

การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น
ของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์
เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ *
Developing Creative Innovations in Local Food Culture
Along Ancient Trade Routes in Buriram Province to
Enhance Commercial Competitiveness

กานต์มณี การ์รินทร์¹, กนกเกล้า แกล้วกล้า², และ ลลิตพรรณ ปัญญานาค³
Kanmanee Karin¹, Kanokklo Klaeokla², and Lalitphan Panyanark³
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์^{1,2}
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล³
Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University^{1,2}
Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University³
Corresponding Author, E-mail: ketmanee.kr@bru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ และสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ ตลอดจนเพื่อเสนอแนะแนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ โดยเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed-Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กรณีการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 82 คน และการสนทนากลุ่ม จำนวน 11 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนา

* ได้รับความเห็นชอบ: 26 มิถุนายน 2568; แก้ไขบทความ: 20 สิงหาคม 2568; ตอรับตีพิมพ์: 21 สิงหาคม 2568



ผลการวิจัยพบว่า 1) เส้นทางการค้าโบราณมีอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นและแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่หลากหลาย เช่น หมูกรอบ แกงกล้วยใส่ไก่บ้าน และขนมจีนน้ำยาเขมร เป็นต้น 2) การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณด้วยการนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น (ไทย เขมร และจีน) มาผสมผสานกันผ่านนวัตกรรมกระบวนการ PDCA จัดเป็นสำหรับอาหาร คาวหวานที่ปรุงด้วยวัตถุดิบหลักในชุมชน และ 3) แนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์จะมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) ต้นทุน 2) คุณภาพการบริการ และ 3) นวัตกรรมบริการ

คำสำคัญ: นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์; วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น; เส้นทางการค้าโบราณ; การแข่งขันเชิงพาณิชย์

Abstract

This research aimed to investigate the context of the ancient trade route's local food culture in Buriram Province, the development of creative innovations within it, and propose guidelines for enhancing commercial competitiveness through a mixed-method research approach, consisting of qualitative research and participatory action research. Data were collected through interviews, focus groups, and participatory workshops. The study utilized purposive sampling to select participants. This involved recruiting 82 individuals for in-depth interviews and 11 for focus group discussions. The data was analyzed through the lens of descriptive statistics and content analysis, and findings were presented through narrative description.

The study's findings indicated that: 1) The ancient trade routes were characterized by distinctive local cultural foods that manifested diverse local identities, such as crispy pork, banana curry with free-range chicken, and Khmer-style rice noodles. 2) Creative innovation in the local food culture of the ancient trade route was generated by integrating prominent local cultural foods (Thai,



Khmer, and Chinese) via PDCA process innovation, leading to the organization of a full course of traditional dishes utilizing primary ingredients sourced from the community, and 3) The approach to improving commercial competitiveness will focus on three factors: 1) cost, 2) service quality, and 3) service innovation.

Keywords: creative innovations; local food culture; ancient trade routes; commercial competitiveness

1. บทนำ

การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นถือเป็นอีกทักษะหนึ่งในการส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งในปัจจุบันนี้กระทรวงวัฒนธรรมได้สนับสนุน "Soft Power" ของประเทศไทย ตามแนวทางการส่งเสริมวัฒนธรรม 5 รูปแบบ เรียกว่า “5F” โดยเป็นความมุ่งมั่นที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่สามารถตอบโจทย์ต่อการก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในยุคปัจจุบัน ตลอดจนการพัฒนาการศึกษาเพื่อก้าวไปสู่การศึกษาในยุค 4.0 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาและการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของสังคม ซึ่งเกิดจากกระบวนการแนวความคิดและการนำมาบูรณาการระหว่างกัน เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดแนวคิดใหม่หรือทฤษฎีใหม่ๆ ขึ้น

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างของประเทศไทย สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง ประชากรโดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำการเกษตร มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านจึงทำให้มีความหลากหลายของชาติพันธุ์ซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีและวัฒนธรรม อีกทั้งยังถือได้ว่าเป็นดินแดนภูเขาไฟเมืองไทย และเป็นแหล่งรวมอารยธรรมขอมโบราณที่มีความสำคัญในฐานะแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และได้รับสมญานามว่า ดินแดนปราสาทหินที่มากมายไปด้วยมรดกทางประเพณีและวัฒนธรรมต่างๆ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์, 2567)

อย่างไรก็ตามเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นอีกแหล่งเส้นทางหนึ่งที่มีการผสมผสานประเพณีและวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผสมผสานวัฒนธรรมอาหารที่มีความโดดเด่นของทั้ง 3 เชื้อชาติเข้าด้วยกัน (ไทย จีน และเขมร) ซึ่งเส้นทางการค้า



