รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

สุญาพร ส้อตระกูล

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2566

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

สุญาพร ส้อตระกูล

ดุษฎีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

สุญาพร ส้อตระกูล

ดุษฎีนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

พิจารณาเห็นชอบโดย **อาจารย์ที่ปรึกษา**

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก .....
(อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....
(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....
(อาจารย์ ดร.ปานแพร เชาวน์ประยูร อุดมรักษาทรัพย์)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร .....
(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว .....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)
รองอธิการบดี
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. .....

ชื่อเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง
ชื่อผู้เขียน นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล
ชื่อปริญญา ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 2) วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น 3) วิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และ4) สร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง งานวิจัยนี้เป็นการใช้วิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 400 คน จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวนทั้งหมด 29 คน และการสนทนากลุ่มย่อยในการระดมความคิดเห็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบด้วยตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหาร นักวิชาการ และตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ในแต่ละประเด็นและสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัยนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนา

บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง พบว่า อาหารประจำถิ่นของตรังมี 3 ประเภท ได้แก่ มนูอาหารประเภท ไทย – จีน ไทยพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเลชายฝั่ง ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตรังได้รับขนานานามว่า “คนตรังกินกัน 9 มื้อ” ความเป็นเอกลักษณ์ของการย่างหมูโดยใช้หลุมเตา มีความโดดเด่นในด้านรสชาติมีเอกลักษณ์ความเผ็ดร้อน และรสชาติที่เข้มข้นของอาหาร รวมถึงเมนูที่โดดเด่น คือ แกงไก่ตายายเป็นอาหารสืบทอดผสมผสาน 3 วัฒนธรรม ของชาวจีน ชาวไทยพุทธ และ อิสลามเข้าไว้ด้วยกัน ส่วนด้านคุณภาพอาหาร ร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานความปลอดภัยอาหาร ป้ายอาหารสะอาด และป้ายมาตฐานท่องเที่ยวปลอดภัย ส่วนความคุ้มค่าอาหารเชิงคุณภาพในการการถ่ายทอดภูมิปัญญา การทำอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ ดั้งเดิมจากรุ่นสู่รุ่นได้

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.25 อายุ ระหว่าง 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว

นิยมรับประทานกับกลุ่มเพื่อน ประมาณ 4-5 คน ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังโดยภาพรวมอยู่ในระดับมีศักยภาพมาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) เมื่อพิจารณาศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น การดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นมีศักยภาพอยู่ในระดับมากตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์ และส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรังมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตาม การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างการบริการห้องน้ำที่สะอาดปลอดภัย และมีเพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการร้านอาหารถือว่ามีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุด

ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นโดยรวม อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการมีความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวในการหลีกหนีความจำเจทำให้ได้รับประสบการณ์ที่ดีในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังที่สร้างความแตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคย ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ ในกิจกรรมการอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้าน การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหาร การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น และความต้องการประสบการณ์การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรัง ความต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความสนุกสนานในเข้าร่วมกิจกรรมเทศกาลงานอาหาร การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่น และการชมการแสดงในงานเทศกาล และความต้องการประสบการณ์ในด้านความสุนทรียะในกิจกรรมการทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล กิจกรรมการใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน และกิจกรรมที่ได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียง เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย ปูม้านึ่ง เป็นต้น อีกทั้งกิจกรรมการใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น และกิจกรรมการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ การปรุง และการรับประทาน ตามลำดับ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นเพื่อให้เกิดความอย่างยั่งยืนโดยใช้รูปแบบการจัดการต้นน้ำในการพัฒนาโครงสร้างขั้นพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอาหาร การจัดการกลางน้ำในการยกระดับคุณภาพชีวิตของบุคลากรเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารรวมถึงคนในท้องถิ่น และการจัดการปลายน้ำในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวผ่านประสบการณ์จากกิจกรรมการ

ท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่มีเล็งเห็นความสำคัญทางด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม การรองรับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อทานอาหารท้องถิ่นที่เชื่อมโยงประสอบการที่ได้รับจากกิจกรรมทั้งทางด้านความสนุกสนาน ความรู้ ความมีสุนทรียะและการหลีกหนีความจำเจจากการใช้ชีวิตประจำวันที่ซ้ำ ๆ ในทุกวันได้ เพื่อให้จังหวัดตรังเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมยั่งยืน

คำสำคัญ : รูปแบบการจัดการ, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, อาหารประจำถิ่น, ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Title MANAGEMENT MODEL FOR LOCAL FOOD TOURISM IN TRANG

Author Miss Suyaporn Sortrakul

Degree Doctor of Philosophy in Tourism Development

Advisory Committee Chairperson Dr. Monsicha Inthajak

ABSTRACT

The local cuisine background of Trang Provinces that there are three types of local cuisine in Zhuang: Thai China, southern Thailand, and coastal seafood. The uniqueness of Trang is known as "Trang people eating 9 meals" The unique taste, spiciness, and rich flavor of the dish. The specialty dish on the menu is chicken curry. The Three Major Cultures of China, Thailand, Buddhism, and Islam Most local restaurants have passed certification for food safety standards, clean food labels, and safe travel labels. As for the value of high-quality food that inherits wisdom, it can be passed down from generation to generation.

The potential of local food tourism in Trang Province has been discovered, with 63.25% of women aged between 21 and 40, accounting for Most of them are self-employed. They enjoy dining with 4-5 friends. The overall potential of local food tourism in Trang is very high (average 4.00). Considering the potential of local food tourism management and the attractiveness of local food tourism There is great potential for supporting local food tourism, especially the unique cuisine of Dongli Prefecture. The cultural value of Trang. otherwise some facilities such as private car rental services, clean and safe toilets in restaurant are the lowest average of the potential for local food tourism in Trang

The overall demand for local cuisine experience is high (average 4.04) Most customers hope to have a travel experience to avoid monotony and gain a good experience in food tourism activities. The locals recognize the cultural and religious diversity of the Trangarea, as well as the culinary tourism activities that are

different from those familiar with food. Knowledge and experience are required to create simple local menus during training activities for self-consumption at home. Attend cooking seminars and short-term local cooking courses and experience the need for local cooking with renowned chefs from TrangProvince. Experience the need for fun during festivals, food festivals, competitions, or local cooking competitions and watch performances during festivals. Thailand Food Tour Chinese and Southern cuisine and seafood. Start by searching for ingredients and cooking Southern cuisine together with rural lifestyles. Cooking, dining and activities, such as roast pork, Dim sum, deep-fried dough sticks, roti, grandparent curry Steamed crabs, etc. The Muslim lifestyle on the island and local seafood cooking. And activities to live with the old urban community in Trang cuisine, starting with selecting ingredients, cooking, and eating.

Local food tourism management to achieve sustainability by using upstream management model to develop food tourism infrastructure. Midstream management to improve the quality of life of personnel involves food tourism, including local people. and downstream management as a tourism destination through experiences from local food tourism activities that foresee the importance of cultural values. Catering to a specific group of tourists who come to eat local food that is linked to the 4 specific groups in the experience activities. From the aspects of entertainment, Education, esthetic and Escapist, daily repetition for a suitable and sustainable tourism destination at Trang province

Keywords : management model, gastronomy tourism, local foods, food tourism experience

กิตติกรรมประกาศ

ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาดียิ่งของประธานกรรมการที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา การสนับสนุน ดูแลเอาใจใส่ ทุ่มเทเวลาในการให้คำแนะนำเป็นที่ปรึกษาและให้กำลังใจอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ความสำเร็จของดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ยังเกิดจากความอนุเคราะห์ของคณะกรรมที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช และ อาจารย์ ดร.ปานแพร เชาวน์ประยูร อุดมรักษาทรัพย์ ที่ได้ให้ข้อคิด ให้คำแนะนำชี้แนะเป็นอย่างดีเพื่อปรับปรุงและพัฒนาดุษฎีนิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและกราบขอบพระคุณอาจารย์เป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยา ส้มจันทร์ ประธานกรรมการในการสอบป้องกันดุษฎีนิพนธ์ และ อาจารย์ ดร.ยุทธการ ไวยอาภา ที่ให้ความเมตตา แนะนำ ให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงดุษฎีนิพนธ์ให้มีคุณภาพและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่านที่ให้ความรู้ด้านวิชาการ รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะพัฒนาการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย เจ้าหน้าที่หอสมุดทุกท่านที่ให้คำชี้แนะ ตรวจเช็คเอกสารและอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานด้านเอกสารเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และที่ขาดไม่ได้ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยที่ให้การสนับสนุนทุนการศึกษาภายใต้โครงการพัฒนาอาจารย์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ขอขอบพระคุณ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ประธานสมาคมฯ ชมรมฯ ท่องเที่ยวและโรงแรม นักวิชาการ ปราชญ์อาหาร ผู้ประกอบการร้านอาหาร มัคคุเทศก์ ที่เอื้อเฟื้อข้อมูล เสียสละเวลา และต้อนรับเป็นอย่างดี พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูล ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้ดุษฎีนิพนธ์เล่มนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณรุ่นพี่ รุ่นน้องเพื่อนร่วมคณะพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงคนสนิทใกล้ชิดกัลยาณมิตรทุกท่านที่คอยเป็นห่วง มีความหวังดี ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยมาตลอด ทำให้มีความตั้งใจมุมานะ มีความเข้มแข็ง อดทนในการทำดุษฎีนิพนธ์

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณและขอน้อมรำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา และสมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้อบรมสั่งสอนจนได้ดี และให้การสนับสนุนวางแผนการศึกษา ให้ความรัก ความห่วงใยเสมอมา ตลอดจนเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้ชีวิต

สุญาพร ส้อตระกูล

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ฉ
กิตติกรรมประกาศ ..... ซ
สารบัญ ..... ฌ
สารบัญตาราง ..... ฏ
สารบัญภาพ ..... ฑ
บทที่ 1 บทนำ 1
ปัญหาในการวิจัย 3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย 5
ประโยชน์ที่ได้รับ 6
ขอบเขตของการวิจัย 7
นิยามศัพท์ทั่วไป 8
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ 9
บทที่ 2 การตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 11
แนวคิดที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย 11
แนวคิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว 11
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 32
แนวคิดเศรษฐกิจที่ถูกผลักดันด้วยประสบการณ์ 57
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 74
การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการวิจัย 82
กรอบแนวคิดในการวิจัย 86

บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย 87
สถานที่ดำเนินการวิจัย 87
วิธีการศึกษาและขั้นตอนการศึกษา 87
วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 88
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และ วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 91
วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 97
บทที่ 4 ผลการวิจัย 103
ตอนที่ 1 บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 103
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ของจังหวัดตรัง 115
ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ของจังหวัดตรัง 131
ตอนที่ 4 สร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 140
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ 148
สรุปผลการวิจัย 149
อภิปรายผล 161
ข้อเสนอแนะ 166
บรรณานุกรม 169
ภาคผนวก 180
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม 181
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ 195
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย 200
ภาคผนวก ง การสนทนากลุ่ม (focus group) 207

ภาคผนวก จ ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ 218
ภาคผนวก ฉ ผลทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ 228
ภาคผนวก ช รายชื่อร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 234
ประวัติผู้วิจัย 237

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 การสรุปแนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 31

ตารางที่ 2 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 35

ตารางที่ 3 ความแตกต่างทางเศรษฐกิจ 65

ตารางที่ 4 หลักการ 5A – 5S – 5E หลักการสำคัญพื้นฐานในการบริหารจัดการท่องเที่ยว 66

ตารางที่ 5 ตารางสรุปการใช้แนวคิดประสบการณ์ 74

ตารางที่ 6 ตารางสรุปกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บข้อมูลวิจัย 89

ตารางที่ 7 ตารางการออกแบบการวิจัย 99

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นจังหวัดตรัง 117

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 121

ตารางที่ 10 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นด้านการดึงดูดใจในคุณค่าทางศิลปวัฒธรรม การเข้าถึง ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 123

ตารางที่ 11 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น 127

ตารางที่ 12 ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น 129

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 132

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านความสนุกสนาน 133

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นด้านความรู้ / การเรียนรู้ 135

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านความสุนทรียะ..... 137

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านการหลีกหนีความจำเจ 139

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอาหาร 39

ภาพที่ 2 Four realm of experience economy..... 68

ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย..... 86

ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย 86

ภาพที่ 5 แผนที่ภาพอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง..... 114

ภาพที่ 6 การจัดการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น... 145

ภาพที่ 7 รูปแบบการจัดการการท่อเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง..... 147

ภาพที่ 8 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น..... 161

บทที่ 1
บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal: SDGs) ด้วยหลักการพื้นฐานความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างสำเร็จนั้นมีปัจจัยพื้นฐานในการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมประเพณีและวิถีชีวิต การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น การให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว การเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากร และวิถีชีวิต ผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อบูรณาการสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ (World Tourism Organization [UNWTO], 2005; ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน, 2565; สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ, 2560) ดังนั้นทิศทางการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการกำหนดและวางแผนอนาคตการท่องเที่ยวไทย

ประเทศไทยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นทิศทางการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน เห็นได้จากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564 เพื่อใช้เป็นกรอบในการพัฒนาสินค้าและบริการ การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) สอดคล้องตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560 – 2564 เพื่อใช้ในการวางแผนและดำเนินการการพัฒนาอย่างยั่งยืนในการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยยึดหลัก มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ซึ่งแผนพัฒนาฉบับนี้ได้มีหลักแนวคิดที่ยึดคนเป็นศูนย์กลาง มีการพัฒนาที่สมดุล ยั่งยืน โดยมีทิศทางการเปลี่ยนประเทศไทยจากการติดกับดักรายได้ปานกลางสู่ประเทศรายได้สูง (นพรัตน์ ทรงสายชลชัย และคณะ, 2565; สุพจน์ ชุณหโชติอนันต์ และธิตา อ่อนอินทร, 2560) อย่างไรก็ดี อัตราส่วนจากรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองเพิ่มขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด19 ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2564 มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 24.91 ซึ่งมากกว่าปี 2563 อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการกระจายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น จากสถานการณ์นี้ถือเป็นจุดเปลี่ยนในการปรับตัวของภาคการท่องเที่ยว รวมถึงภาครัฐและเอกชนได้มีมาตรการสนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับการยอมรับเป็นหนึ่งในพลวัตรการท่องเที่ยว ที่มีการสร้างสรรค์มากที่สุด (Nurhidayati Sri Endah, 2015) การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาทสำคัญในการ สร้างความแตกต่างของการท่องเที่ยว รวมถึงแรงจูงใจในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยวและจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อเป็นจุดหมาปลายทางของนักท่องเที่ยวที่กลับมาใช้ซ้ำ (UNWTO, 2005)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีระดับความสำคัญการให้ความสนใจอาหารในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เริ่มจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Rural Tourism) เป็นการมองอาหารในภาพรวมทั่วไปในการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมื้ออาหารนั้น ๆ การท่องเที่ยวอาหารหรือการทำอาหาร (Culinary Tourism) เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทานอาหารประจำท้องถิ่นเนื่องจากอาหารมีความแปลก หรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การรับประทานอาหารที่มีชื่อเสียงหรืออาหารแนะนำจากคนในท้องถิ่น ส่วนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นลักษณะการเดินทางโดยมีจุดหมายปลายทางเป็นอาหารและเครื่องดื่มเป็นกิจกรรมหลัก ๆ และรับประทานอาหารท้องถิ่น เช่น การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อที่จะรับประทานต้มยำกุ้ง หรือต้องการเดินทางไปประเทศเกาหลีเพื่อที่จะรับประทานกิมจิ เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gourmet Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูงหรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง การเดินทางหลักเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ๆ ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้น ๆ การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหาร พื้นเมือง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในระดับความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ สำหรับประเทศไทยพฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังคงอยู่ในระดับ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Hall and Mitchell, 2005) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการเดินทางเพื่อรับประทานอาหารและแรงจูงใจในการเดินทางคำนึงถึง 3 ด้าน ได้แก่ อาหารในแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในการทำอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะวิทยาการอาหาร โดยที่อาหารทำให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เลือกการบริโภคอาหารท้องถิ่นเป็นยังจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือการเดินทางซึ่งมีอาหารเป็นปัจจัยจูงใจหรือขับเคลื่อนให้ไปถึงจุดหมายปลายทาง ส่วนอาหารท้องถิ่นเป็นเหตุผลหลักในการเดินทาง

