



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน ถึง มิถุนายน 2568

การผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จังหวัดนครพนม

CULTURAL INTEGRATION FOR PROMOTING THE GASTRONOMY

TOURISM IN NAKHON PHANOM PROVINCE

สุภัทรา เขียวศรี*, กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ, ศิริวรรณ กวงเพ็ง

Supratra Khiaosri*, Kantimarn Chindaprasert, Siriwan Zhongping

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Tourism and Hotel Management, Faculty of Tourism and Hotel Management,

Mahasarakham University

*Corresponding Author e-Mail: supratra.no@gmail.com

(Received: 2024, November 7; Revised: 2025, February 18; Accepted: 2025, February 21)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยและในจังหวัดนครพนม และ 2) เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครพนม พบว่าอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครพนมเป็นส่วนหนึ่งของซอฟต์แวร์ (soft power) ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ซึ่งในการเดินทางนักท่องเที่ยวต้องมีการลิ้มลองชิมอาหารท้องถิ่นของจุดหมายปลายทางนั้น ๆ จังหวัดนครพนมมีชื่อเสียงในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา สายมูที่เดินทางเข้ามาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดนครพนม โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกในจังหวัดนครพนม ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อาหารการกินพื้นเมืองของนครพนมซึ่งมีต้นตำรับมาจากกลุ่มชนต่างๆ ผสมผสานปรุงแต่งขึ้นเป็นอาหารประจำท้องถิ่นของจังหวัดนครพนม มีหลากหลายประเภท ส่วนรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของคนในจังหวัดนครพนม สำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสถานที่ของร้านอาหารท้องถิ่น ปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านภาษา อุปกรณ์ ปัจจัยด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านการตระหนัก รักษา รับผิดชอบสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม และด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว ส่วนแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย 4 ด้านคือ ด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ด้านกิจกรรม ด้านสื่อสังคมออนไลน์ และด้านภาคีเครือข่าย ซึ่งผลจากการศึกษานี้จะเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนมโดยเฉพาะแผนพัฒนาท้องถิ่นและ



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน ถึง มิถุนายน 2568

กิจกรรมส่งเสริมอาหารท้องถิ่นเพื่อเป็นกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวควบคู่รูปแบบการท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร; อาหารท้องถิ่น; จังหวัดนครพนม

ABSTRACT

This study aimed to 1) examine the concept of gastronomy in Thailand, with a specific focus on Nakhon Phanom Province, and 2) propose strategic guidelines for promoting gastronomy tourism in the region. The findings indicated that the local culinary identity of Nakhon Phanom Province served as a significant component of soft power in tourism promotion, as endorsed by the government. Culinary experiences played a crucial role in tourism, as visitors often sought to engage with local food culture at their destinations. Nakhon Phanom Province is widely recognized for its religious tourism, particularly among devotees participating in "Sai Mu," a form of spiritual travel to pay homage to sacred sites. In addition to religious tourism, gastronomy tourism presented an alternative form of cultural engagement, given the province's diverse ethnic composition. The local cuisine reflected a fusion of culinary traditions from various ethnic communities, resulting in a distinct gastronomic identity unique to Nakhon Phanom. Several key factors influenced the development of food tourism in the province, including the geographical distribution of local restaurants, food quality, service personnel, dining infrastructure, and the overall tourism experience. Additionally, awareness and efforts to preserve the environment, society, and cultural heritage were integral to sustainable food tourism. The study proposed four strategic dimensions for enhancing gastronomy tourism in Nakhon Phanom Province: 1) strengthening local food identity, 2) developing gastronomic activities, 3) leveraging social media for promotion, and 4) fostering partnerships with relevant stakeholders. These guidelines served as a framework for policymakers and tourism authorities to integrate food tourism into regional development plans, thereby stimulating the local economy while complementing existing tourism sectors.

