การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติอาหารพื้นถิ่นอีสาน บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

Promoting and Developing Community-Based Tourism through Northeastern Thai Local Cuisine of Ban Kiri Wongkot, Nai Yung District, Udon Thani Province

จิรัฏฐิตติ สันต๊ะยศ[1]/สุดาพร ทิมฤกษ์[2] /ทวีวัฒน์ กันฉาย[3]/ชมพูขนิษฐ์ สูตะบุตร[4]

Chiratthitti Santayot[1]/Sudaporn Timruk[2]/Thaweewat Kanchai[3]/Chompookanit Suthabut[4]

[1,3,4] อาจารย์ประจำคณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

[1,3,4] Lecturer of Faculty of Service Industry, Rattana Bundit University

[2] ผศ.อาจารย์ประจำ คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

[2]Asst. Prof., of Faculty of Service Industry, Rattana Bundit University

Corresponding author E-mail: his_47@hotmail.com

(Received: May 26, 2025; Revised: December 12, 2025; Accepted: December 29, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติอาหารพื้นถิ่นอีสาน บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจวัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้สำหรับประกอบอาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ศึกษาอาหารพื้นถิ่นและนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยของชุมชน และ 3) สร้างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับคนในชุมชน ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า อาหารพื้นถิ่นของบ้านคีรีวงกตมีศักยภาพสูงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่หาได้จากธรรมชาติ เช่น เห็ดป่า หน่อไม้ ผักพื้นบ้าน ปลาแม่น้ำ และเนื้อสัตว์ที่เลี้ยงแบบธรรมชาติ ซึ่งไม่เพียงสะท้อนวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังมีความปลอดภัย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ด้านอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น พบว่ารายการอาหารต่าง ๆ ที่มีรสชาติอีสานแท้จริงแต่ยังมีการนำเสนอที่สร้าง “ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม” ผ่านภาชนะจากธรรมชาติและบรรยากาศการบริโภคกลางป่า ธารน้ำ และพื้นที่ธรรมชาติของชุมชน ซึ่งสร้างความประทับใจและความรู้สึกร่วมอย่างลึกซึ้งกับนักท่องเที่ยว แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านอาหารพื้นถิ่น ประกอบด้วย การพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับตลาดเป้าหมาย การจัดกิจกรรมเชิงเรียนรู้ เช่น food workshop การสร้างตราสินค้าอาหารพื้นถิ่น การอบรมด้านสุขอนามัยและบริการ และการเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรมีการสนับสนุนอาหารพื้นถิ่นในเชิงระบบ อาทิ การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่นและการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อยกระดับอาหารพื้นถิ่นให้กลายเป็น “Soft Power” ที่สร้างรายได้และการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: อาหารพื้นถิ่นอีสาน วัตถุดิบท้องถิ่น อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

The research title is “Promoting and Developing Community-Based Tourism through Northeastern Thai Local Cuisine in Ban Khiri Wongkot, Na Yoong District, Udon Thani Province.” The study aims to: 1) explore the local ingredients used in preparing traditional cuisine to promote and develop community-based tourism; 2) study local cuisine to create a community identity that supports tourism development; and 3) develop guidelines to promote and enhance community-based tourism in Ban Khiri Wongkot, Na Yoong District, Udon Thani Province. A mixed-methods approach was employed. Quantitative data were collected through questionnaires administered to tourists, while qualitative data were obtained from in-depth interviews with community members, entrepreneurs, and relevant stakeholders. The study result found that the local cuisine of Ban Khiri Wongkot has high potential for promoting community-based tourism, particularly through the use of local ingredients which were found in natural ingredients such as wild mushrooms, bamboo shoots, local vegetables, river fish, and naturally raised meat. These ingredients not only reflect local ways of life and local wisdom but are also safe, environmentally friendly, and attractive to tourists. In terms of local food identity, the findings reveal that local dishes are characterized not only by authentic Isan flavors but also present “cultural experiences.” through natural containers and dining atmospheres set in forests, along streams, and natural areas of the community to create impressions and foster a deep sense of emotional engagement among tourists. Guidelines for promoting and developing community-based tourism through local cuisine include the development of branding, packaging, and promotional media aligned with target markets, the organization of experiential learning activities such as food workshops, the establishment of local food brands, training in hygiene and service standards and the strengthening of marketing networks in collaboration with relevant agencies. In addition, most tourists indicated that local cuisine should receive systematic support, such as the organization of local food festivals and dissemination through online platforms, in order to elevate local cuisine into a form of “soft power” that generates income and fosters sustainable community development.