การท่องเที่ยวในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงกิจกรรมหลักตั้งแต่ กระบวนการผลิต การสำรวจ การเรียนรู้ และความเพลิดเพลินกับอาหารท้องถิ่น (Nurhidayati Sri Endah, 2015) เพราะฉะนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเกิดห่วงโซ่รวมทุกภาคส่วนของอาหารและการท่องเที่ยวตั้งแต่ต้นน้ำที่มีผู้ผลิต (ภาคการเกษตร, การแปรรูป (โรงคั่วกาแฟ แปรรูปอาหารทะเล) กลางน้ำที่เป็นการค้า (การตลาด การขายผลิตภัณฑ์) และปลายน้ำ และผู้บริโภค

ภาคการท่องเที่ยว การบริการ การต้อนรับและทักษะความรู้ (ร้านอาหาร, ที่พัก, บริษัท กิจกรรมการกิน, ฯลฯ) โมเดลการสร้างพื้นที่ท่องเที่ยวด้านอาหารที่ประสบความสำเร็จมีอยู่ในประเทศแถบยุโรปที่มีการเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ กับอาหารถิ่นที่ผ่านการร้อยเรียงเลื่องลือที่ทำให้นักท่องเที่ยวตามไปชิมถึงพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นโอกาสอย่างหนึ่งในการการสร้างความแตกต่างของจุดหมายปลายทาง อีกทั้งเป็นกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก สร้างความเข้มแข็งในชุมชน สังคม และวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน (Yilmaz and Aktaş, 2015; ศุภวรรณ หมั่นดี, 2558) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศกำลังพัฒนาประสบความสำเร็จในการยกระดับอาหารท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเช่นกัน

การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันได้มีแผนการส่งเสริมสร้างมาตรฐานในด้านการพัฒนาสินค้าและกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2561) โดยเฉพาะจังหวัดตรังหนึ่งในเมืองยุทธจักรแห่งความอร่อยมีเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักเรื่องอาหาร เนื่องจากจุดเด่นที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความหลากหลายทางพหุสังคมที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน คนไทยใต้ และคนมุสลิมวิถีชีวิตและยังคงใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ด้วยเหตุนี้ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารตรังเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวทางเลือกทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสม และเป็นประโยชน์ในการพัฒนาท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว, 2559) แก้ปัญหาด้านการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่ดีขึ้น และปัญหาความยากจนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างยั่งยืน (Yilmaz and Aktaş, 2015; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560; ศุภวรรณ หมั่นดี, 2558; สุประภา สมนักพงษ์, 2560)

ปัญหาในการวิจัย

ภาคใต้ที่มีการพึงพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหลักและสามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจได้อย่างดี จากปี พ.ศ. 2558 กลุ่มจังหวัดทางภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 4 แสนกว่าล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 74 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดของภาคใต้ รองลงมาคือกลุ่มจังหวัดทางภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และกลุ่มจังหวัดทางภาคใต้ชายแดน ตามลำดับ (กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน, 2559) อย่างไรก็ตามรายได้จากการท่องเที่ยวไม่ได้การแก้ปัญหาด้านการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ ไม่ได้แก้ไขกับดักรายได้ปานกลางที่เป็นนโยบายประเทศและไม่ได้แก้ไขปัญหาความยากจนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างยั่งยืน เพราะรายได้จากการท่องเที่ยวกระจุกตัวอยู่ในเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักของภาคใต้ ส่งผลต่อความเหลื่อมล้ำทางสังคม ขาดความสมดุลของ

การสร้างรายได้กับการรักษาความสวยงามและความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ดังนั้น การพัฒนาฐานทรัพยากรท้องถิ่นเป็นที่เป็นเอกลักษณ์และมีความสมบูรณ์ในแหล่งท่องเที่ยวควรขับเคลื่อนและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเมืองรองให้เกิดเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงกระแสการท่องเที่ยวโลก และการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางแบบส่วนตัว ต้องการได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ และต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวให้นานมากยิ่งขึ้น

ตรัง เป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ที่มีสมญานามว่า “เมืองยุทธจักรแห่งความอร่อย” เป็นหนึ่งใน 12 เมืองอัญมณีที่ต้องห้ามพลาด เป็นจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางภาคใต้ที่เป็นเมืองท่าเมืองค้าขายที่โด่งดังในอดีต ภูมิศาสตร์ของพื้นที่จังหวัดตรังมีทั้งพื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ราบเนินเขา และติดอยู่พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน วิถีชีวิตส่วนใหญ่ประกอบอาชีพสวนยางพารา ปาล์มน้ำมัน การค้าขายส่งออก และทำการประมง สภาพสังคมที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ เชื้อชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ได้แก่ คนไทย-จีน คนไทยมุสลิม คนไทยพื้นถิ่น คนพื้นเมืองในพื้นที่ป่าถือเป็นเมืองพหุสังคม เมืองมรดกวัฒนธรรมอาหาร วิถีการรับประทานหมูย่างกับกาแฟ จังหวัดตรังมีหมูย่างตรังและพริกไทยปะเหลียนเป็นสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (ตรังโซนดอทคอม, 2551) และเป็นเมืองมรดกประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ได้แก่ เทศกาลอาหารประจำปี เทศกาลขนมเค้กและหมู่ย่าง เทศกาลกินเจ ประเพณีสารทเดือนสิบ ประเพณีไหว้พระจันทร์ และเทศกาลอนุรักษ์หอยตะเภา จึงเห็นได้ว่าอาหารท้องถิ่นของจังหวัดตรังหลอมรวมมาจากความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่ยังคงมีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ดังนั้นอาหารท้องถิ่นเป็นทิศทางขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ในการสืบทอดภูมิปัญญาอาหาร เล็งเห็นคุณค่าของอาหารท้องถิ่น และส่งเสริม สร้างมูลค่าเศรษฐกิจปลายทาง กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคมและ และความเจริญก้าวหน้าของสังคม สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางสังคมของโรเบิร์ท แพทนัม ที่กล่าวว่าทุนทางสังคมเป็นการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การร่วมมือกันทางสังคม ซึ่งจะส่งเสริมช่วยในการเชื่อมโยงผู้คนเข้าหากัน ช่วยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เพื่อให้การทำงานหรือการพัฒนาสังคมมีประสิทธิภาพ ผ่านการสร้างเครือข่ายทางสังคม (ชนาธิป ศรีโท และคณะ, 2563; ไมตรี อินเตรียะ, 2560) อีกทั้งยังส่งเสริมในการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวตรังที่เป็นเพียงแค่เมืองทางผ่านที่ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่อรายได้ภาคการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังอย่างชัดเจน จากข้อมูลการใช้ห้องพักในจังหวัดตรัง ลดลงทุกปีซึ่งในปี พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวเข้าพักลดลง ถึงร้อยละ 5.32 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) รวมถึงขาดการเชื่อมโยงความเป็นเอกลักษณ์ด้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมอาหารทั้งจังหวัด และการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังไม่รูปธรรมชัดเจน เพราะฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหนึ่งในพลวัตรการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญของตลาดปลายทาง

เกิดแรงจูงใจในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว การได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ เกิดความประทับใจทำให้เป็นจุดหมาปลายทางของนักท่องเที่ยวที่กลับมาใช้ซ้ำได้

บริบททางสังคมจังหวัดตรังที่มีความหลากหลายเชื้อชาติ ศาสนาและการมีวิถีชีวิตของกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน กลุ่มคนไทยท้องถิ่นใต้ กลุ่มคนอิสลามที่ใช้ชีวิตแตกต่างกันซึ่งเป็นบ่อเกิดของอาหารประจำถิ่นตรัง อย่างไรก็ตามกลับพบว่าอาหารที่เป็นที่รู้จักเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตรัง และเป็นที่รู้จักในสายตาของนักท่องเที่ยวเป็นเมนูหมูย่างและติ่มซำ นอกจากหมูย่างก็ยังมีอาหารพื้นถิ่นอื่นที่มีความสำคัญมีคุณค่าต่อคนในท้องถิ่น อีกทั้งอาหารในจังหวัดตรังขาดการเชื่อมโยงทางความหลากหลายของอาหารประจำถิ่นที่สะท้อนความเอกลักษณ์และเป็นอาหารที่หารับประทานได้เฉพาะพื้นที่จังหวัดตรัง (จตุรงค์ บุญขันธ์ และคณะ, 2562; พลอยชมพู วัฒนจิโรจน์กุล และคณะ, 2562)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารตรังที่ไม่ได้รับการส่งเสริมและการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอาจทำให้เมนูอาหารบางอย่างถูกลบเลือนและหายไปได้ ดังนั้นบริบทพื้นฐานด้านอาหาร ศักยภาพความพร้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในทางที่ดีและทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวให้เป็นจุดหมายปลายก่อให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสม และบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ด้วยเหตุนี้ จึงเห็นถึงความสำคัญของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และเป็นเหตุให้ทำการศึกษาบริบทอาหารของจังหวัดตรัง ความพร้อมความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างไร ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังมีระดับมากน้อยเพียงใด และก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังที่เหมาะสมอย่างไร เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนและการพัฒนามิติเศรษฐกิจ สร้างอาชีพ กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มิติสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี มิติวัฒนธรรม อนุรักษ์วัฒนธรรมอาหาร วิถีชีวิตของคนท้องถิ่นของจังหวัดตรังได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษาถึง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ย่อยในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง
3. เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง
4. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ประโยชน์ที่ได้รับ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดตรัง คาดว่าเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ทางด้านพื้นที่ของชุมชน และมีประโยชน์ต่อหน่วยงานในการประยุกต์ใช้ในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติงาน ดังนี้

1. ด้านนโยบาย

1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง สภาอุตสาหกรรมจังหวัดตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมสามารถนำผลจากการวิจัยนำไปใช้ในการบรรจุแผนพัฒนาจังหวัด เพื่อการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยว การจัดการและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อสามารถรองรับการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสามารถเกิดการแข่งขันและเกิดขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองในระดับชาติได้

2) ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง นำผลการวิจัยและข้อเสนอแนะในงานวิจัยไปต่อยอดในการทำโครงการของแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดตรัง และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังได้ที่สอดคล้องกับบริบทและความต้องการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้

3) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดตรัง สามารถสนับสนุนการการตลาดและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรังได้ตามประสบการณ์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยได้

2. ด้านการปฏิบัติ

1) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยว นายกสมาคมการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง และมัคคุเทศก์ภูมิภาคใต้ สามารถนำข้อมูลจาการวิจัยเพื่อพัฒนากิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกในการตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยวได้

2) ผู้ประกอบการร้านอาหาร สมาคมอาหาร หมูย่างตรังและกลุ่มวิสาหกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถนำข้อมูลจากงานวิจัยไปพัฒนาอาหาร เมนูอาหาร และการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

3) ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถใช้ผลการวิจัยในการช่วยสนับสนุนประสานงานเครือข่ายและร่วมบูรณาการระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการและประชาชนท้องถิ่นให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอัตลักษณ์ด้านอาหารของแต่ละชุมชนได้

4) ประชาชนท้องถิ่นสามารถสืบสานวัฒนธรรมผ่านเมนูอาหารท้องถิ่น ตระหนักและหวงแหนภูมิปัญญาทางอาหารท้องถิ่น และพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวได้

5) ผู้ใช้บริการได้รับประสบการณ์และเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารที่สร้างความแปลกใหม่ในการเดินทางได้

นอกจากนี้ยังสามารถการใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัย นำไปพัฒนาเป็นงานวิจัยอื่น ๆ และต่อยอดงานวิจัยเพื่อใช้ประโยชน์ในบริบทที่ใกล้เคียงกันต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บข้อมูลในพื้นที่จังหวัดตรังที่มีเมนูอาหารเฉพาะถิ่น หรือมีกระบวนการทำอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่นอย่างเด่นชัด โดยใช้เกณฑ์การแบ่งเชิงพื้นที่ตามลักษณะภูมิศาสตร์และเชื้อชาติดั้งเดิม ได้แก่ พื้นที่ตัวเมืองตรัง อำเภอห้วยยอด และอำเภอกันตังเป็นประเภท อาหารไทย-จีน พื้นที่อำเภอเมือง อำเภอนาโยง อำเภอรัษฎา เป็นประเภทอาหารไทยพื้นถิ่นใต้ และบริเวณชายฝั่งทะเล เกาะต่างๆ ที่มีประชาชนอาศัยอยู่ เป็นประเภทอาหารทะเลชายฝั่ง

2. ขอบเขตด้านประชากร

1) ภาครัฐ บุคลากรของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ที่มีความสำคัญและมีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการเป็นตัวแทนของประชากรที่มีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

2) ภาคเอกชน

2.1) ด้านอาหาร มีการประกอบกิจการถ่ายทอดการทำอาหารจากรุ่นสู่รุ่น ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีการตกทอดการทำอาหารตั้งแต่ 2 รุ่นขึ้นไป หรือ ผู้จัดการร้านอาหารในจังหวัดตรังที่มีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นอาหารประจำถิ่นที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว

2.2) ด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยว และมัคคุเทศก์

3) ผู้บริโภคอาหารในท้องถิ่น คือนักเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือคนในท้องถิ่นที่ใช้บริการร้านอาหารท้องถิ่น จำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง โดยมีการวิธีการดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

1) จากวัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นที่เกี่ยวข้องกับ เมนูอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหาร คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าของอาหารประจำถิ่นตรังทั้ง 3 ประเภทไทย – จีน, อาหารไทยภาคใต้ และอาหารตามพื้นที่ชายฝั่งทะเล

2) จากวัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการศึกษาศักยภาพความพร้อมด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการบริหารจัดการของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3) จากวัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ตามหลักองค์ประกอบของแนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ 4 ด้าน ประกอบด้วย ประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน ด้านความรู้การศึกษา ด้านสุนทรียะ และด้านการหลีกหนีความจำเจ

4) จากวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยนำผลข้อมูลจากการศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่น ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นมารวบรวมและจัดสนทนากลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ของจังหวัดตรังได้

4. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยในภาคปฏิบัติลงพื้นที่เก็บข้อมูล ในช่วงเวลาที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดตรังเพื่อศึกษาในช่วงเวลาที่การท่องเที่ยวมีผลกระทบสูงต่อพื้นที่ การดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยจึงใช้ระยะเวลา ตั้งแต่ เดือนเมษายน 2564 จนถึงเดือนมิถุนายน 2565