โบราณ ประกอบไปด้วย 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) ชุมชนตลาดเก่า อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ 2) ชุมชนบ้านสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) ชุมชนบ้านสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยทั้ง 3 ชุมชนนี้เป็นเส้นทางของการขนส่งสินค้าด้วยรถไฟตั้งแต่ในสมัยอดีต ตลอดทั้งยังเป็นจุดรวมในการกระจายสินค้าไปยังร้านค้าในชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่นที่ไม่มีเส้นทางรถไฟผ่าน ดังนั้นประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ทั้ง 3 แห่งนี้ จึงมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมทั้ง ไทย จีน และเขมร อีกทั้งในแต่ละชุมชนจะมีลักษณะของประชากรที่อาศัยอยู่แตกต่างกัน เช่น 1) ชุมชนตลาดเก่า อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นพื้นที่ผสมผสานทางวัฒนธรรมทางสังคมของคน 2 กลุ่มสองชาติพันธุ์ โดยมีชาวพื้นถิ่นบุรีรัมย์ที่ใช้ภาษาเขมรเป็นภาษาหลักในการสื่อสารกับชาวจีนคนต่างถิ่นที่เข้ามาพร้อมกับ การขยายเส้นทางรถไฟสู่ภาคอีสานในสมัยรัชกาลที่ 5 และหลังจากที่เส้นทางรถไฟ ได้เข้ามาถึงเมืองบุรีรัมย์ ในช่วงปลายรัชกาลของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อ ปี พ.ศ. 2468 (บัญชา นวนสาย, 2556) โดยมีรูปแบบของ วัฒนธรรมอาหารที่มีลักษณะเด่น คือ วัฒนธรรมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายจีน-เขมร ที่มีการผสมผสานกัน โดยมีอาหารพื้นถิ่นที่ชาวจีนในอดีตนิยมทำกิน ไห้วเจ้า ทำในงานประเพณีต่างๆ หรือทำเพื่อจำหน่ายมาจนถึงปัจจุบัน เช่น อาหารเกี่ยวกับหมู (หมุกรอบ ต่อเถ่าจิ้ง แคปหมู กุญเชียง หมูหับ ก้วยเตี่ยวหมู) อาหารในพิธีมงคล เช่น ขนมตือโคคา ขนมถั่วพู เป็นต้น อีกทั้งยังมีอาหารพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร เช่น น้ำพริกกะทิ (จรั้วโดง) แกงปู (ละแวกะตาม) แกงกล้วย (สะลอเจก) ส้มตำเขมร (เป้าละฮ้องเซราะแอง) ต้มไก่บ้าน (สะลอเมือน) ซึ่งทั้งกลุ่มอาหารจีน-เขมร โดยอาหารพื้นถิ่นเหล่านี้บางรายการอาหารนั้นนับได้ว่าหากินได้ค่อนข้างยากในปัจจุบัน นอกจากจะมีงานหรือพิธีกรรมต่างๆ ในท้องถิ่นเท่านั้นจึงจะมีการประกอบอาหารเหล่านี้ขึ้น 2) ชุมชนบ้านสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นหมู่บ้านคนไทยเชื้อสายเขมร ใช้ภาษาเขมรเป็นภาษาถิ่น ซึ่งถือเป็นอัตลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายเขมรที่ใช้สื่อสารกันในชีวิตประจำวัน และใช้ภาษาไทยเป็นภาษาทางการ บ้านสนวนมีวัฒนธรรมการประกอบอาหารจากทรัพยากรที่เป็นวัตถุดิบพื้นบ้านหรือตามฤดูกาลในท้องถิ่น มีทั้งอาหารคาว อาหารหวาน และอาหารตามประเพณีวัฒนธรรมพื้นถิ่น รสชาติจะจัดจ้านนิดหน่อย ส่วนผสมของอาหารคาวส่วนใหญ่จะใส่กะทิ เช่น แกงกล้วย แกงขี้เหล็กใส่กากหมู แกงปูนา แกงขนุน แกงผักหวาน ใส่ไข่แดง แกงไก่ใส่ใบหม่อน น้ำพริกปูนา น้ำพริกปลากระตี่สดจิ้มผักพื้นบ้าน อีกทั้งชุมชนบ้านสนวนยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและกิจกรรมวิถีของคนในชุมชน (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน), 2562) และ 3) พื้นที่ชุมชนบ้านสวายจิก อำเภอเมือง



จังหวัดบุรีรัมย์ คือ ชุมชนตลาดสวายจิก (หมู่ที่ 1 หมู่ที่ 2 และ หมู่ที่ 14) เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมบนเส้นทางสำคัญด้านการค้าในสมัยอดีต (ชุมชนตลาดเก่าห้วยราช ชุมชนบ้านสนวน และชุมชนบ้านสวายจิก) โดยพื้นที่ชุมชนเหล่านี้เคยมีความคึกคักและเป็นย่านการค้าในสมัยก่อน ปัจจุบัน (พ.ศ. 2567) ชาวบ้านสวายจิก ประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์ 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคนเขมร เป็นกลุ่มคนที่อพยพมาจากบ้านสังขะ อำเภอสังขะ จังหวัดสุรินทร์ 2) กลุ่มคนไทย เป็นกลุ่มที่อพยพมาจากบ้านพิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา และ 3) กลุ่มคนจีนที่อพยพเข้ามาอาศัยในหมู่บ้านในช่วงหลัง คือ กลุ่มคนจีนจากเมืองกวางตุ้ง และทั้งหมดล้วนเป็นญาติพี่น้องกันทั้งสิ้น มีตระกูลแซ่ตั้งและแซ่อึ้ง แต่ปัจจุบันคนจีนกลุ่มนี้ต่างได้อพยพไปตั้งรกรากในตัวเมืองบุรีรัมย์ เมื่อทั้ง 3 กลุ่มชาติพันธุ์มาอยู่รวมกัน พบว่า ต่างได้ผสมผสานแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมร่วมกัน (เชาวลิต สิมสวาย และคณะ, 2565)