Keywords: Northeastern Thai Cuisine, Local Ingredients, local food Identity, Community-Based Tourism Potential

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายในฐานะรูปแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น อันนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อีกทั้งเป็นกลยุทธ์ที่ยั่งยืนสำหรับการเสริมสร้างเศรษฐกิจและการพัฒนาทักษะแรงงานในพื้นที่ชนบทและตลาดการท่องเที่ยวใหม่ ๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายด้านช่องว่างทักษะ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการปรับนโยบายให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (Chayapoj Lee-Anant, 2025) หนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ “อาหารพื้นถิ่น” ซึ่งนอกจากจะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาของชุมชนแล้ว ยังสามารถสร้างประสบการณ์ใหม่และความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยหรือภาคอีสาน เป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และมีอาหารพื้นถิ่นที่โดดเด่นเฉพาะตัว ไม่ว่าจะเป็นรสชาติ วิธีการปรุงอาหาร วัตถุดิบจากธรรมชาติ และวิถีการบริโภคที่ผูกพันกับสิ่งแวดล้อมและฤดูกาล ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย รวมทั้งมีความพยายามในการส่งเสริมและอนุรักษ์อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นอีสานผ่านการวิจัยและการพัฒนา เช่น การศึกษาภูมิปัญญาการผลิตอาหารพื้นถิ่นในชุมชนไทยมุสลิม เพื่อพัฒนาตำรับอาหารที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการนำเสนออาหารท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว (สิทธิศักดิ์ เตียงงา และกนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์, 2565) อาหารพื้นถิ่นอีสานไม่เพียงเป็นแหล่งอัตลักษณ์ที่น่าสนใจแต่ยังมีศักยภาพสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง อย่างไรก็ตามในหลายพื้นที่ยังขาดกลไกในการส่งเสริมและพัฒนาให้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน

บ้านคีรีวงกต ตำบลนาแค อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ มีภูมิประเทศที่สวยงามและหลากหลาย ประชาชนยังคงดำรงชีวิตตามวิถีดั้งเดิม และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวมทั้งมีความเข้มแข็งในด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งมีกิจกรรมท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรถอีแต๊ก (รถเกษตรดัดแปลง) ลัดเลาะผ่านลำธารและป่าเขาไปยังน้ำตกห้วยช้างพลาย ซึ่งเป็นน้ำตกเล็กๆ กลางป่า สัมผัสประสบการณ์การรับประทานอาหารพื้นถิ่นกลางป่า เช่น ข้าวเหนียวหุงในกระบอกไม้ไผ่ ส้มตำ ไก่ย่าง ปลาเผา และแกงอ่อม ที่เสิร์ฟในภาชนะจากธรรมชาติ เช่น ใบตองและกระบอกไม้ไผ่ อาหารจากพืชผักป่า เห็ดพื้นบ้าน น้ำพริกตำมือพื้นบ้าน และอาหารตามฤดูกาลที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ (หมู่บ้านคีรีวงกตเที่ยวแบบ Slow life, 2020 ในhttps://www.mthai.com/travel/54864.html?utm_source=chatgpt.com) ซึ่งล้วนมีคุณค่าในด้านวัฒนธรรมและสามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ยังขาดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมในการใช้ “อาหารพื้นถิ่น” เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จากปัญหาและโอกาสที่กล่าวมาข้างต้นการศึกษาวิจัยเรื่อง “การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติอาหารพื้นถิ่นอีสาน บ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี” จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อศึกษารูปแบบและศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่ดังกล่าว ตลอดจนวิเคราะห์แนวทางการบูรณาการอาหารท้องถิ่นเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างรายได้ที่ยั่งยืนและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานทั้งภาครัฐภาคเอกชนและชุมชน โดยสามารถนำไปเป็นแนวทางเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจวัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้สำหรับประกอบอาหารพื้นถิ่นในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาอาหารพื้นถิ่นและนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยของชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อสร้างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

มีวิธีการดำเนินงานวิจัยเชิงผสม (Mixed Methodology Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทาง ขั้นตอน และวิธีการดำเนินการวิจัย ไว้ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ทราบขนาดของประชากรที่มีจำนวนมาก จึงใช้สูตรคำนวณของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 83 คน โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 10 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมีคำถามคัดกรอง ก่อนเก็บข้อมูลว่าต้องเป็นนักท่องเที่ยว โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ระหว่างเวลา 08.00 น.-18.00 น.