นิยามศัพท์ทั่วไป

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์หลักในการแสวงหาอาหาร โดยมุ่งเน้นสิ่งดึงดูดใจด้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องอาหาร ประสบการณ์จากการทำอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร และการพัฒนาท้องถิ่น (Chen and Huang, 2018) อาหารสะท้อนและบ่งบอกถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งได้การส่งเสริมในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม (Ellis et al., 2018)

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ผู้ใช้บริการ หมายถึง บุคคลที่ใช้บริการรับประทานอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

บริบทอาหารประจำถิ่น หมายถึง เมนูอาหาร วัตถุดิบท้องถิ่น ความโดดเด่นเอกลักษณ์ของอาหาร คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าของอาหาร อันเกิดจากสภาพภูมิศาสตร์ ภูมิสังคมและพหุวัฒนธรรมที่หลอหลอมรวมกันในพื้นที่จังหวัดตรัง

อาหารประจำถิ่น หมายถึง อาหารที่มีรับประทานเฉพาะพื้นที่ เป็นที่นิยมของคนท้องถิ่นและหารับประทานที่อื่นได้ยาก โดยอาหารประจำถิ่นจะบ่งบอกถึงเรื่องราวทางวัฒนธรรม สภาพสังคม การเป็นอยู่ วิถีชีวิตท้องถิ่นและสภาพภูมิศาสตร์ โดยมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ 2 รุ่นขึ้นไป ซึ่งอาหารประจำถิ่นมีบริการอาหารตามร้านอาหารท้องถิ่น อาหารประจำถิ่นประกอบด้วยอาหารประเภทไทย-จีนเป็นลักษณะอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากการอพยพของคนจีนที่มีฝีมือการทำอาหาร ผู้ประกอบการทำอาหารเป็นกลุ่มคนเชื้อสายไทยจีน อาหารพื้นถิ่นใต้เป็นลักษณะอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากยุคศรีวิชัย อาหารพื้นถิ่นใต้เป็นอาหารที่มีรสชาติ วัตถุดิบ หรือกระบวนการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ และเป็นอาหารท้องถิ่นดั้งเดิมโดยมีการประยุกต์การใช้วัตถุดิบหรือเครื่องปรุงท้องถิ่น ผู้ที่ทำอาหารเป็นคนไทยพุทธอาศัยอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย อาหารทะเลชายฝั่งเป็นอาหารที่เน้นวัตถุดิบเป็นอาหารทะเลท้องถิ่น และเป็นอาหารที่รับอิทธิพลของกลุ่มคนชาวน้ำหรือกลุ่มมุสลิมที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายฝั่งทะเล และพื้นที่เกาะในจังหวัดตรัง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น หมายถึง ความพร้อมหรือความสามารถที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา ปรับปรุง หรือการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีและทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารท้องถิ่นใน ซึ่งประกอบด้วยการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรับประทานอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและตอบสนองความต้องการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่ได้รับประสบการณ์ทำให้เกิดความสนุกสนาน ความรู้ การศึกษา ความสุนทรียะ และการหลีกหนีความจำเจได้

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น หมายถึง การศึกษาข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิด้านบริบทอาหารประจำถิ่น ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการบูรณาการสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของทุกภาคส่วน ของกลุ่มภาคเอกชนด้านอาหาร ด้านท่องเที่ยว กลุ่มภาครัฐด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการที่หมาะสมกับพื้นที่จังหวัดตรัง เพื่อเสนอและปรับใช้ให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมฐานรากอย่างเป็นรูปธรรมของจังหวัดตรัง

บทที่ 2
การตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง การวิจัยในส่วนนี้เป็นการค้นคว้า รวบรวม และทำความเข้าใจแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและมีประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อแสดงถึงพัฒนาการของแนวคิดทฤษฎี รวมถึงใช้เป็นฐานความรู้และแนวทางในการทำวิจัยได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมบนพื้นฐานของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ตลอดเพื่อใช้ในการกำหนดตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลอง อันนำไปสู่การสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เหมาะสม

การตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เป็นการตรวจสอบเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดและหลักการ ที่จะนำมาเป็นฐานความคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยว (Tourism potential concept)
2. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism concepts)
3. แนวคิดเศรษฐกิจที่ถูกผลักดันด้วยประสบการณ์ (Experience economy)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Literature review)
5. กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual framework)

แนวคิดที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย

การศึกษาแนวคิด หลักการเพื่อนำมาใช้ประกอบการเป็นฐานความคิด เพื่อนำไปสู่การสรุปและการสรุปและสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ซึ่งได้แก่ แนวคิดหลักการต่าง ๆ ดังประเด็นต่อไปนี้

แนวคิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

1. แนวคิดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ดำเนินการสร้างมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และกำหนดองค์ประกอบพื้นฐานในการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (กมลวรรณ เหล่ายัง, 2562)

1) องค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุดดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญามีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรมและจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น อีกทั้งศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวก็เป็นส่วนที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1.1) คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย 7 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่

1.1.1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิตภูมิปัญญาและองค์ความรู้

1.1.2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี

1.1.3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม

1.1.4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง

1.1.5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมประเพณีที่สืบค้นได้

1.1.6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น

1.1.7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

1.2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่

1.2.1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.2.2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว

1.2.3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) องค์ประกอบด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น วัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดในด้านการท่องเที่ยวสูงแต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยม และเป็นผลต่อศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

2.1) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน

2.2) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3) องค์ประกอบด้านศักยภาพการบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการควบคุม ดูแลการดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึก และการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าแหล่งวัฒนธรรม และการจัดการด้านเศรษฐกิจ สังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว มีเกณฑ์ประเมินด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี 2 ด้าน ได้แก่

3.1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่

3.1.1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

3.1.2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่

3.1.3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3.2) การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่

3.2.1) การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว

3.2.2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3.2.3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

3.2.4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

3.2.5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

ประกอบกับศักยภาพการท่องเที่ยวสามารถใช้ดัชนีชี้วัดผลสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพตรงตามเป้าหมายทั้งทางตรงและทางอ้อม ตามเป้าหมายทางตรง คือ

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวดำรงอยู่ได้
2. มีนักท่องเที่ยวสม่ำเสมอตลอดไป
3. ทรัพยากรคงความน่าสนใจ
4. มีผลผลไรและปรับปรุงอยู่เสมอ
5. ผลกระทบธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมน้อยที่สุด

นอกจากนี้ดัชนีชี้วัดผลสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ตรงตามเป้าหมายทางอ้อม คือ

1. ท้องถิ่นได้รับการพัฒนาเป็นเมืองน่าอยู่
2. มีพื้นที่สีเขียวในชุมชนเพื่อการพักผ่อน
3. มีบริการสาธารณสุขและสถานพยาบาลที่ได้มาตรฐานนานาชาติ
4. ประชาชนมีคุณภาพชีวิตดี

5. ชุมชนเข้มแข็ง สังคมยั่งยืน

จากแนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการสร้างมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมที่มีการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นหนึ่งในประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งจากมาตรฐานนี้สามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคม และ สิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้ง

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว คำนึงถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว และรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีองค์ประกอบการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

Tourism Western Australia (2009) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5As ไว้ดังนี้

1. การเข้าถึง (Accessibility) ถึงแม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวสวยงามหรือมีคุณค่ามากแค่ไหน แต่ถ้ายากต่อการเดินทางเข้าถึงก็จะไม่เป็นที่นิยม ซึ่งหมายถึง การคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เช่น ถนน สถานีขนส่งทางยานยนต์ ท่าเรือ ท่าอากาศยาน

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นการบริการและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ ป้ายบอกทาง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โทรคมนาคม เป็นต้น

3. ที่พัก (Accommodation) รูปแบบที่พักมีหลายรูปแบบที่สามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ บังกะโล รีสอร์ท โรงแรม

4. สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ นักท่องเที่ยวแต่ละคน มีความสนใจแตกต่างกัน กิจกรรมการท่องเที่ยว Activities เป็นสิ่งที่เกื้อหนุนกับสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว (Attraction) เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวพำนักนานขึ้น ใช้จ่ายและใช้เวลาในพื้นที่นั้นมากขึ้นด้วย แสดงให้เห็นว่าเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น หรือผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น ทะเลเป็นจุดดึงดูดของนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันสามารถเล่นกิจกรรมโต้เคลื่อน หรือ Jet Ski ได้อีกด้วย

5. ความตระหนัก (Awareness) การที่เรามีแต่สถานที่น่าสนใจ การเข้าถึงที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันก็ไร้ซึ่งประโยชน์ ถ้าหากขาดความตระหนักของประชาชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว คือประชากรในท้องถิ่นจะต้องมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว นอกจากนี้ประชากรท้องถิ่นที่มีการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยว ควรจะมีทัศนคติบวกต่อนักท่องเที่ยวเสมอ เพื่อทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีในชุมชน และก็ยังเป็นความประทับใจที่ฝังแน่นอยู่ในใจของนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวได้ ซึ่งศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2561) ได้แบ่งองค์ประกอบการท่องเที่ยวออกเป็น 6As ด้านดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) คือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวปัจจัยหลักต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเกิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทาง (Middleton, 1994) สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกันแต่โดยรวมสิ่งดึงดูดใจสามารถแบ่งเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)

2. การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยว (Accessibility) การคมนาคมขนส่ง การเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย โดยทั้ง 3 ทาง คือ ทางบก ทางเรือ และทางอากาศ รวมถึงระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ออกกำลังกาย สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสารบริการขนส่ง โดยเฉพาะสำหรับบุคคลที่มีจุดประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจการคมนาคมที่สะดวก นับได้ว่าสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งบริการต่าง ๆ นี้นำมาซึ่งการอำนวยความสะดวกและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

4. การจัดรูปแบบการให้บริการเป็นชุด (Available Packages) สถานที่ท่องเที่ยวมีการให้บริการเป็นชุด โดยในแพ็คเกจจะประกอบไปด้วย การบริการหลายอย่าง เช่น ที่พัก การขนส่ง อาหาร เป็นต้น ซึ่งจะมีค่าบริการถูกกว่าในกรณีที่แยกใช้บริการที่ละอย่างโดยจะดึงดูดใจให้ลูกค้าเห็นความคุ้มค่าและเลือกใช้บริการมากกว่าจะเลือกใช้บริการเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง ลักษณะของแพ็คเกจนั้นอาจจะมีทั้งแพ็คเกจที่มีนำเสนอในเมนูตลอดทั้งปี และแพ็คเกจที่จัดขึ้นเฉพาะช่วง

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้และนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

6. การบริการที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ (Ancillary Service) บริการการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ เช่น โรงพยาบาล สถานที่ให้บริการโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต ที่จะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องดำเนินสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่ออำนวยการเข้าถึงให้กับนักท่องเที่ยว

มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้องค์กรใช้เป็นแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุขภาพ ความปลอดภัย คุณภาพ และสุนทรียภาพ โดยพัฒนาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน องค์กรสามารถนำไปปฏิบัติเพื่อยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการปฏิบัติองค์กรควรคำนึงถึงความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม สภาพทางสังคม การใช้ประโยชน์ที่ดิน การจัดสรรและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม นอกจากนี้ในการบริหารจัดการการ ท่องเที่ยวองค์กรจะต้องคำนึงถึงความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนใส่ใจในคุณภาพชีวิตของ ประชาชนในพื้นที่และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนควบคู่ไปด้วย

การยกระดับการดำเนินงานเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งสามารถปฏิบัติสอดคล้องตามมาตรฐานนี้ องค์กรสามารถดำเนินการได้ โดยดำเนินการเองโดยความสมัครใจ และประกาศรับรองตนเองอย่างเปิดเผย

1. ได้รับการยืนยันว่าเป็นไปตามมาตรฐานโดยกลุ่มบุคคลที่สนใจต่อองค์กร เช่น ชุมชน
2. ได้รับการรับรอง หรือขึ้นทะเบียนเป็นองค์กรที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานจากหน่วยงานตรวจสอบและรับรองมาตรฐาน

แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) เป็นการเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในที่เป็นผลมาจากการรักษาสิ่งแวดล้อมและการจัดการตามระบบอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งสามารถสรุปมีหลักการบริหารจัดการท่องเที่ยวพื้นฐาน ตามองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมการท่องเที่ยวทางเลือก

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คำนึงถึงพื้นที่ โดยการผสมผสานเรื่องของการอนุรักษ์เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการใช้ประโยชน์สูงสุดในทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยมีการสงวนและปกป้องทรัพยากรที่ต้องอาศัยความร่วมมือของทุกฝ่ายให้เกิดความยั่งยืน ในมิติความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม มิติความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และมิติความยั่งยืนทางสังคมวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวได้ต่อไปในอนาคต ดังนั้น แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นประโยชน์ และเป็นเสาหลักในรูปแบบของการท่องเที่ยวทางเลือกได้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางอาหารอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

2. ศักยภาพด้านอาหารเพื่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอาหารและเครื่องดื่มเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมการทำกิจกรรมด้านอาหาร ที่จะได้รับประสบการณ์ใหม่จากพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและความได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ งานเทศกาลต่าง ๆ ความหลากหลายของวัตถุดิบใน การประกอบอาหาร ความหลากหลายของอาหารไทย ในแต่ละพื้นที่ กรรมวิธีการปรุงอาหารไทย นโยบาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา, 2561)

ศักยภาพด้านอาหาร มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง, 2561)

1. อัตลักษณ์อาหารพื้นเมือง
2. ความคุ้มค่าของการเลือกซื้ออาหาร ซึ่งเป็นมุมมองของผู้บริโภคในความพึงพอใจต่อสินค้า ราคา คุณภาพ และเหตุผลการตัดสินใจซื้อ
3. ด้านคุณภาพของอาหาร ในร้านอาหาร มีความใส่ใจความสะอาด ปลอดภัย ถูกหลักอนามัย
4. ผู้ให้บริการ คนในท้องถิ่นที่แสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีตลอดจนนักบริกรที่บริการลูกค้าร้านอาหาร

ปัจจัยส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะได้รับความนิยมในอนาคต มีดังนี้ (เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา, 2561)

1. การเปลี่ยนแปลงด้านประชาการศาสตร์ ซึ่งประชากรโลกส่วนใหญ่เป็นประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ เพราะฉะนั้นประชากรศาสตร์จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงของประเทศไทย
2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น เป็นการเน้นการท่องเที่ยวทุกรูปแบบทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมซึ่งก่อให้เกิดการตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม สำหรับนักท่องเที่ยวได้มีโอกาสในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสัมผัสวิถีท้องถิ่น อาหารก็เป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบต่าง ๆ การรับประทานอาหารคลีน อาหารสุขภาพ การท่องเที่ยวฟาร์มสเตย์ ตลาดเกษตรกรปลอดสารพิษ หรือเทศกาลอาหารเป็นต้น
3. การแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมแสวงหาความแปลกใหม่ในการท่องเที่ยว หาร้านอาหาร รวมถึงสินค้าท้องถิ่น ซึ่งทำให้เกิดความตระหนักเห็นคุณค่าของท้องถิ่นและเกิดการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากร นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

4. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ เพื่อความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยวรวมถึงร้านอาหาร เมนูอาหารในท้องถิ่น

5. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ เหตุผลหรือแรงจูงใจในการออกเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การได้รับความรื่นรมย์ ที่จะเติมความสุขทางความรู้สึกผ่านประสบการณ์การรับประทานอาหาร การสืบค้นจากรากฐาน เรื่องราวของอาหารในชนบทและวิธีการผลิตอาหาร รวมถึงการแสดงออกถึงตัวตนที่ต้องการแสดงออกถึงความแตกต่าง โดดเด่นด้านการรับประทานอาหาร จากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอาหารเพิ่มขึ้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559ข)