Keywords: gastronomy tourism; local food; Nakhon Phanom province

บทนำ

ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางด้านอาหารการกินที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (gastronomy tourism) เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวมาชิมอาหารรสเด็ด ณ แหล่ง



ท่องเที่ยวอดนียม อีกทั้งยังเป็นการสร้างวงจรอาหารที่สามารถสร้างอาชีพให้ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (เบญจมาภรณ์ ชำนาญญา, 2561, หน้า 104-105) อาหารถือว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นและยังเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม อารยธรรม และประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของแต่ละท้องถิ่น (ทิพย์วดี โพธิ์สีทิพรณ และอภิไทย แก้วจรัส, 2565, หน้า 91) และในทุกเส้นทางการกินยังมีเรื่องราวเกี่ยวกับอภิปไตยทางอาหาร ความหลากหลายของ อาหารความหลากหลายทางชีวภาพ การใช้พลังงาน ฯลฯ เข้ามามีส่วนร่วม อาหารจึงเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนที่มีส่วนเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน ประโยชน์ของการท่องเที่ยว เชิงอาหารจึงไม่เพียงแต่การดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างอาชีพ และความอยู่ดี กินดีให้กับท้องถิ่น (อรรถนถ ยกขุน, ชนกนารถ ราชภักดี และธนสร พิตรชญารมย์, 2563, หน้า 62) หรือกล่าว ได้ว่าอาหารเป็นองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยวด้วยการนำเสนอเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิต และ วัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวได้ และยังเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (Herrera, Herranz & Arilla, Online, 2012; ภัทรพร พันธุ์, 2558, หน้า 31) จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารกำลังกลายเป็นหนึ่งในแนวโน้มสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งใน ระดับโลกและในประเทศไทย ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอาหารท้องถิ่น ซึ่งจังหวัดนครพนมเป็น หนึ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่ริมฝั่ง แม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้มีวัตถุดิบที่สดใหม่และเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งเป็น แหล่งวัตถุดิบอาหารที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย ประกอบกับวัฒนธรรมการกินที่ผสมผสานระหว่างไทย ลาว และเวียดนาม จึงทำให้อาหารของจังหวัดนครพนมนี้มีรสชาติและอัตลักษณ์ ที่โดดเด่นต่างจากภูมิภาคอื่น ของประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทยและในจังหวัดนครพนม
2. เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครพนม

ความสำคัญการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงขึ้นอยู่กับ 4 เสาหลักที่ทำให้องค์ประกอบของการท่องเที่ยว เชิงอาหารสมบูรณ์ ได้แก่ ระบบเกษตร (farming systems) ซึ่งเป็นการทำเกษตร ปลูกพืชผัก ผลไม้ วัตถุดิบ สมุนไพรที่ใช้ในการประกอบอาหาร เรื่องราวของอาหาร (story of food) ที่ เป็นความเป็นมาของเมนูอาหาร แต่ละจาน สะท้อนวิถีชีวิตการอยู่การกิน มรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมท้องถิ่น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (creative industries) เป็นการนำบูรณาการทั้งศาสตร์และศิลป์ผ่านการบริการอาหารกับวัฒนธรรม การแสดง ต่าง ๆ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) เน้นความสมดุลในมิติเศรษฐกิจสังคมและ วัฒนธรรม ที่ช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นบนฐานอนุรักษ์และส่งเสริมเรื่องราวของอาหารท้องถิ่น



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน ถึง มิถุนายน 2568

(ประชากรธุรกิจ, ออนไลน์, 2562) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเทรนด์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงเวลาไม่กี่ปี ประกอบนักท่องเที่ยวยุคใหม่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีใครไปถึง (off the beaten path) และมีการเสาะแสวงหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ รสชาติแตกต่าง อีกทั้งชอบเสพเรื่องราว (story) ความเป็นมาของอาหารท้องถิ่น รวมไปถึงการสนับสนุนสินค้าของชุมชนโดยตรง (ประอรพิทักษ์วัฒนา, ออนไลน์, 2566)

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยหากแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวตามองค์การการท่องเที่ยวโลก (Perdomo, 2009, p. 628) จะมีการกำหนดการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลักคือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม 3) รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจ โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นควบคู่กันมากับการท่องเที่ยวเพราะการรับประทานอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและใช้เวลามากที่สุด ประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดสำหรับการเดินทาง (วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์, ออนไลน์, 2560) อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในปี ค.ศ.2018-2020 ซึ่งอาหารเป็นเครื่องมือบอกเล่าเรื่องราวของแต่ละชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างมากมาย ตั้งแต่ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น โดยจากการสำรวจและวิจัยพบว่ากระแสความนิยมของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ต้องการเสาะแสวงหาสถานที่รูปแบบใหม่ที่ยังไม่เคยมีใครไป (off the beaten path) มองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ชอบเสพเรื่องราวและค้นหาความสามารถของตัวเองผ่านการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่น (กรุงเทพธุรกิจ, ออนไลน์, 2561)

