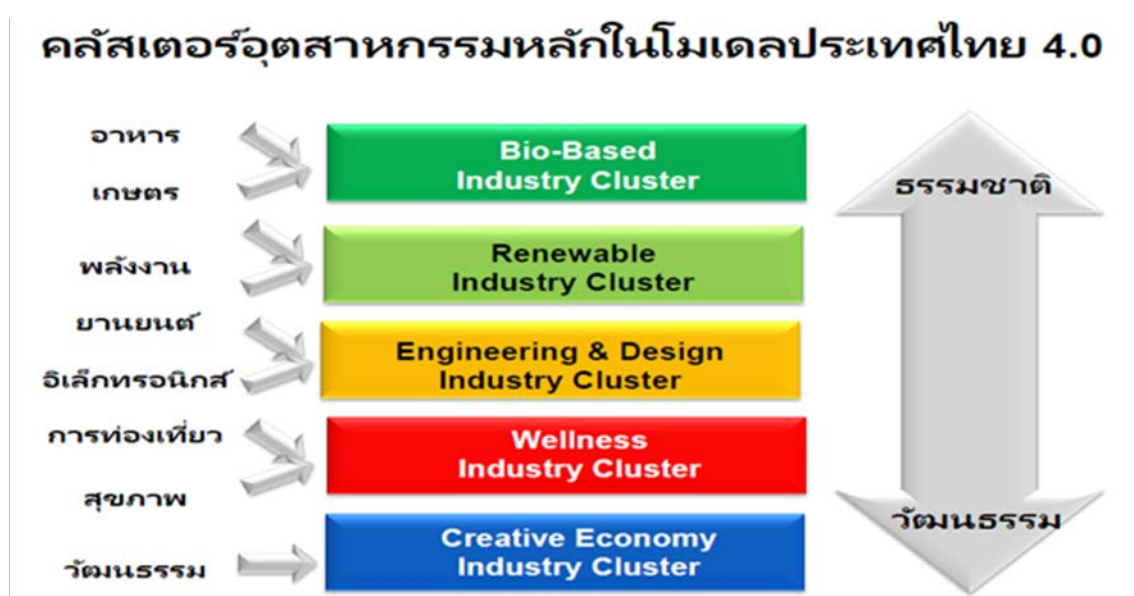
ประเด็นเด่น (Positive Issue)	จังหวัดภูเก็ต	กรุงเทพมหานคร	ประเทศญี่ปุ่น	ประเทศมาเลเซีย
	การขับเคลื่อนงานอย่างดี ทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน การร่วมกลุ่มของ ชมรมผู้ประกอบการค้า การท่องเที่ยวและภาค ประชาสังคม	คือ (1) POLICY เป็นธรรมา (2) REGULATION เป็น มาตรการและกติกา และ (3) PROMOTION เป็นตัวเสริมและ สนับสนุน	ทุกภาคส่วน มาร่วมมือ ร่วมใจกัน ด้วยวัฒนธรรม พื้นฐานของควมมี ระเบียบวินัยและความรัก ชาติของชาวญี่ปุ่น	Economic Model– NEM) ซึ่งเป็นพื้นฐาน ของ Economic Transformation Program–ETP มี หลักการสำคัญ คือ การเพิ่มรายได้ให้ ประชาชน กระจาย รายได้และ ผลประโยชน์ให้ ครอบคลุมทุกภาคส่วน และให้มีการพัฒนา อย่างยั่งยืน
รูปธรรมการจัดงาน อาหารริมบาทวิถี	เทศกาลอาหารพื้นเมือง ของดีชาวภูเก็ต (PHUKET LOCAL FOOD FESTIVAL) ณ เวทีกลาง สะพานหิน อ.เมือง จ. ภูเก็ต งานประเพณีทอด จัดขึ้นในเดือน 8 และ งาน ถนนสายวัฒนธรรมเมือง กะทู้	การจัดระเบียบร้านค้า หาบเร่ แผงลอย ตั้งแต่ปี 2540 โดยเฉพาะ ร้าน ขายอาหารริมทาง ใน พื้นที่ถนนข้าวสาร และ ถนนเยาวราชในปี 2560	งานเทศกาลที่เรียกว่า “Yatai” (ยา-ไต) มากมายในญี่ปุ่น โดยเฉพาะตามงาน Festival หรือ งาน event ต่างๆ	ความหลากหลายของ วัฒนธรรมซึ่งมีเชื้อสาย จีน มาเลย์และชาว อินเดีย
มิติด้านวัฒนธรรม จุดแข็งของสินค้า- อาหารพื้นเมือง	มีอาหารพื้นเมืองที่มี เอกลักษณ์ที่ผสมผสาน วัฒนธรรมชาวพื้นเมือง- ย้าหยา ชาวจีนหลากหลาย อาหาร	ตัวแทนอาหารไทยใน ภาพรวม และจุดเด่นของอาหาร จีนย่านไชน่าทาวน์	มีอาหารพื้นเมืองที่มี เอกลักษณ์ที่ผสมผสาน วัฒนธรรมของแต่ละ ท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา จากรุ่นสู่รุ่น	มีอาหารพื้นเมืองที่มี เอกลักษณ์ของทั้งชาว มาเลย์ ชาวจีน ชาว อินเดีย และ ชาวไทย ในแต่ละท้องถิ่น ที่ หลากหลาย
มิติทางด้าน สุขภาพ จุดแข็งของสินค้า- อาหารพื้นเมือง	เป็นอาหารที่มาจาก วัตถุดิบจาก ทรัพยากรธรรมชาติทาง ทะเล และพืชพรรณทาง ภาคใต้ ทำให้เกิดการ ขับเคลื่อนลักษณะ Value chain	เน้นอาหารสุขภาพ อาหารสะอาด อร่อย และปลอดภัยต่อทั้งผู้ ให้บริการและผู้บริโภค ด้วยความร่วมมือร่วมใจ ของ Stakeholders	เน้นอาหารสุขภาพ ที่ทำ จากผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ มีอยู่ในท้องถิ่นตาม ฤดูกาล	เน้นอาหารสุขภาพ ที่ ทำจากวัสดุสดใหม่ที่มี อยู่ในท้องถิ่นตาม ฤดูกาล และอาหาร ตามความเชื่อทาง ศาสนา เช่น อาหารฮา ลาล (Halal)

3.1.2 การวิเคราะห์ O=Opportunities

โดยวิเคราะห์ว่า มีปัจจัยและสิ่งสนับสนุนอะไรบ้าง ที่สามารถก่อให้เกิดประโยชน์
กับการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ในการนำไปสู่ความสำเร็จของสิ่งที่ต้องการในอนาคต
คือ ทั้งปัจจัยที่เป็นโอกาส/เอื้อ ที่อยู่ภายในองค์กร (Opportunity factors from Organization)

และ ปัจจัยที่เป็นโอกาส/เอื้อที่มาจากภายนอกองค์กร (Opportunity factors from Outside Organization) สรุปดังนี้

ปัจจัยที่เป็นโอกาส/เอื้อที่มาจากภายนอกองค์กรนับเป็นปีแรกที่ประเทศไทยได้วางยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มีเป้าหมายสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยใช้การขับเคลื่อนประเทศด้วยโมเดล Thailand 4.0 ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตสามารถพัฒนาเป็นจังหวัดที่มีการผสมผสานการท่องเที่ยว สุขภาพ และวัฒนธรรม เป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจในรูปแบบของ Wellness Industry Cluster และ Creative Industry Cluster ตามภาพที่ 3.1 แสดงคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหลักในโมเดลประเทศไทย 4.0 ด้านล่าง



ภาพที่ 3.1 แสดงคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหลักในโมเดลประเทศไทย 4.0

ปัจจัยที่อยู่ภายในของจังหวัดภูเก็ต ถือเป็นจังหวัดที่มีความเข้มแข็งที่เกิดจากนโยบายที่ต่อเนื่องของผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด และท้องถิ่น ที่ทำงานร่วมกันมาต่อเนื่อง ทำให้เกิดเป็นแผนงาน/โครงการ/งบประมาณ ในการสนับสนุนให้เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานดำเนินงานได้ด้วยดี ตลอดจนความร่วมมือในการดำเนินงานของภาคส่วนต่างๆ ในงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ จากการลงไปจัดสนทนากลุ่ม (Group Interview) เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2560 พบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานด้านการสุขภาพอาหาร ได้พยายามหาแนวคิด การทำงานใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการและขับเคลื่อนงานให้ได้มาตรฐานด้านมิติสุขภาพเพื่อสร้างมาตรฐานการบริโภคอาหารแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยวด้านสุขภาพ และสนองความต้องการที่ช่วยส่งเสริมมิติทางเศรษฐกิจแก่ผู้ประกอบการด้วยเช่นกัน