นอกจากนี้ ญาดา ชอบทำดี (2560) ได้กล่าวถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีรูปแบบ “ALLGAS MODEL” ที่แสดงถึงศักยภาพ ดังนี้

A-Attraction คือ แหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกมีศักยภาพ และความพร้อม การกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการวางแผนงาน การจัดการพื้นที่ การจัดการสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านรายได้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวและชุมชน จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นมีเอกลักษณ์ น่าเที่ยวชม สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และเกิดความยั่งยืนในอนาคต

L-Local Community คือ ชุมชนท้องถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกแต่ละชุมชน ต่างก็มีจุดขายที่หลากหลายทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงอาหารการกิน คนในชุมชนทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรท่องเที่ยวและมีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นจึงมีส่วนสำคัญที่สุดในการกำหนดกระบวนการ ทิศทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวของตนเอง

L-Lifestyle and Culture คือ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม ความอุดมไปด้วยทรัพยากรป่าไม้ แร่ธาตุ ผลไม้ และสัตว์ทะเล รวมทั้งอาหารแปรรูปจากทะเล ทรัพยากรประมงและเครื่องเทศสมุนไพรที่มีอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ ส่งผลต่อวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิต ของคนแต่ละชุมชนเป็นมรดกที่สืบทอดกันมา

G-Gastronomy คือ อาหารการกิน ลักษณะอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะตามสภาพพื้นที่ที่เป็นชายฝั่งทะเล เรื่องของอาหารกินจึงเป็นองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นเพราะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

A-Activity คือ กิจกรรมอาหารพื้นถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญมากที่สุดในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกมีหลากหลาย กิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความสนใจ เช่น ชิมอาหาร เลือกซื้ออาหาร ชมแหล่งผลิตอาหาร เข้าร่วม เทศกาลอาหาร ชมการแข่งขันประกอบอาหาร ทดลองประกอบอาหาร เป็นต้น

S-Social Technology คือ เทคโนโลยีสังคม จากการเกิดขึ้นของเครือข่ายสังคม (Social Networks) หรือ สื่อสังคม (Social Media) ที่ช่วยให้เกิดการติดต่อสื่อสารและเป็นแหล่งข้อมูลให้กับสังคมในวงกว้าง เทคโนโลยีสังคมถือเป็นตัวแปรสำคัญในการนำมาใช้ติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจและสร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้าและบริการ

จากรูปแบบ “ALLGAS MODEL” ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกนี้ เป็นการบ่งชี้ให้เห็นถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามบริบทของพื้นที่ในด้านศักยภาพด้านต่าง ซึ่งมีองค์ประกอบร่วมของพัฒนารูปแบบ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพของพื้นที่ เป็นองค์ประกอบหรือบริบทแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ซึ่งสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันหรือเหนือกว่าพื้นที่อื่น เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่วางไว้

องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นความเห็นร่วมกันในเรื่องของความต้องการและทิศทางการเปลี่ยนแปลง เกิดเป็นความคิดริเริ่มในการวางแผน การนำไปปฏิบัติ และการประเมินผลการปฏิบัติร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 3 ปัจจัยภายใน เป็นองค์ประกอบที่เอื้อให้เกิดผลสำเร็จ ได้แก่ ศักยภาพและความพร้อมทางการท่องเที่ยวทั้งทางบกและทางทะเล โครงข่ายเชื่อมโยงเส้นทางการคมนาคมและขนส่งทางบกทางน้ำ ทางทะเล เอกลักษณ์ทางวิถีชีวิตและวัฒนธรรม แหล่งผลิตอาหารทะเลและผลผลิต ทางการเกษตรที่มีคุณภาพ

องค์ประกอบที่ 4 ปัจจัยภายนอก เป็นองค์ประกอบที่สนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ ได้แก่ นโยบาย รัฐบาล ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี กระแสความต้องการผลผลิตด้านอาหารที่มีคุณภาพ

3. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

1. ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Attraction of Gastro Tourism)

กระทรวงวัฒนธรรม (2565) เปิดเผยว่า ผลสำรวจเกี่ยวกับแผนการท่องเที่ยวระดับโลกฉบับล่าสุดของวีซ่า (Visa Global Travel Intentions Study) พบว่า ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวลำดับ 4 ที่น่าเดินทางไปเยือนมากที่สุดในโลก เมื่อมีการเปิด

ประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกครั้ง หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยสหรัฐอเมริกาอยู่ลำดับที่ 1 สหราชอาณาจักรลำดับที่ 2 และอินเดียลำดับที่ 3 ส่วนเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมในประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุดคือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ และ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นอกจากนี้ การสำรวจยังพบว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ นวดแผนไทย รับประทานอาหารไทยในคาเฟ่หรือในร้านอาหาร การใช้เวลาพักผ่อนในรีสอร์ท และเปิดประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมไทย เช่น การเยี่ยมชมวัดไทย เป็นต้น

และขณะเดียวกัน CNN Travel ได้คัดเลือกอาหารประเภทซุปจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกมารวบรวมเป็น 20 ซุปที่ดีที่สุดในโลกปี 2022 โดยมีอาหารไทย คือ “ต้มยำกุ้ง” ของประเทศไทยติดอันดับด้วย นอกจากนี้มีอาหารของประเทศในเอเชียด้วย ได้แก่ ก๋วยเตี๋ยวเนื้อ (เฝอบ่อ) ของเวียดนาม ขนมจีนน้ำยาปลา (โมะน์ฮีนกา) ของเมียนมา ซุปไก่ขมิ้น (โซโตอายัม) ของอินโดนีเซีย ทงคตสึ ราเม็งของญี่ปุ่น และบะหมี่เนื้อเส้นสดหลานโจวของจีน ทั้งนี้ ประเทศไทยโดย กระทรวงวัฒนธรรมได้เสนอ “ต้มยำกุ้ง” เป็นรายการตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติต่อองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ไปเมื่อปี 2564 ขณะนี้อยู่ในกระบวนการพิจารณาของยูเนสโก เนื่องจาก “ต้มยำกุ้ง” เป็นอาหารประจำชาติที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก ซึ่งการเสนอ “ต้มยำกุ้ง” เพื่อขึ้นทะเบียนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ต่อยูเนสโก สร้างความภาคภูมิใจและเห็นถึงคุณค่าในมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้แก่คนไทย รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่ออาหารไทยในระดับนานาชาติและโอกาสทางธุรกิจอาหารไทยและผู้ผลิตวัตถุดิบทั้งในไทยและต่างประเทศ

โตมร สุขปรีชา (2560) ได้กล่าวไว้ว่า ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การท่องเที่ยวเชิงอาหารเปรียบเสมือนการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผ่านทางอุตสาหกรรมด้านอาหาร โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะสนับสนุนการใช้ทรัพยากรอาหารที่เป็นวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น ซึ่งอาหารท้องถิ่นเป็นตัวสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในท้องถิ่นนั้น ๆ โดยปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมในอนาคตมีดังต่อไปนี้

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากร ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรจากการเกิด การตาย และการย้ายถิ่นฐาน รวมไปถึงการเติบโตของเมืองต่าง ๆ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านประชากรนี้ส่งผลให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคตนักท่องเที่ยวจะมีจุดประสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากเดิม เป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว

2. ความนิยมของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเห็นว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่สำคัญและการใช้กลไกส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลาย ๆ รูปแบบเพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวยังได้มีโอกาสในการอนุรักษ์ รักษาสภาพแวดล้อมและไม่ทำลายแหล่งท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาส

3. ความนิยมของการแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังคงให้ความสนใจที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการหาร้านกาแฟ ร้านอาหาร รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเทียวมากขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเพียงแค่สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมหรือมีชื่อเสียงเพียงอย่างเดียว แต่ความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นนั้น ๆ ก็ยังเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงอาหารที่คนในท้องถิ่นให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าจนเกิดการเรียนรู้เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรที่เกี่ยวกับอาหารเพื่อจะนำไปสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

4. การพัฒนาเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์สร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นข้อมูลต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเส้นทาง รวมถึงร้านอาหาร แหล่งผลิตอาหารที่เป็นต้นกำเนิดของอาหารนั้น ๆ เมนูอาหารในท้องถิ่น ซึ่งความก้าวของเทคโนโลยีและสื่อออนไลน์นี้ส่งผลให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายมากขึ้นและง่ายต่อการวางแผนสำหรับการเดินทาง

5. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก นักท่องเที่ยวที่ออกเดินทางท่องเที่ยวต่างก็มีเหตุผลในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีแรงจูงใจ คือ ความรื่นรมย์ เป็นการเติมความสุขทางความรู้สึกผ่านประสบการณ์การรับประทานอาหารที่ได้มาจากแหล่งกำเนิดของอาหารชนิดนั้น นักท่องเที่ยวต้องการที่จะสัมผัสถึงรากเหง้าของอาหารในท้องถิ่นและกรรมวิธีการปรุงอาหารรวมถึงความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารที่แสดงถึงความแตกต่างและโดดเด่นของอาหารท้องถิ่น จากแรงจูงใจต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มมากขึ้น

แรงจูงในของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2559ก)

1. ความรื่นรมย์ (Pleasurable Experience) หมายถึง ความต้องการที่จะเติบเต็มความสุขทางความรู้สึกและสัมผัสประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร

2. การสืบค้นจากรากฐาน (Grounded) หมายถึง ความต้องการที่จะดื่มด่ำกับรากเหง้าของอาหารในชนบทที่ซึ่งสามารถศึกษาวิธีการในการผลิตอาหาร

3. ความสงสัยและใฝ่รู้ (Curiosity) หมายถึง ความต้องการที่จะหาความรู้ และค้นพบอะไรใหม่ ๆ เพื่อบ่งบอกถึงการศึกษาและความรู้ที่มีอยู่

4. การแสดงออกถึงตัวตน (Self-expression) หมายถึง ความต้องการแสดงความแตกต่าง ความโดดเด่นและความเป็นตัวตน

5. ความกังวลใจ (Anxiety) หมายถึง ความต้องการที่จะพักผ่อนหรือผ่อนคลายด้วยการรับประทานอาหารและเครื่องดื่มระหว่างการท่องเที่ยว และหลักหนีชีวิตประจำวันด้วยการรับประทานอาหารพื้นเมืองและอาหารที่คุ้นเคยในอดีตแต่ไม่ได้รับประทานเป็นประจำ

ปัจจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 5 ปัจจัย ปัจจัยจูงใจเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างการบริโภคอาหารและการท่องเที่ยว ซึ่งได้จำแนกแรงจูงใจไว้ 4 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม แรงจูงใจทางมนุษยสัมพันธ์ แรงจูงใจทางสถานะและแรงบันดาลใจ

1. อาหารเป็นแรงจูงใจทางกายภาพเนื่องจากการกินเป็นลักษณะทางกายภาพในธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ทางประสาทสัมผัส เพื่อความต้องการและความยังชีพของนักท่องเที่ยว

2. อาหารสามารถเป็นแรงผลักดันทางวัฒนธรรมเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นใหม่ ๆ ก็จะได้สัมผัสกับวัฒนธรรมใหม่พร้อมกัน

3. แรงจูงใจระหว่างบุคคล คือ การรับประทานอาหารร่วมกันในวันหยุดจะเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมใหม่และเสริมสร้างความผูกพันทางสังคม

4. อาหารท้องถิ่นยังสามารถเป็นแรงบันดาลใจและความศักดิ์ศรีได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถสร้างความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นโดยการกินตามที่แหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่คนในท้องถิ่นทำอาหารขึ้น ซึ่งเป็นอาหารสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะไม่เห็นในประเทศบ้านเกิดของตัวเอง

ปัจจัยแรงจูงใจพื้นฐานการบริโภคอาหารนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งแนวคิดเป็น 5 ด้านหลักดังนี้ (Mak, 2012)

1. ด้านสัญลักษณ์ หมายถึง แรงจูงใจที่มีความหมายถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ของการบริโภคอาหารและรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น การสำรวจวัฒนธรรมท้องถิ่น ประสบการณ์จริง ศักดิ์ศรีและสถานะ

2. ด้านความรับผิดชอบ สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นของการบริโภคอาหารและรวมถึงความห่วงใยสุขภาพและความต้องการทางร่างกายเพื่อการยังชีพ

3. ด้านมิติที่ตรงกันข้าม แสดงถึงแรงจูงใจในการแสวงหาความแตกต่างจากประสบการณ์ชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยว (Quan and Wang, 2004) และรวมถึงประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นและการสำรวจอาหารใหม่

4. ด้านมิติการขยาย หมายถึง แรงจูงใจที่จะแสวงหาประสบการณ์อาหารที่ขยายกิจวัตรประจำวันของนักท่องเที่ยวในที่สุด

5. ด้านความสุขครอบคลุมแรงจูงใจที่จะแสวงหาความสุขจากประสบการณ์อาหารและรวมถึงการดึงดูดทางประสาทสัมผัสและการร่วมกัน

พรรณี สวนเพลง และคณะ (2559) ได้กล่าวว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารคิดเป็นร้อยละ 20 จากรายได้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด หากประเทศไทยสามารถพัฒนาและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน เพิ่มมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรด้านอาหารจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากขึ้น รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงของโลกโดยใช้วิธีการใหม่ ๆ ศักยภาพการแข่งขันจึงเป็นตัวชี้วัดความสามารถหรือสมรรถนะของตน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันจึงเป็นเป้าหมายของทุกอุตสาหกรรมที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ ศักยภาพ และความได้เปรียบการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เทศกาลอาหาร ถือเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอาหารให้เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่น เนื่องจากแต่ละท้องถิ่นก็จะมีทรัพยากรและผลิตภัณฑ์ทางด้านอาหารที่แตกต่างกันออกไป สำหรับประเทศมีเทศกาลอาหารที่มีชื่อเสียง และยังมีโครงการ Amazing Thai Taste ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ที่ช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาบริโภคอาหารไทย ข้าวไทยและผลไม้ไทย และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้อาหารไทยอีกด้วย จะเห็นได้ว่า เทศกาลอาหารในประเทศไทยนั้นมีความหลากหลายซึ่งแสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบทางด้านความหลากหลายของวัตถุดิบ จึงควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดเทศกาลอาหาร เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์วัตถุดิบของไทยให้ดูโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น

2. พื้นที่ท่องเที่ยวในมิติการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม รวมถึงการนำนโยบายการพัฒนาพื้นที่มาใช้เพื่อสร้างยุทธศาสตร์การพัฒนาตามพื้นที่ กลยุทธ์การพัฒนาพื้นที่นั้นสามารถบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้และจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในการพัฒนาสินค้าและบริการทางด้านอาหารให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองรองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยการใช้พื้นที่นั้นสร้างความได้เปรียบและใช้ความหลากหลายของอาหารในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเขตพื้นที่ เช่น เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนามีอาหารที่โดดเด่น คือ น้ำพริกหนุ่ม แกงอ่อม แกงฮังเล เป็นต้น

3. นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ถือเป็นศักยภาพที่มีความสำคัญในการที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นที่นิยมมากขึ้น เนื่องจากนโยบายนี้จะเป็นแรงขับเคลื่อนที่จะนำไปสู่การปฏิบัติกันอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับบริษัทมิชลินทราเวลา พาร์ทเนอร์ เพื่อจัดทำโครงการ The Michelin Guide Thailand โดยมีระยะเวลาในการดำเนินโครงการ 5 ปี คือ พ.ศ. 2560 - 2565 เพื่อเป็นการสนับสนุนและผลิตคู่มือการแนะนำร้านอาหารไทยที่ผ่านมาตรฐานของมิชลินและยังเป็นการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกได้ เข้ามาสัมพันธ์ประสบการณ์ด้านอาหารและการท่องเที่ยวของไทยผ่านการจัดทำคู่มือแนะนำร้านอาหาร ซึ่งโครงการนี้เป็นโครงการที่มีศักยภาพที่จะช่วยทำให้ร้านอาหารไทยและสถานที่ท่องเที่ยวของไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับการเป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก Uneto World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งถือได้ว่าเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะได้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านอาหาร รวมถึงการสนับสนุนนโยบายการนำรายได้เข้ามาสู่ประเทศผ่านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4. อาหารริมทาง (Street Food) เอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของประเทศ คือ อาหารริมทางที่สะท้อนให้เห็นว่าเป็นอาหารประจำท้องถิ่น โดยทั่วไปอาหารริมทางจะจำหน่ายกันตามท้องถนนย่านการค้าหรือหน้าตึกแถว และมีรูปลักษณ์ในการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน อาหารริมทางถือเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของคนในพื้นที่ การที่นักท่องเที่ยวได้รับประทานอาหารริมทางนั้นถือได้ว่าเป็นการได้รับประสบการณ์สัมผัสวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ อาหารริมทางของไทยจึงขึ้นในเรื่องของรสชาติและมีความหลากหลาย เช่น ผัดไทย หอยทอด ข้าวเหนียวมะม่วง ส้มตำ เป็นต้น ส่งผลให้อาหารริมทางของไทยได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก จากสำนักงานซีเอ็นเนจัดให้ Bangkok Street Food ได้รับเลือกเป็นอาหารริมทางที่ดีที่สุดในโลก อันดับ 1 ติดต่อกันเป็นปีที่ 2 อาหารริมทางของประเทศไทยถือได้ว่ามีชื่อเสียงอย่างมากและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว สถานที่ที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น เยาวราช กรุงเทพมหานคร เป็นย่านวัฒนธรรมจีนที่มีความได้เปรียบในด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากนี้ภายในพื้นที่ยังเต็มไปด้วยสถานที่เก่าแก่ที่เป็นที่เคารพสักการะแล้ว ยังมีภัตตาคาร ร้านอาหาร และเมนูที่มีให้เลือกหลากหลาย นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ก็ยังมีร้านอาหารริมทางพื้นเมืองอีกมากมาย เช่น กาดหลวง ย่านนิมมานเหมินทร์ ที่ถือว่าเป็นแหล่งรวมอาหารริมทางที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทยยังมีเมืองที่ได้รับการประกาศให้เป็น “เมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร” หรือ “Citiy of Gastronomy” อย่างเมืองภูเก็ต เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายเชื้อชาติ จึงส่งผลให้อาหารและเมนูมีความหลากหลายตามไปด้วย ซึ่งภูเก็ตเป็นเมืองแรกของไทยและอาเซียน จึงส่งผลให้อาหารและเมนูมีความหลากหลาย

ตามไปด้วย ซึ่งภูเก็ตเป็นเมืองแรกของไทยและอาเซียน อีกทั้งยังเป็นหนึ่งใน 18 เมืองทั่วโลกที่ยูเนสโกประกาศให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร อาหารริมทางของไทยจึงเป็นสิ่งที่จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย นอกจากประเทศไทยมีความได้เปรียบทางด้านอาหาร โครงการพัฒนาและส่งเสริมอาหารริมทาง จึงจะเป็นตัวช่วยในการเพิ่มศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สรุปได้ว่า ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Attraction of Gastro Tourism) ประเทศไทยมีศักยภาพในหลาย ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการมีเทศกาลอาหารให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย ความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม นโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และยังมีอาหารริมทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวและมีชื่อเสียงในระดับโลก

2. การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Capacity of Gastro Tourism)

การท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งของประเทศไทยมาตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา โดยภาคใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ปี 2561 - 2580) ได้มีการวางยุทธ์ศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ไทยเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถสูง โดยส่งเสริมการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว เพื่อรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ รวมถึงมุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากขึ้นด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จนสามารถสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่ได้มีการวิเคราะห์แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกในอนาคต พบว่า จะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism Segment Trends) เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนจากเดิม รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ซึ่งแนวโน้มในระยะ 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก เนื่องจากมีส่วนแบ่งทางตลาดเชิงมูลค่าสูงอยู่ในระดับสูง อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทยมากขึ้นด้วย (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2564)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (2565) ได้ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้การคัดสรรร้านอาหารครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ผ่านคู่มือ ‘มิชลิน ไกด์’ ประจำปี 2566 ซึ่งถือเป็นการขยายขอบเขตการคัดสรรแนะนำร้านอาหารเข้าสู่ 4 จังหวัดภาคอีสาน ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี อุดรธานี และจังหวัดขอนแก่น เพื่อผลักดันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ส่งเสริมอัตลักษณ์ที่โดดเด่นด้านอาหารและวัฒนธรรม และมีการเตรียม

ความพร้อมให้แก่ผู้ประกอบการในพื้นที่ รองรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เห็นถึงความพร้อมของ 4 จังหวัดที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมอาหารการกินของคนไทย และก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากนักท่องเที่ยวสู่ผู้ประกอบการในพื้นที่ ระหว่างเดือนมกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2565 ของจังหวัดนครราชสีมา อุบลราชธานี ขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี รวมทั้งหมดกว่า 30,511.47 ล้านบาท โดยมีมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติใช้ไป กับค่าอาหารและเครื่องดื่มรวมกันอยู่ที่ประมาณ 7,442.19 ล้านบาท โดยแบ่งออกเป็นค่าที่พัก ค่าของที่ระลึกและค่าคมนาคมขนส่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตามการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการวางแผนกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยว สอดรับกับนโยบายรัฐบาล โดยจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เพื่อให้เกิดแรงส่งต่อเนื่องไปถึงฤดูการท่องเที่ยวช่วงปลายปีและต่อเนื่องไปจนถึงต้นปีหน้า ซึ่งการขยายขอบเขต การคัดสรรร้านอาหารครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย คู่มือ ‘มิชลิน ไกด์’ ประจำปี 2566 จะเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ในส่วนของภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมในประเด็กต่าง ๆ ดังนี้ (กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม, 2564)

1. ส่งเสริม Thailand Gastronomy Network

หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการขยายเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารของไทย ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริโภค ผู้ประกอบการเกษตร เชฟ นักวิจัย กลุ่มนักสร้างสรรค์อาหาร นักวิชาการ คนในชุมชน นักออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว หน่วยงาน ภาครัฐ และหน่วยงานอื่น ๆ ซึ่งสามารถครอบคลุมได้ในวงกว้าง โดยส่งเสริมให้มีเทคโนโลยี Platform ที่เป็นรูปธรรม สำหรับแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ประสบการณ์ แนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ ตลอดจนเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมถึงส่งเสริมการสร้างทูตสันถวไมตรีแห่งอาหาร (Gastro Diplomacy) ซึ่งเปรียบเสมือนนักการทูตของอาหารแต่ละจานที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวของท้องถิ่นผ่านอาหาร โดยบุคคลในท้องถิ่นที่มีชื่อเสียง เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของอาหารจากฐานรากสู่สากล ยกระดับอาหารให้เป็นมูลค่าแก่ภาคการท่องเที่ยวต่อไป

2. ส่งเสริม Localism Digitalization ชูของดีไทยในยุคดิจิทัล

หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงส่งเสริมให้ชุมชนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ และสร้างความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัล

3. ส่งเสริมการทำฟาร์มและวัตถุดิบออร์แกนิค เสริมทัพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนเกษตรและผู้ประกอบการให้ความสำคัญและทำฟาร์ม/ผลิตสินค้าออร์แกนิคให้มากขึ้น ตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบองค์รวม ภายใต้แผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบองค์รวม ภายใต้แผนแบบแม่บทด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของอาเซียน ทั้งนี้ จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคคิดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ทำให้สินค้าออร์แกนิคที่ไร้สารเคมีและปลอดภัยต่อสุขภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนเทรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารให้เติบโตในยุค New Normal มากยิ่งขึ้น

มหาวิทยาลัยมหิดล (2565) กล่าวว่า จากการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย ทำให้ค้นพบแนวโน้มการท่องเที่ยวใหม่ (Neo Tourism Trends) 3 ข้อที่ต้องให้ความสำคัญ ประกอบด้วย 1) Nature Seeking ตามหาธรรมชาติ 2) Hygieneaholic ติดสะอาด และ 3) Flexi Needed ต้องการความยืดหยุ่น พร้อมด้วยกลยุทธ์การตลาดรูปแบบใหม่เพื่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ที่เรียกว่า “Roadmap Strategies” ที่จะเป็นแนวทางการรับมือของธุรกิจในภาคการท่องเที่ยวไทยสู่ยุค Neo Tourism รับปี 2565 ครั้งสำคัญ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. R : Reliable Service – ยกระดับความน่าเชื่อถือในการบริการ ธุรกิจต้องมีมาตรการรองรับที่ชัดเจน ทั้งในด้านสุขอนามัยความปลอดภัย คุณภาพของสินค้าและบริการ รวมถึงศักยภาพของบุคลากรที่แสดงถึงความพร้อมในการให้บริการ

2. O : Optimized Experience – ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ปรับให้โดนใจนักท่องเที่ยวธุรกิจต้องสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่โดยปรับให้เหมาะกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

3. A : Anti-Disease - ปลอดเชื้อ ปลอดโรค ปลอดโปร่ง และปลอดภัย ธุรกิจต้องเน้นเรื่องความสะอาด ปลอดภัย มีแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อแสดงความมั่นใจต่อนักเดินทาง เช่น เปลี่ยนจาก Welcoming Drink เป็น Welcoming hygienic kit set มอบหน้ากากผ้าสกรีนโลโก้โรงแรม หรือ ATK (home use) เป็นของที่ระลึก

4. D : Direct to Hotel – ดีลตรงกับโรงแรม แต้มต่อโดนใจ จัดให้ไม่อั้น ธุรกิจต้องรู้จักสร้างช่องทางการขายที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง ตัดคนกลางออกจากกระบวนการซื้อขาย เพื่อลดช่องว่างในการสื่อสาร และมอบบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น

5. M : Media Matching - ใช้สื่อหลากหลายเพื่อกระจายความเสี่ยง เจาะกลุ่มเป้าหมายต่างวัยต่างสไตล์ โดยการใช้ช่องทาง การสื่อสารที่หลากหลาย

6. A : Alliance - กระชับมิตรกับคู่ค้า เพื่อจัดการบริการแบบเกื้อหนุน สร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อผนึกกำลัง รังสรรค์บริการที่ครบครันสมบูรณ์แบบ

7. P : Part of Community – ขับเคลื่อนชุมชน ควบคู่กับพัฒนาธุรกิจตนให้ยั่งยืน การที่ธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนชุมชนผ่านรูปแบบการให้บริการที่กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ให้บริการบนพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยรอบ รวมไปถึงการพัฒนาธุรกิจของตนเพื่อให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง สู่การเป็นธุรกิจที่ยั่งยืน

สรุป การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Capacity of Gastro Tourism) ควรมีวางยุทธ์ศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เพื่อให้ไทยเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถสูง โดยส่งเสริมการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ รวมถึงมุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น จนสามารถสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยวให้สอดรับกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่

3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Management of Gastro Tourism)

พรรณี สวนเพลง และจิรานุช โสภา (2561) ได้กล่าวถึง การบริหารการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ถ้าจะให้ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงอย่างยั่งยืน จะต้องมีความรู้และมีความจริงใจเข้ามาจัดการด้านธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงจากภาคส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1. ภาครัฐ ได้แก่ ผู้ที่มีอำนาจในการวางแผนการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งต้องทำการศึกษาในทุกด้าน ๆ โดยการจัดตั้งทีมทำงานที่มาจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อจัดทำแผนธุรกิจธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

2. หน่วยงานภาครัฐ ให้ความรู้ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนแก่เจ้าหน้าที่รัฐแบบลงลึกในแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้มีความเข้าใจการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารในส่วนงานของตัวเอง

3. หน่วยงานภาครัฐ ให้ความรู้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มองเห็นถึงการจัดการบริหารธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

4. จัดตั้งหน่วยงานรัฐที่มีอำนาจในการควบคุมและกำกับดูแลมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่มีมาตรฐานและปฏิบัติตามกฎหมายการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน และกำจัดหรือกีดกันมิให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ไม่มีมาตรฐาน และไม่ปฏิบัติตามกฎหมายการจัดการธุรกิจนำเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือมิให้เกิดผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวแบบแอบแฝง

5. จัดทำหลักสูตรการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ พนักงานในแต่ละส่วนของธุรกิจ ที่สามารถนำไปใช้เป็นหลักสูตรในการสร้างความรู้และจิตสำนึกในการเป็นนักจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

6. ผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้มีความรู้และทักษะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จัดทำมาตรฐานของพนักงานในแต่ละระดับพร้อมทั้งอัตราเงินเดือนที่เหมาะสมและพอเพียงต่อการยังชีพ

7. จัดตั้งสภาลูกจ้างงานบริการด้านธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยการสนับสนุนจากกระทรวงแรงงาน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพนักงาน ให้พนักงานมีโอกาสได้รับความรู้และทักษะเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง สร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มพนักงาน เพื่อให้พนักงานมีความมั่นคง สามารถเลี้ยงดูครอบครัวได้ด้วยรายได้ประจำ โดยไม่ต้องคอยหารายได้จากการต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว

World Tourism Organization (WTO) (2016) กล่าวถึงแนวทางและการจัดการการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องสอดคล้องกับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแนวทางดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุด และรักษากระบวนการของระบบนิเวศวิทยา ขณะที่ยังคงอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพ

2. เคารพความมีเอกลักษณ์และคุณค่าทางด้านสังคมวัฒนธรรม อนุรักษ์สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นทั้งมรดกทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรม และก่อให้เกิดความเข้าใจการยอมรับต่างวัฒนธรรม

3. ศึกษาความเป็นไปได้ กระบวนการดำเนินเศรษฐกิจระยะยาว ผลประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจกระจายสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างเป็นธรรม มีการจ้างงาน และการสร้างโอกาสในการเกิดรายได้ การบริการสังคมสู่ชุมชนท้องถิ่น เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน

ปรเมษฐ์ หันถา (2562) ได้เสนอรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ (7-s model) เพื่อนำมาใช้กับการท่องเที่ยวเชิงอาหารดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่สะท้อนให้เห็นความกลมกลืนกันระหว่างการจัดลำดับความสำคัญ ขอบเขตกิจกรรม จุดประสงค์ และการควบคุมของการท่องเทียวเชิงอาหาร โดยการที่จะทำให้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสม ซึ่งจะประกอบไปด้วย การดำเนินงานที่สามารถปฏิบัติได้ การวางแผน และต้องเป็นไปตามนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติด้วย

2. โครงสร้าง (Structure) หมายถึง โครงสร้างภายในองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสมและการจัดลำดับชั้น เพราะว่าการที่มีโครงสร้างที่ดีนั้นจะนำพาไปสู่ความสำเร็จได้ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หากโครงสร้างภายในไม่ดี อาจจะทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