ในปัจจุบันองค์การบริหารส่วนจังหวัด จังหวัดบุรีรัมย์ ได้มีการส่งเสริมเกี่ยวกับนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมอาหาร อันเนื่องมาจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติมาอยู่รวมกันไม่ว่าจะเป็น เขมร จีน ลาว ไทยโคราช และไทย-กวย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์, 2567) โดยประชาชนในแต่ละกลุ่มจะมีการนำวัฒนธรรมของตนเองที่มีมาแต่ดั้งเดิมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต โดยจะสังเกตได้จากรูปแบบของวิถีชีวิต ประเพณี ตลอดจนทั้งวัฒนธรรมต่างๆ

อย่างไรก็ตามจากการลงสำรวจพื้นที่เส้นทางการค้าโบราณ พบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นมีความหลากหลายตามกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีการผสมผสานกัน โดยมีรูปแบบของวัฒนธรรมอาหารที่มีลักษณะเด่น คือ เป็นวัฒนธรรมอาหารกลุ่มชาติพันธุ์เชื้อสายไทย เขมร และจีน ที่มีการผสมผสานระหว่างกัน อีกทั้งยังมีบางชนิดที่หาทานได้ยากแล้วในปัจจุบัน หรือจะประกอบอาหารเหล่านี้ขึ้นเฉพาะเทศกาลหรือในงานประเพณีเท่านั้น ดังนั้นวัฒนธรรมอาหารและอาหารที่หาทานได้ยากเหล่านี้จึงควรค่าแก่การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อันแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์และร่องรอยของวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นให้คนรุ่นลูกหลานได้สืบทอดวัฒนธรรมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์นี้ไว้ตลอดทั้งพัฒนาสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ เพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนให้มีความเข้มแข็งต่อไป ซึ่งกติกากลิ่นจันทร์แดง และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ได้กล่าวว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น นับได้ว่าเป็นโอกาสที่ชุมชนท้องถิ่นจะสามารถขยายฐานทางการตลาดได้เพิ่มขึ้น ซึ่งอาหารท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญใน



การแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถสร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพให้กับนักท่องเที่ยวขณะที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้ อีกทั้งจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ดังกล่าว นั้น พบว่า เชาวลิต สิมสวย และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนเท่านั้นและยังไม่มีงานวิจัยที่มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่เส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอแนวคิดการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรมอาหารจากกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย (ไทย เขมร จีน) เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เป็นที่รู้จักและสืบทอดต่อไป

อย่างไรก็ตามจากที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนถึงความสำคัญในการที่จะศึกษาถึงการสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ภายใต้แนวคิดการผสมผสานทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน สื่อสารผ่านรูปแบบทุนทางวัฒนธรรมอาหารของชุมชนท้องถิ่นอันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชนให้มีความเข้มแข็งต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาบริบทและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์

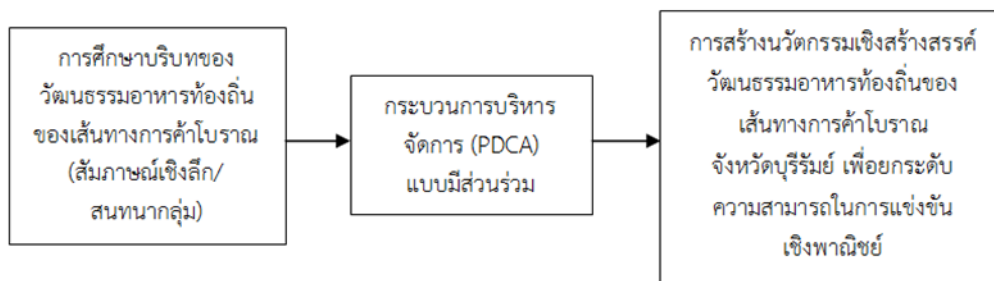
2.2 เพื่อพัฒนาแนวทางการสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์

2.3 เพื่อเสนอแนะแนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการอาหารวัฒนธรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น



3. วิธีดำเนินการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ ดังนี้



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น จังหวัดบุรีรัมย์ 3 ชุมชน ได้แก่ 1) ชุมชนตลาดเก่า อำเภอห้วยราช 2) ชุมชนบ้านสนวน อำเภอห้วยราช และ 3) ชุมชนบ้านสวายจิก อำเภอเมือง จำนวน 103 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการผสมผสานความหลากหลายทั้งทางด้านอาหารและวิถีชีวิตความเป็นอยู่เข้าด้วยกัน อีกทั้งยังดำเนินกิจการอยู่ในพื้นที่เส้นทางการค้าโบราณที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม (กานต์มณี การินทร์ และ กนกเกล้า แก้วกล้า, 2567)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีจำนวน 82 คน (Yamane, 1973) ใช้วิธีการคัดเลือกโดยการคำนวณอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 11 คน โดยประกอบด้วย 1) ผู้นำชุมชนผู้ประกอบการอาหารวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นแต่ละแห่ง จำนวน 3 คน 2) องค์การบริหารส่วนตำบล (ห้วยราช สนวน สวายจิก) จำนวน 3 คน และ 3) นักวิชาการ ด้านอาหารและด้านการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จำนวน 2 คน 4) ผู้เชี่ยวชาญด้านการประกอบ



อาหารท้องถิ่น จำนวน 1 คน 5) ประธานกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวจากพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบ จำนวน 1 คน และ 6) เชฟชุมชน (Local Chef) จากพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวต้นแบบจำนวน 1 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ประกอบด้วย

3.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการจำหน่ายอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น และการพัฒนาอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น (Checklist)

3.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม จำนวน 6 ข้อประกอบด้วย

3.2.2.1 อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบันมีอะไรบ้าง

3.2.2.2 อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นประเภทใดที่จำหน่ายได้ในปริมาณที่มาก เนื่องจากอะไร

3.2.2.3 ถ้ามีการนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น (ไทย เขมร และจีน) มาผสมผสานกันจะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร

3.2.2.4 การสร้างสำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการผสมผสานกัน (ไทย เขมร และจีน) ควรประกอบด้วยอาหารอะไรบ้างในสำหรับอาหารนั้น

3.2.2.5 การสร้างนวัตกรรมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ และดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยววันนั้นควรดำเนินการอย่างไร

3.2.2.6 การยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในการสร้าง นวัตกรรมอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นควรดำเนินการอย่างไร

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์และหัวข้อการสนทนากลุ่มที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบประเมินความสอดคล้อง พิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้องของการใช้ภาษาตลอดทั้งความครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัย (IOC) ซึ่งจากการประเมินความสอดคล้อง พบว่า มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (ธีระ กุลสวัสดิ์, 2558) จากนั้นได้นำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างย่อยก่อนการเก็บข้อมูลจริง รวมทั้งได้มีการปรับปรุงตามผลสะท้อนกลับ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่มีความชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์ของงานวิจัย



3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยได้ดำเนินการ ดังต่อไปนี้

3.4.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยใช้เวลาสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาทีต่อคน

3.4.2 การสนทนากลุ่ม ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการสนทนากลุ่ม โดยใช้เวลาสนทนาประมาณ 3 ชั่วโมง และคณะผู้วิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญในการสนทนากลุ่มเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มร่วมกับคณะผู้วิจัย

3.4.3 หลังการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยได้ถอดข้อความจากเครื่องบันทึกเสียงแบบคำต่อคำออกเป็นเป็นตัวอักษร จัดข้อความที่ได้ให้เป็นหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) (Denzin, 1970) โดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบแหล่งข้อมูลที่ได้นำมาประกอบด้วย แหล่งเวลา สถานที่ บุคคล ถ้าข้อมูลที่ได้มามีความหมายเหมือนกันจากหลายที่ถือว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้ แล้วจึงบันทึกข้อมูลไว้ และใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือ การใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างกันเพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน ได้แก่ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสอบถามข้อมูล เป็นต้น

3.4.4 เมื่อได้ข้อมูลบริบทของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเส้นทางการค้าโบราณแล้ว คณะผู้วิจัยและชุมชนได้ดำเนินกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ ผ่านกระบวนการ PDCA โดยการประยุกต์ใช้แนวคิด ทฤษฎีการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Fusion) เข้าด้วยกัน ร่วมกันแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์บทสรุปในการคัดเลือกรายการอาหารวัฒนธรรมที่โดดเด่น หาทานได้ยาก ควรค่าแก่การอนุรักษ์ ฟื้นฟู และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ อันแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์และร่องรอยของวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นให้คนรุ่นลูกรุ่นหลานได้สืบทอด วัฒนธรรมอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์นี้ไว้ตลอดทั้งพัฒนาสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย คือ นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์

3.4.5 ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2567 ถึงวันที่ 20 พฤศจิกายน 2567