ผู้ให้ข้อมูลหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ

1. **ตัวแทนภาครัฐ** จำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอุดรธานี, องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.), การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี, พัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี, พัฒนาชุมชนอำเภอนายูง, ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน), องค์การบริหารส่วนตำบลนาแค และผู้ใหญ่บ้านคีรีวงกต โดยผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นตัวแทนภาครัฐทั้ง 8 คน เลือกจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่ทำงานในหน่วยงานหรือพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ไม่น้อยกว่า 2 ปี และมีตำแหน่งระดับหัวหน้าหรือรองหัวหน้าขึ้นไป

2. **ตัวแทนภาคเอกชนและผู้ประกอบการ** จำนวน 10 คน คือ ผู้ประกอบกิจการร้านอาหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่นในชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่การวิจัย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ได้

3. **ตัวแทนภาคการท่องเที่ยวโดยชุมชน** จำนวน 5 คน คือผู้อาศัยในพื้นที่ที่ได้รับผลประโยชน์หรือได้รับผลกระทบจากการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการอาหารในการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี โดยแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์พฤติกรรมการใช้บริการอาหารท้องถิ่นของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ เหตุผลที่ใช้บริการ แหล่งข้อมูลของอาหาร บุคคลที่ร่วมใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการ วันที่เลือกเข้าใช้บริการ และสถานที่ที่ใช้บริการ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกตและปัจจัยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่นของชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) แล้วนำข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์ผลเชิงบรรยาย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) กับผู้เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชนและผู้ประกอบการ รวมทั้งตัวแทนภาคการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี โดยคำถามจะครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นดั้งเดิมของชุมชน ประเภทอาหารที่จำหน่าย สถานที่ ช่วงเวลาจำหน่ายอาหาร สุขอนามัยที่เกี่ยวข้อง และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ขึ้นในภาพรวมด้านเนื้อหา ภาษา และความครอบคลุม แล้วจึงนำไปใช้เก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปพร้อมกันมีขั้นตอนดังนี้

1. **การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ** วิธีการดังนี้

1.1 คัดกรองกลุ่มตัวอย่างด้วยคำถามเบื้องต้นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น

1.2 แจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ในวันเสาร์และอาทิตย์ ระหว่างเวลา 08.00 น.-18.00 น. จนครบ 100 ชุด

2. **การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ**

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการอาหารภาคชุมชน นักการตลาดท่องเที่ยวชุมชน นักวิชาการด้านโภชนาการอาหาร โดยการนัดหมายผู้ให้ข้อมูล ทำการขออนุญาตการบันทึกเสียงและการจดบันทึก เพื่อประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการนำเสนอต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ดังนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยลงรหัส (Coding) เปลี่ยนรูปแบบข้อมูลที่เก็บรวมรวมมาได้โดยใช้รหัสเพื่อจำแนกลักษณะข้อมูล โดยรหัสที่ใช้อาจอยู่ในรูปตัวเลข ตัวอักษร หรือข้อความ แก้ไข (Editing) ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของข้อมูล รวมทั้งข้อมูลที่อยู่ในรูปรหัสด้วย ทำการประมวลผล (Data Processing) นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และแสดงผลลัพธ์ (Output)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบข้อมูลแบบ Triangulation ด้านข้อมูลโดยเป็นการพิสูจน์ว่า ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้นตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ 1) เวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกันเพื่อให้ทราบว่าข้อมูลที่ได้รับในแต่ละช่วงเวลาเหมือนกันหรือไม่ 2) สถานที่ หมายถึง ข้อมูลที่ได้จากต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และบุคคล หมายถึง บุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปทำให้ข้อมูลเหมือนเดิมหรือไม่ แล้วทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ3) นำผลที่ได้ประมวลเป็นผลการวิจัย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบ อยู่ในสถานะที่พร้อมจะนำไปใช้งานได้ทันที โดยแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ

1) ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึกและมีการถอดข้อความจัดระเบียบเก็บไว้ หากจำเป็นต้องมีการแก้ไขขัดเกลาข้อมูลเพื่อความเหมาะสมและสละสลวยในภาษาก็สามารถแก้ไขได้แต่ต้องยังคงความหมายเดิมและอารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลไว้

2) ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยทำการศึกษาและรวบรวมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากเอกสารแบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตีความ หรือวิเคราะห์มาจัดเรียบเรียงจัดประเภทหรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลมีความหมายอะไรตรงกับประเด็นกับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัย

2.2 การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วดำเนินการจัดกลุ่มข้อมูลและแสดงข้อมูลเป็นตาราง