ในปี พ.ศ.2557 องค์การยูเนสโก ได้แบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 ประเภท โดยประเภทที่ 7 คือ เมืองแห่งวิทยาการอาหาร (city of gastronomy) (Khoo & Badarulzaman, 2014, p. 371) และประกาศเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร (city of gastronomy) เมืองแห่งวิทยาการอาหาร และในปี พ.ศ.2558 กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ทำการสำรวจข้อมูลซึ่งระบุว่าประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวอาหารจำนวน 4.56 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมดคิดเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวไทย 1.74 แสนล้านบาท และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2.82 แสนล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 3 อันดับแรกที่มีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ จีน อังกฤษ และรัสเซีย โดยมีอาหารไทย 6 ชนิดยอดนิยมของนักท่องเที่ยวคือ ผัดไทย ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ส้มตำ มีส้มตำ และต้มยำไก่ (ผู้จัดการ, ออนไลน์, 2560)

จากข้อมูลโครงการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในครึ่งปีแรก เดือนมกราคม-มิถุนายน 2566 ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาประเทศไทยคือ 1) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 54.98% 2) อาหารและเครื่องดื่ม 50.61% 3) อธิปไตยไม่ตรีของคนท้องถิ่น 37.45% และนอกจากนี้กิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การรับประทานอาหารไทย 91.81% อีกด้วย



(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2567) จะเห็นได้ว่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นหนึ่งในเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนประเทศไทย และพวกเขาเลือกที่จะทานอาหารประเภทต่าง ๆ ซึ่งผลจากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่านิยมรับประทานอาหารสตรีทฟู้ดส์ ร้อยละ 77.03% เมนูอาหารท้องถิ่น เมนูเซฟ เทเบิล และร้านอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 45.72% อาหารไทย ร้อยละ 38.11% คาเฟ่ ร้อยละ 30.22% และอาหารต่างชาติ ร้อยละ 13.12% และมีการกระจายตัวทางการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแต่ละภูมิภาค ซึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเฉพาะจังหวัดนครพนม

จังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนที่มีความอุดมสมบูรณ์ ความสวยงามของทิวทัศน์ และมีความหลากหลายของวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน และเป็นเมืองแห่งศรัทธาทั้งองค์พระธาตุพนมและองค์พระศรีสัตตนาคราช ถือเป็นปูชนียสถานคู่บ้านคู่เมือง เป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจและเป็นศูนย์รวมศรัทธาที่เคารพสักการะของพุทธศาสนิกชนสองฝั่งลุ่มน้ำโขงมายาวนาน อีกทั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษที่เป็น Hub ของอีสานตอนบน (นครพนม หนองคาย มุกดาหาร สกลนคร บึงกาฬ เลย) ที่สามารถเชื่อมโยงเศรษฐกิจการท่องเที่ยวการค้า การลงทุนกับ 4 ประเทศ (ไทย ลาว เวียดนาม จีน) (สำนักงานจังหวัดนครพนม, ออนไลน์, 2567) เมื่อมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงมีความต้องการที่จะลิ้มลองเมนูอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครพนม จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้

อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครพนม

อาหารท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของซอฟต์แวร์ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล ซึ่งในการเดินทางนักท่องเที่ยวต้องมีการลิ้มลองชิมอาหารท้องถิ่นของจุดหมายปลายทางนั้น ๆ จังหวัดนครพนมมีชื่อเสียงในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา สายมูที่เดินทางเข้ามาสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในจังหวัดนครพนม โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกในจังหวัดนครพนม ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ อาหารการกินพื้นเมืองของนครพนมซึ่งมีต้นตำหรับมาจากกลุ่มชนต่าง ๆ ผสมผสานปรุงแต่งขึ้นเป็นอาหารประจำท้องถิ่นของนครพนมเองมีหลากหลายชนิด ส่วนรสชาติของอาหารคนนครพนม เมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ ถือได้ว่ามีรสที่ไม่จัดนักส่วนใหญ่จะออกเค็ม ไม่ออกหวานอย่างภาคกลางหรือเผ็ดอย่างชาวใต้ (สำนักงานจังหวัดนครพนม, ออนไลน์, 2567) ประกอบด้วย