จากการวิเคราะห์โอกาสของปัจจัยภายนอกและปัจจัยที่อยู่ภายในของจังหวัดภูเก็ต การดำเนินธุรกิจร้านอาหารริมบาทวิถี สามารถจะใช้แนวคิดการผสมผสาน การท่องเที่ยว สุขภาพ และวัฒนธรรม มาใช้ได้เช่นกัน ทั้งนี้ผู้วิจัย เห็นโอกาสในการขับเคลื่อน “อาหารริมทาง” ที่มี

เอกลักษณ์โดดเด่น ของอาหารพื้นบ้าน เพื่อสนองต่อมิติทางเศรษฐกิจ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้จ่าย มิติทางด้านสังคม ที่สนองความต้องการของสังคมเมืองที่เร่งรีบ มิติด้านวัฒนธรรมประเพณี ที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น ที่แตกต่างเป็นตลาดเฉพาะ เชื่อมเรื่องราว แหล่งที่มา และกรรมวิธีการปรุงประกอบอาหาร รวมทั้งสามารถใช้จุดเด่นของอาหารพื้นบ้านที่นำวัตถุดิบจากทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล และพืชพรรณทางภาคใต้ มาเสนอเป็นคุณค่าทางมิติทางด้านสุขภาพ เนื่องจากกระแสสุขภาพ การดำเนินงานดังกล่าวจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนลักษณะ Value chain ที่สมบูรณ์ ตั้งแต่ผู้ประกอบการต้นทางของวัตถุดิบ การขนส่ง การปรุงอาหาร การประกอบและการจำหน่ายอาหาร

3.1.3 การวิเคราะห์ A=Aspirations

เป็นการวิเคราะห์เพื่อเชื่อมโยง วิสัยทัศน์ พันธกิจ และ เป้าหมายในอนาคตของหน่วยงานหรือองค์กร ให้เป็นเป้าหมายที่ทุกคนในหน่วยงานหรือองค์กร ต้องการให้เกิดขึ้นในอนาคตของหน่วยงานหรือองค์กร ด้วยการจัดทำให้เป็น“แรงบันดาลใจร่วม” ที่ทรงพลัง ได้แก่ การจัดงานมหกรรมอาหารปลอดภัยที่มีการร่วมมือร่วมใจกันอย่างเข้มแข็ง จริงจัง จากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง และ การพัฒนาโครงการมาตรฐานอาหารสะอาดรสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) ของกรมอนามัย เป็น สาธารณสุขยกนิ้ว (สา’สุข ยกนิ้ว) คือ โครงการร้านอาหารภูเก็ต ปลอดภัย สุขภาพดี (Safe food Good Hygiene Clean kitchen)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) ดังกล่าวข้างต้น เป็นข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตที่มีประเด็น/อัตลักษณ์ที่เฉพาะเทียบเคียงกับร้านอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต และประเทศมาเลเซีย (ตารางที่ 3.1) สามารถตอบโจทย์สมมุติฐานแนวคิด เรื่องการขับเคลื่อน “อาหารริมทาง” ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ของอาหารพื้นบ้านของภูเก็ต สามารถสนองต่อมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติด้านวัฒนธรรมประเพณี มิติทางด้านสุขภาพ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยได้

คำถามต่อไป คือ ทิศทางและกระบวนการพัฒนาร้านอาหารริมทางของจังหวัดภูเก็ต หรือการวาดภาพและวางรูปแบบของธุรกิจร้านอาหารริมทาง (Business Model) ของจังหวัดภูเก็ต ควรเป็นอย่างไร จะขับเคลื่อนให้เกิดรูปธรรมได้อย่างไร และ จะพัฒนาสู่ความยั่งยืนได้อย่างไร (How to) คำตอบในเรื่องนี้ได้จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยสำคัญหลายปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนางานอย่างต่อเนื่องเป็นรูปธรรม คือ ความต่อเนื่องการวางวิสัยทัศน์ (Vision) ร่วมกัน ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้เห็นภาพเดียวกัน (Shared Vision) อย่างมีส่วนร่วม เพื่อประโยชน์ของส่วนรวม ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่ทุกภาคส่วนของจังหวัดภูเก็ตได้ร่วมกันดำเนินงานโครงการร้านอาหารภูเก็ต ปลอดภัย สุขภาพดี มาต่อเนื่องยาวนานอย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น การพัฒนาร้านอาหารริมทางของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ยั่งยืนได้ ต้องมีการวางวิสัยทัศน์ (Vision) ร่วมกัน ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ให้เห็นภาพเดียวกัน (Shared Vision) เช่นกัน

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีโดยใช้แนวคิดเรื่องการตลาด หลัก 4P (Product Price Place และ Promotion) กับมิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม มิติด้านวัฒนธรรม และมิติด้านสุขภาพ

3.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product)

ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจ อาหารริมบาทวิถี ที่ทำให้เกิดรายได้หรือผลตอบแทนให้กับองค์กร จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ เช่น ความต้องการของลูกค้า คุณภาพของสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความทันสมัย และสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลอาหารริมบาทวิถีของกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย และประเทศมาเลเซีย พบว่า ชนิด/ประเภทของอาหารริมบาทวิถี-ผลิตภัณฑ์ สามารถสนองต่อทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านสังคม และมิติด้านสุขภาพ ได้อย่างครบถ้วนและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบ (Design) เพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) ได้ดังนี้

3.2.1.1 มิติด้านเศรษฐกิจ อาหารริมบาทวิถี เป็นอาหารที่ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งในระดับฐานรากในชุมชน จากแหล่งต้นน้ำ วัตถุดิบในภาคการผลิต สู่ภาคบริการในการขนส่ง การซื้อขายสินค้า ภาคอุตสาหกรรมครัวเรือน ในการปรุง ประกอบจำหน่ายอาหาร เข้าสู่ภาคบริการแก่คนในสังคมเมือง และภาคการท่องเที่ยว ดังนั้น หากมีการกำหนดประเภทของอาหารที่ขายอาหารจานด่วนสำหรับคนทำงานในเมือง หรืออาหารท้องถิ่นเฉพาะเพื่อสร้างเอกลักษณ์อาหารภูเก็ต สำหรับนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ด้วยแนวคิดในการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า (Segment) ที่ชัดเจนในแต่ละสถานที่ การแบ่งพื้นที่ (Zoning) เพื่อวางประเภทของอาหารที่สนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอย่างทั่วถึง และเป็นการเพิ่มยอดขาย

3.2.1.2 มิติด้านวัฒนธรรม อาหารริมบาทวิถี เป็นสินค้าที่สามารถใช้ศิลปะการทำอาหาร และรูปลักษณ์ที่ดึงดูดใจในการบริโภค โดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นในการทบทวนมีอาหารเฉพาะถิ่นเกือบ 20 ชนิด ถือเป็นเสน่ห์ที่ผู้บริโภคต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 3 คือ รูป รส กลิ่น ซึ่งมีผลต่อการออกแบบ ขนาด ชั้นของอาหาร และหีบห่อ (Package) ซึ่งจะเห็นตัวอย่างที่โดดเด่นของอาหารญี่ปุ่นที่มีความพิถีพิถันในเรื่องนี้มาก จึงควรที่จะมีการใส่ใจในรายละเอียด และออกแบบอาหารริมบาทวิถีให้ดึงดูดใจ รวมทั้งสามารถซื้ออาหารกลับไปบริโภคได้ ด้วยคุณภาพและรสชาติ คงเดิม จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มตลาดผู้หญิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า อาหารไทยมีศักยภาพสูง ได้มีข้อเสนอแนะด้านกิจกรรมสื่อสารเรียนรู้ที่หลากหลาย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับกิจกรรมที่สามารถสื่อสารได้ดี เกี่ยวกับอาหารไทย ถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 กิจกรรม คือ การชิมอาหาร การจัดเทศกาลอาหาร การสอนทำอาหาร การสาธิตการทำอาหาร และการจัดเส้นทางท่องเที่ยวอาหาร ตามลำดับ

3.2.1.3 มิติด้านสังคม อาหารริมบาทวิถีที่มีจำหน่ายอยู่ในจังหวัดภูเก็ตปัจจุบันยังขายอาหารจานด่วนทั่วไป ไม่ได้เน้นที่อาหารพื้นเมืองของภูเก็ตอย่างเดียว อาหารท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถนำขายริมบาทวิถีอาจจะมีเพียงอาหารบางชนิด เนื่องจากอาหารจานเด่นที่มีคนกล่าวถึง เป็นที่รู้จักทั่วไป แบบปากต่อปาก หรือในโลกอินเทอร์เน็ตที่มีหลากหลายในบทที่ 2 แต่บางชนิดขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรุง ประกอบอาหารของแต่ละคน (Chefs) หรือร้านอาหารบางแห่ง ที่มีสูตรลับถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเท่านั้น