3. ระบบ (System) หมายถึง ระบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล การปฏิบัติการ ระบบการดำเนินงาน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การเงิน การตลาด รวมถึงในระบบอื่น ๆ โดยทุกระบบจะต้องมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอนและมีการประสานงานร่วมมือกัน

4. บุคลากร (Staff) หมายถึง บุคลากรซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การดำเนินการต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องมีการพิจารณาอย่างรอบคอบโดยจัดสรรบุคลากรที่มีความสามารถและมีความรอบคอบ มีความละเอียด มีความรับผิดชอบ มีความจริงใจซื่อสัตย์ ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และที่สำคัญคือสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจได้

5. ทักษะ (Skill) หมายถึง ทักษะ ความรู้ และทัศนคติต่องาน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานทุกอย่างที่ต้องอาศัยความชำนาญ งานจึงจะออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยดังกล่าวข้างต้น

6. ลักษณะ (Style) หมายถึง การรวมกันระหว่าง Skill และ Staff เพื่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ บุคลากรควรที่มีทักษะ ความรู้ และทัศนคติที่ดีต่องาน

7. การแบ่งปัน (Share) หมายถึง การแลกเปลี่ยนแบ่งปันประสบการณ์ความคิดเห็นและความรู้ ความสามารถที่จะนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Management of Gastro Tourism) จึงควรมีการจัดระบบและวางแผนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จำเป็นต้องพึ่งพาและขอความร่วมมือจากหลายฝ่าย ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อีกทั้งบุคลากรในการดำเนินงานการท่องเที่ยวที่ควรจะมีทักษะ ความรู้ ความสามารถ และที่สำคัญคือสามารถทำดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมและได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 1 การสรุปแนวคิดศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ศักยภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร	ญาดา	เบญจมาภรณ์	วิภา	วิมลรัตน์ และคณะ	เจริญชัย และคณะ	Gheorghe และคณะ	Sormaz และคณะ
เอกลักษณ์อาหาร/ คุณค่าทางวัฒนธรรม	✓	✓	✓		✓		✓
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓		
ความปลอดภัยการท่องเที่ยว			✓	✓	✓		
กิจกรรมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓			✓	✓
สิ่งอำนวยความสะดวก	✓	✓	✓	✓			
การพัฒนาการท่องเที่ยวภายนอก	✓				✓	✓	
การบริหารจัดการการท่องเที่ยว		✓	✓	✓		✓	
รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม		✓		✓			✓
เทคโนโลยี	✓				✓		✓
โฆษณาและการประชาสัมพันธ์						✓	✓

จากตารางที่ 1 การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นการสำรวจอาหารประจำถิ่น โดยเริ่มตั้งแต่ วัตถุดิบอาหาร คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่า และคุณค่าจากความหลากหลายของประเภทอาหาร เพื่อเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารคนไทย - จีน วัฒนธรรมคนไทยพื้นถิ่นใต้ และวัฒนธรรมอาหารทางชายฝั่งทะเลจากเรื่องราว คุณค่าทางภูมิปัญญาเข้ากับการท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากการรับประทานอาหารประจำถิ่นเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นตัวเชื่อมให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารร่วมกัน การพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละมื้อได้ นอกจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหารที่มีในจังหวัดตรังแล้ว ความพร้อม การรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่นถือเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นการแสดงถึงเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว พร้อมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมเยียนอีกด้วย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงได้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้เห็นถึงการตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมในอดีตจนถึงปัจจุบัน และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้ ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ 8 ดัชนีชี้วัดของศักยภาพที่ศึกษา ได้แก่ องค์ประกอบที่ 1 ด้านศักยภาพ

ในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่แสดงออกคุณค่าทางวัฒนธรรม ศักยภาพทางกายภาพ และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย 4 ดัชนีตัวชี้วัด ได้แก่ 1.1) คุณค่าทางวัฒนธรรม 1.2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 1.3) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 1.4) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์ประกอบที่ 2 ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการ ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 2 ดัชนีตัวชี้วัด ในด้าน 2.1) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และ2.2) การพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก องค์ประกอบที่ 3 ด้านศักยภาพการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เพื่อการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยกำหนดปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้านคือ 1) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านพื้นที่ 2) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านการจัดการ 3) ปัจจัยบ่งชี้ศักยภาพด้านกิจกรรมและการเรียนรู้

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
(Gastronomy tourism concepts)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสรสชาติอาหารท้องถิ่น เรียนรู้ถึงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม และเคล็ดลับการทำอาหารของสถานที่นั้น ๆ สำหรับประเทศไทยเพิ่งจะเริ่มให้ความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเมื่อไม่กี่ปีมานี้ ตัวอย่างการท่องเที่ยวลักษณะนี้ก็คือ ทัวร์ชิมอาหารในกรุงเทพฯ (Bangkok Food Tours) โดยบริษัท นวทรรศน์ ฮอลพิทัลลิตี้ จำกัด ซึ่งต้องการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวไทยที่แตกต่างจากบริษัททัวร์อื่น ๆ ทั่วไป และเพื่อทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักอาหารไทยมากขึ้น (TAT Review Magazine, 2017) ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leejeerajumnean (2016) ที่ได้พัฒนาและทดสอบศักยภาพของเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารไทย โดยศึกษาเอกลักษณ์ทางวัฒธรรมด้าน อาหาร ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องข้องกับอาหาร โดยจะต้องหาอัตลักษณ์และความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่แล้วจึงจะนำมากำหนดเป็นจุดสนใจทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารที่มีศักยภาพทางการตลาดและในเชิงพาณิชย์ โดยจะใช้แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยว เชิงเกษตรอนุรักษ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในการศึกษาภูมิ ปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และเทศกาลในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับอาหารและการกินอยู่ของชุมชน แล้วทดสอบศักยภาพของจุดสนใจทางการท่องเที่ยว และนำมาร้อยเรียงได้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร (Gastronomic Tourism)

1. ความหมายและคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

บัณฑิต อเนกพูนสุข (2560) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ด้านอาหารในแต่ละพื้นที่โดยที่วัตถุประสงค์หลัก คือ ความบันเทิงและสันทนาการ นอกจากประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาด งานแสดงและสาธิตการทำอาหาร หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์การเดินทางประเภทนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบลอง เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในแต่ละท้องที่ การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของคุณภาพและรูปลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าด้านการท่องเที่ยว รวมถึงอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคผ่านการบริโภค ดังนั้น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร จึงสามารถเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง เกิดขึ้นบนวัตถุประสงค์ใดก็ได้จากที่กล่าวมาทั้งหมด

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (2560) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า คือ ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food/Gastronomic Tourism) เนื่องจากอาหารเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการแสดงออกว่ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นจริง ๆ และการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้อาหารยังเป็นสื่อในการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวผ่านการแชร์ในสื่อออนไลน์

ภาณุวัต ภักดีอักษร (2555) ได้สรุปคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่า หมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องมีวัตถุประสงค์ เป้าหมายหรือแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การเดินทางเพื่อท่องเที่ยวเชิงอาหารนั้น นักท่องเที่ยวต้องมีแรงจูงใจหลักในการเดินทางเพื่อแสวงหาเก็บเกี่ยวประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวพร้อม ๆ กัน

องค์การท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) (2012) ได้ให้ความหมายของคำว่าการท่องเที่ยวอาหารว่าเป็นการสร้างประสบการณ์จากการเดินทางไปยังภูมิภาคหรือพื้นที่ที่มีการประกอบอาหาร จุดหมายของการเดินทางอาจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความบันเทิง โดยวัตถุประสงค์แรก คือ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมเท่านั้น ต่อมามีการผลิตอาหารจัดงานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้าอาหารตามฤดูกาลรวมถึงการทำอาหารและการสาธิต ชิมผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ประสบการณ์การเดินทางนี้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่มีการลงมือปรุงเองการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน แหล่งความรู้และความเข้าใจในคุณภาพหรือคุณลักษณะเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อย่างเช่น การประกอบอาหารที่ผลิตในแต่พื้นที่ล้วนเป็นการเสริมสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวด้านอาหาร จากทั้งหมดนี้ ถือเป็นเหตุผลหลักหรือแรงจูงใจส่งผลให้คนเดินทางสถานที่นั้น

นันทิยา ตันตราสืบ (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเฉพาะในวัฒนธรรมอาหาร ไม่เพียงชิมอาหารตามร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเดินทางไปเยือน หากแต่เป็นการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการสัมผัสประสบการณ์และการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหาหารของท้องถิ่นนั้น ๆ

บุญยสฤษฏ์ อเนกสุข (2557) กล่าวถึง ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในภาษาอังกฤษนั้น มีการใช้คำที่หลากหลาย ได้แก่ Gastronomy Tourism, Gourmet Tourism, Cruising Tourism โดยมีความหมายในลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ได้แก่ ร้านอาหารตามแหล่งท่องเที่ยว ตลาดท้องถิ่น และโรงงานที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ๆ ส่วนมีการใช้ในความหมายด้านการท่องเที่ยวอาหารที่แตกต่างออกไป สำหรับคำว่า “Culinary Tousim” โดยนักท่องเที่ยวจะมีกิจกรรมร่วมในกระบวนการผลิตอาหารเพิ่มขึ้น นอกจากนั้นการท่องเที่ยวอาหารยังมีความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะของการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสวน ไร่นา ฟาร์มต่าง ๆ และมีกิจกรรมการทดลองประกอบอาหารหรือเครื่องดื่ม เพื่อเพิ่มประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว โดยประเภทของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอาหารนั้น ได้แก่ กิจกรรมอาหารตามฤดูกาล โดยมีผลิตภัณฑ์อาหารหรือวัตถุดิบที่มีการปรับปรุงตามฤดูกาล ผลิตผลทางการเกษตรที่มีตามฤดูกาลของชุมชนต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเข้าชมและซื้อเป็นที่ระลึกได้ กิจกรรมเทศกาลอาหาร โดยมีการจัดตกแต่งร้านจากชุมชนต่าง ๆ รวมตัวกันเพื่อนำเสนออาหารท้องถิ่นของตนแก่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสลิ้มลองและรับทราบถึงวัฒนธรรมอาหารของชุมชน กิจกรรมการนำเสนอตำรับอาหารดั้งเดิมที่มีประวัติความเป็นมาของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ การจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นและกิจกรรมการสอนการประกอบอาหารท้องถิ่น เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง ทัวร์อาหาร (Food Tourism) อาหารเป็นปัจจัยหลักที่เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติวิถีชีวิตและศิลปะวัฒนธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงพวกเขาจะได้รับความรู้สึกถึงสถานที่ปลายทางนั้น ๆ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารไม่ได้เป็นเพียงการเยี่ยมชมทำอาหารลิ้มรสซื้อของและถ่ายภาพ แต่เป็นการเริ่มต้นด้วยการเรียนรู้ฝึกฝนแลกเปลี่ยนพัฒนาและสร้างแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวการทำอาหารเป็นเหมือน“ฟาร์มสู่จานอาหาร” นอกจากนี้ประโยชน์ที่ได้รับจาการท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ "การรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น" ซึ่งมุ่งเน้นไปที่ "อัตลักษณ์ท้องถิ่น" นอกเหนือจากอาหารแล้วยังมีภูมิปัญญาอีกอย่างหนึ่ง เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นแบบดั้งเดิมในระหว่างมื้ออาหารนั้น

ตารางที่ 2 ข้อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวทั่วไป	การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	แหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ ท่องเที่ยว	อาหารและเครื่องดื่ม
การมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยในการทำกิจกรรม	นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมมากกว่าในการทำกิจกรรม เช่น การทำอาหาร การรับประทานอาหาร การชิม
ประเภทนักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะ
ประเภทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภท	พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอาหารเป็นสิ่งดึงดูดใจ มีชื่อเสียงด้านอาหาร

ที่มา: เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561)

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาข้อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวทั่วไปและการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จะพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการลิ้มรสชาติทางด้านอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสนใจเฉพาะ ต้องการประสบการณ์ การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมด้านอาหาร เช่นการทำอาหาร การรับประทาน และการลิ้มลองอาหารในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

จากการวิจัยนี้การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความแตกต่างของจุดหมายปลายทางและประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวที่เกิดความทรงจำที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาหารเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ผ่านการบริโภคโดยนักท่องเที่ยว และอาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญการส่งเสริม การท่องเที่ยวระดับภูมิภาค โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีลักษณะที่สำคัญ คือ อาหารจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเดินทาง การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มจะเป็นประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำของนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมผ่านการรับประทานอาหารที่จุดหมายปลายทาง ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

จะเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการแสดงออกถึงแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อมในมิติของการท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การเดินทางหรือการท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทางในการลิ้มลองรสชาติอาหาร เครื่องดื่มเพื่อการเพลิดเพลิน เรียนรู้วัฒนธรรมหรือกิจกรรมทางอาหารในท้องถิ่นที่มีกระบวนการผ่านการเรียนรู้ การสาธิต การส่วนร่วมกับคนท้องถิ่น รวมถึงการได้รับความแปลกใหม่และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่ช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ และเป็นเครื่องมือของการพัฒนาระบบอาหารท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สถานการณ์การท่องเที่ยวอาหารขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO) (2012) ได้กล่าวถึง การพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่า มีความซับซ้อนและสวนกระแสโลกาภิวัตน์ แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งมีความจำเป็นที่ต้องใส่ใจและอนุรักษ์เพื่อการแข่งขันที่สูงขึ้น ในขณะที่โลกมีการเปิดกว้าง แต่บรรดานักท่องเที่ยวยังคงเสาะแสวงหาประสบการณ์บนพื้นฐานของเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นอยู่ อาหารเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถส่งเสริมค่านิยมแบบดั้งเดิมจนมีความเชื่อมโยงกับกระแสความนิยมใหม่ทางการท่องเที่ยว ความเคารพในวัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตของการมีสุขภาพที่ดี ความเป็นของแท้และดั้งเดิม ความยั่งยืน ประสบการณ์ ในขณะที่ศาสตร์ในการทำอาหารส่งผลให้เกิดการกระจายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น มีความเกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจ การบริโภคทางการท่องเที่ยวมีผลต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูง และความหลากหลายของตลาดการท่องเที่ยวด้านอาหาร ซึ่งคาดการณ์ได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การเที่ยวเชิงอาหาร หรือการท่องเที่ยวเพื่อกินมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ดังนั้นการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีข้อเสนอแนะที่สรุปจากผลการศึกษาของ UNWTO ไว้ 3 ประการ คือ

1. สินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยวควรเน้นถึงคุณภาพ ความหลากหลาย และเอกลักษณ์ของวัตถุดิบท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น ใช้อาหารในการสร้างการรับรู้หรือยกระดับ

2. ภาพลักษณ์ของท้องถิ่น โดยแหล่งท่องเที่ยวอาจนำเชฟหรือผู้ประกอบการร้านอาหารมาช่วยให้คำแนะนำในการกำหนด

3. ทิศทางการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวเชิงอาหาร และควรมีเวทีหรือกลไกในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ผู้มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการด้านอาหาร ทั้งผู้ผลิต เจ้าของร้านอาหาร ร้านค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการให้มากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ ได้มีหน่วยงานเนชั่นเนวจีโอกราฟฟิกได้นำเสนอ 4 เสาหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่สอดคล้องกับข้อสรุปของการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งเสาหลักนี้มีองค์ประกอบ ประกอบด้วย