3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนา

4. สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 พบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จากผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 82 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 85.37) มีอายุ 50-60 ปี (ร้อยละ 26.82) มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 65.85) ระยะเวลาในการจำหน่ายอาหาร วัฒนธรรมท้องถิ่นมากกว่า 10 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 25.61) และมีความคิดเห็นว่าการพัฒนาอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นด้านคุณภาพการบริการ นวัตกรรมบริการและการลดต้นทุน (ร้อยละ 100.00) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาบริบทของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า 1) ชุมชนตลาดเก่า อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ มีอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น คือ อาหารเกี่ยวกับหมู (หมูกรอบ ต่อเถ่าจิ้ง แคปหมู กุญเชียง หมูทับ กว๋ยเตี้ยวหมู) อาหารในพิธีมงคล เช่น ขนมตือโคคา ขนมถั่วพู เป็นต้น และยังมีอาหารพื้นถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์เขมร เช่น น้ำพริกกะทิ (จรั่วโดง) แกงปู (ละแวกะตาม) แกงกล้วย (สะลอเจก) ส้มตำเขมร (เป้าะละฮ้อง เซราะแอง) ต้มไก่บ้าน (สะลอเมื่อน) เป็นต้น 2) ชุมชนบ้านสนวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นนั้นจะมีรสชาติที่เผ็ดนิดหน่อย ส่วนผสมของอาหารส่วนใหญ่จะใส่กะทิ ได้แก่ แกงกล้วยใส่ไก่บ้าน แกงมะละกอใส่ปูนา แกงขี้เหล็ก ใส่กากหมู แกงปูนา แกงขนุน แกงผักหวานใส่ไข่มดแดง แกงไก่ใส่ใบหม่อน น้ำพริกปลากะทิสดจิ้มผักพื้นบ้าน น้ำพริกปูนาขนมต้มต่าง และขนมตดหมา เป็นต้น และ 3) ชุมชนบ้านสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ได้แก่ ขนมจีนน้ำยาเขมร น้ำพริกกากหมู น้ำพริกหวาน ขนมเปี้ยกปูน กะทิสด และถั่วกรอบแก้ว เป็นต้น โดยที่อาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นที่จำหน่ายได้ในปริมาณที่มากของแต่ละชุมชน สามารถจำแนกได้ดังนี้ 1) ชุมชนตลาดเก่า อำเภอห้วยราช สามารถจำหน่ายอาหารเกี่ยวกับหมู คือ หมูกรอบ แคบหมู และกว๋ยเตี้ยวหมู เนื่องจากมีรสชาติที่อร่อยแบบดั้งเดิม สินค้าผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ (มีสูตรพิเศษดั้งเดิม) 2) ชุมชนบ้านสนวน อำเภอห้วยราช อาหารที่สามารถจำหน่ายได้มาก คือแกงกล้วยใส่ไก่บ้าน แกงผักหวานใส่ไข่มดแดง และแกงไก่ใส่ใบหม่อน เนื่องจากมีรสชาติที่อร่อยแบบดั้งเดิม (มีสูตรพิเศษดั้งเดิม) และ 3) ชุมชนบ้านสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัด



บุรีรัมย์ อาหารที่สามารถจำหน่ายได้มาก คือ ขนมจีนน้ำยาเขมร และน้ำพริกกากหมู เนื่องจากมีรสชาติที่อร่อยแบบดั้งเดิม(มีสูตรพิเศษดั้งเดิม) โดยจากการวิจัย พบว่า วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนกับวัฒนธรรมการประกอบอาหาร อาทิเช่น เทคนิคการปรุงอาหาร การแลกเปลี่ยนวัตถุดิบ ซึ่งเป็นร่องรอยทางชาติพันธุ์ (ไทย เขมร จีน) ที่เกี่ยวข้องกันในเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 พบว่า การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิด ทฤษฎีการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Fusion) เข้าด้วยกัน ผ่านกระบวนการ PDCA ซึ่งประกอบด้วย 1) P = Plan เป็นการวางแผนกำหนดรายการอาหารวัฒนธรรมที่จะนำเสนอร่วมกัน 2) D = Do เป็นขั้นตอนของการทดลองผลิตหรือการทำสำหรับอาหารวัฒนธรรมที่กำหนดไว้ 3) C = Check เป็นการประเมินจากกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ การใช้สำหรับอาหารดังกล่าวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ชุมชนและ 4) A = Act เป็นการนำผลผลิตที่ได้มาปรับใช้งานจริง อย่างไรก็ตามการนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น (ไทย เขมร และจีน) มาผสมผสานกันสามารถใช้เป็นแนวทางในการขยายฐานผู้บริโภคได้ เนื่องจากกระแสนิยมอาหารวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีแนวโน้มที่สูงขึ้น การนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานกัน จัดเป็นสำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นจะสร้างความโดดเด่นขึ้นมาได้ การสร้างสำหรับอาหาร วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีการผสมผสานกันนั้นจะประกอบไปด้วย อาหารคาวและอาหารหวานที่มีความโดดเด่นของแต่ละชุมชนท้องถิ่น ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานจะเน้นวัตถุดิบในชุมชน นำมาเป็นส่วนประกอบหลัก และชุมชนในท้องถิ่นเป็นผู้ผลิตผลิตขึ้น อีกทั้งอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นควรมีความหลากหลาย บ่งบอกถึงความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งในเรื่องของรสชาติ วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร การตกแต่งอาหารให้สวยงามมีลักษณะโดดเด่นด้วยภาษาที่แสดงออกถึงความเป็นชุมชนท้องถิ่น (สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2-6) ตลอดทั้งการใช้สื่อประชาสัมพันธ์จะต้องมีการอธิบายถึงเรื่องราวความเป็นมาได้อย่างชัดเจน จากภาพที่ 2 สำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นเส้นทางการค้าโบราณประกอบไปด้วย แกงกล้วยใส่ไก่บ้าน แกงขี้เหล็กใส่กากหมู ขนมจีนน้ำยาเขมร หมูเส้น หมูฝอย แคบหมู น้ำพริกกากหมู แกงผักหวานใส่ไข่มดแดง น้ำพริกปลากะทิสดจ๊มผักพื้นบ้าน น้ำพริกปูนา น้ำพริกหวาน ขนมตดหมา ขนมตือโคคา