3.2.1.4 มิติด้านสุขภาพ เป็นหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารริมบาทวิถีในประเทศไทยได้ใช้มาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ประกอบการค้าอาหารมีความรู้และปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐานร้านอาหาร ของกรมอนามัย อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste: CFGT) รวมทั้งมาตรการทางกฎหมาย ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 และที่ปรับปรุงเพิ่มเติม สภาพของร้านอาหารริมบาทวิดียังไม่สามารถดำเนินงานได้มาตรฐานได้ครบถ้วนตามเกณฑ์ (กรมอนามัย) อย่างยั่งยืน ในสองปัญหาหลักคือ ข้อจำกัดด้านสถานที่ตั้งและอุปกรณ์ที่จำกัดที่อาจก่อให้เกิดความไม่สะอาดของอาหาร การปกปิดอาหารจากแมลง ฝุ่นละออง ควันรล และปัญหาจากการปฏิบัติตัวของผู้ประกอบการค้าปฏิบัติไม่ถูกต้องตามเกณฑ์ อย่างสม่ำเสมอ มิติด้านนี้ถือเป็นมาตรฐานบังคับที่ต้องพัฒนา ให้ร้านอาหารริมบาทวิถีปฏิบัติตามเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่น และป้องกันผลกระทบที่เกิดจากการติดต่อ หรือแพร่กระจายโรค

3.2.2 ราคา (Price)

เป็นประเด็นที่เป็นทั้ง ข้อได้เปรียบ และเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สนองประเด็นด้านเศรษฐกิจ หากไม่มีการดำเนินการเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าอาหารที่จำหน่าย เป็นอาหารที่มีราคาสมเหตุผลผล ทั้งคุณค่า คุณภาพ ความปลอดภัยในการบริโภค และบริการที่ได้รับ ประเด็นด้านราคามีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้

3.2.2.1 ราคาอาหารของประเทศไทยยังต่ำกว่าหลายประเทศ แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ราคาอาหารในจังหวัดภูเก็ต อยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าจังหวัดท่องเที่ยวอื่นในประเทศไทย จึงควรมีการกำหนดราคาอาหารบางอย่างในระดับราคาที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาได้ เพื่อเป็นทางเลือกด้วย

3.2.2.2 จากการศึกษาข้อมูลจากงานวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวัง และพึงพอใจ กับราคาของอาหารริมบาทวิถี ที่ถูกกว่าการรับประทานอาหารในร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือโรงแรม

3.2.2.3 ผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่นทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ พึงพอใจกับการได้เห็นเมนูอาหาร ที่แสดงรูปภาพและราคากำกับไว้ และคาดหวังว่าจะได้รับบริการตรงตามที่แจ้งไว้ในเมนู

3.2.2.4 หลายสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับผู้บริโภคลากหลายเชื้อชาติ เริ่มมีการวิเคราะห์ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ และใช้รูปภาพอาหาร และภาษาที่สามารถสื่อสารกันได้โดยตรง เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาเมียนมาร์ หรือภาษาจีน ดังที่ประเทศมาเลเซีย ได้เริ่มทำแล้ว เป็นต้น

3.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นการนำสินค้าให้ถึงมือของลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง ปลอดภัย และยังต้องมองถึงการนำเสนอสินค้าให้ผู้บริโภคได้ด้วย นับเป็นจุดเด่นของอาหารริมทาง และเป็นข้อจำกัดที่สำคัญของร้านอาหารริมบาทวิถี โดยเฉพาะ มิติทางสังคม เรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความสวยงาม การกีดขวางเส้นทางการเดินทาง บนบาทวิถี หรือแม้แต่การรुक้าไปบนเส้นทางการคมนาคม ซึ่งเป็นปัญหาความขัดแย้ง ที่ต้องใช้กระบวนการทางสังคม และนโยบายที่ชัดเจน ในเรื่องนี้มีข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

3.2.3.1 การขายอาหารริมบาทวิถี โดยทางกฎหมายถือเป็นกิจการที่ราชการส่วนท้องถิ่นต้องมีการกำกับดูแลการประกอบกิจการให้มีการปฏิบัติเกี่ยวกับการดูแลสภาพ หรือ

สุขลักษณะของสถานที่ที่ใช้ดำเนินการ เพื่อป้องกันอันตรายต่อสุขภาพ ตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 (หมวด 9) การจำหน่ายสินค้าในที่หรือทางสาธารณะ เพื่อให้ผู้ประกอบการค้าอาหารมีการปฏิบัติตนและจัดให้มีการดำเนินการ เพื่อการรักษาความสะอาด และป้องกันอันตรายต่อสุขภาพแก่ประชาชน รวมทั้งป้องกันมิให้เกิดเหตุรำคาญและป้องกันการเกิดโรคติดต่อ (มาตรา 3) ดังนั้น จึงต้องมีการกำหนดสถานที่เฉพาะ (อ้างแล้ว ในบทที่ 1 หน้า 5) เพื่อให้อาหารริมบาทวิถีที่บริการประชาชนในพื้นที่ ประชาชนที่เดินทางมาทำธุรกิจ ราชการ ในกิจกรรม MICE หรือ ลูกค้าย่อยกลุ่มท่องเที่ยว เพื่อเป็นบริการที่สะดวก รวดเร็ว เข้าถึงง่าย ให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ คุณค่าทางอาหาร และ สะอาดปลอดภัยต่อสุขภาพ

3.2.3.2 การตกแต่งร้านอาหารริมทาง ในรูปบูธ (Booth) หรือ คีออส (Kios) ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่สำคัญ โดยการตั้ง วาง สินค้า (Shelf) ให้เหมาะสม โดดเด่น น่าสนใจ นับเป็นโอกาสในการพัฒนา ที่จะสื่อสาร ถ่ายทอด เรื่องราว คุณภาพ คุณค่า ในเชิงวัฒนธรรม คุณค่าทางอาหาร และรสชาติที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบต้นตำรับ

3.2.3.3 การพัฒนารูปแบบธุรกิจที่ตอบสนองกับ Life Style ของคนแต่ละกลุ่มวัย ก็เป็นข้อมูลที่น่าสนใจที่ผู้วิจัยค้นพบ ลูกค้าย่อยแต่ละเจนเนอเรชันจะมีความชอบอาหารแตกต่างกัน ข้อมูลเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีได้เช่นกัน

3.2.4 การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

คือ การทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อนักท่องเที่ยวรู้จักเสน่ห์ของอาหารริมบาทวิถี ด้วยสื่อโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต หรือการทำกิจกรรมต่างๆ โดยนำจุดเด่นของอาหารริมบาทวิถีในด้านตัวผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นในมิติทั้ง 4 คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านสังคม และมิติด้านสุขภาพ มาพัฒนารูปแบบ (Design) เพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) และนำมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด ด้วยการพัฒนาการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตด้วย Platform ต่างๆ มากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้พบประเด็นของการส่งเสริมการตลาดที่เป็นโอกาสในการสื่อสารกับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยว ดังนี้

3.2.4.1 ใช้ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตที่กำลังดำเนินการเพื่อให้เป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเป็น MICE City ของประเทศไทย คือ การรองรับการประชุม (Meeting) เนื่องจากความเหมาะสมของเมือง สถานที่พักของคนไทย ชาวต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ หรือการประชุมสัมมนาขนาดใหญ่ (Conference) การให้การท่องเที่ยวเป็นรางวัล หรือผู้ที่ทำยอดขายเข้าเป้า หรือเกินเป้า (Intensive) และการจัดกิจกรรม (Event) ทั้งในระดับนานาชาติ ต่างๆ

3.2.4.2 การจัดงานมหกรรมและกิจกรรมประเพณีต่างๆ ของราชการส่วนท้องถิ่น หรือจังหวัดถือเป็นการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ ที่มีอยู่เดิม

3.2.4.3 การจัดกิจกรรมในช่วงนอกเทศกาล จึงยังเป็นโอกาสในการส่งเสริมการตลาด ด้วยการสร้างแหล่งที่เป็นสถานที่ ที่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ตตลอดปี มีโอกาสได้สัมผัสกับรูปแบบอาหาร และวัฒนธรรมการกินอาหาร ที่น่าสนใจเหล่านี้

3.3 สรุปรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และแนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบของร้านอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งเป็นลักษณะของสังคมเมือง และเมืองท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ในข้อ 3.1 และ 3.2 ผู้วิจัยสามารถสรุป รูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย และนำเสนอ แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนมีรายละเอียด ดังนี้