1. Farming System คือ การเดินทางเริ่มต้นจากแหล่งกำเนิดอาหาร แปลงผัก สวนผลไม้ บ้านไร่ หรือท้องนา ในแนวทางเกษตรปลอดภัย สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของอาหารต่อสุขภาพและการกินดีมีสุข

2. Story of Food คือ คุณค่าของเรื่องราวเบื้องหลังที่ทำให้คุณค่าของอาหารแต่ละจานโดดเด่นและเป็นที่จดจำ อาหารหนึ่งจานรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างสรรค์ความดื่มด่ำให้เกิดการลิ้มรสอาหาร อาหารจึงเป็นมากกว่าอาหารเสมอ

3. Creative Industries คือ อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทุนมีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องกับอาหารได้ทั้งสิ้น เพราะการนำเสนออาหารเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่สะท้อนวิถีชีวิต รสนิยม และทิศทางของอาหารตามยุคสมัย นับตั้งแต่ภาชนะที่ใส่อาหาร ไปจนถึงนวัตกรรมด้านอาหาร รางวัลด้านอาหาร ดนตรี การแสดง วรรณกรรม ที่ล้วนสามารถทำให้อรรถรสของอาหารเป็นได้มากกว่าอิ่มท้อง แต่สร้างสรรค์ให้อิ่มสมอง อิ่มตา และอิ่มใจ

4. Sustainable Tourism คือ ผลักดันการพัฒนาอย่างยั่งยืนบนฐานของการท่องเที่ยว อนุรักษ์ ส่งเสริมเรื่องราวท้องถิ่น ส่งเสริมการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เพื่อสร้างโอกาสให้เกิดความคงอยู่ของความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการเศษอาหารเหลือทิ้ง คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การปกป้องมรดกทางอาหารของท้องถิ่น ให้อาหารเป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ เปิดประสบการณ์ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งและยั่งยืนแก่ผู้มาเยือน

สรุปได้ว่า ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งที่สามารถส่งเสริมค่านิยมแบบดั้งเดิม จนมีความเชื่อมโยงกับกระแสความนิยมใหม่ทางการท่องเที่ยว ความเคารพในวัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงวิถีชีวิตของการมีสุขภาพที่ดี และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ แบบยั่งยืนทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

3. ประเภทของของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Typology of gastronomy tourism)

แอน แมท ชาลาเกอร์ (Horng and Tsai, 2010) ได้จัดประเภทของการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ 4 ประเภทคือ

1. ทัวร์อาหาร (Food Tours or Routes) หรือเรียกอีกอย่างว่า เส้นทางรสชาติ (Taste Paths) ซึ่งรวมถึง เครื่องดื่มด้วย เช่น ไวน์ วิสกี้ ไซเดอร์ และเบียร์ ทัวร์อาหาร ทำให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนความคิดในเรื่องอาหารรสชาติ วัฒนธรรม และชุมชน รวมถึงการไปฟาร์ม ทุ่งนา เยี่ยมชมโรงงานถึงแหล่งสถานที่ผลิตอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่น

2. พิพิธภัณฑ์อาหาร (Food Museum) เพื่อบอกที่มาเรื่องราวกระบวนการผลิต ส่วนผสม เครื่องปรุง การใช้อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ และวิธีการปรุงอาหารประเภทต่าง ๆ วัตถุดิบของอาหารและอาหารท้องถิ่นเป็นแนวความคิดหลักของการจัดพิพิธภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่ รวมถึงการจัดกิจกรรมการปรุงอาหารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์โดยตรง

3. เทศกาลอาหาร (Food Festival or Event) การจัดเทศกาลอาหารนิยมการจัดแบบที่สามารถเคลื่อนที่ได้ง่าย จากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพราะส่วนใหญ่เป็นการจัดงานขึ้นเพียงช่วงเวลาสั้น ๆ เทศกาลอาหารสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในชาติและต่างชาติได้เป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นการจัดเกี่ยวกับอาหารประจำชาติ และอาหารประจำภูมิภาคมีการนำเสนออาหารท้องถิ่นและเครื่องดื่มในรูปแบบต่าง ๆ แสดงถึงขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบอาหารและอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ นักปรุงอาหารที่มีชื่อเสียงมาแสดงการปรุงอาหาร มีการการประกวดแข่งขัน และมอบรางวัล

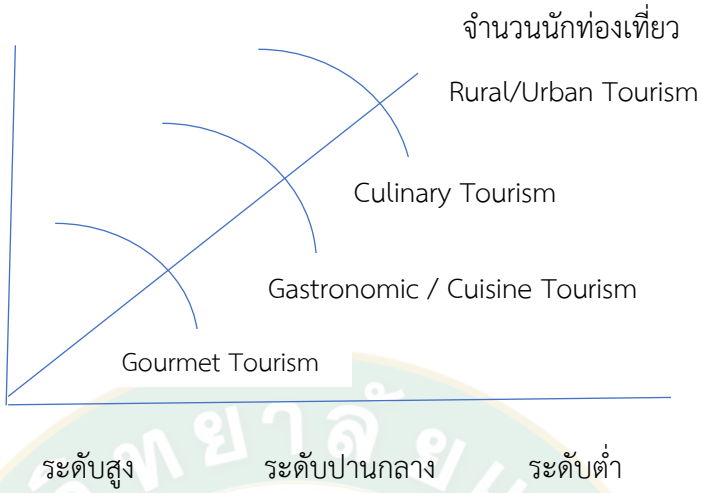
4. การเรียนปรุงอาหาร (Cooking classes) เป็นการเรียนระหว่างมาท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจในศิลปะการปรุงอาหารแล้วยังต้องการมีความรู้ถึงวัฒนธรรมด้านอาหาร ประเพณี อาหารท้องถิ่น ประจำภูมิภาค การเกษตร ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นต่าง ๆ สามารถเรียนได้แบบระยะสั้นที่เป็นเมนูอาหารเฉพาะถึงอาหารระดับภูมิภาค

4. ประโยชน์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Yilmaz and Aktaş (2015) ได้สรุปประโยชน์ของการทำอาหารเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นพื้นฐานในการสร้างความแตกต่างของจุดหมายปลายทาง
2. การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาทสำคัญในการตลาดปลายทาง
3. การท่องเที่ยวเชิงอาหารถูกใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมจุดหมายปลายทาง
4. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเป็นแรงจูงใจในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว
5. การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อเป็นจุดหมาปลายทางของนักท่องเที่ยวที่กลับมาใช้ซ้ำ
6. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของปลายทาง

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร



ภาพที่ 1 ระดับความสนใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวอาหาร

ที่มา: Hall et al. (2003)

จากภาพที่ 1 แสดงระดับความสำคัญความสนใจในด้านอาหารซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวแบบเมือง (Rural/Urban Tourism) เป็นความสนใจในระดับต่ำสุด คือ ไม่ได้สนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวในชุมชนหรือในเมือง โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยว ทั่วไปที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรับประทานอาหารเครื่องดื่มในมื้ออาหารนั้น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มองอาหารในภาพรวม (Culinary Tourism) เป็นความสนใจในระดับปานกลาง เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวและมีการเลือกรับประทาน อาหารประจำท้องถิ่นเนื่องจากอาหารมีความแปลก หรือแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การรับประทาน อาหารที่ขึ้นชื่อหรือเมนูแนะนำจากคนในท้องถิ่น

ส่วนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) หรือ (Cuisine Tourism) เป็นความสนใจในระดับปานกลางเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นการเดินทางเมื่อถึงจุดหมายปลายทางอาหารและเครื่องดื่มจะเป็นกิจกรรมส่วนหลัก ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวครั้งนี้ เช่น การมาท่องเที่ยวประเทศไทยก็จะรับประทานต้มยำกุ้ง หรือไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็จะรับประทานกิมจิ เป็นต้น หรือการเข้าไปในพื้นที่แล้วรับประทานอาหารท้องถิ่น ในระดับสุดท้าย คือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่นักท่องเที่ยวสนใจเฉพาะเจาะจง (Gourmet Tourism) เป็นความสนใจในระดับสูงหรือเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริงซึ่งเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางหลักเพื่อรับประทานอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นนั้น ๆ ทุกกิจกรรมการท่องเที่ยวล้วนมีอาหารเข้า

มาเกี่ยวข้อง เช่น การไปท่องเที่ยวเทศกาลอาหารในพื้นที่นั้น ๆ การไปฝึกทำอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว การเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อรับประทานอาหารพื้นเมือง ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวในระดับความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะ สำหรับประเทศไทยพฤติกรรมส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังคงอยู่ในระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

สรุปได้ว่า ประเภทของของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Typology of gastronomy tourism) มี 4 ประเภท คือ ทัวร์อาหาร (Food Tours or Routes) พิพิธภัณฑ์อาหาร (Food Museum) เทศกาลอาหาร (Food Festival or Event) และการเรียนปรุงอาหาร (Cooking classes) ซึ่งความสำคัญและความสนใจในด้านอาหารเป็นแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการรับประทานอาหารควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว

5. อิทธิพลของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อาหารมีความสำคัญของในการท่องเที่ยวในทุกมิติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม และเป็นสิ่งจูงใจลำดับต้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางและวางแผนการหาร้านอาหารท้องถิ่น อีกทั้งข้อดีการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น การกินอาหารพื้นถิ่นเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นตัวเชื่อม ให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารร่วมกัน การพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละมื้อ กล่าวคือ อาหารแต่ละมื้อเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์การท่องเที่ยว และยังช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีความหมายอีกด้วย, การเกิดการสร้างสรรค์อาหารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อาหารสามารถเป็นสิ่งที่แสดงถึงความโดดเด่นของภาพลักษณ์ของสถานที่ และช่วยให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และการพัฒนาโครงสร้างย่อย ๆ ที่สำคัญในการผลิตและบริโภค กล่าวคือ เป็นองค์ประกอบย่อย ๆ มากมายที่มีความสำคัญในขบวนการผลิตและการบริโภคอาหาร ซึ่งรวมไปถึงผู้ผลิตอาหาร เชฟ นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) นักวิจารณ์และผู้นำเทรนด์ด้านอาหารอื่น ๆ (องค์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน, 2559ก) เพราะฉะนั้น จึงมองว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงมีอิทธิพลเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจได้อย่างแท้จริง

6. บริบทอาหารประจำถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละท้องถิ่นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันตามวัฒนธรรม และวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น รวมถึงสินค้าที่เกี่ยวกับอาหาร เช่น ข้าวซอย ของจังหวัดเชียงใหม่ ไข่เค็มของฝากจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นต้น

ความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยทำให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้มาลิ้มลอง อาหารไทยที่เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ 10 อันดับ ได้แก่ ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย ผัดกะเพราะ แกงเผ็ดเป็ดย่าง ต้มข่าไก่ ยำเนื้อ หมูสะเต๊ะ ไก่ผัดเม็ดมะม่วง และพะแนงเนื้อ

จากความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้ลิ้มลองอาหารไทย จึงต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการทำอาหารไทย จึงทำให้เกิดโรงเรียนสอนทำอาหาร (Cooking School) ดังนั้น การเรียนทำอาหารจึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดรายได้ในประเทศ โดยโรงเรียนสอนทำอาหารไทยมีในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ

จังหวัดตรังมีเอกลักษณ์ในเรื่องอาหารการกินมาเป็นลำดับต้น ๆ ในประเทศไทย เพราะเมืองตรังมีอาหารประจำท้องถิ่นมากมายหลายชนิด และส่วนใหญ่เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากจีน ซึ่งเป็นชนชาติที่มีความพิถีพิถันเรื่องอาหารการกิน และมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อาหารจีนมีอิทธิพลต่อทั่วโลกอย่างมาก การพัฒนารูปแบบของอาหารและการสืบทอดประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่คนตรังจะรับวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะอาหารเช้าซึ่งเป็นมื้อแห่งการเริ่มต้นของวัน คนตรังถือว่าการกินอยู่เป็นเรื่องสำคัญ จนถูกขนานนามกันว่าเป็น “เมืองคนช่างกิน” เพราะกินกันทั้งวัน ในแต่ละช่วงเวลาก็จะมีเมนูอาหารการกินที่แตกต่างกันไป การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด จึงมักหยิบยกเรื่องราวที่ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองแห่งอาหาร เมืองแห่งคนช่างกิน มาเป็นตัวชูโรงในมหกรรมหรือกิจกรมต่าง ๆ เช่น ตรัง ยุทธจักรความอร่อย มหกรรมซีฟู้ดจังหวัดตรัง มหากรรมอาหารตรังดังทั่วโลก โครงการเที่ยวอย่างฟิน กินอย่างสุนทรี เทศกาลหมูย่าง เทศกาลขนมเค้ก เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสมาจังหวัดตรังส่วนใหญ่ค่อนข้างจะตื่นตาตื่นใจกับอาหารการกิน ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะหมูย่าง เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของหมูย่างคือเป็นอาหารดั้งเดิมที่ใช้หมูมาย่างทั้งตัว หนังกรอบ เนื้อนุ่ม รสหวาน และใช้วิธีการทำอย่างพิถีพิถัน ถือเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดตรัง ที่คนต่างถิ่นมักรู้จักกันดี (ทิพวัลย์ รามรง, 2564)

1. เมนูอาหาร และวัตถุดิบท้องถิ่น (Food menu & Food Ingredients)

1.1 เมนูอาหาร

เจตนา อินยะรัตน์ และวรรณกร พลพิชัย (2563) แบ่งเมนูอาหารพื้นถิ่น ดังนี้

1.1.1 อาหารคาว หมายถึง อาหารหลักประจำมื้อของคนไทยที่นิยมรับประทานกันตอนเช้ากลางวัน และตอนเย็น ซึ่งจะมีเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร ประกอบด้วย รสชาติหวาน เปรี้ยว เผ็ด เค็ม หวาน ตามปกติอาหารคาวสามารถแบ่งประเภท ได้แก่

1) แกง มีส่วนประกอบหลักเป็น พริก ผัก และเนื้อสัตว์ มีรสชาติเผ็ดในน้ำซุป เช่น ต้มยำ แกงส้ม

2) ผัด จะใช้เป็นเนื้อสัตว์ ผัก ปรุงรสด้วยเครื่องปรุงผัดในกระทะด้วยน้ำมันเล็กน้อย

3) ยำ จะมีรสชาติหวานหรือเปรี้ยว ลักษณะคล้ายสลัดของต่างประเทศ เช่น ยำถั่วพูด

4) ทอด ย่าง เผา หรือปิ้ง มีเนื้อสัตว์เป็นส่วนประกอบหลัก โดยการทำให้สุกโดยความร้อน เช่น ไก่ย่าง หมูทอก ปลาเผา เป็นต้น

5) เครื่องจิ้ม ใช้รับประทานกับผัก มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น น้ำพริกเผาปลาร้าหลน

1.1.2 อาหารหวาน หมายถึง อาหารหวานของไทยมีทั้งชนิดน้ำและชนิดแห้ง ส่วนมากปรุงด้วยกะทิ น้ำตาล และแป้งเป็นหลัก อีกทั้งในสมัยก่อนยังได้รับอิทธิพลจากชาวยุโรปในสมัยก่อนในการถ่ายทอดทำขนมด้วยไข่ไก่แก่คนไทย เช่น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง สังขยา และขนมหม้อแกง ขนมหวานชนิดแห้ง รับประทานได้ทุกเวลา ส่วนมากจะเป็นขนมอบ เพื่อเก็บใส่ขวดโหลไว้ได้นาน เช่น ขนมโสมนัส ขนมผิง ขนมทองม้วน เป็นต้น ขนมไทยสมัยโบราณ จะแสดงฝีมือการแกะสลักหรือปั้นเป็นรูปต่าง ๆ และจะอบด้วยกลิ่นกุหลาบ มะลิ กระดังงา