1. หมกจ๊อ เป็นอาหารพื้นบ้านของชาวไทยญ้อ จังหวัดนครพนม โดยส่วนผสมหลักมาจาก เนื้อปลาตอง (ปลากกราย) หอมแดง ตะไคร้ น้ำปลาร้า และเครื่องปรุงอื่น ๆ แล้วนำมาห่อด้วยใบผักกวม มีรสชาติกลมกล่อมไม่เผ็ดมาก

2. เมี่ยงไทแสก เป็นอาหารท้องถิ่นของชาวไทยแสก จังหวัดนครพนม โดยเมนูนี้ได้รับการคัดเลือกให้เป็นอาหารรสชาติที่หายไป (1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น ประจำปี 2566) โดยมีวัตถุดิบ ส่วนผสมหลักมาจากพืชผักพื้นถิ่น เช่น ใบชะพลู พริกสด กลัวยาดิบ มะเฟือง มะเดื่อ มะเขือเทศ กะหล่ำปลี ขนมหิน แคปหมู และน้ำจิ้มซึ่งทำมาจากน้ำปลาร้าปรุงรสผสมกับน้ำตาลปี๊บ รสชาติกลมกล่อมผสมผสานเข้ากันได้ดี



3. **อัวปลา** เป็นอาหารท้องถิ่นของชาวไทญ้อ อำเภอกำแพงแสน โดยเมนูทำมาจากปลาตัวใหญ่ เช่น ปลานิล ปลาก่อน ปลาตูก และปลาสวาย นำมาหมักกับเครื่องเทศ สมุนไพรต่าง ๆ แล้วนำไปหมักกับไม้ไผ่ แล้วนำไปย่างจนสุก

4. **ข้าวปั้นน้ำเน่า** เป็นอาหารท้องถิ่นของชาวภูไท อำเภอเรณูนคร โดยมีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น คือ ขนมจีนเป็นขนมจีนเส้นเปียก น่ายาขนมจีนมีการปรุงน้ำปลา ร้าต้มสุกหรือน้ำกะปิ ผู้รับประทานสามารถปรุงรสเพิ่มรสชาติให้เผ็ดได้ตามใจชอบ รับประทานกับผักนานาชนิด

5. **ข้าวเปียงเส้นหรือก้วยจับญวน** เป็นอาหารท้องถิ่นของชาวไทยเชื้อสายเวียดนามในจังหวัดนครพนม โดยมีการใส่เครื่องหลายอย่าง เช่น เนื้อหมู หมูยอสุตรนครพนม เนื้อไก่ เลือดไก่ ซึ่งข้าวเปียงเส้นนครพนม มีความแตกต่างจากก้วยจับญวน จังหวัดอื่น ๆ รสชาติกลมกล่อมไม่หวานมาก กลิ่นหอมของหอมเจียวที่โรย

6. **ปากหม้อญวน** เป็นเมนูอาหารเช้าของชาวนครพนม ซึ่งเมนูหลากหลายรสชาติ เช่น ข้าวเกรียบปากหม้อ ปากหม้อสูตรธรรมดา ปากหม้อใส่ไข่ โดยมีส่วนผสมทำจาก แป้งข้าวเจ้า แป้งมัน และ แป้งท้าวยายม่อม ผสมเข้ากัน และใส่ส่วนผสมส่วนประกอบของหมูสับ ต้นหอม ปรุงรสด้วยเครื่องปรุงต่าง ๆ ตัวเนื้อปากหม้อจะมีความบาง รับประทานกับน้ำจิ้มหวาน