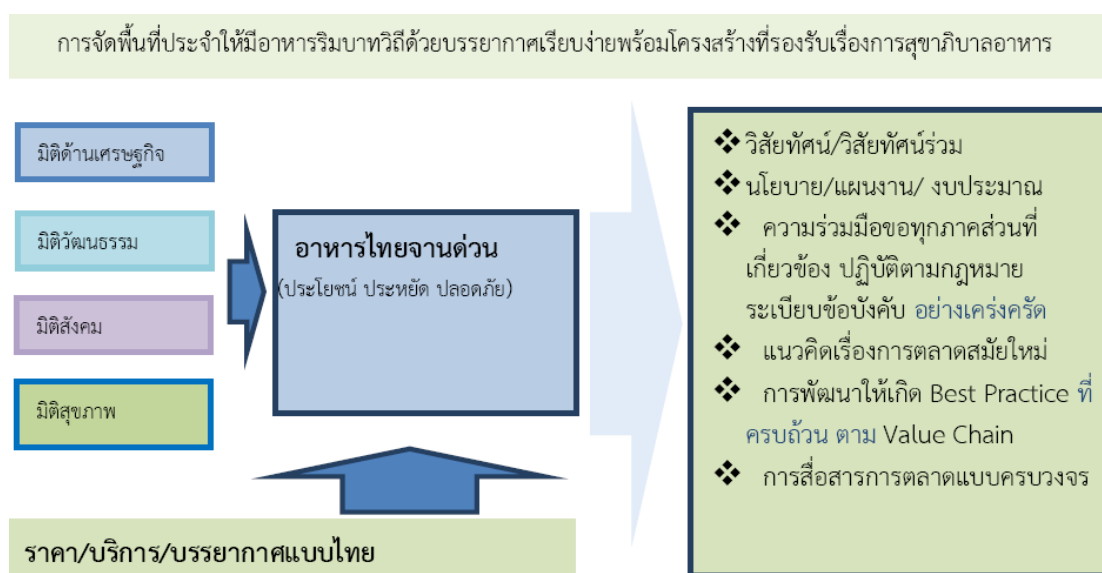
3.3.1 รูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ที่พึงประสงค์

3.3.1.1 อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวถือเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์-อาหารริมบาทวิถี ที่สามารถสนองต่อทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านสังคม และมิติด้านสุขภาพ ได้อย่างครบถ้วนและสามารถนำไปใช้ในการพัฒนารูปแบบ (Design) เพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) และควรจัดพื้นที่ประจําให้มีอาหารริมบาทวิถีด้วยบรรยากาศเรียบง่ายพร้อมโครงสร้างที่รองรับเรื่องการสุขาภิบาลอาหาร โดยมีปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์/วิสัยทัศน์ร่วม การสนับสนุนของผู้บริหารหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย/แผนงาน/ งบประมาณ ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นำวิสัยทัศน์ร่วม และนำ Action Plan ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ อย่างเคร่งครัด การแนวคิดเรื่องการตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรการพัฒนาให้เกิด Best Practice ที่ครบถ้วน ตาม Value Chain ดังภาพที่ 3.2



ภาพที่ 3.2 อาหารริมบาทวิถีที่เน้นอาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

3.3.1.2 อาหารไทยจานด่วน กลุ่มลูกค้าทั่วไป และคนสังคมเมือง (Urbanization) จัดเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์-อาหารริมบาทวิถี ที่สามารถสนองต่อทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านสังคม และมิติด้านสุขภาพ โดยมีจุดเน้นที่แตกต่างจากอาหารชนิดแรก เนื่องจากต้องตอบสนองต่อชีวิตที่มีความเร่งรีบของสังคมเมือง (ภาพที่ 3.3) ในรูปของอาหารเข้าก่อนไปทำงาน/ไปโรงเรียน อาหารกลางวันข้างที่ทำงาน หรือ อาหารเย็นในรูปอาหารถุงเพื่อดูแลครอบครัว ดังนั้นจุดเน้นที่สำคัญ คือการสร้างเชื่อมั่นและมาตรฐานที่ส่งมอบอาหารที่มีประโยชน์ ราคาประหยัด และมีความปลอดภัย ทั้งนี้ในด้านแนวทางการพัฒนายังใช้หลักการในการจัดหาพื้นที่ประจำให้มีอาหารริมบาทวิถีด้วยบรรยากาศเรียบง่ายพร้อมโครงสร้างที่รองรับเรื่องการสุขาภิบาลอาหาร และการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และผู้ประกอบการเพื่อตกลงกติกา มาตรฐาน และมาตรการต่างๆ เช่นเดียวกับรูปแบบอาหารริมบาทวิถีเน้นอาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในข้อ 3.3.1.1

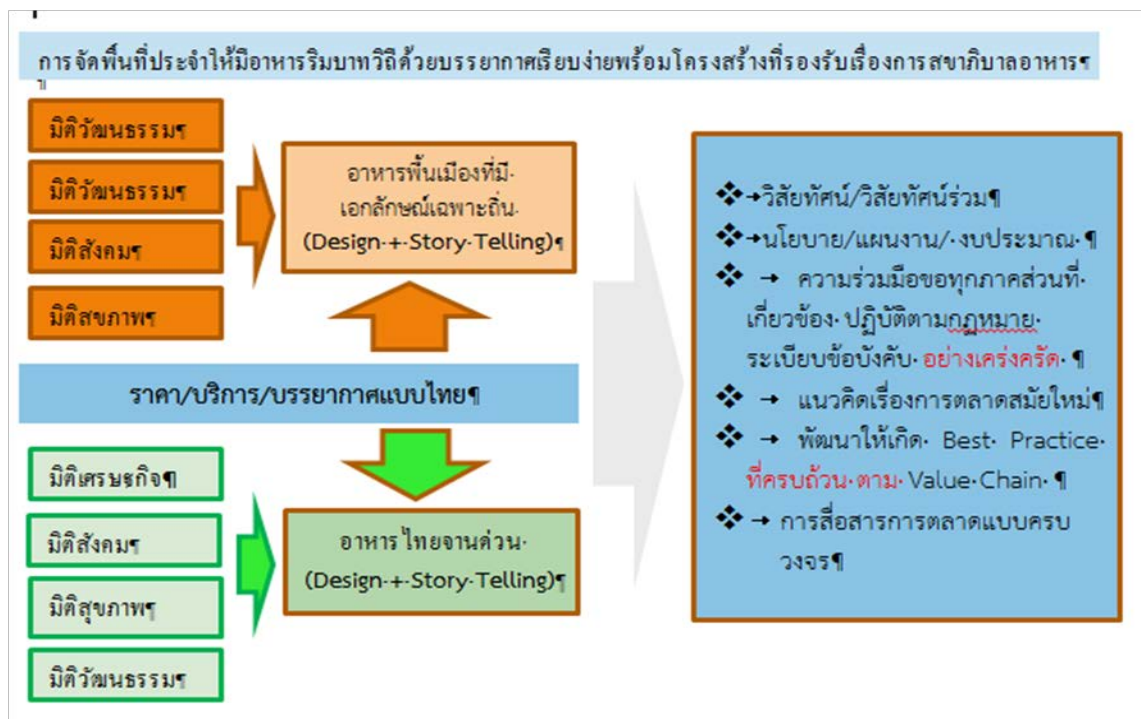


ภาพที่ 3.3 อาหารริมบาทวิถี ที่เป็นอาหารไทยจานด่วน

3.4 สรุปรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาเฉพาะกรณี (case study) ที่จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN) ได้ผลนำเสนอรูปแบบร้านอาหารริมบาทวิถีที่เน้นกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ

- 1) อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว (Tourist)
- 2) อาหารไทยจานด่วน กลุ่มลูกค้าทั่วไป และคนสังคมเมือง (Urbanization)



ภาพที่ 3.4 อาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวไทย และนำเสนอ แนวทางการพัฒนาสู่ความยั่งยืนของจังหวัด

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษา เรื่อง การพัฒนาอาหารริมบาทวิถี (Street Food) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต สังคมเมืองและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย เป็นการศึกษาที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมการกินอาหารของประชาชนในสังคมเมือง ที่มีแนวโน้มของการขยายตัวมากขึ้น ในการ ตอบสนองวิถีชีวิตที่เร่งรีบแข่งกับเวลา เน้นความสะดวก-เข้าถึงง่าย รวมทั้งทิศทางของกระแส โลกาภิวัตน์ที่สนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น ผสมผสานกับ Life-style ของคนรุ่นใหม่ ที่ นิยมการมีประสบการณ์ใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สัมผัสกับวิถีชีวิตต่างถิ่น โดยมีค่าใช้จ่ายใน กิจกรรมด้านอาหารสูงอันดับ 3 การศึกษาครั้งนี้ มองบทบาทของอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทยทั้ง 4 มิติ คือ มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม มิติทางวัฒนธรรม และมิติทางสุขภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญ ที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนไทย ในการนี้ จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการ (Integration) ของการดำเนินงานจากทุกภาคส่วนในสังคม เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง และความยั่งยืน ตามเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย ตามยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579)