2.3 การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุป ตีความและการตรวจสอบความถูกต้องตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย (Conclusion Interpretation Verification) โดยบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความ และตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษาต่อไป ซึ่งขั้นตอนการตรวจสอบจะใช้วิธีการตรวจสอบภายในเพื่อทบทวนข้อมูล วิธีการได้มาของข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ ว่ามีความเหมาะสมถูกต้องมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์ หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์เมื่อได้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพออกมาแล้วจึงนำข้อมูลมาสรุปและวิเคราะห์ร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในชุมชนบานคีรีวงกต อำเภอนายูง จังหวัดอุดรธานีต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าอาหารพื้นถิ่นของชุมชนบ้านคีรีวงกตมีศักยภาพสูงในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งในด้านการสร้างอัตลักษณ์ การยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและการเพิ่มรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ในประเด็นหลัก ดังนี้

1. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

1.1 วัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้ประกอบอาหารพื้นถิ่น พบว่า อาหารพื้นถิ่นของบ้านคีรีวงกตมีความหลากหลาย โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้จากธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น พืชผักป่า เห็ดพื้นบ้าน ปลาในแม่น้ำ และเนื้อสัตว์ที่เลี้ยงแบบธรรมชาติ วัตถุดิบเหล่านี้สามารถสะท้อนถึงวิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนได้อย่างชัดเจน รวมถึงยังมีความปลอดภัยและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อการรู้จักที่มาของวัตถุดิบและขั้นตอนการเตรียมอาหารอย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น

1) ส้มตำ วัตถุดิบ มะละกอ พริก ถั่วฝักยาว มะเขือ พริก กระเทียม น้ำปลาร้า (สูตรเฉพาะบ้านคีรีวงกต) ผักเคียง เช่น ยอดทูน กระถิน ผักบุ้งต้ม ใบยอ ผักชีฝรั่ง

2) แกงหยวกกล้วย วัตถุดิบ ปลาน้ำจืดหรือปลาช่อนแห้ง (ฉีกเป็นชิ้น) หยวกกล้วย เครื่องแกงอีสาน (พริกแห้ง กระเทียม หอมแดง ตะไคร้ ใบมะกรูด มะแขว่น) น้ำปลาร้า กะปิ ผักชะอม ใบแมงลัก

3) ไก่บ้านย่าง วัตถุดิบ ไก่บ้าน เครื่องเทศสมุนไพรสด (ตะไคร้ กระเทียม พริกแห้ง ใบมะกรูด ขมิ้น ผักชีลาว ใบแมงลัก น้ำปลาร้า น้ำปลาผสมกับข้าวคั่ว และเกลือ)

4) ปลาเผากระบอกไม้ไผ่ วัตถุดิบ ปลาน้ำจืด (ปลาช่อน ปลานิล ปลาค้าว) เครื่องเทศสมุนไพรสด (ตะไคร้ หอมแดง กระเทียม พริกแห้ง ข่า ขมิ้น เกลือและกะปิ)

5) แกงลาว แกงเห็ดรวม วัตถุดิบ เห็ด (เห็ดเผาะ, เห็ดนางฟ้า, เห็ดป่า) ผักหวาน ผักหนาม

6) ป่นปลา แจ่วบอง วัตถุดิบ ปลานิลเผา ปลานิลแดดเดียว พริกแห้ง ตะไคร้ หอมแดง กระเทียม ข่า และปลาร้า ผักสดเคียง เช่น ผักหวาน ผักหนาม ถั่วฝักยาว แตงกวา กระถิน

1.2 อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

การวิจัยพบว่า อาหารพื้นถิ่นของบ้านคีรีวงกตไม่เพียงสะท้อนรสชาติแบบอีสานดั้งเดิม เช่น ส้มตำ ไก่บ้านย่าง แกงหยวกกล้วย ปลาเผากระบอกไม้ไผ่ และข้าวเหนียว อาหารมีรสชาติและรูปแบบการจัดเตรียมและการจัดเสิร์ฟ (Serve) นำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์ในลักษณะพิเศษ เช่น การใช้ภาชนะจากธรรมชาติ (กระบอกไม้ไผ่ ใบตอง) อาหารบางรายการ เช่น

แกงหยวกกล้วย ปลาเผากระบอกไม้ไผ่ ได้รับการชื่นชมสูงจากนักท่องเที่ยว และการบริโภคในบริบทของธรรมชาติ เช่น กลางลำธารหรือน้ำตก ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึง “ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม” ที่แปลกใหม่ สร้างความประทับใจน่าจดจำ และสามารถกระตุ้นให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้อีก เช่น การพักอาศัยในโฮมสเตย์ของชาวบ้าน กิจกรรมปลูกข้าวดำนาตามฤดูกาล และการจัดกิจกรรมนั่งรถอีแต๊กเที่ยวชมธรรมชาติ

1.3 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอาหารพื้นถิ่นในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากข้อมูลการสัมภาษณ์และแบบสอบถาม พบว่าแนวทางสำคัญในการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่

1) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอ ให้สอดคล้องกับตลาดนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เช่น การจัดทำรายการอาหาร (Menu) ภาษาอังกฤษ/จีน และการเล่าเรื่องวัฒนธรรมพื้นถิ่นผ่านอาหาร

2) การจัดกิจกรรมเชิงเรียนรู้ (Food workshop) เช่น การสอนหรือการสาธิตทำอาหารพื้นถิ่นโดยคนในชุมชน และการนำนักท่องเที่ยวเก็บเกี่ยววัตถุดิบจากธรรมชาติ

3) การสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Brand) อาหารพื้นถิ่น พร้อมเมนูภาษาต่างประเทศและการเล่าเรื่องวัฒนธรรมผ่านอาหาร เพื่อให้เกิดความทรงจำและการจดจำในกลุ่มนักท่องเที่ยว

4) ส่งเสริมการจัดอบรมด้านสุขอนามัย การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนายูงตั้งโรงงานแปรรูปกาแฟ ผลิตกาแฟอาราบิกาและโรบัสต้าในรูปแบบกาแฟคั่วบด ตรา “กาแฟนายูง Nayung’s Coffee” แก่ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการทางการท่องเที่ยว

5) หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนด้านโครงสร้าง ระบบ และการเชื่อมโยงเครือข่ายด้านการตลาดและการดำเนินการประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังแสดงความเห็นว่า อาหารพื้นถิ่นควรได้รับการสนับสนุนในเชิงระบบ เช่น การส่งเสริมตลาดอาหารพื้นถิ่น การจัดเทศกาลอาหารท้องถิ่น และการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ทุกช่องทาง (Platform) เพื่อให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า พฤติกรรมการใช้บริการอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่สะท้อนให้เห็นถึงความสนใจต่ออาหารพื้นถิ่นของชุมชนบ้านคีรีวงกต โดยนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการเพราะต้องการลิ้มรสอาหารท้องถิ่นที่มีวัตถุดิบสดใหม่จากป่าและธรรมชาติ อันเป็นข้อมูลที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เกี่ยวกับการสำรวจวัตถุดิบท้องถิ่น ซึ่งแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับอาหารที่นักท่องเที่ยวได้รับส่วนใหญ่ก็มาจากคนในชุมชนและสื่อออนไลน์ของพื้นที่ สอดคล้องกับศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดในตอนที่ 3 ของแบบสอบถาม

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวมักเดินทางมาพร้อมครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ใช้บริการอาหารเป็นครั้งคราวหรือทุกครั้งที่มาเยือนพื้นที่ โดยเลือกวันหยุดสุดสัปดาห์และใช้บริการภายในชุมชน เช่น ร้านอาหารชุมชนและบ้านโฮมสเตย์ ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนศักยภาพด้านกระบวนการบริการและลักษณะทางกายภาพของสถานที่ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการศึกษาความโดดเด่นของอาหารพื้นถิ่นและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นของชุมชน

ขณะเดียวกัน ผลการประเมินศักยภาพและปัจจัยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านราคา ช่องทางจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร และสภาพแวดล้อม พบว่ามีค่าความเห็นในระดับดี นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรม (Workshop) การทำอาหาร การจำหน่ายสินค้าอาหารพื้นถิ่น และการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวร่วมกับกิจกรรมด้านอาหาร ซึ่งข้อมูลทั้งหมดนี้นำไปสู่ข้อเสนอแนวทางตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านการพัฒนาอัตลักษณ์อาหาร การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ด้านอาหาร และการยกระดับศักยภาพด้านการตลาดและบริการของชุมชนบ้านคีรีวงกตอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ
1. สำรวจวัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้สำหรับ ประกอบอาหารพื้นถิ่น	- นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 87.5) พบว่าอาหารพื้นถิ่นของชุมชนบ้านคีรีวงกตมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว - วัตถุดิบหลัก ได้แก่ เห็ดป่า หน่อไม้ ผักพื้นบ้าน ไก่บ้าน ปลาน้ำจืด	- วัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากป่าธรรมชาติ หรือสวนของชาวบ้าน - สะท้อนการพึ่งพิงธรรมชาติและตามวัฏจักรฤดูกาล - มีการเก็บเกี่ยวแบบไม่เบียดเบียนธรรมชาติ (วิถียั่งยืน)
2. ศึกษาและสร้างอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	- นักท่องเที่ยวให้คะแนนระดับ “มาก” ถึง “มากที่สุด” ในเรื่องความน่าจดจำของรสชาติ และการนำเสนออาหารในรูปแบบธรรมชาติ (ร้อยละ 89.3) - อาหารที่โดดเด่น ได้แก่ ไก่บ้านย่างปลาเผากระบอกไม้ไผ่ แกงอ่อม แกงหยวกกล้วย และป่นปลา แจ่วบอง	- อาหารพื้นถิ่นเป็น “Soft Power” ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่น - การจัดเสิร์ฟในบรรยากาศธรรมชาติ เช่น กลางป่า กลางธารน้ำ ช่วยเสริมความประทับใจ - คนในชุมชนมีภูมิปัญญาในการปรุงอาหารจากทรัพยากรธรรมชาติ
3. สร้างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านอาหารพื้นถิ่น	- นักท่องเที่ยว (ร้อยละ 84.2) เห็นว่าควรให้มีการจัดกิจกรรมสาธิตการทำอาหาร (Food workshop) - ร้อยละ 81.6 แสดงความสนใจในการซื้อของฝากหรือผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบของท้องถิ่น	- เสนอให้จัดกิจกรรม (Workshop) อาหารพื้นถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของรายการโปรแกรม (Package) การท่องเที่ยวโดยชุมชน - สนับสนุนการสร้างตราสินค้า (Brand) อาหารพื้นถิ่นเฉพาะบ้านคีรีวงกต - หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทในการฝึกอบรม ด้านสุขอนามัย การบรรจุภัณฑ์ และการตลาด