ภาพที่ 2. สำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นเส้นทางการค้าโบราณ



ภาพที่ 3. แกงกล้วยใส่ไก่บ้าน



ภาพที่ 4. น้ำพริกกากหมู



ภาพที่ 5. แกงผักหวานใส่ไข่ต้มแดง



ภาพที่ 6. ขนมตดหมา



วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 การเสนอแนะแนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ พบว่า ควรมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ประกอบไปด้วย 1) ต้นทุน ผู้ประกอบการจะต้องพยายามรักษาระดับต้นทุนให้อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงโดยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดการสูญเสีย การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและตามฤดูกาล การใช้กลยุทธ์ด้านราคาหรือบริการที่ดึงดูดใจลูกค้าด้วยการเพิ่มคุณค่าในการบริการให้กับลูกค้า เช่น Service Mind การให้เกียรติลูกค้า การจดจำและเข้าใจลูกค้า สร้างความประทับใจในการช่วยลูกค้าแก้ไขปัญหา และการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้กลับมาใช้บริการอีก เป็นต้น 2) คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการจะต้องพยายามพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า รักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้มาตรฐาน สร้างความแตกต่างในสินค้าแต่ยังคงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นไว้ นำข้อเสนอแนะจากลูกค้ามาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอยู่เสมอ ตลอดจนการอบรมด้านสุขอนามัยและการสร้างตราสินค้าท้องถิ่น และ 3) นวัตกรรมบริการ ผู้ประกอบการจะต้องพยายามนำเสนอสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่หลากหลาย ปรับปรุงสินค้าและบริการให้แตกต่าง โดดเด่นและทันสมัย เช่น การใช้ภาชนะอาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น การตกแต่งสำหรับอาหาร และการสร้างสีสันให้น่ารับประทานขึ้น เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดทั้งการให้บริการที่เหนือความคาดหวังของลูกค้าและเน้นการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าที่หลากหลายช่องทาง

5. อภิปรายผลการวิจัย

การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

5.1 การศึกษาบริบทของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ชุมชนเส้นทางการค้าโบราณทั้ง 3 ชุมชนมีลักษณะของวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นหลักๆ ที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากประชาชนที่อาศัยอยู่ตั้งแต่ดั้งเดิมนั้นจะเป็นชาวพื้นถิ่น (ไทยเขมร) เกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรมต่างๆ และรูปแบบของการดำเนินชีวิตเข้าด้วยกัน ซึ่งภายหลังจากที่มีเส้นทางรถไฟผ่าน (เส้นทางการค้าโบราณ) จึงได้เริ่มมีผู้คนสัญจรและมีการย้ายถิ่นฐานของบุคคลต่างถิ่นเข้ามาพักอาศัยอยู่ในละแวกชุมชนใกล้เคียง เส้นทางรถไฟเช่น คนจีน เป็น



ต้น เพื่อทำการค้าขายระหว่างกัน ดังนั้นจากการศึกษาจะเห็นได้ว่า ชุมชนใดๆ ที่มีคนต่างถิ่นต่างชาติพันธุ์เข้ามาอาศัยอยู่ร่วมด้วยแล้ว ชุมชนนั้นก็จะมีการผสมผสานวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน หรือสามารถกล่าวได้ว่า ชุมชนแห่งนั้นจะเกิดการปรับเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันได้นั่นเอง (พนิดา จงสุขสมสกุล, 2566; Nguyen, 2023; He, Köksal, Cockayne, & Elliot, 2024)