7. **ปิ้งอัวปลา** เป็นเมนูอาหารที่นำปลาจากแม่น้ำ เช่น ปลาเนื้ออ่อน ปลาแยง ปลาเผา ฯลฯ นำมาหมักกับเครื่องเทศ สมุนไพรพื้นบ้านแล้วมาปิ้ง ซึ่งคล้ายกับปลาปิ้งทรงเครื่องในภาคอื่น ๆ แต่มีเอกลักษณ์การนำปลาท้องถิ่นในแม่น้ำโขง มาปิ้ง ทำให้รสชาติความอร่อยของเนื้อปลาแตกต่างกันออกไป

8. **กาสะแม** เป็นขนมหวานที่ขึ้นชื่อของจังหวัดนครพนม ที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาต้องซื้อกลับเป็นของฝาก โดยกาสะแม จังหวัดนครพนม มีส่วนผสมของกะทิ น้ำตาลใสไม่หวานมาก กวนด้วยไฟอ่อนแล้วห่อด้วยใบตองรีดแบบโบราณ ซึ่งทำให้กาสะแมมีกลิ่นหอม รสชาติหวานมันกลมกล่อม

9. **ปลาส้ม** เป็นเมนูที่ขึ้นชื่อจากอำเภอสว่างนคร มีการแปรรูปโดยใช้เครื่องปรุงหลัก ประกอบด้วย ปลา กระเทียม เกลือ ข้าวสุก หมักผสมกันจนมีรสเปรี้ยว โดยปลาส้มมีการแปรรูปหลากหลายวิธี เช่น ปลาส้มตัว ส้มปลาหนัง ส้มปลาโด ส้มปลาแผ่น โดยสามารถนำไปประกอบอาหารได้หลายประเภททั้งนี้ ย่าง และทอด

10. **เหล้าอู** เป็นสุราแช่พื้นเมือง มีรสชาติหวานกลมกล่อม ส่วนประกอบหลักทำมาจากข้าวเหนียวกลั้ว แกลบสุก ผสมกับยีสต์โดยมีดึกหรืออยู่ที่ 3.9 ดิกรี เหล้าอู หรือเหล้าไหถือเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวภูไทที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีวิธีการรับประทานโดยการเปิดปากไหเคาะซี่เก้าออกจากนั้นเทนำไปผสมแล้วใช้หลอดดูดซึ่งทำจากไม้ไผ่ทำให้มีรสชาติหอมไม่ฝืดจากธรรมชาติ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครพนม

จากการศึกษาเอกสาร ตำรา หนังสือ สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปรายละเอียดของปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม จิราภรณ์ พรหมเทพ และดุขุฎี ช่วยสุข, (2565, หน้า 34-35; รัชพล กิตติอมรพงศ์, ฌภัทร คำแก้ว และเมษะธาวิณ พลโยธี, 2567, หน้า 38; วิมล



บุญศรีรัตน์, ออนไลน์, 2560; Sánchez-Cañizares & López-Guzmán, 2012, p. 229-230; Kim, Eves & Scarles, 2009, p. 425) ดังนี้

1. ด้านสถานที่ของร้านอาหารท้องถิ่น ควรดำเนินการดังนี้ สถานที่เตรียมปรุงและรับประทาน อาหาร ควรเน้นในเรื่องสะอาดเป็นระเบียบ ถูกสุขลักษณะ มีแสงสว่างเพียงพอ มีการระบายอากาศ พัดลม ดูดอากาศ ปล่องระบายควัน มีชั้นวาง โต๊ะที่ใช้สำหรับการปรุงอาหาร โต๊ะ เก้าอี้ต้องมีความแข็งแรง และควรมี การติดเครื่องหมายห้ามสูบบุหรี่เพื่อการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว ส่วนห้องสุขา ตั้งอยู่ในพื้นที่ เหมาะสมของร้านมีการแยกส่วนของห้องน้ำสำหรับชาย-หญิง การรักษาความสะอาด และควรมีอ่างล้างมือ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ล้างมือเพื่อเป็นมาตรฐานสำหรับร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัด นครพนม