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงคุณค่าและศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นบ้านคีรีวงกตในฐานะทรัพยากรท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า วัตถุดิบส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาจากป่าและธรรมชาติรอบหมู่บ้าน ก่อให้เกิดอัตลักษณ์อาหารที่สะท้อนภูมิปัญญาและวิถีชีวิตบนพื้นฐานความยั่งยืน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าอาหารพื้นถิ่นมีความสำคัญต่อประสบการณ์ท่องเที่ยว ทั้งยังแสดงความสนใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้ด้านอาหาร เช่น การทำอาหารพื้นถิ่นหรือกิจกรรม (Workshop) รวมถึงการซื้อของฝากที่ผลิตจากวัตถุดิบท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้เป็นเอกลักษณ์หรือแบรนด์ของชุมชน นอกจากนี้ยังพบแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นถิ่น ได้แก่ การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ การบรรจุอาหารพื้นถิ่นลงในโปรแกรมท่องเที่ยว และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านมาตรฐาน สุขอนามัย บรรจุภัณฑ์ และการตลาด เพื่อยกระดับอาหารพื้นถิ่นให้เป็นพลัง “Soft Power” ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพแสดงให้เห็นว่า อาหารพื้นถิ่นของบ้านคีรีวงกต มีบทบาทสำคัญและศักยภาพสูงในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งในเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการสร้างประสบการณ์เชิงลึกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยสรุปประเด็นสำคัญได้ 3 ด้านหลัก ดังนี้

1. **วัตถุดิบท้องถิ่น**

1.1 มีความหลากหลายของวัตถุดิบในรายการอาหารพื้นถิ่นและได้จากธรรมชาติ เช่น ผักนานาชนิดจากป่า เห็ด ปลาน้ำจืด ไก่บ้าน

1.2 สะท้อนวิถีชีวิต การพึ่งพิงธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Local Wisdom for Sustainable Development)

1.3 นักท่องเที่ยวให้ความสนใจต่อแหล่งที่มาของวัตถุดิบและวิธีในการเตรียมอาหาร

2. **อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น**

2.1 อาหารมีรสชาติและรูปแบบการจัดเสิร์ฟที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การใช้ภาชนะธรรมชาติ และการกินท่ามกลางธรรมชาติ

2.2 เกิดสร้างประสบการณ์ในเชิงวัฒนธรรมที่น่าจดจำและสามารถกระตุ้นให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้อีก เช่น การพักอาศัยในโฮมสเตย์ของชาวบ้าน กิจกรรมปลูกข้าวดำนาตามฤดูกาล และการจัดให้มีบริการนั่งรถอีแต็กชมธรรมชาติ

2.3 อาหารบางรายการ เช่น แกงอ่อม แกงหยวกกล้วย ปลาเผากระบอกไม้ไผ่ ได้รับการชื่นชมสูงจากนักท่องเที่ยว

3. **แนวทางการส่งเสริมและพัฒนา**

3.1 ควรมีการจัดกิจกรรมเรียนรู้ เช่น กิจกรรม (food workshop) การสาธิตทำอาหารพื้นถิ่น

3.2 การสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Brand) อาหารพื้นถิ่น พร้อมเมนูภาษาต่างประเทศและการเล่าเรื่องวัฒนธรรมผ่านอาหาร