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) ที่จังหวัดภูเก็ต (THE CHARMING ANDAMAN) เพื่อเป็นตัวแทนของจังหวัดท่องเที่ยว ใช้การศึกษาเอกสาร (Documentary research–Secondary Data) และข้อมูลเชิงคุณภาพที่เก็บ เพิ่มเติม (Primary Data) จากการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Work shop) เพื่อการพัฒนาอาหารริมบาท วิถีให้ปลอดภัยและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ด้วยการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group interview– FGI) กับกลุ่มเจ้าหน้าที่และผู้แทนผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษา รูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ที่พึงประสงค์ ให้เป็นต้นแบบอาหารริมบาท วิถีที่ผสมผสานมิติทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสุขภาพ รวมทั้งหาแนวทางการพัฒนาอาหารริม บาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย อย่าง ยั่งยืน

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับ มารวบรวม แล้ววิเคราะห์ร่วมกัน ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและ การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามผลการศึกษาในบทที่ 3 ได้สรุปแนวคิด รูปแบบ แนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี ข้อเสนอในการดำเนินงานเชิงนโยบาย และข้อเสนอแนะในการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืน รวมทั้งข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป ดังนี้

4.1 สรุปผลการศึกษา

4.1.1 แนวคิดการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี

1) การขายอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทย เป็นธุรกิจขนาดเล็ก (Small and Medium Enterprise: SME) ที่ควรส่งเสริมและพัฒนา เนื่องจากเป็นอาชีพที่มีความสำคัญกับวิถีชีวิต และวัฒนธรรมการบริโภคอาหารของคนในสังคมเมือง และยังเป็นหนึ่งในอาชีพที่ประชาชนสามารถเข้ามาในธุรกิจได้ง่าย จึงมีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ทำให้เกิดรายได้ของประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอาชีพต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) ในการผลิตอาหารดิบ พืชผัก ผลไม้ หรือ เนื้อสัตว์ ฯลฯ มาสู่ธุรกิจ หรือ ประชาชน ในกระบวนการขนส่งอาหารสดไปยังตลาดเพื่อขายแก่ผู้บริโภค หรือแปรรูปให้เป็นสินค้า หรือ อาหารสำเร็จรูป/เครื่องปรุง เครื่องเทศ กลางน้ำ (Midstream) จนมาเป็นสินค้าหรือบริการ ไปถึงมือผู้บริโภคที่ปลายน้ำ (Downstream) ทั้งที่เป็นคนไทย ในชุมชนเมืองนั้น ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งหลาย ทั้งชาวไทยและ ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2) การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในประเทศไทย ยังขาดการกำหนดนโยบาย ระบบ มาตรฐานและ มาตรการ ที่ช่วยผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ การส่งเสริม/อนุญาตให้มีการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีในปัจจุบัน จึงมีลักษณะยึดหยุ่นตามนโยบาย ที่เน้นมิติใดมิติหนึ่ง และหย่อนในบางมิติ โดยเฉพาะความสม่ำเสมอในการบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างเข้มงวด ดังนั้น ปัญหาของอาหารริมบาทวิถีโดยภาพรวม จึงปรากฏภาพเรื่องความไม่สะอาดของอาหาร จากแมลง ฝุ่นละออง ควั่นรถ และพฤติกรรมของผู้ปรุง/จำหน่ายอาหาร ซึ่งต่างจากการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในประเทศญี่ปุ่นและมาเลเซีย ที่นำมาเป็นคู่เทียบ (Benchmarking) ในการพัฒนา โดยทั้งสองประเทศนี้ไม่เน้นที่จะมีการส่งเสริมให้มีการขายอาหารริมบาทวิถีทั่วไป แต่ดำเนินการจัดให้มีการขายอาหารริมบาทวิถีช่วงเวลาและสถานที่ตั้งที่ชัดเจน เนื่องจากข้อจำกัดของการขายอาหารริมบาทวิถีที่สร้างความกีดขวางการเดินทาง/การจราจร ก่อให้เกิดความไม่เป็นระเบียบและความสกปรกจากกระบวนการเตรียม การปรุงประกอบอาหาร ปัญหาจากฝุ่นละอองและมลพิษที่มีอยู่ตามทางสาธารณะ แต่มีการบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อให้มีมาตรฐาน และ ขายอาหารท้องถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของญี่ปุ่น ที่เน้นเรื่องราวตัวอาหาร หีบห่อ เป็นอาหารริมบาทวิถีที่ผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ

3) การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ก็มีศักยภาพ และความพร้อมในการพัฒนาเพื่อเป็นต้นแบบการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถีที่สนองความต้องการผู้บริโภคที่ผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแนวคิดในการบริหารการเปลี่ยนแปลงเชิงบวก (Positive Thinking of Change Management) โดยใช้ SOAR Technique (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบและวิธีการในการพัฒนาร้านอาหารริมบาทวิถี ของกรุงเทพมหานคร ประเทศญี่ปุ่น และประเทศมาเลเซีย รวมทั้งแนวคิดเรื่องการตลาด 4P คือ Product, Price, Place, และ Promotion พบว่า

มิติทางเศรษฐกิจ จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีปริมาณนักท่องเที่ยวเดินทาง ประชุม สัมมนาพักผ่อน สุดอากาศบริสุทธิ์ เล่นน้ำทะเล ชมทัศนียภาพสวยงามจำนวนมาก จึงเป็น

โอกาสของธุรกิจบริการด้านอาหารในทุกสถานที่ (Setting) ทั้งในสถานที่พัก โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร และร้านอาหารริมบาทวิถี รวมทั้งการพัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจ หรือบริการที่สร้างเกิดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น อาทิ ขายผลไม้ ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปกลับไปบริโภค หรือการสั่งซื้อออนไลน์ เป็นต้น

มิติทางสังคม ธุรกิจอาหารเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์ให้กับประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอาชีพต่างๆ ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) กลางน้ำ (Midstream) จนมาเป็นสินค้าหรือบริการ ไปถึงมือผู้บริโภคที่ปลายน้ำ (Downstream) ความเจริญของจังหวัดภูเก็ตนอกจากจะเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวที่หลากหลายแล้ว ยังเป็นแรงดึงดูดให้เกิดธุรกิจและการจ้างงานของคนในท้องถิ่น จังหวัดข้างเคียง และจังหวัดต่างๆ รวมทั้งนักลงทุนจากต่างชาติดังกล่าว การพัฒนาอาหารริมบาทวิถีจะเป็นธุรกิจหนึ่งที่ช่วยครอบครัว ชุมชน สังคม ภูเก็ต เติบโตพัฒนา

มิติทางวัฒนธรรม ตัวอาหาร (Product) จังหวัดภูเก็ตมีอาหารท้องถิ่น (Local Food) ที่มีชื่อเสียงมานานหลากหลายดังแสดงในบทที่ 2 จำนวนมากกว่า 50 ชนิด บางชนิดเป็นอาหารท้องถิ่นที่มีขายทั่วไป เช่น ขนมจีน น้ำพริกภูเก็ต หรือ น้ำพริกกุ้งสด น้ำพริกกุ้งเสียบ ฮูแซ เป็นต้น หรืออาหารที่มีชื่อเสียงจากร้านอาหารเก่าแก่ที่มีฝีมือ อาทิ หมี่ผัดแบบหมี่ฮกเกี้ยน:หมี่ตันโพธิ์ หมี่สะปำ หมี่อ่าวเก หมูฮ้อง หรือ หมูเต้าอู้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี สัปะรดภูเก็ต ซึ่งกลายเป็นสินค้า GI (สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์” หรือ “Geographical Indication) ที่เป็นเอกลักษณ์ ที่นำมาจุดขายที่ดึงดูด (Magnet) นักท่องเที่ยว :ซึ่งต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาเรื่องการออกแบบ Packaging รวมทั้งการนำแนวคิดการตลาดเรื่อง คุณค่า (Value) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ต่อไป

มิติทางสุขภาพ จังหวัดภูเก็ต ให้ความสำคัญในการยกระดับพัฒนางานด้านสุขภาพอาหาร เพื่อสร้างมาตรฐาน ภาพลักษณ์ และความปลอดภัยในการบริโภค และนำแนวคิดดีๆ เรื่อง การบังคับใช้ทางกฎหมายอย่างเข้มงวด เพื่อมาตรฐานความสะอาด รวมทั้งนโยบายที่ชัดเจน เรื่องความเป็นระเบียบเรียบร้อยของชุมชน ไม่ก่อให้เกิดความสกปรก จากกิจกรรมการปรุง ประกอบจำหน่ายอาหาร และการจัดการกับขยะที่เกิดจากผู้บริโภค เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความสวยงาม ความเชื่อมั่น

4) จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่ศักยภาพ และมีความพร้อมสูงในการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนเนื่องจากมีผลงานที่เป็นรูปธรรมต่อเนื่องมาถึง 10 ปี ในการจัดเทศกาลร้านอาหารริมบาทวิถีเป็นประจำทุกปี โดยเน้นการผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ อย่างเป็นรูปธรรม มีการกำหนดเป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจร่วมของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน-ผู้ประกอบการค้าอาหาร ชุมชนที่ตั้ง และภาคประชาชนจังหวัดภูเก็ต ทำให้เกิดการมีส่วนร่วม/ยอมรับ/ร่วมมือ ในการดำเนินงาน จึงมีความเป็นไปได้ ที่จะนำรูปแบบการดำเนินงานที่พัฒนาขึ้นไปดำเนินการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สู่การเป็นต้นแบบของประเทศ

4.1.2 รูปแบบการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี ของจังหวัดภูเก็ต

รูปแบบและมาตรฐานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตที่พึงประสงค์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทย ควรดำเนินงานใน 2 รูปแบบ คือ ร้านอาหารริมบาทวิถี ที่เน้นอาหารไทยจานด่วนสำหรับชีวิตคนในสังคมเมือง และ อาหารพื้นบ้านของจังหวัดภูเก็ตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

1) อาหารไทยจานด่วน สำหรับกลุ่มลูกค้าทั่วไป และคนสังคมเมือง (Urbanite) จัดเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์-อาหารริมบาทวิถี ที่สามารถสนองต่อมิติทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม และ มิติด้านสุขภาพ โดยมีจุดเน้นตอบสนองต่อชีวิตที่มีความเร่งรีบของสังคมเมือง (ภาพที่ 3.2) ในรูปของอาหารเข้านอกไปทำงาน/ไปโรงเรียน อาหารกลางวันข้างที่ทำงาน หรือ อาหารเย็นในรูปอาหารถุง เพื่อดูแลครอบครัว ดังนั้น จุดเน้นที่สำคัญ คือ การสร้างความเชื่อมั่นและมาตรฐานที่ส่งมอบ ให้ได้อาหารที่มีประโยชน์ ราคาประหยัด และมีความปลอดภัย

2) อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว (ภาพที่ 3.1) ถือเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์-อาหารริมบาทวิถี ที่สามารถสนองต่อมิติทั้ง 4 ด้านเช่นกัน คือ ด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และ ด้านสุขภาพ โดยมีการพัฒนาการออกแบบ (Design) ด้วยการเพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) เฉพาะถิ่น และควรจัดให้มีพื้นที่ประจำสำหรับ Street Food ให้มีบรรยากาศที่เรียบง่าย พร้อมโครงสร้างที่รองรับการสุขาภิบาลอาหารที่ได้มาตรฐานของกรมอนามัยและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยพัฒนาให้มีปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน เป็นสิ่งสำคัญที่มุ่งเน้นด้วย

อาหารริมบาทวิถีทั้ง 2 รูปแบบนี้ จะต้องมีข้อกำหนด/มาตรฐานร่วมที่สำคัญ คือ มิติด้านสุขภาพ ถือเป็นปัจจัยร่วม และเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง (Necessary Factors) เพื่อสร้างและรักษาคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคให้ได้รับอาหารที่สะอาด ปลอดภัย มีคุณค่า ไม่ก่อให้เกิดโรค และไม่สร้างเกิดความสกปรก มลพิษกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ ความสวยงาม ความเชื่อมั่นในการบริโภคอาหาร ในการนี้มิติด้านอื่นๆ อีกสามด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จะเป็นปัจจัยเสริม (Plus Factors) ให้เกิดแรงดึงดูดยิ่งขึ้นดังกล่าวแล้วข้างต้น

4.1.3 แนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตสู่ความยั่งยืน

1) แนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตสู่ความยั่งยืนได้นั้น ต้องอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์/วิสัยทัศน์ร่วม นโยบาย/แผนงาน/งบประมาณ ความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ มาเป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบ วาดภาพ และวางรูปแบบของธุรกิจ (Business Model) ร้านอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นประสบการณ์ชีวิตที่ได้ทานอาหารท้องถิ่น จากธรรมชาติ ที่มีขั้นตอนการปรุงประกอบอาหารที่มีศิลปะและเคล็ดลับเฉพาะ สะอาด ปลอดภัย และมีรสชาติอร่อย เมื่อมีประสบการณ์ได้ลิ้มลอง เกิดความติดใจ อยากมาเที่ยวอีกครั้ง และพร้อมที่จะบอกต่อให้เพื่อนฝูง/ญาติมิตร/คนรู้จัก ได้มาเที่ยวกัน

2) ควรนำแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตลาด อาทิ แนวคิดเรื่องการตลาดสมัยใหม่ การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร และการนำ Digital Technology มาใช้ในการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ต ให้เกิดคุณค่า (Value Chain) กับประชาชนในหลากหลายภาคส่วน ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) กลางน้ำ (Midstream) และปลายน้ำ (Downstream) จากภาคการผลิต สู่ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ (From Farm to Table) ซึ่งช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth Engine) ให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามาประกอบธุรกิจ โดยไม่จำกัดเพศ การศึกษา เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพ (Productive Growth Engine) เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศ และยังทำให้เกิดการ

ขับเคลื่อน การยกระดับคุณภาพชีวิต และรักษาสิ่งแวดล้อม (Green Growth Engine) ได้ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ควรมีการกำหนดพื้นที่ในการพัฒนาและจัดระเบียบอาหารริมบาทวิถีที่พึงประสงค์ ที่ผสมผสานมิติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อให้บริการประชาชนในจังหวัดภูเก็ต และนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีโอกาสสัมผัสและลิ้มรสอาหารริมบาทวิถี ได้ตลอดทั้งปี

4.2 ข้อเสนอแนะ

4.2.1 ข้อเสนอแนะในการนำสิ่งที่ได้จากการศึกษาไปใช้ประโยชน์

4.2.1.1 ข้อเสนอแนะสำหรับจังหวัดภูเก็ต: ในฐานะที่เป็น World Tourist Destination ของประเทศไทย สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามแนวทางการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตสู่ความยั่งยืน สู่การเป็นต้นแบบของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูง โดยเน้นการบูรณาการจากทุกภาคส่วน ตั้งแต่ต้นน้ำ (Upstream) กลางน้ำ (Midstream) และปลายน้ำ (Downstream) ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน-ผู้ประกอบการค้าอาหาร ภาคองค์กรที่ไม่ใช่องค์กรของรัฐหรือองค์กรนอกภาครัฐ (Non-Government Organizations: NGOs) และ ภาคประชาชน ของจังหวัดภูเก็ต อย่างกลมกลืนและต่อเนื่อง ให้บรรลุ 4 Wins คือ Win-Win-Win และ Win ได้แก่ ประชาชน Win, ผู้ประกอบการ Win, องค์กรภาครัฐ/ท้องถิ่น Win, และประเทศชาติ Win โดยข้อเสนอที่เป็นรูปธรรม ในการพัฒนา ดังนี้

1) เร่งรัด/ปรับปรุง/จัดหาสถานที่ และยกระดับมาตรฐานการขายอาหารริมบาทวิถี “อาหารไทยจานด่วน” ให้ได้มาตรฐาน และกำกับดูแลอย่างเข้มงวด

2) พัฒนา ส่งเสริม ทดลองรูปแบบอาหารริมบาทวิถี “อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น” ด้วยรูปแบบที่พึงประสงค์ที่ผสมผสานทั้ง 4 มิติ

3) ยกระดับ พัฒนา และสร้างนวัตกรรม “อาหารพื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น”(Local Food) ที่มีชื่อเสียง และมีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น ด้วยแนวคิดการตลาดสมัยใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาลิ้มลองรสชาติอาหารที่มี ประโยชน์ ราคาประหยัด และปลอดภัยต่อสุขภาพ ทั้งนี้จำเป็นต้องมีการศึกษา เพื่อคัดเลือก ชนิดของอาหารมานำร่อง พัฒนาการออกแบบ (Design) ด้วยการเพิ่มเรื่องราว (Story Telling) และสร้างเป็นเอกลักษณ์ (Identity) เฉพาะถิ่น ให้มีคนมาท่องเที่ยวต่อเนื่อง ในอนาคตอาหารชนิดนั้นอาจพัฒนาไปสู่ อาหารริมบาทวิถีทั่วไป เป็น GI ตัวใหม่ หรือมีการพัฒนา ตัวสินค้ากลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป Local Product Food เพิ่มยอดขายนำเข้าประเทศ หรือสร้างธุรกิจการเยี่ยมชม หรือ สอนวิธีการทำอาหารภูเก็ตก็ได้