2. ด้านคุณภาพอาหาร ควรดำเนินการดังนี้ ผู้ประกอบการควรเน้นคุณภาพวัตถุดิบอาหารที่สด สะอาด ถูกสุขอนามัย ซึ่งนักท่องเที่ยว ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ถึงความสะดวกที่ผ่านการล้างมาเป็นอย่างดีและ มีการเก็บแยกตามประเภท โดยกระบวนการการปรุงประกอบอาหาร มีการจัดเก็บอาหารที่เป็นสัดส่วน บริเวณ ปรุงอาหารบนโต๊ะที่สูงจากพื้น ตู้ใส่อาหารปรุงต้องใช้วัสดุที่เหมาะสม และน้ำและเครื่องดื่ม ต้องมีความสะอาด ถูกสุขอนามัย มีเครื่องหมายรับรองถูกต้อง มีการจัดเก็บในภาชนะที่สะอาด มีการปกปิด ตลอดจนนักท่องเที่ยว สามารถรับรู้ได้ถึงความสะดวก มีความมั่นใจในการรับประทานอาหารท้องถิ่นได้

3. ด้านบุคลากร ควรดำเนินการดังนี้ การแต่งกายของผู้สัมผัสอาหาร บุคลากรควรมีสภาพดีไม่เป็น โรคติดต่อและโรคผิวหนัง และมีสุขลักษณะที่ดีในการเตรียม ปรุงจำหน่ายและเสิร์ฟอาหารเพื่อเป็นการสร้าง มาตรฐานของพนักงานที่ปฏิบัติในร้านอาหารท้องถิ่นให้มีความเป็นสากลรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศได้

4. ด้านภาชนะ อุปกรณ์ (วัสดุที่ใช้งาน การทำความสะอาดและการเก็บรักษา) ควรดำเนินการ ดังนี้ภาชนะและอุปกรณ์ผลิตจากวัสดุที่ไม่เป็นอันตราย ทำความสะอาดง่าย เหมาะสมกับการใช้งาน ผู้ประกอบการอุปกรณ์การล้างทำความสะอาดต้องอยู่สูงจากพื้น และมีที่เก็บที่ถูกสุขลักษณะ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญ ในการก่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารในการรับประทานอาหารได้อย่างถูกสุขลักษณะ

5. ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว ควรดำเนินการดังนี้ ผู้ประกอบการควรมีการต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ดีงาม มีมิตรไมตรีจิต พร้อมทั้งจะให้บริการกับนักท่องเที่ยว มีการสื่อสารที่ เหมาะสมและให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวในบริเวณที่ใกล้เคียงได้ ให้บริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วเรียบร้อย พนักงานมีการแจ้งรายการอาหารที่ระบุราคาที่เป็นธรรมต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนแสดงการรับรองมาตรฐาน อาหารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

6. ด้านการตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ควรดำเนินการ ดังนี้ ผู้ประกอบการสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากชุมชนท้องถิ่น วัตถุดิบจากเมนูอาหารมาจากชุมชนท้องถิ่นใน จังหวัดนครพนมเพื่อทำให้สามารถสร้างเรื่องราวของเมนูอาหารท้องถิ่นนั้นได้ ผู้ประกอบการควรมีความ รับผิดชอบต่อผู้บริโภค นักท่องเที่ยวซึ่งเข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร เป็นการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด



วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี

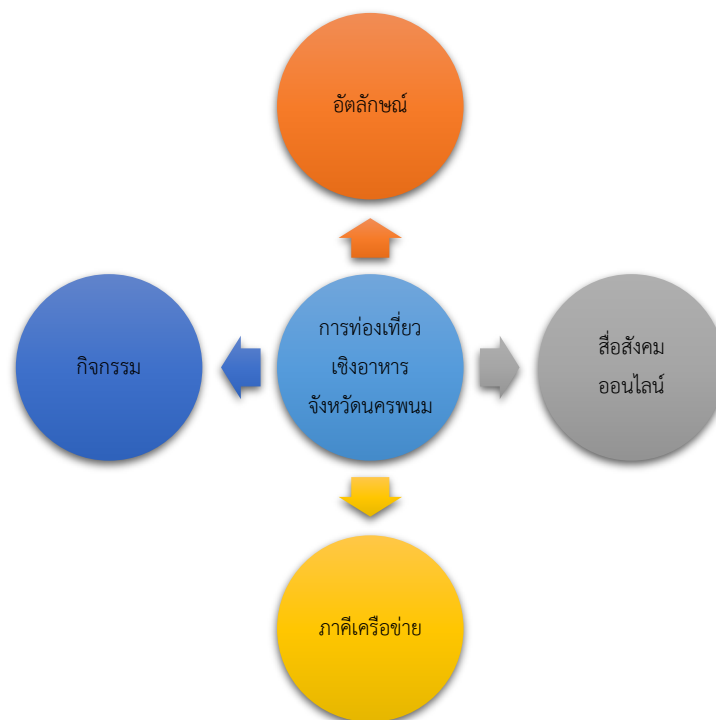
ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนเมษายน ถึง มิถุนายน 2568