3.3 ส่งเสริมให้มีการอบรมด้านสุขอนามัย การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกาแฟนายูง ตั้งโรงงานแปรรูปกาแฟ ผลิตกาแฟอาราบิกาและโรบัสต้าในรูปแบบกาแฟคั่วบด ตรา “กาแฟนายูง Nayung’s Coffee”

3.4 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนด้านโครงสร้าง ระบบ และการเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ที่เน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะ “อาหารพื้นถิ่น” ซึ่งกลายเป็น Soft Power สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yodsuwan, C (2019) ที่กล่าวว่า อาหารท้องถิ่นเป็นทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพในการสร้างความแตกต่างและคุณค่าทางเศรษฐกิจในการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยการผสมผสานการกินอาหารกับการเรียนรู้วัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้ง และงานศึกษาของ Kontogeorgopoulos, N (2017) ที่กล่าวถึงอาหารท้องถิ่นว่า เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อน CBT โดยสามารถใช้เป็นจุดขายหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ และช่วยให้ชุมชนสามารถควบคุมและถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเองได้ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. **มิติของความยั่งยืน (Sustainability)** การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นแบบไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนทั้งในด้านนิเวศและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สามารถนำเสนอเป็นจุดขายหลักของแหล่งท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ UNWTO (2012) ที่กล่าวว่า บทบาทสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เช่น อาหารพื้นถิ่น มีส่วนในการสร้างความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยว

โดยชุมชน (CBT) และการศึกษาของปรัชญา เวสารัช (2562) ที่ชี้ให้เห็นว่าอาหารพื้นถิ่นที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติจากชุมชน โดยไม่เบียดเบียนสิ่งแวดล้อม ช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตดั้งเดิมและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

2. มิติของประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Tourist Experience) อาหารพื้นถิ่นไม่เพียงให้รสชาติ แต่ยังสร้าง “ประสบการณ์” ผ่านบรรยากาศ การมีส่วนร่วมและการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งเป็นแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงลึกในปัจจุบัน (experiential tourism) โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sarinya La-ong-in (2023) ที่แสดงให้เห็นว่า ความแท้จริงของอาหารพื้นถิ่น (Local Food Authentication) และประสบการณ์การเดินทาง (Travel Experiences) มีผลต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีของนักท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารพื้นถิ่นสามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน และ Cohen & Avieli (2004) ที่วิเคราะห์ว่าอาหารพื้นถิ่นสามารถกลายเป็น “ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม” และมีบทบาทสำคัญในการสร้างความทรงจำให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมื่อมีการมีส่วนร่วมในการปรุงหรือเรียนรู้

3. มิติของการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Community Economy) หากมีการวางระบบการจัดการที่ดี อาหารพื้นถิ่นสามารถกลายเป็นช่องทางสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชนผ่านการขายอาหาร การจัดกิจกรรม และการผลิตของฝาก ซึ่งช่วยกระจายรายได้สู่ครัวเรือนต่าง ๆ ได้อย่างเป็นธรรมและอย่างยั่งยืนให้กับชุมชน ดังที่งานศึกษาของ ทินวัชร์ เดชวัน และจันจิรา ชาติมนตรี (2566) ที่ได้ยืนยันถึงบทบาทของอาหารพื้นถิ่นในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนว่า การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจของชุมชนโดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์จะสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ และนุชนารถ กฤษณรมย์ และคณะ (2566) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) จะช่วยให้ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ได้รับประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นและการพัฒนาสำรับอาหารพื้นถิ่นช่วยให้ชุมชนตระหนักถึงคุณค่าของวัตถุดิบท้องถิ่นและสามารถนำไปสู่การเพิ่มรายได้ โดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการและการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4. มิติเชิงนโยบาย หน่วยงานรัฐบาลควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ เช่น การจัดเทศกาลอาหาร การให้ทุนพัฒนาเมนู หรือการส่งเสริมตลาดอาหารพื้นถิ่นในระดับภูมิภาค-ประเทศ เพื่อให้เกิดการยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจของวัฒนธรรมอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรัณย์ วรวิทย์วรรณ และพัทรียา หลักเพ็ชร (2566) ที่เสนอ 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพและยกระดับคุณภาพของงานเทศกาลอาหารถิ่น การเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การบูรณาการการจัดงานเทศกาลอาหารถิ่นโดยสร้างความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย และการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลอาหารถิ่น รวมทั้งเกศณีย์ สัตตรัตนขจรและคณะ (2563) ที่กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาอาหารท้องถิ่น โดยหน่วยงานภาครัฐจะสามารถสนับสนุนผ่านการจัดกิจกรรม การฝึกอบรม และการส่งเสริมการตลาด เพื่อยกระดับอาหารท้องถิ่นให้เป็นสินค้าทางเศรษฐกิจได้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สามารถนำผลจากการศึกษาด้านส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ให้เป็นเครื่องมือเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป จากวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ปั่นปลา แจ่วบอง แกงอ่อม น้ำพริกแกงสำเร็จรูป และจัดทำฐานข้อมูลภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่น เพื่อใช้ในการถ่ายทอดความรู้และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ โดยหน่วยงานที่สามารถนำแนวทางนี้ไปใช้และกิจกรรมที่สามารถประยุกต์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