4.2.1.2 ข้อเสนอแนะสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น: ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักของราชการส่วนท้องถิ่น ทั้งในรูปแบบทั่วไปที่มีอยู่ทุกจังหวัด (เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล : อบต. และองค์การบริหารส่วนจังหวัด : อบจ.) และ การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ (เมืองหลวง หรือเมืองท่องเที่ยว เช่น เมืองพัทยา) สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามอำนาจหน้าที่ ที่กำหนดไว้ในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ในพื้นที่รับผิดชอบ รวมทั้งการรักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดินและที่สาธารณะ รวมทั้ง

การกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ คัดกรองดูแลและบำรุงรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและ วัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว บำรุงและส่งเสริมการประกอบ อาชีพ กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์ และการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับกระทรวง ทบวง กรม หรือ องค์การหรือหน่วยงานของรัฐ ที่มีอำนาจหน้าที่ ในการดำเนินกิจการเพื่อประโยชน์ของประชาชนใน พื้นที่ โดยสามารถออกข้อบัญญัติองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อใช้บังคับในเขตที่ดูแลได้เท่าที่ไม่ขัด ต่อกฎหมายหรืออำนาจหน้าที่ที่มีอยู่แล้ว โดยสามารถกำหนดค่าธรรมเนียมที่จะเรียกเก็บและกำหนด โทษปรับผู้ฝ่าฝืนด้วยก็ได้

4.2.1.3 ข้อเสนอแนะสำหรับกรมอนามัย: ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักของประเทศ ในการอภิบาลระบบส่งเสริมสุขภาพและระบบอนามัยสิ่งแวดล้อมเพื่อประชาชนสุขภาพดี สามารถนำ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามแนวทางของโครงการมาตรฐานอาหารสะอาดรสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) และพัฒนาต่อยอดเป็น สาธารณสุขยกนิ้ว (สา'สุข ยกนิ้ว) คือ โครงการ ร้านอาหารปลอดภัย สุขภาพดี (Safe Food Good Hygiene Clean Kitchen) ที่สำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดภูเก็ตร่วมกับศูนย์อนามัยที่ 11 และ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต ได้พัฒนาขึ้นเป็น Model ต้นแบบแล้ว

4.2.1.4 ข้อเสนอแนะสำหรับกระทรวงสาธารณสุข: ในฐานะที่เป็นองค์กรหลักของ ประเทศด้านสุขภาพ ที่รวมพลังสังคม เพื่อประชาชนสุขภาพดี ซึ่งมีพันธกิจในการอภิบาลระบบ สุขภาพ อย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามแนวทาง ของค่านิยม MOPH ของกระทรวงสาธารณสุข ในทุกโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการที่เกี่ยวข้อง กับความมั่นคงในอาหาร อาหารปลอดภัย และ การท่องเที่ยว ที่กระทรวงสาธารณสุขได้ร่วมมือร่วมใจ กับหลายภาคส่วน ทั้งในส่วนกลาง และในส่วนภูมิภาค ผ่านทางกรมต่างๆ และสำนักงานสาธารณสุข จังหวัด ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย ค่านิยมกระทรวงสาธารณสุข

4.2.1.5 ข้อเสนอแนะสำหรับกระทรวงการต่างประเทศ: ในฐานะที่เป็นองค์กรนำในการขับเคลื่อนนโยบายการต่างประเทศไทยเพื่อผลประโยชน์ของชาติ สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามพันธกิจของกระทรวงการต่างประเทศ ข้อ 4 นำองค์ความรู้จากต่างประเทศ มาตราฐานสากลและบรรทัดฐานระหว่างประเทศมาช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย; พันธกิจข้อ 5 เสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศและเวทีระหว่างประเทศ; และ พันธกิจข้อ 9 บูรณาการภารกิจด้านการต่างประเทศกับทุกภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ที่เป็นรายได้หลักของประเทศ

4.2.1.6 ข้อเสนอแนะสำหรับรัฐบาล: สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ ตามนโยบายของพลเอก ประยุทธ์จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่แถลงต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เมื่อ 12 กันยายน 2557 ทั้งด้านการรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน และ การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม ด้วยการบูรณาการจากทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา/วิจัย ต่อไป

4.2.2.1 ข้อเสนอแนะในการศึกษา/วิจัย ต่อไป ในเรื่องอาหารริมบาทวิถี: เสนอให้นำรูปแบบการดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีของจังหวัดภูเก็ตที่พัฒนาขึ้น ไปดำเนินการในจังหวัดภูเก็ตอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จนเป็นต้นแบบของประเทศ อย่างยั่งยืน และขยายผลการดำเนินงาน ทั้งเชิงกว้างให้ครอบคลุมทุกภาคของประเทศ และ เชิงลึกให้ครอบคลุมตามหลักวิชาการ ให้มากยิ่งขึ้น ขึ้น ด้วย KM ที่ครบวงจร

4.2.2.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษา/วิจัย ต่อไป ในเรื่องใหม่: เสนอให้ประยุกต์ ข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ ที่ได้จากการศึกษานี้ไปใช้ในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R&D) ให้ได้รูปแบบการดำเนินงาน (Working Model) อาหารริมบาทวิถีที่ Practical สามารถดำเนินการได้จริงในบริบทของแต่ละพื้นที่ในประเทศไทย อย่างยั่งยืน ครอบคลุม “ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน” ทั้ง 5 ด้าน คือ ด้านปริมาณงานที่ทำและที่ได้รับจากการดำเนินงาน ด้านคุณภาพของผลการดำเนินงาน ด้านระยะเวลาและแรงงานที่ใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านความพึงพอใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง และ ด้านเศรษฐศาสตร์ของการดำเนินงาน โดยใช้แนวคิด หลักการ และวิธีการของการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน (Sustainable Community Development) การพัฒนาด้วย Public-Private-Partnership (PPP) เน้นการใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง ด้วยการบูรณาการจากทุกภาคส่วน อย่างกลมกลืน

4.2.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.2.3.1 ในระดับท้องถิ่น: ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สมควรกำหนดนโยบายที่ชัดเจนในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีในท้องถิ่นของตนเอง ที่สอดคล้องกับบริบทในท้องถิ่น และใช้มาตรการทางกฎหมายให้เข้มแข็ง โดยอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน และการดำเนินงานรูปแบบประชารัฐ และกำหนดเส้นทาง (Roadmap) ในการพัฒนาอาหารริมบาทวิถี เพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตสังคมเมือง และสนับสนุนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวไทยจังหวัดภูเก็ต ในระยะสั้นและระยะยาว โดยระยะสั้นเน้นการพัฒนาอาหารริมบาทวิถีประเภท อาหารไทยจานด่วน กลุ่มลูกค้าทั่วไป และคนสังคมเมือง (Urbanization) และเลือกอาหารท้องถิ่นที่ศักยภาพ มาพัฒนาเป็นอาหารริมบาทวิถีที่น่าจุดเด่นของมิติทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ มาพัฒนาเป็นอาหารพื้นเมืองริมบาทวิถีจังหวัดภูเก็ต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวมาลิ้มลองรสชาติได้ตลอดปี

4.2.3.2 ในระดับจังหวัด: ผู้ว่าราชการจังหวัด สมควรกำหนดนโยบายดำเนินงานแบบบูรณาการ (Integration) เพื่อเป้าหมายในการดำเนินงาน ที่สนองตอบมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อสร้างคุณภาพชีวิต ของประชาชน ซึ่งมีความหมายนอกเหนือจากการมีสุขภาพกาย ใจ สุขภาวะที่ดี ซึ่งเป็นทิศทางใหม่การในทุกนโยบาย คำนึงถึงสุขภาพของประชาชนมาก่อน (Health in All Policy) จึงจะเกิดความยั่งยืน

4.2.3.3 ในระดับกรมที่เกี่ยวข้อง: กรมอนามัย. สมควรกำหนดนโยบายให้สำนักสุขภาพอาหารและน้ำ เร่งรัดให้มีการดำเนินงานในด้านต่างๆ ดังนี้