ตลอดจนควรมีการตระหนักถึงเรื่องการจัดการสิ่งแวดล้อม มีระบบการกำจัดขยะและบำบัดน้ำทิ้งก่อนที่จะปล่อยลงสู่แหล่งธรรมชาติ

7. ด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านการเรียนรู้ทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 (รูป รส กลิ่น เสียง และการสัมผัส) ที่แตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคยในชีวิตประจำวัน อาหารท้องถิ่นจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว รวมไปถึงผลกระทบด้านอารมณ์และความรู้สึกอาหารที่มีเอกลักษณ์รสชาติอร่อยและสร้างความพึงพอใจช่วยให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมเป็นที่น่าจดจำกับแหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมทำอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชนในท้องถิ่นได้

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความวิชาการ ผู้วิจัยสามารถสรุปแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม ดังนี้



ภาพที่ 1 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม ประกอบด้วย 4 ด้านหลักคือ

1. ด้านอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (identity) ซึ่งอาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครพนมมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของกลุ่มคนในจังหวัดทำให้เกิดรังสรรค์เมนูอาหาร ส่งผลให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นนครพนม ที่นักท่องเที่ยวผู้มาเยือนต้องลิ้มรสอาหารท้องถิ่น เป็นภาพลักษณ์ที่ดีการ



ท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสนับสนุน รักษาความเป็นรสชาติดั้งเดิมของอาหารท้องถิ่นนครพนมในแต่ละประเภทเพื่อเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม

2. ด้านกิจกรรม (activity) ควรส่งเสริมร้านอาหารท้องถิ่นสำหรับบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก ของที่ระลึกในสถานที่ต่าง ๆ การจัดกิจกรรมมหกรรมอาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครพนม การเรียนทำอาหาร รับประทานอาหารท้องถิ่นร่วมกับชุมชนในพื้นที่ การกิจกรรมเชิงอาหารในงานเทศกาล ประเพณีที่สำคัญของจังหวัดนครพนม และควรมีการจัดอบรมเจ้าหน้าที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนในการเตรียมความพร้อมในการบริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม

3. ด้านสื่อสังคมออนไลน์ (social media) ควรมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านการรีวิวจากนักท่องเที่ยว การการันตีความอร่อยจากผู้ทรงอิทธิพลทางการท่องเที่ยว (Travel Influencer) มีผลทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนมได้

4. ด้านภาคีเครือข่าย (networking) ควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาในเรื่องมาตรฐานความสะอาดของอาหารเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ การจัดการกลุ่มคลัสเตอร์ของผู้ประกอบการอาหารในท้องถิ่นเพื่อเน้นให้ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการผลิต ให้บริการอาหาร ตลอดจนการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครพนมได้

สรุป

จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าควรส่งเสริมและสนับสนุนการทำเนื้อหาหรือข้อมูล (content) ประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครพนมผ่านทราเวลอินฟลูเอนเซอร์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องร่วมกับผู้ประกอบการร้านอาหารท้องถิ่นเมือง ควรประชุมหารือเพื่อที่จะได้ทราบแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและสามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ภาพลักษณ์และคุณภาพอาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครพนมในเชิงบวกมีความต้องการมาท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวร่วมกับผู้ประกอบการในสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนมผ่านการยกระดับและสร้างมาตรฐานของร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครพนม ตลอดจนการรักษาความสะอาด สุขลักษณะของร้านอาหารเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครพนม



2. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมหรรษาอาหารท้องถิ่น (Food Festival) เพื่อเป็นการเชิดชูอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ผ่านการทำสาธิตการทำเมนูอาหารท้องถิ่นในจังหวัดนครพนม การนำเสนอเรื่องราวเมนูอาหารของแต่ละชนเผ่าโดยทราเวลอินฟลูเอนเซอร์ (ผู้ทรงอิทธิพลทางการท่องเที่ยว) เพื่อเป็นกระตุ่นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดนครพนม

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2561). **ททท. ขวนส่งทริปกินใน 55 เมืองรอง ประกวดชิงรางวัลหลักล้าน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/pr-news/biz2u/244818> [2567, 23 สิงหาคม].
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2567). **ชุดข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://datacatalog.tat.or.th/dataset/tourist-behavior> [2567, 23 สิงหาคม].
- จิราภรณ์ พรหมเทพ และดุขฎิ ช่วยสุข. (2565). ศักยภาพการท่องเที่ยวอาหารชุมชนอาจสามารถจังหวัดนครพนม. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**, 17(59), หน้า 30-40.
- ทิพย์วดี โพธิ์สีธิพรรณ และอภิไทย แก้วจรัส. (2565). ภาพลักษณ์อาหารพื้นเมืองกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**, 18(4), หน้า 89-99.
- เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (2561). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. **วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย**, 24(1), หน้า 103-116.
- ประชาชาติธุรกิจ. (19 เมษายน 2562). **Gastronomy Tourism กระจายรายได้สู่ “ฐานราก”** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.prachachat.net/tourism/news-317059> [2567, 5 กันยายน].
- ประอรพิต กัษฐ์วัฒนา. (22 พฤศจิกายน 2566). **ใช้ Soft power “อาหารไทย” สร้างจุดเด่นให้ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) คินรายได้ให้ชุมชนอย่างยั่งยืน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.salika.co/2023/11/22/soft-power-gastronomy-tourism/> [2567, 23 สิงหาคม].
- ผู้จัดการ. (10 พฤษภาคม 2560). **“อาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยว” ตลาดโตต่อเนื่องทะลุ 4.5 แสนล้าน** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://mgronline.com/business/detail/9600000047488> [2567, 23 สิงหาคม].
- ภัทรพร พันธุ์. (2558). การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. **วารสารเทคโนโลยีภาคใต้**, 8(2), หน้า 27-37.
- รัชพล กิตติอมรพงศ์ ณภัทร คำแก้ว และเมษะธาวิณ พลโยธี. (2567). อัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นประเภทข้าวปุ้นน้ำนัว สู่การสร้าง Soft Power ของอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**, 19(68), หน้า 29-41.



วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์. (2560). **แนวทางการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต** (ออนไลน์).

เข้าถึงได้จาก: [https:// libdcms.nida.ac.th/thesis6/2561/b203111e.pdf](https://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2561/b203111e.pdf) [2567, 23

สิงหาคม].

สำนักงานจังหวัดนครพนม. (2567). **อาหารพื้นถิ่น** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www2.nakhonphanom.go.th/charm?cid=6> [2567, 23 สิงหาคม].

อรรถนถ ยกขุน, ชนกนารถ ราชักดี และธนีสร พิตรชญารมย์. (2563). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว

เชิงอาหารในประเทศไทย. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และ**

มนุษยศาสตร์, 10(1), หน้า 60-68.

Herrera, C. F., Herranz, B. J., & Arilla, J. M. P. (2012). *Gastronomy's importance in the*

development of tourism destinations in the world. Madrid, Spain.: World

Tourism Organization (Online). Available:

https://www.researchgate.net/publication/283579436_Gastronomy's_importance_in_the_development_of_tourism_destinations_in_the_world_Ref_Revista_Global_Report_on_Food_Tourism_AM_Reports_Volume_four_World_Tourism_Organization_UN_WTO_2012_pp_6-9 [2024, August 23].

Khoo, S. L., & Badarulzaman, N. (2014). Factors determining George Town as a city of

gastronomy. *Tourism planning & development*, 11(4), pp. 371-386.

Kim, Y. G., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on

trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of*

Hospitality Management, 28(3), pp. 423-431.

Perdomo, Y. (2009). Key issues for tourism development – The AM-UNWTO contribution.

Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 8(6), pp. 625–632.

Sánchez-Cañizares, S. M., & López-Guzmán, T. (2012). Gastronomy as a tourism

resource: profile of the culinary tourist. *Current issues in tourism*, 15(3),

pp. 229-245.