1. หน่วยงานที่สามารถนำแนวทางไปใช้ เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดอุดรธานี, พัฒนาชุมชนจังหวัดอุดรธานี, พัฒนาชุมชนอำเภอนายูง, ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน), องค์การบริหารส่วนตำบลนาแค เป็นต้น

2. จากผลวิจัยนี้ควรส่งเสริมกิจกรรม (Workshop) อาหารพื้นถิ่น ที่ใช้วัตถุดิบสดใหม่จากบ้านคีรีวงกต โดยการฝึกสอนสูตรดั้งเดิมของชุมชนที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาการทำอาหารพื้นถิ่น นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมทำอาหารด้วยตัวเองตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น การทำปลาเผากระบอกไม้ไผ่ นักท่องเที่ยวจะได้การเลือกวัตถุดิบ ลงมือทำ และลิ้มลองรสชาติด้วยตนเอง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. พัฒนาคู่มือท่องเที่ยวที่เน้น “เส้นทางอาหารพื้นถิ่น” (Food Trail) ของบ้านคีรีวงกต เพื่อให้สอดรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อไป

2. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับสร้างระบบฐานข้อมูลวัตถุดิบพื้นถิ่น พร้อมการเล่าเรื่องราวในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย (storytelling)

3. ผลักดันให้มีการขึ้นทะเบียนเมนูเด่นเป็น “มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น” เพื่อสร้างความภาคภูมิใจและการอนุรักษ์

เอกสารอ้างอิง

กรัณย์ วรวิทย์วรรณ และพัทรียา หลักเพ็ชร. (2566). กลยุทธในการพัฒนาการจัดงานเทศกาลอาหารถิ่นในเขตปริมณฑล. *วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา*, 12(2): 1–28.

เกศณีย์ สัตตรัตนขจร และคณะ. (2563). การพัฒนาอาหารท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปาง. *วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 11(1): 152-173.

ทินวัชร์ เดชวัน และจันจิรา ชาติมนตรี. (2566). นวัตกรรมอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์เพื่อการเป็นสินค้าทางเศรษฐกิจชุมชนตำบลทุ่งไชย อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารงานวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, 10(2): 22-37.

นุชนารถ กฤษณรมย์ และคณะ. (2566). การพัฒนาสำรับอาหารพื้นถิ่นตำบลพรหมโลก อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการสังคมมนุษย์ (Journal of Human Society)*, 13(1): 1-19.

ปรัชญา เวสารัช. (2562). อาหารพื้นถิ่นกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน: ศึกษากรณีชุมชนบ้านบางพลับ จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 21(1): 67–86.

สิทธิศักดิ์ เตียงงา และกนกวรรณกรณ์ หลวงวังโพธิ์. (2565). การสร้างอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นและการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ*, 11(1): 184–199.

หมู่บ้านคีรีวงกตเที่ยวแบบ Slow life. สืบค้นเมื่อ 7 มิ.ย. 2020, จาก https://www.mthai.com/travel/54864.html?utm_source=chatgpt.com

Chayapoj Lee-Anant and Piyatida Kungwansith. (2025). Policy Shaping and Capacity Building forSustainable Community-Based Tourism in Thailand’s Eastern Economic Corridor. *Suranaree Journal of Social Science*, 19(1): 1-23.

Cohen, E., & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 755–778.

Kontogeorgopoulos, N. (2017). The Role of Local Food in Community-Based Tourism: Case Studies from Thailand. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(6): 715–732.

La-ong-in, S. (2023). Developing Gastronomic Tourist Loyalty through Local Food Authentication, Destination Image and Travel Experiences. *PSU Journal of Social Sciences and Humanities*, 30(1): 223–242.

UNWTO. (2012). *Tourism and Intangible Cultural Heritage.* Madrid: World Tourism Organization.

Yodsuwan, C. (2019). Community-Based Tourism and Local Food as Cultural Capital: A Case Study of Thailand's Local Gastronomy. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(1): 28–35.