1) ประสานและผลักดันให้จังหวัดและท้องถิ่นสามารถดำเนินงานตาม มาตรการทางกฎหมายอย่างจริงจัง ให้มีการดำเนินงานแบบบูรณาการในการทำงานเพื่อยกระดับ การดำเนินงานอาหารริมบาทวิถีของประเทศไทยตอบสนองต่อคุณภาพชีวิต และส่งเสริมเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) พัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการ ที่ทันสมัย และสอดคล้องกับมิติอื่นที่ เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการยอมรับ/ขับเคลื่อน/พัฒนางาน ในการสนับสนุน และส่งเสริมสมรรถนะใน การดำเนินงานแก่บุคลากรในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น

3) ปรับปรุงมาตรฐานและข้อกำหนดของร้านอาหารมาตรฐานที่สามารถ ผสมผสานมิติทั้ง 4 (เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสุขภาพ) โดยใช้แนวคิดด้านการตลาด 4P มา พัฒนา เพื่อสร้างจุดดึงดูดด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาทั้ง ภาครัฐ ผู้ประกอบการ ชุมชนโดยรวม มีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนา ด้วยความเต็มใจที่จะพัฒนา และยั่งยืน

4.2.3.4 ในระดับกระทรวงที่เกี่ยวข้อง: ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวง พาณิชยกรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม และ กระทรวงสาธารณสุข. สมควรกำหนดนโยบายสมควรกำหนดนโยบายแบบบูรณาการ (Integration) เพื่อเป้าหมายในการดำเนินงาน ที่สนองตอบมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ เพื่อ สร้างคุณภาพชีวิต ของประชาชน ซึ่งมีความหมายนอกเหนือจากการมีสุขภาพกายใจ สุขภาวะที่ดี ซึ่ง

เป็นทิศทางใหม่การในทุกนโยบาย คำนึงถึงสุขภาพของประชาชนมาก่อน (Health in All Policy) จึงจะเกิดความยั่งยืน

4.2.3.5 ในระดับประเทศ: รัฐบาลควรให้การสนับสนุนเรื่องการยกระดับร้านอาหารริมทาง อันจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุขภาพ เป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตแก่ประชาชนไทย และเน้นเรื่อง กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย ซึ่งปรากฏเป็นรูปธรรม ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยเน้นการบูรณาการจากทุกภาคส่วน ด้วยหลักเศรษฐกิจพอเพียง สู่การเป็นผู้นำในอาเซียน อย่างน่าภาคภูมิใจ ยิ่งๆ ขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานระบบการจัดการสุขาภิบาลอาหารสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด; 2554.
- กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. ผลการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหารและน้ำ. สำเนาเอกสาร; 2554.
- คณะกรรมการอาหารแห่งชาติ. กรอบยุทธศาสตร์การจัดการด้านอาหารของประเทศไทย. ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ราชบัณฑิตยสถาน(2556).
- นภดล ภัทรากิจ. ทัศนะของผู้บริโภคอาหารริมบาทวิถีในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล; 2541.
- นฤมล นิราทร. การจัดการการค้าหาบเร่แผงลอยในกรุงเทพมหานคร : ข้อสังเกตและข้อเสนอแนะ. สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน (สสค.). เอกสารประกอบการสัมมนา “อภิวัดการเรียนรู้สู่จุดเปลี่ยนประเทศไทย”; 6-8 พฤษภาคม 2557, อาคารอิมแพคฟอรัม เมืองทองธานี.
- นฤมล นิราทร, อรศรี งามวิทยาพงศ์ และชไมพร รุ่งฤกษ์ฤทธิ์. การศึกษาเศรษฐกิจนอกระบบทางการในเมือง เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย; 2550.
- เรวัตร หินอ่อน. นโยบายทางเศรษฐกิจเพื่อภูมิภาค : มาเลเซียภายใต้นโยบายเศรษฐกิจใหม่ (New Economic Policy) ค.ศ. 1971-1990.
- วศินา จันทศิริ. วัฒนธรรมอาหารไทย: อีกหนึ่งพลังสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารมนุษยนิเวศศาสตร์ ฉบับพิเศษ สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เนื่องในโอกาสวันสถาปนามหาวิทยาลัยครบ 36 ปี (3-5 กันยายน 2557): 99.
- สุรีย์ วงศ์ปิยชน และคณะ. การศึกษาสถานการณ์ ระบบ และกระบวนการดำเนินงานสุขาภิบาลอาหารของประเทศไทย (A Study of The Present Situation, System and Standard, Operationing Procedure (SOP) of Food Sanitation in Thailand). สำนักสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย, 2556.
- อภิญา ตันพวิวงศ์. สรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการเรื่องการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อาหารไทยสู่ประชาคมอาเซียน วันที่ 25 กรกฎาคม 2556 โรงแรมเดอะทวิน ทาวเวอร์. กรุงเทพมหานคร: ราชบัณฑิตยสถาน, 2556.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

CNN. ชวนเปิบ40 เมนู 'street food' ไทย ห้ามพลาด!. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=143718&t=news
[18 กรกฎาคม 2560].

Lina Goldberg. Asia's 10 greatest street food cities worth travelling for. [Online].

Available from: <http://www.freme.com/asias-10-greatest-street-food-cities-worth-travelling/> [22 February 2013].

Street Food. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dictionary.com/browse/street-foodnoun>
[19 กรกฎาคม 2560].

Street Food. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://th.wikipedia.org/wiki/อาหารข้างถนน>
[15 กรกฎาคม 2560].

ยุทธศาสตร์พัฒนาภาคท่องเที่ยวเชื่อมโยงอาเซียนวันนี้. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=141571&t=new [23 มิถุนายน 2560].

ทรวง เหลี่ยมรังสี และคณะ. โครงการพัฒนาการสุขาภิบาลอาหารริมบาทวิถี Improving quality and safety of Street vended Foods in Bangkok.2538. [Online]. แหล่งที่มา:
http://advisor.anamai.moph.go.th/main.php?filename=JHealthVol20No3_08

พาณิชย์ผลักดัน Food Truck. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=139413&t=news [1 มิถุนายน 2560].

ร้านStreet Food สิงคโปร์ ขยายตลาดอาเซียน. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:

http://www.tnnthailand.com/news_detail.php?id=143544&t=news
[15 กรกฎาคม 2560].

หมูเนื้อย. 10 เมนูอาหารพื้นเมืองจานเด็ด ที่คุณมากู้ได้แล้วต้องลอง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<https://pantip.com/topic/34233453> [1 มิถุนายน 2560].

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นางอัมพร จันทวิบูลย์

ประวัติการศึกษา

- วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)
สาขาวิชา สุขาภิบาลสิ่งแวดล้อม (Sanitation)
มหาวิทยาลัยมหิดล
- พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตทางรัฐประศาสนศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- การจัดการดุขฎีบัณฑิต (Doctor of Management)
สาขา Business Management มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ประวัติการทำงาน

- นักวิชาการสุขาภิบาล ศูนย์สุขาภิบาลอาหารเขต 5 ลำปาง
- นักวิชาการสุขาภิบาล ศูนย์อนามัยสิ่งแวดล้อมเขต 1 สระบุรี
- หน้าฝ่ายอบรมเผยแพร่ กองสุขาภิบาลอาหาร กรมอนามัย
- หัวหน้างานแผนงาน กองสุขาภิบาล กรมอนามัย
- ผู้ประสานงานกรมอนามัย สำนักงานรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข
- เลขานุการรองอธิบดีกรมอนามัย
- นักวิชาการและเลขานุการผู้ตรวจราชการกระทรวงสาธารณสุข
- ช่วยราชการสำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- ช่วยราชการกรมสุขภาพจิต
- ช่วยราชการสำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- รักษาการผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมสุขภาพจิต
- รองผู้อำนวยการกองแผนงาน กรมอนามัย
- ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร กรมอนามัย
- ผู้อำนวยการสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย

ประสบการณ์การทำงานอื่นๆ ด้านการศึกษา

พ.ศ. 2560

ประธานสอบนักศึกษานานาชาติ หลักสูตรนานาชาติ
มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2558

บรรยายพิเศษ มหาวิทยาลัยมหิดล หลักสูตร นักบริหารโรงพยาบาล

พ.ศ. 2556	คณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร การบริหารงานโรงพยาบาล มหابัณฑิต และ คณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร สาธารณสุขศาสตร์ บัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
พ.ศ. 2552– 2558	เป็นอาจารย์พิเศษ/ วิทยากรบรรยายพิเศษ “การบริหารคุณภาพใน ระบบราชการ” และ “การจัดทำแผนยุทธศาสตร์”
พ.ศ. 2539–2540	เจ้าหน้าที่การทูต 4 สำนักปลัดกระทรวงฯ
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้อำนวยการสำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ สำนักสุขาภิบาลอาหารและน้ำ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข