

การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย : แนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในเขต จังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Thai Culinary Tourism : An Approach to the Development and Troubleshooting for Tourism Management in Watershed Provinces of Thailand Central Region Based on Creative Economy

สรिता พันธุ์เทียน¹, ทรงคุณ จันทจร¹, มาริสา โกเศศโยธิน²

Sarita Puntien¹, Songkoon Chantachon¹, Marisa Koseyayothin²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง เก็บข้อมูลจากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร สมุทรสงคราม และสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) กลุ่มผู้รู้ จำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 18 คน และ 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 40 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 2) แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง 3) แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม 4) แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม 5) แบบบันทึกการสนทนา กลุ่ม 6) แบบบันทึกการประชุมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า เพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นจริงและน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้านปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวที่ควรได้รับการแก้ไขของการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดคือ ท้องถิ่นต่าง ๆ ควรมีการพัฒนาด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์อาหารของฝากให้มีความทันสมัย ด้านการตลาดควรให้การอบรมการประชาสัมพันธ์และการตลาดแก่ชุมชน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารได้ด้วยตนเองผ่านสื่อต่างๆ อีกทั้งการบริการในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงด้านความสะอาดของท้องถิ่น และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานต่างๆ เช่น ที่พักหรือร้านอาหารต้องมีความสะอาด การคมนาคมขนส่งควรปรับปรุงให้มีความสะดวกและเข้าถึงง่ายเนื่องจากสภาพพื้นฐานทางการท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย อีกทั้งได้รับความสะดวกและมีความปลอดภัยทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาท่องเที่ยวได้มากขึ้น 2) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว สามารถทำได้โดยการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สามารถใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ เช่น การเยี่ยมชมการเพาะปลูกและการปลูสัตว์ในแหล่งทรัพยากรด้านอาหารในท้องถิ่นและทดลองทำอาหาร การใช้วัฒนธรรมการปรุงอาหารในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านการประกอบอาหาร กิจกรรมเหล่านี้สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนและสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมของชุมชนและประเทศต่อไป

คำสำคัญ: อาหารไทย การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง

¹สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹Department of Cultural Science, Faculty of Cultural Science, Mahasarakham University

²ศูนย์วิทยาศาสตร์เพื่อการศึกษา สมุทรสาคร

²Samutsakhon Science Centre for Education



Abstract

The objective of this qualitative research was to investigate problems and guidelines for development of Thai culinary tourism management in watershed provinces in the central Thailand based on the concept of creative economy. The data were collected from three provinces in the central Thailand, Bangkok, Samut Songkhram, and Suphan Buri. The samples of this study were 15 key informants, 18 casual informants, and 40 general informants. The research instruments utilized in this study were 1) structured interview, 2) unstructured interview, 3) participatory observation, 4) non-participatory observation, 5) focused group record, and 6) workshop record. The data were analysed by using triangulation method in order to come up with real and reliable data.

The results of this study disclosed that 1) the problems of the culinary-related tourism management that should be solved were that each local community should develop their patterns of food souvenirs to be modern. Concerning these, in terms of marketing, there should be training, public relations, and marketing strategies for the communities so that they may be able to spread the news regarding products by themselves via current popular media channels. With regards to tourism services, cleanness of toilets of each tourist site should be improved and cleanness of facilities such as accommodations or restaurants should also be improved. Additionally, transportation should be easily accessible and convenient. These are the fundamental structure of Thai tourism so that these can be more accessible and convenient, and safer for tourists. 2) Furthermore, the study showed that the guidelines on developing tourism can be based on Thai culinary tourism. The development of products should be based on the creative economy concept to transform existing resources and tourist sites into a new tourism pattern such as a visit to agricultural and animal farms that are the sources of local food and cooking trial, demonstration of cooking culture and historical tourism for cultural learning through cooking. These activities could help stimulate economy in the communities and create cultural identity of the communities and the country.

Keywords: Thai Culinary, Thai Culinary Tourism, Creative Economy, Watershed Provinces

บทนำ

อาหารไทยในปัจจุบัน ไม่ได้เป็นเพียงอาหารประจำชาติ แต่ยังได้รับความนิยมแพร่หลายไปสู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนก็คือ กลิ่นหอมจากเครื่องเทศสมุนไพร มีรสชาติเผ็ดร้อนและกลมกล่อม และที่สำคัญก็คือการจัดตกแต่งอาหารอย่างวิจิตรบรรจง สะท้อนถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาติที่สืบทอดกันมาช้านาน