5.2 การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการ PDCA โดยการนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น (ไทย เขมร และจีน) มาผสมผสานกันนั้น สามารถใช้เป็นแนวทางในการขยายฐานผู้บริโภคได้ เนื่องจากกระแสนิยมอาหารวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีแนวโน้มที่สูงขึ้น การนำอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นมาผสมผสานกันจัดเป็นสำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นจะสร้างความโดดเด่นขึ้นมาได้ซึ่งสอดคล้องกับ กติกา กลิ่นจันทร์แดง และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2564) ได้กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ถูกนำมาใช้ในการตลาดการท่องเที่ยว การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการพัฒนาจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ดังนั้นอาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารที่สำคัญ เช่น การประกวดการทำอาหารท้องถิ่น และการทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร และสอดคล้องกับทินวัชร เดชวัน และ จันจิรา ขาติมนตรี (2566) ได้กล่าวว่า นวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมการผลิตที่เชื่อมโยงทุนชุมชน ศักยภาพชุมชน จากการมีส่วนร่วมของกลไกการดำเนินงานระหว่างท้องถิ่น หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้วัตถุดิบที่แสดงออกถึงอาหารพื้นถิ่นเป็นตัวขับเคลื่อน และสอดคล้องกับ อภิญา มานะโรจน์, จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง และ คงศักดิ์ ศรีแก้ว (2567) ได้กล่าวว่าแนวทางการสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนทางวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ การประกอบอาหาร ราคาระยะเวลาการเตรียมอาหาร วัตถุดิบ การสร้างความนิยม และเรื่องเล่า

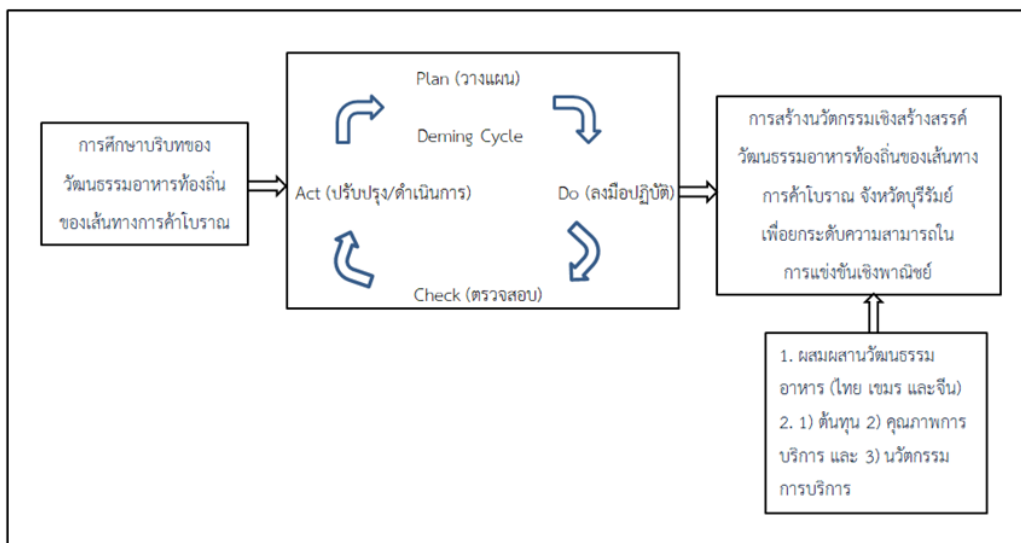
5.3 การเสนอแนะแนวทางการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ พบว่า ควรมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน ประกอบไปด้วย 1) ต้นทุน 2) คุณภาพการบริการ และ 3) นวัตกรรมบริการ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้แตกต่าง โดดเด่นและทันสมัย เช่น การใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นและการตกแต่งภาชนะอาหาร



ด้วยสีสนที่นำรับประทานมากขึ้น โดยนวัตกรรมเหล่านี้มุ่งตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้าด้วยการให้บริการที่เกินความคาดหวังอย่างสม่ำเสมอ และเน้นการโต้ตอบกับลูกค้าผ่านหลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับ ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และ ชงศ์สุดา โตท่าโรง (2563) ได้กล่าวว่าการประยุกต์ใช้แนวคิด เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการในการสร้างความแตกต่างความโดดเด่น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้และสอดคล้องกับ Sulisty & Ayuni (2020) ได้กล่าวว่างค์ประกอบของการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วย ต้นทุน คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการการส่งมอบที่รวดเร็ว การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม และสอดคล้องกับ สุพัสชา ตั้งจิตเจริญ และ มะดาโอะ สุหลง (2565) ได้กล่าวว่าการมีปัจจัยด้านต้นทุนที่ต่ำ คือ กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ ตลอดทั้งคุณภาพการบริการ ยังสามารถสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้าได้อีกด้วย

6. องค์ความรู้จากการวิจัย

ข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า เส้นทางการค้าโบราณมีวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย โดดเด่น และเป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่สามารถผลักดันสู่ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้ โดยควรมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขันในรูปแบบของการนำวัฒนธรรมอาหารที่โดดเด่นในแต่ละพื้นที่มาผสมผสานกันเป็นชุดสำหรับอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น (ไทย เขมร และจีน) อีกทั้งยังต้องให้ความสำคัญในปัจจัยหลักสำหรับการผลิตทั้ง 3 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ต้นทุน 2) คุณภาพการบริการ และ 3) นวัตกรรมบริการ ภายใต้การประยุกต์ใช้กระบวนการดำเนินงานในรูปแบบ PDCA อีกด้วย อย่างไรก็ตามหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในส่วนของภาครัฐบาลควรนำผลจากการวิจัยไปพัฒนาให้กับกลุ่มชุมชนท้องถิ่นอื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน ตลอดทั้งให้การสนับสนุนชุมชนและพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีความโดดเด่นในเรื่องวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นด้วย



ภาพที่ 7. การสร้างนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น ของเส้นทางการค้าโบราณจังหวัดบุรีรัมย์

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

งานวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบาย เพื่อก่อให้เกิดแนวทางในการสร้าง นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อ ยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้ ดังนี้

7.1.1 นโยบายการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เพื่อยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

7.1.2 นโยบายการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรม อาหารท้องถิ่น เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์

7.1.3 นโยบายการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของชุมชน ทั้งทางด้านทุนทาง วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเพื่อยกระดับความสามารถของ ชุมชนสู่การแข่งขันในยุคดิจิทัลดิสรรัปชั่นได้ (Digital Disruption Era)

7.1.4 นโยบายการสร้างและถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น ตลอดจนทั้ง การถ่ายทอดแนวทางการปฏิบัติที่ดีสู่ชุมชนอื่นๆ



7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรนำแนวทางในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปพัฒนาต่อยอดในเรื่องเกี่ยวกับการศึกษาถึงกลยุทธ์การสร้างความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ของอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นของเส้นทางการค้าโบราณ เพื่อจะได้พัฒนาอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีความสามารถในการแข่งขันเชิงพาณิชย์ในตลาดการค้าสมัยใหม่ต่อไป

7.2.2 ควรทำการพัฒนาและปรับปรุงเกี่ยวกับรสชาติของอาหารให้มีความเป็นสากลเพิ่มมากขึ้นภายใต้แนวคิดอาหารวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนควรมีการติดตามผลลัพธ์จากการทำวิจัยในครั้งนี้ เช่น การวิเคราะห์ SROI ทุก 1 ปี หรือ 2 ปี เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กติกา กลิ่นจันทร์แดง, และ ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารด้วยอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น. *วารสารชุมชนวิจัย*, 15(3), 144-157.
- กานต์มณี การินทร์, และ กนกเกล้า แก้วกล้า. (2567). การสำรวจผู้ประกอบการด้านอาหารและวัฒนธรรมท้องถิ่น. *บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*.
- ชาวลิต สิมสวย, ธนพล ตรีชาติ, จิรายุทธ ประเสริฐศรี, ฤกษ์ ปิตาทะสังข์, จงกล ศิริประภา, คณิต พรหมนิล, . . . กานต์มณี การินทร์. (2565). การจัดการทุนทางวัฒนธรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากพื้นที่เส้นทางการค้าโบราณ จังหวัดบุรีรัมย์ (รายงานการวิจัย). *บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*.
- ดาวศุกร์ บุญญะสานต์, และ ชงค์สุดา โตท่าโรง. (2563). นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์นายเรืออากาศ*, 8, 62-75.
- ทินวัชร เดชวัน, และ จันจิรา ชาทิมนตรี. (2566). นวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจชุมชนตำบลทุ่งไผ่ อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 10(2), 22-37.
- ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). *การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย*. *ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์ และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*.



บัญชา นวนสาย. (2556). *ประวัติศาสตร์การขยายตัวของชุมชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ ระหว่างปี พ.ศ. 2468-2550* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, มหาสารคาม.

พินดา จงสุขสมสกุล. (2566). การเล่าเรื่องอาหารพื้นถิ่นอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการขับเคลื่อนเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก. *มนุษยศาสตร์สาร*, 24(1), 63-83.

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). (2562). แหล่งท่องเที่ยวตามวิถีที่บ้านสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์. สืบค้นจาก <https://web.codi.or.th/20190331-1458/>

สุพิชชา ตั้งจิตเจริญ, และ มะดาโอะ สุธง. (2565). กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 68-79.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดบุรีรัมย์. (2567). *สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานจังหวัดบุรีรัมย์*. สืบค้นจาก http://www.bphhttp://www.bpao.go.th/bpaoweb/index.php?option=com_content&view=article&id=14&Itemid=10

อภิญญา มานะโรจน์, จิราพัทธ์ แก้วศรีทอง, และ คงศักดิ์ ศรีแก้ว. (2567). การสร้างสรรค์อาหารไทยจากทุนวัฒนธรรมสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าแฟ้จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารร้อยแก่นสาร*, 9(2), 385-402.

Denzin, N. K. (1970). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. Chicago, IL: Aldine.

He, R., Köksal, S., Cockayne, H., & Elliot, D. L. (2024). It's More than just Food: The Role of Food among Chinese International Students' Acculturation Experiences in the UK and USA. *Food, Culture & Society*, 28(1), 306-324.

Nguyen, M. T. (2023). Cultural Adaptation and Integration of the Vietnamese Community in Australia. *Resolusi Jurnal Sosial Politik*, 6(2), 103-118.

Sulistyo, H., & Ayuni, S. (2020). Competitive Advantages of SMEs: The Roles of Innovation Capability, Entrepreneurial Orientation and Social Capital. *Contaduría y Administración*, 65(1), 1-18.

Yamane, T. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis* (3rd ed.). New York, NY: Harper and Row.