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศ และอาหารไทยสามารถเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญได้ โดยผลการสำรวจของวีซ่าและสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรือ Asia Pacific Travel Intentions Survey 2010 (MGR online, 2010) ซึ่งให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติติดใจในรสชาติอาหารไทยที่โดดเด่นและไม่เป็นรองประเทศใดโดยเลือกให้เป็นเหตุผลอันดับหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยว ประเทศไทย จากผู้ตอบแบบสอบถามที่สนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในช่วงระยะเวลาสองปีข้างหน้าพบว่า ผู้ที่ต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้งนั้นเป็น

เพราะรสชาติอาหารและทางเลือกต่างๆ เกี่ยวกับการรับประทานอาหารด้วยเหตุที่อาหารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว ในปัจจุบันจึงเกิดการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (culinary tourism) เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ใช้อาหาร เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และความเพลิดเพลินจากการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างจากถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัย (Wolf, 2004) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจวิถีชีวิตที่ผ่านทางตำราอาหารและวิถีกินอาหารในท้องถิ่น ซึ่งลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้สามารถตอบรับแนวโน้มของการเดินทางท่องเที่ยวของคนในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมดังที่เลขาธิการองค์การการท่องเที่ยวโลกได้กล่าวว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบแตกต่างไปจากเดิม จากที่เคยนิยมการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะใหญ่เพื่อชมทัศนียภาพในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นระยะเวลานาน (Mass Tourism) แนวโน้มการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนแปลงไปในหลายส่วนที่สำคัญได้แก่การมีนักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาหรือเรียนรู้ทางวัฒนธรรมมากขึ้น (รัฐบาลไทย, 2554)

จากแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการท่องเที่ยวและมาตรการการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจตามวาระแห่งชาติว่าด้วยการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดกลุ่มจังหวัดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละเขตให้มีความเหมาะสมกับศักยภาพทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของแต่ละภูมิภาค โดยแบ่งออกเป็น 14 กลุ่มจังหวัดและเรียกชื่อกลุ่มจังหวัดนั้น ๆ โดยใช้ชื่อลักษณะของรูปแบบการท่องเที่ยวตามแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม โดยกลุ่มจังหวัดหนึ่งที่เน้นลักษณะทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น คือกลุ่มวิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ประกอบด้วย จังหวัด 14 จังหวัดในเขตภาคกลางของประเทศไทยและเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีความเหมาะสมในการพัฒนาให้เกิดการดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย เนื่องจากภาคกลางเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมในการปลูกข้าวซึ่งเป็นอาหารหลักของชาติ พื้นที่ลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและสาขารอบคลุมพื้นที่เกือบทั้งหมดของภาคกลาง แม่น้ำเหล่านี้ต่างมีคูคลองแตกสาขาอีกหลายสาย เป็นเครือข่ายหล่อเลี้ยงพื้นที่เกษตรกรรมและยังพัดพาโคลนตะกอนมาทับถมแก่ผืนดินและท้องน้ำ ที่ราบลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาจึงได้ชื่อว่าเป็นดินแดนแห่งอูข้าว อุ้นของประเทศ อีกทั้งแม่น้ำแต่ละสายในลุ่มน้ำภาคกลาง จะมีคู คลองเชื่อมระหว่างแม่น้ำสายสำคัญ ๆ ก่อให้เกิดสภาพธรรมชาติของสองฝั่งแม่น้ำ และคู คลองต่างๆ นอกเหนือจากเอื้อประโยชน์ในการประกอบอาชีพแล้วยังเป็นทัศนียภาพสวยงาม เหมาะสมกับโปรแกรมการท่องเที่ยว ลองเรือชมวิถีชีวิตริมคลอง สวนผลไม้ สวนเกษตรต่าง ๆ ในแต่ละลำคลองซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว อีกทั้งอาณาเขตบางส่วนของภาคกลางที่ติดทะเล คือ เขตจังหวัด สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม พื้นดินจะเป็นดินเค็ม จะมีพืชบางชนิดขึ้นได้ดี จึงเป็นแหล่งปลูกมะพร้าว ทำนาเกลือ ทำบ่อ กุ้ง บ่อปลา บ่อปู ฟาร์มหอย การประมงชายฝั่ง สิ่งเหล่านี้ นอกจากจะเป็นอาชีพที่ทำรายได้ดีแล้ว ยังก่อให้เกิดเป็นภูมิปัญญาด้านอาหารไทยในท้องถิ่นที่มีความเฉพาะตัวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ลักษณะอันอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติด้านอาหารและด้านวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของลุ่มน้ำภาคกลางดังกล่าว ทำให้ภาคกลางได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวรูปแบบตลาดน้ำและตลาดบกต่าง ๆ เนื่องจากตลาดเป็นแหล่งซื้อขายที่สามารถสะท้อนความอุดมสมบูรณ์และภูมิปัญญาด้านอาหารการกินของท้องถิ่นนั้น ๆ ผู้คนจากนอกพื้นที่จึงหลงใหลมาชมวิถีชีวิตและมาชิมอาหารที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากสถานที่ที่ตนเดินทางมา ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวแบบตลาดน้ำจึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ในบางแห่งมีการขยายตัวอย่างไร้ทิศทางในการอนุรักษ์และส่งเสริมทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ตกกับคนในชุมชน ท้องถิ่น แต่ตกอยู่กับนายทุนจากภายนอกเป็นส่วนใหญ่ ดังเช่น กรณีตลาดน้ำดำเนินสะดวก ที่รายได้ส่วนใหญ่ตกกับผู้ประกอบการจากนอกชุมชน มีความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันและระหว่างผู้ประกอบการกับคนในชุมชนที่ถูกกีดกันด้านการค้า มีการเอาเปรียบและหลอกลวงนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและให้บริการ กล่าวคือการ เสียโอกาสของชุมชนที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น



เพื่อกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง ต้นทุนทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรวัฒนธรรมในด้านชื่อเสียงของตลาดน้ำดำเนินสะดวกถูกนักธุรกิจที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยว และมีทุนมากกว่าเข้ามาฉกฉวยไปบริหารจัดการเพื่อประโยชน์เฉพาะกลุ่ม โดยอาศัยช่วงเวลาในอดีตที่ชุมชนยังไม่เข้มแข็ง ยังไม่รู้เท่าทันกระแสของการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในตลาดเป็นผู้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวมาแวะตลาดน้ำเพียงช่วงสั้น ๆ ตามโปรแกรมทัวร์ที่จัดไว้แล้ว ทำให้ไม่มีเวลาอยู่ในชุมชน ผลก็คือชุมชนขาดโอกาสที่จะพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ใช้เวลาในชุมชนมากขึ้น ทั้งๆ ที่ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปะอยู่แล้ว นอกจากนี้การที่ผู้ประกอบการเน้นแต่ผลประโยชน์จากการขายสินค้าของตน ไม่สนับสนุนสินค้าท้องถิ่น ทำให้ชุมชนขาดโอกาสทางเศรษฐกิจในการสร้างงานและสร้างรายได้ต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนที่ไม่อาจประเมินได้ (มณีวรรณ ผิวนิม และปรารณา จันทุพันธ์, 2549)

แม้ว่าการท่องเที่ยวตลาดน้ำจะจัดเป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่แสดงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาด้านอาหารการกินของคนพื้นที่ได้เป็นอย่างดี หากแต่ยังมีทรัพยากรและภูมิปัญญาด้านอาหารอื่น ๆ ที่รอคอยการสนับสนุนส่งเสริมเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ ที่อาจสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวจากตลาดน้ำสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอาหารอื่นๆ ในบริเวณหรือชุมชนใกล้เคียงซึ่งแตกต่างไปจากการชมและชิมอาหารในตลาดน้ำเพียงอย่างเดียว และจากกรณีปัญหาที่เกิดจากตลาดน้ำในบางแห่ง ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าการท่องเที่ยวที่อาศัยภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในท้องถิ่นอาจไม่เกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชนมากเท่าที่ควรหากขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี ดังนั้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาปัญหาที่เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเพื่อเป็นปัจจัยกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยวและสร้างแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยใช้ภูมิปัญญาด้านอาหารไทยในชุมชน จัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดประโยชน์กับเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางในปัจจุบัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ในลักษณะการวิจัยและพัฒนา (research and development) ศึกษาจากประชากรในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางจำนวน 3 จังหวัด โดยเลือก กลุ่มตัวอย่าง 1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการดำเนินการวิจัย จำนวน 15 คน 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 18 คน 3) กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 40 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ การสัมภาษณ์ (interview) การสังเกต (observation) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) รวมทั้งการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) และทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิและปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interviews) สำหรับ เจ้าหน้าที่ภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการร้านอาหารและตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้นำและภูมิปัญญาท้องถิ่นและผู้ประกอบการ 2) การสังเกต (observation) สำหรับเก็บข้อมูลระหว่างการเดินทางออกพื้นที่ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารและการสำรวจการจัด กิจกรรมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จัดในพื้นที่ต่าง ๆ ที่เลือกศึกษา 3) การสนทนากลุ่ม (focused group) ผู้เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดที่ทำการศึกษา ได้แก่ กลุ่มประชาชนในพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการจัดการท่องเที่ยว

และตัวแทนส่วนราชการที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ผู้ประกอบการด้านอาหารและการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนในท้องถิ่น จังหวัดละ 1 ครั้ง โดยหากมีประเด็นที่สงสัยจะทำการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว 4) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เมื่อได้ข้อมูลด้านศักยภาพและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลางแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลเบื้องต้นที่ได้มาจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ในเขตที่ทำการศึกษ โดยเชิญกลุ่มนักท่องเที่ยว ตัวแทนจากชุมชน และกลุ่มนักศึกษาที่มีความรู้ด้านอาหารไทย การท่องเที่ยว และการโรงแรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์ มาร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์อาหารในท้องถิ่นที่จัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ และนำข้อมูลแนวทางการพัฒนาที่ได้มาวิพากษ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับเขตลุ่มแม่น้ำภาคกลางต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำผลการเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคแบบสามเส้า (triangulation) โดยการหาความสอดคล้องของข้อมูล (method of agreement) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือเชิงแนวคิดทฤษฎีของเอกสารที่ค้นคว้าโดยพิจารณาจากเอกสารที่เป็นเรื่องเดียวกันจากหลายแหล่งที่มาและตรวจสอบโดยใช้แหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน (data triangulation) โดยเปลี่ยนแหล่งข้อมูลด้านบุคคลและสถานที่ให้ข้อมูลที่แตกต่างกัน และนำข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มาวิเคราะห์และเปรียบเทียบเพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นจริงและน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ตามวัตถุประสงค์ คือ ด้านปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย และด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

1.1 ด้านทรัพยากร กล่าวคือ ปัญหาด้านทรัพยากรที่พบร่วมกันในเกือบทุกเขตที่ศึกษา คือ ทรัพยากรสัตว์น้ำต่าง ๆ ลดลง เนื่องจากการบริโภคสูงขึ้นจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น ในเขตอำเภอมืองจังหวัดสมุทรสงคราม ที่เกิดปัญหาการลดลงของจำนวนปลาหมึกเนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมาก การบริโภคก็เพิ่มมากขึ้นทั้งในการบริโภคระหว่างการท่องเที่ยว และการซื้อกลับเป็นของฝาก แต่ไม่พบปัญหาดังกล่าวในเขตดุสิตเนื่องจากไม่มีการทำการประมง

1.2 ด้านบริการทางการท่องเที่ยว พบปัญหาการบริการรถสาธารณะ ที่เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งบางแห่งไม่มี หรือมีเป็นจำนวนน้อย เนื่องจากในประเทศไทยยังขาดระบบการคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงชุมชนแบบไม่มีระบบและไม่มีแผนที่หรือป้ายประชาสัมพันธ์วิธีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แต่พบปัญหาดังกล่าวไม่พบในเขตดุสิตซึ่งอยู่ในเขตเมือง ในบางพื้นที่ที่แหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากจะพบปัญหาการจราจรที่ติดขัดบริเวณที่เข้าถึง เช่น การเดินทางเข้าสู่ตลาดน้ำอัมพวาในวันเสาร์ อาทิตย์ นอกจากนี้ยังพบปัญหาความแออัดในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก เช่น ตลาดน้ำอัมพวาในขณะตลาดน้ำอื่น ๆ ในเขตบริเวณใกล้เคียงพบเขา

1.3 ด้านการตลาด ปัญหาด้านการตลาดที่พบในทุกเขตที่ศึกษา คือ ขาดการประชาสัมพันธ์ แม้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีการประชาสัมพันธ์เรื่องของอาหารไทยเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวมากขึ้นแต่โดยมากยังคงเป็นไปในลักษณะการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลอาหารและการออกร้าน ยังไม่กระจายข้อมูลของการท่องเที่ยวด้านอาหารในชุมชนอย่างเพียงพอ โดยมากในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนมักเป็นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปากโดยกลุ่มนักท่องเที่ยว และนำไปเขียนลงสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้ก็มีผลเฉพาะการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย



1.4 ด้านอื่น ๆ ปัญหาด้านบริการทางการท่องเที่ยวที่พบร่วมกันในทุกเขต คือ ผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทของฝากหรือซื้อกลับบ้านยังขาดเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่น่าสนใจ โดยทั่วไปยังเป็นอาหารที่สามารถหาซื้อได้ตามตลาดทุก ๆ แห่ง อาหารที่มีลักษณะเฉพาะพบได้ในเขตดุสิต หรือตลาดน้ำในบางแห่ง แต่โดยมากเป็นจำพวกของสดปรุงสำเร็จ โดยบรรจุภัณฑ์ยังมีลักษณะธรรมดา เช่น การบรรจุในกล่องเบอเกอร์ใส่ หรือกล่องโฟม มีร้านเป็นส่วนน้อยที่พยายามออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และน่าสนใจ

2. ด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

จากปัญหาในข้างต้นผู้วิจัยได้ใช้กระบวนการการมีส่วนร่วมจากเจ้าของชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิในด้านการอาหารและการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนำเสนอในแต่ละด้าน ดังนี้

การพัฒนาด้านทรัพยากร นำเสนอแนวทางการพัฒนาด้านทรัพยากรอาหารในแต่ละเขตโดยให้กลุ่มนักศึกษาในศาสตร์วิชาการอาหารไทยและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ของในแต่ละเขตร่วมกับผู้วิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหาร และนำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางสำหรับชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์นำเสนอเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางสำหรับชุมชน

การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลเบื้องต้นที่ศึกษาว่าในแต่ละเขตมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารในลักษณะใดบ้างหรือศักยภาพด้านอาหารที่มีอยู่สามารถนำมาจัดการการท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้อย่างไรแล้วจึงสร้างกิจกรรมการบริการทางการท่องเที่ยว และทดลองจัดนำเที่ยวตามแต่ละเขตที่ศึกษา โดยแต่ละเขตจะมีลักษณะการท่องเที่ยวที่มีลักษณะร่วมกัน เช่น การเที่ยวสวนผลไม้ เก็บผลไม้ ทำอาหารพื้นบ้าน แต่จะแตกต่างกันไปตามสภาพของพื้นที่ เช่น ในจังหวัดสมุทรสงครามเป็นการเที่ยวสวนผลไม้ ขณะที่จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นการเที่ยวโดยใช้ข้าวและนาเป็นจุดดึงดูด ในขณะที่พื้นที่ที่ไม่มีการเกษตรกรรม เช่น เขตดุสิต สามารถใช้ภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารผ่านเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ขณะที่จังหวัดสมุทรสงครามเป็นการเที่ยวสวนผลไม้ มีการทำน้ำตาลมะพร้าว โดยสามารถนำมาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ โดยให้นักท่องเที่ยวชมกรรมวิธีการเก็บน้ำตาลมะพร้าว และร่วมกันทำน้ำตาลมะพร้าวกับเจ้าของชุมชนดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสร่วมกิจกรรมทำน้ำตาลมะพร้าว บ้านครูสมทรง แสงตะวัน

การพัฒนาการตลาดได้เสนอแนวทางสำหรับ ใช้ได้ร่วมกันในทุกเขต ประกอบด้วยประเด็นหลัก คือ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควบคู่กับการส่งเสริมตลาดคนไทย รวมทั้งเสริมสร้างภาพลักษณ์ของท้องถิ่น โดยการสร้างตราสินค้าของท้องถิ่นให้แข็งแกร่ง ชัดเจน และแตกต่าง เน้นภาพลักษณ์เชิงคุณค่าของท้องถิ่นด้วยเอกลักษณ์ และการสร้างความประทับใจผ่านประสบการณ์ที่น่าจดจำ และให้ความสำคัญกับการกระจายการเดินทางทั้งในเชิงพื้นที่ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง อีกทั้งให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่า ทางการตลาดควบคู่กับการนำเสนอ คุณค่า ทางจิตใจ แก่นักท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว และคุณค่าทางการท่องเที่ยวที่ดีแก่ชุมชน นอกจากนี้ยังควรส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคสินค้าการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ของไทยให้เกิดมูลค่า (Value Oriented) ในสินค้าและบริการที่สามารถเข้าถึงจิตใจและสร้างประสบการณ์ร่วมแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง



อภิปรายผล

1. ด้านปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

1.1 ปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในด้านต่าง ๆ พบว่าในส่วนของปัญหาด้านทรัพยากรที่ลดน้อยลงตามอุปสงค์ (demand) ของการบริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการทรัพยากรด้านอาหารลดลง โดยเฉพาะทรัพยากรสัตว์น้ำประเภทต่าง ๆ ยกเว้นในเขตอุตสาหกรรมที่ไม่เกิดปัญหาดังกล่าวเนื่องจากไม่ลักษณะพื้นที่ที่ทำการเกษตรและ ปศุสัตว์ ซึ่งการลดลงของทรัพยากรนี้แสดงให้เห็นถึงระบบการจัดการที่ยังไม่ใช้แนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตามที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554) ได้กำหนดหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ตั้งแต่ พ.ศ. 2531 ว่า ลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น ได้รับการคาดหมายให้นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งมวลด้วยวิถีทางที่ตอบสนองต่อความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียะ ในขณะเดียวกันก็คงไว้ซึ่งบูรณาภาพทางวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่เอื้อต่อชีวิต เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.2 ปัญหาด้านการบริการทางการท่องเที่ยวผลการค้นพบแยกเป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น อัมพวา จะมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ครบวงจร มีรถโดยสารที่เข้าถึงได้ง่าย แต่มีความแออัดของแหล่งท่องเที่ยว และเกิดขยะมูลฝอยจำนวนมาก อีกทั้งยังมีการจัดการด้านขยะมูลฝอยที่ตีตื้นเพียงพอ และ พบปัญหาการรบกวนวิถีของชุมชนในชุมชน เช่นการส่งเสียงดังเมื่อนั่งเรือชมทิวทัศน์ในเวลากลางคืน หรือการเปิดร้านอาหารกึ่งผับในย่านตลาดน้ำ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ภาคีรัฐควรส่งเสริมด้านแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการส่งเสริมการตลาดการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวาในวันธรรมดา และทำการตลาดที่เชื่อมโยงตลาดน้ำอัมพวาสู่ตลาดอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อลดจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากเกินไปจนเกิดความแออัดในตลาดน้ำอัมพวาที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากแล้ว ในขณะที่ประเด็นกลับกัน คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ติดตลาด หรือยังไม่ได้รับความนิยม มีความเงียบเหงา ร้านรวงต่าง ๆ เปิดให้บริการน้อย ส่งผลให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างลำบาก เนื่องจากเมื่อไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ผู้ให้บริการจึงไม่มาลงทุนหรือให้บริการตรงจุดนี้ อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอาหารมักอยู่ในพื้นที่ที่เดินทางได้ลำบาก เช่น อยู่ในเรือสวนต่าง ๆ นักท่องเที่ยวโดยส่วนมากจึงนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัว

1.3 ปัญหาด้านการตลาดในทุกๆ พื้นที่ที่ศึกษาพบได้ตรงกันคือ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ตีตื้นเพียงพอกับทั้งส่วนของการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐและในตัวนักท่องเที่ยวเองซึ่งทำให้เกิดการขาดโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าถึงได้มากขึ้น

1.4 ปัญหาด้าน อื่น ๆ ที่เหมือนกันในทุกเขต คือ ลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหารและบรรจุภัณฑ์ยังไม่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากเท่าที่ควรจะเป็น กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ สามารถซื้อหาได้ทั่วไป ไม่จำเป็นต้องไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นต้นตำรับหรือมีความเฉพาะทาง สอดคล้องกับงานวิจัยของรจนา จันทรา และภาณุ ศิริพงศ์ไพโรจน์ (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การนำเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อประยุกต์ใช้กับบรรจุภัณฑ์เซรามิกสำหรับบรรจุขนมหวานไทย โดยผู้วิจัยได้อธิบายว่า โดยทั่วไปภาชนะใส่ขนมหวานที่มีอยู่ตามร้านค้า ร้านขายอาหารโรงแรมที่พัก และตามร้านของที่ระลึกที่มีอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจุบันมีมากมายหลายชนิด เช่น ภาชนะที่เป็นภาชนะโฟม เป็นถ้วยที่ผลิตจากพลาสติก และใส่ถุงพลาสติก ซึ่งทั้งหมดนับว่า วัสดุที่ใช้ในการผลิตภาชนะทั้งหลายถือเป็นวัสดุที่ก่อให้เกิดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งยังเป็นวัสดุที่ย่อยสลายตามธรรมชาติได้ยากส่งผลให้เกิดขยะในชุมชนเมืองต่าง ๆ ซึ่งนอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของฝากที่ระลึกต่าง ๆ ที่มีอยู่ไม่สามารถที่จะสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอยุธยาได้

2. ด้านแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย

แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตลุ่มน้ำภาคกลางโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยของเขตกลุ่มแม่น้ำภาคกลางควรเป็นเช่นไร ข้อค้นพบที่ได้คือ เขตจังหวัด

ที่ศึกษาในทุกเขตมีศักยภาพ ความพร้อมด้านวัฒนธรรมอาหารในท้องถิ่น มีความต้องการในการจัดบริการการท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันในทุกเขตมีจุดขายด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว ซึ่งอาจมีมากน้อยต่างกันตามสภาพภูมิประเทศ และความเข้มแข็งของชุมชน หน่วยงานภาครัฐท้องถิ่น ดังนั้น แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงควรสร้าง ความร่วมมือของผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกฝ่ายให้จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ไปในทิศทางเดียวกัน และต้องสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้นที่ต่างไปจากเดิม เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้ความแตกต่างเป็นตัวขับเคลื่อนกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง สิ่งที่ชุมชนคุ้นเคยและไม่คิดว่าจะมีคนอยากดู อาจเป็นสิ่งที่ผู้คนสนใจอยากดูและอยากเรียนรู้ ทั้งในเหตุผลด้านความสนุกในการทดลองทำ เหตุผลด้านการต้องการเสริมสร้างความรู้ หรือเหตุผลอื่น ๆ ที่เป็นจุดขับเคลื่อน เช่น การชมการทำนาเกลือและทดลองทำ การขี่ควายในท้องนา การปลูกข้าว การยาโคลน การนั่งรถอีแต่น การทำน้ำตาลมะพร้าว การพักผ่อนในบรรยากาศที่แตกต่างจากบ้านของตน ล้วนเป็นประสบการณ์ใหม่ที่ชวนให้ผู้คนมาสัมผัส สอดคล้องกับงานวิจัยของ เรื่อง *Gastronomic in the periphery : Food and cuisine as tourism attractions on the top of Europe* (Haukeland & Jacobsen, 2009) พบว่าในประเทศนอร์เวย์ มีอาหารท้องถิ่นอยู่มากมาย อาหารท้องถิ่นเป็นสัญลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้น ๆ นักท่องเที่ยวจะรับประทานอาหารท้องถิ่นที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบใหม่คือการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ในอาหารท้องถิ่นจนกลายเป็นความนิยมของนักท่องเที่ยวเรื่อยมา นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ว่า *Culinary Tourist* ซึ่งมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และได้ประสบการณ์โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นเครื่องมือในการจัดการการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม เมื่อได้ชื่อว่าเป็นการจัดการท่องเที่ยว สิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนา คือ สุขอนามัยและความสะอาด ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการจัดการรับรองอย่างหยาบ เพราะนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต แต่หากชุมชนต้องการจัดการท่องเที่ยว ก็จำเป็นต้องเอาใจใส่เรื่องความสะอาดของสภาพแวดล้อมและสุขอนามัยต่าง ๆ ในการทำอาหารและภาชนะที่ใช้ใส่อาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างชาติต้องการความปลอดภัยจากอาหารที่บริโภคด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ อิริค และ เนอร์ (Cohen & Avieli, 2004) ได้ศึกษาพบว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีวัฒนธรรมการรับประทานอาหารและปรุงอาหารที่แตกต่างจากชาติตะวันตกอาหารท้องถิ่นในประเทศที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวมันเป็นเรื่องที่ดึงดูดใจ ในขณะเดียวกันก็เป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวด้วย เช่น อาหารรถเข็นในประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวลังเลที่จะรับประทานถึงแม้ว่าอาหารเหล่านั้นจะน่าลงชิมก็ตาม อุปสรรคของการรับประทานอาหารท้องถิ่นอีกประการหนึ่งคือ สุขลักษณะของน้ำที่บริโภค และใช้ล้าง ภาชนะที่ใส่อาหารให้ปลอดภัยจากเชื้อโรค เพื่อป้องกันการท้องเสีย นอกจากนี้อุปสรรคของวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของชาวตะวันตกเองก็ยิ่งแตกต่างจากชาวตะวันออก เช่น การไม่ใช้มือหยิบอาหารรับประทาน ไม่รับประทานอาหารร่วมสำรับกับผู้อื่น นอกจากนี้ ยังมีอุปสรรคด้านการสื่อสาร เพราะนักท่องเที่ยวไม่ค่อยคุ้นเคยกับเครื่องปรุงที่ใช้ประกอบอาหาร และรายการอาหารก็ไม่ใช่ที่คุ้นเคย ทั้งยังขาดความรู้ความสามารถในการสื่อสารกับเจ้าบ้าน กลัวการหลอกลวง ไม่เข้าใจคำอธิบายของผู้ให้บริการ ก่อให้เกิดความยุ่งยากทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ แต่มีบางจังหวัดในประเทศไทยที่ปรับปรุงรสชาติอาหารท้องถิ่นเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวที่เป็นคนรุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจทานอาหารท้องถิ่นมากขึ้น อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งจะสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมผ่านการลองชิมอาหารหรือรับประทานอาหารท้องถิ่นในที่ต้นเดินทางไปท่องเที่ยว จากลักษณะการนำเสนอในการจัดจานอาหาร สีสันของอาหาร การแสดงการประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าไม่มีวัตถุดิบหรือเครื่องปรุงที่ต้องห้ามหรือเกิดอันตราย

นอกจากนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยยังสามารถใช้คุณค่าทางโภชนาการของอาหารเพื่อเป็นจุดดึงดูดและส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมบริโภคทั้งในประเทศไทยและต่างชาติได้ให้ความสนใจในด้านสุขภาพและการดูแลสุขภาพในแง่ของการส่งเสริมและป้องกันก่อนที่จะเจ็บป่วย และให้น้ำหนักของการดูแลสุขภาพ

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์บุรีรัมย์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2561

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรมีการสนับสนุนนอกแบบบรรจุก้นที่เป็นเอกลักษณ์ และควรออกแบบผลิตภัณฑ์อาหารชนิดใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์จากวัตถุดิบในท้องถิ่น

1.2 หน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารไทยเพื่อสนับสนุนกลุ่มธุรกิจการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ หรือกลุ่มธุรกิจ MICE

1.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรพัฒนาหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านอาหารและการท่องเที่ยวโดยตรงเนื่องจากในปัจจุบันหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักๆ มีหลายส่วนและแยกหน้าที่จากกัน เช่น หน่วยงานสาธารณสุขจังหวัดเทศบาลจังหวัด เกษตรจังหวัด ซึ่งควรจะมีหน่วยงานที่ทำการประสานข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับด้านอาหารที่สนับสนุนภาคการท่องเที่ยวเพื่อให้ทั้งข้อมูลและจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ให้เข้มแข็งขึ้น

1.4 หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริการให้แก่ชุมชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ชุมชนสามารถเข้าใจถึงหลักการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.5 ควรใช้คุณค่าของอาหารไทยเพื่อจุดใจให้เกิดการรับประทานหรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยการทำอาหารไทยเพื่อสุขภาพ เนื่องจากในปัจจุบันแนวคิดในการรักษาสุขภาพกำลังเป็นที่นิยม เช่น การรับประทานอาหาร คลีน (clean food) ซึ่งมักมีแต่เมนูอาหารต่างชาติเป็นหลัก โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรที่จะศึกษาคุณค่าและประโยชน์ของอาหารไทยแต่ละประเภท โดยให้มีหลักฐานอ้างอิงได้ เพื่อพ่อครัวแม่ครัวจะได้สามารถนำวัตถุดิบของไทยไปใช้ปรุงอาหารและสามารถระบุคุณค่าและสรรพคุณของอาหารจานนั้นๆ ได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 รูปแบบการจัดการอาหารไทยเพื่อการจัดกิจกรรมการประชุมสัมมนา (MICE)

2.2 แนวทางการพัฒนาระบบการตลาดและการประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2.3 การพัฒนารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อาหารไทยและบรรจุก้นของท้องถิ่นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

2.4 รูปแบบอาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

รายการอ้างอิง

มณีวรรณ ผิวนิม และปรารถนา จันทุพันธ์. (2549). พัฒนาการและผลกระทบของการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ.

รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 1, 172-173.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2554). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวยั่งยืน. สืบค้น 9 กุมภาพันธ์ 2554, จาก

<http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/Cgibin/ARTICLE/eco2sustainable/content13.html>

รจนา จันทรสา และภาณุ ศิริพงศ์ไพโรจน์. (2552). การนำเอกลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อประยุกต์ใช้กับบรรจุก้นที่เชรามิกส์สำหรับบรรจุขนมหวานไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยและพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

รัฐบาลไทย. การท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มเติบโตที่ดี. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2554 จาก

<http://media.thaigov.go.th/pageconfig/viewcontent/viewcontent1.asp?pageid=471&directory=1779&contents=46257>



สมศรี เจริญเกียรติกุล อดีตดา บุญประเดิม , วัชรวิ ดิษยบุตร , มณฑนา รามรักษ์ และ เย็นใจ จิตตะฐาน, (2545). *คุณค่าอาหารไทย เพื่อสุขภาพ*. สืบค้น 7 พฤศจิกายน 2560, จาก [http:// thaifoodtoworld.com/home/researchdetail.php?research_id=40](http://thaifoodtoworld.com/home/researchdetail.php?research_id=40)

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

Haukeland, J., V. & Jacobsen, J.,K. (2009). *Gastronomic in the Periphery: Food and cuisine as tourism attractions on the top of Europe* (Research report). s.l: s.n.

MGR Online. (2010). *VISA said the most powerful thing that attracts tourists is "Thai food"*. Retrieved April 11, 2011, from <http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000159579>

Wolf, E. (2002). Culinary Tourism. A Tasty Economic proposition. *International Culinary Tourism Force*.