1.1.3 ผลไม้ หมายถึง สิ่งที่เป็นพืชผล จำพวกพืช โดยมีลักษณะรวม ๆ จะมีรูปทรงแตกต่างกันตามสายพันธุ์ ผลไม้จะต้องมีเปลือกหรือมีสิ่งที่ห่อหุ้มเนื้อที่อยู่ข้างใน มักจะถูกนำมาเป็นอาหาร ลักษณะของผลจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีเหลือง มีกลิ่นหอม รสหวาน

1.2 วัตถุดิบท้องถิ่น

ส่วนการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอาจจะไม่โดดเด่นนัก เนื่องจากความต้องการวัตถุดิบจำนวนมากเกินกว่าที่จะผลิตวัตถุดิบได้อย่างเพียงพอในจังหวัด ผู้ให้ข้อมูลระบุสาเหตุที่ต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมากในการผลิตอาหาร เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวจังหวัดตรังมาเพื่อกินอาหารเป็นวัตถุประสงค์อันดับต้น ๆ โดยเฉพาะอาหารเช้า ดังที่ ธนินทร์ สังขดวง และจิระนาถ รุ่งช่วง (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าท้องถิ่นที่สืบทอดจากวัฒนธรรมเปอรากันของ

นักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 1 – 2 วัน คิดเป็นร้อยละ 62.20 และบริโภคติ่มซำเป็นอาหารเช้า อย่างน้อย 1 มื้อ ในการเดินทางแต่ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 86.30 และสอดคล้องกับที่ผู้วิจัย ทิพวัลย์ รามรง (2564) ได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีระดับความต้องการบริโภคอาหารท้องถิ่น ในระดับมากทุกประเด็น ทั้งก่อนเดินทาง ระหว่างท่องเที่ยว และหลังการเดินทาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.96 และรับประทานอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังช่วงเวลาเช้า คิดเป็นร้อยละ 58.1 ดังนั้น ความต้องการบริโภคของนักท่องเที่ยวจึงส่งผลให้จังหวัดตรังมีความจำเป็นต้องใช้วัตถุดิบ จำนวนมากในการผลิตอาหาร โดยเฉพาะอาหารเช้ามากเกินกว่าจะสามารถผลิตวัตถุดิบได้เพียงพอ

วัตถุดิบที่มีแต่ท้องถิ่นจะนิยมนำมาทำอาหารสามารถหาได้ในท้องถิ่นและแหล่งธรรมชาติ เช่น ไก่ หมู ปลา ซึ่งมีทั้งที่ซื้อมาจากตลาดแต่ละคนในชุมชนเลี้ยงเอง และมีการนำพืชผักมาเป็นส่วนประกอบ โดยพืชผักมาจากผักข้างรั้วบ้าน ผักป่าหรือผักจากในท้องนา เช่น ผักแว่น ผักบุ้งนา เป็นต้น รวมถึงการปลูกพืชผักสวนครัว นอกจากนี้ยังมีวัตถุดิบที่หาได้จากแหล่งธรรมชาติ ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและยังนำมาทำเป็นอาหารรับประทานในครัวเรือน

สำหรับการบริโภคหรือพฤติกรรมการบริโภคอาหารของคนไทยในชีวิตประจำวัน ล้วนใช้วัตถุดิบที่ได้มาจากการผลิตขึ้นเอง เช่น การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ หรือจากการซื้อขายแลกเปลี่ยน อีกทั้งยังมีกรรมวิธีในการทำอาหาร ปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และมีรสชาติเฉพาะถิ่นแตกต่างกันไป ตามค่านิยม ซึ่งมีฐานของความเชื่อที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น โดยได้สะท้อนออกมากให้เห็นผ่านกรรมวิธีการปรุง และรสชาติของอาหารพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถจำแนกวัตถุดิบอาหารออกเป็น 4 ภาคหลักด้วยกัน (เจตนา อินยะรัตน์ และวรรณกร พลพิชัย, 2563)

1.2.1 ภาคเหนือ การปรุงอาหารของคนไทยภาคเหนือส่วนใหญ่จะมีรสอ่อนหรือรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว แต่ไม่หวานมาก อาหารภาคเหนือไม่นิยมใส่น้ำตาล ความหวานจะได้จากส่วนผสมที่นำมาประกอบอาหาร เช่น ความหวานจากผัก ปลา มะเขือส้ม เป็นต้น ทั้งนี้คนภาคเหนือนิยมรับประทานข้าวเหนียวเป็นหลัก ส่วนกับข้าวก็จะหาได้จากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น ไก่ หมู เนื้อ ปลา และผัก โดยวิธีการปรุงอาหาร ด้วยกันหลากหลายวิธี อาทิ เช่น การแกง การจอ การส้า การยำ การเจียว การปิ้ง การคั่วหรือการผัด การหลู้ การตำ ซึ่งอาหารของภาคเหนือมักจะทำให้สุกมาก ๆ อาหารส่วนใหญ่มักจะนิยมผัดกับน้ำมัน

1.2.2 ภาคกลาง อาหารพื้นบ้านภาคกลางถือได้ว่าเป็นอาหารที่มีลักษณะผสมผสานกันหลายรสชาติ มีทั้งรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว หวาน จืด และมักมีเครื่องเทศ กะทิเป็นส่วนประกอบอยู่เสมอ ทั้งนี้ อาหารภาคกลางถือได้ว่าเป็นอาหารที่ชาวต่างชาติรู้จักและนิยมรับประทาน

1.2.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีสภาพพื้นที่ส่วนใหญ่แห้งแล้ง เป็นที่ราบสูง มีแม่น้ำสายใหญ่ เป็นภาคที่ขาดความอุดมสมบูรณ์กว่าภาคอื่น ๆ จึงส่งผลให้คนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวิถีการดำรงชีวิตที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับธรรมชาติ จึงแสวงหาสิ่งที่มีรอบตัวในท้องถิ่น และนำมาดัดแปลงมาประกอบเป็นอาหาร ทั้งพืชผักจากป่าธรรมชาติ ปลาจากลำน้ำ และแมลงต่าง ๆ หลายชนิด โดยรสชาติของอาหารภาคตะวันออกเฉียงเหนือพื้นบ้านส่วนมากจะนิยมไปทางรสเผ็ด เค็ม เปรี้ยว และนิยมรับประทานข้าวเหนียวกับอาหารพื้นบ้านที่มีรสจัดและมีน้ำน้อย (คลุกคลิก) ซึ่งกรรมวิธีที่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมใช้ในการปรุงอาหารมีด้วยกันหลายวิธี อาทิเช่น ลาบ ก้อย หมก จุ๊ อู่ อ่อม แกง ต้ม ซุบ เผา กี่ ปิ้ง ย่าง รม ดอง คั่ว ลวก นึ่ง แจ่ว ป่น เมี่ยง ซึ่งส่วนประกอบสำคัญที่นิยมใช้ในการปรุงอาหาร คือ น้ำปลาร้า

1.2.4 ภาคใต้ เป็นภาคที่มีพื้นที่ส่วนใหญ่ติดทะเลมากที่สุด จึงทำให้ผู้คนแถบนี้นิยมทำการประมง เพราะมีทรัพยากรในท้องทะเลมาก อาหารหลักใช้ในการดำรงชีพก็คืออาหารทะเล ซึ่งโดยธรรมชาติอาหารทะเลมักจะมีกลิ่นคาวจัด ด้วยเหตุนี้อาหารภาคใต้จึงเน้นเครื่องเทศโดยเฉพาะขมิ้น ซึ่งสามารถช่วยในการดูดกลิ่นคาวของอาหารได้ดี และยังได้ทำเพิ่มสีสันให้กับอาหาร (สีเหลือง) ซึ่งหากมองในอีกด้านหนึ่ง อาจเป็นไปได้ว่าได้รับวัฒนธรรมการรับประทานที่ผสมผสานกลมกลืนกันระหว่างชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมในภาคใต้ ทั้งนี้ชาวใต้ถือได้ว่าโชคดีที่มีผักพื้นบ้านที่หลากหลายเมื่อเทียบกับภาคอื่น ซึ่งคนใต้จะนิยมรับประทานผักในทุกมื้อ นอกจากนี้ อาหารทางภาคใต้นั้นยังมีลักษณะของรสชาติที่มีความโดดเด่น กล่าวคือ มีรสชาติเผ็ดร้อน รสเค็ม รสเปรียว รวมทั้งกลิ่นฉุนของเครื่องเทศ และส่วนประกอบสำคัญของอาหารพื้นบ้านภาคใต้จะเป็นน้ำบูดู กะปิ เป็นต้น

2. ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์อาหาร (Food Identity)

อาหารไทยเป็นอาหารเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ทำอาหารต้องตระหนักถึงเสน่ห์ของอาหารไทยแต่ละจานมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป มีส่วนผสมที่หลากหลายนำมาผสมผสานกันเพื่อให้เกิดความอร่อยและประทับใจ อีกทั้งอาหารไทยเป็นอาหารสุขภาพใช้ไขมันในการปรุงอาหารน้อย ใช้เนื้อสัตว์น้อย เน้นผักเป็นสำคัญ ทำให้มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีสรรพคุณทางยาในคราวเดียว

จังหวัดตรังโดดเด่นในเรื่องความสงบเรียบง่ายของวิถีชีวิต มีเอกลักษณ์ดั้งเดิมที่ไม่ผันเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและกระแสนิยม ดังจะเห็นได้จากชีวิตความเป็นอยู่ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ยังคงความสมบูรณ์ไว้ได้เป็นอย่างดี และเป็นจังหวัดที่มีอาหารมากมาย จึงเป็นที่นิยมสำหรับผู้ที่หลงใหลอาหารการกินที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสความดั้งเดิมและอาหารประจำท้องถิ่น สอดคล้องกับที่เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็น

ทางเลือกใหม่ที่มีบทบาทมากขึ้น ในการกระตุ้นให้อาหารเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหลักที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวเชิงอาหารก็ยังเป็นมุมสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทยในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการพัฒนาท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อาหารกับความจริงและความดั้งเดิมของอาหาร ความสัมพันธ์ความแท้ ความจริงและความดั้งเดิมของอาหาร สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ (เจตนา อินยะรัตน์ และวรรณกร พลพิชัย, 2563)

2.1 ความแท้เชิงวัตถุ (Objective authenticity) เป็นประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัตถุ สิ่งของ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถยืนยันว่าเป็นของจริงดั้งเดิมได้ ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม วัสดุแท้ ๆ จากฝีมือคนท้องถิ่น หรือผ่านทางเทศกาลความเชื่อดั้งเดิมที่สร้างสรรค์ขึ้นที่ทุกคนสามารถรับรู้ รู้สึกถึงได้ว่าเป็นประเพณีวัฒนธรรม อันจริงแท้ เช่น การนำเสนออาหารสูตรชาววังซึ่งปรุงด้วยกรรมวิธีแบบชาววัง ผู้ปรุงเคยเป็นชาววังมาก่อน

2.2 ความแท้ที่สร้างสรรค์ขึ้น (Constructive authenticity) เป็นการสร้างความจริงในจิตใจที่ถูกสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับในสังคม โดยได้รับอิทธิพลต่อการมองโลก สังคมภายนอก และวัฒนธรรม เป็นการสร้างวัตถุ กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใด แห่งหนึ่งขึ้นมาพร้อมกับเชื่อมโยงว่าสิ่งเหล่านั้นมีความจริงแท้ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งมีความหวังว่าจะต้องได้พบกับความเก่าแก่ของสิ่งต่าง ๆ มาตั้งแต่ก่อนเดินทาง เช่น การสร้างวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Cultural commoditization) โดยการประดิษฐ์สินค้า หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำวัฒนธรรมมาประยุกต์ ใช้พร้อมกับบรรจุความหมายว่ามีคุณค่าและความจริงแท้เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อหาหรือมาเที่ยวชม

2.3 ความแท้ตามความดำรงอยู่ (Existential authenticity) เป็นความจริงแท้ที่สามารถสร้างขึ้นได้จากตัวนักท่องเที่ยวเอง ที่สามารถรู้สึกได้ถึงการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปที่เป็นความจริงและเป็นธรรมชาติ หรือจะแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความเป็นอยู่ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดโดยชาวบ้านท้องถิ่น การอาศัยบ้านพักของชาวบ้านในบรรยากาศแบบครอบครัวเป็นกันเอง หรือการเดินทางไกล การพักแรมตามชนบท

ปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น (เจตนา อินยะรัตน์ และวรรณกร พลพิชัย, 2563)

จากการสำรวจองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในปัจจุบัน มีปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น ดังนี้

1) วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นทั้งพืชและสัตว์ ซึ่งอาจเกิดเองโดยธรรมชาติหรือชุมชนผลิตขึ้นโดยการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ แล้วนำมาปรงอาหารในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบบางชนิดมีเฉพาะในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ผักเขียงตา มีในภาคเหนือ เหลียงเป็นพืชที่มีในภาคใต้ เป็นต้น

2) วิธีการปรุงและประกอบอาหาร เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน บางท้องถิ่นอาจใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันกับท้องถิ่นอื่นแต่มีวิธีการปรุงและประกอบอาหารที่ต่างกัน เช่น หน่อไม้ดอง ทางภาคใต้ถ้านำไปแกงส้มหรือแกงเหลือง ก็นับว่าเป็นอาหารท้องถิ่นของภาคใต้ แต่ถ้านำมาต้มส้มกับปลากระบอกก็นับว่าเป็นอาหารท้องถิ่นของภาคกลางด้านตะวันออก เป็นต้น

3) วิธีการรับประทานอาหารที่เหมือน ๆ กันในทุกท้องถิ่น หากท้องถิ่นหนึ่งมีวิธีการนำมารับประทานที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ก็นับว่าเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นนั้น เช่น การนำข้าวเหนียวมูนมารับประทานคู่กับแกงส้ม ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองหรืออาหารท้องถิ่น เป็นต้น

4) ลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพพื้นที่ความสมบูรณ์ของดิน แหล่งน้ำสิ่งเหล่านี้มีผลต่อแหล่งอาหารธรรมชาติ เช่น ภาคกลางเป็นพื้นที่ราบกว้างใหญ่เป็นที่ราบของแม่น้ำหลายสาย ทำให้มีตะกอนดินมาทับถมกันจำนวนมาก ทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ เป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญของประเทศ ตลอดจนการมีอาณาเขตติดต่อกันก็ทำให้มีการเลื่อนไหล แลกเปลี่ยนของวัฒนธรรมด้วย

5) ลักษณะภูมิอากาศ เช่น ภาคเหนือมีภูมิอากาศหนาวเย็นกว่าภาคอื่น ๆ ในฤดูหนาวทำให้มีอาหารท้องถิ่น คือ แกงกระด้าง ซึ่งความเย็นของอากาศในฤดูหนาวทำให้เจลาตินในหนังหมูที่ต้มเคี่ยวเกิดการแข็งตัวคล้ายวุ้น

6) การย้ายถิ่น อาจเกิดจากการไปหางานทำ การไปศึกษาเล่าเรียนหรือในสมัยก่อนอาจเกิดจากการทำสงคราม มนุษย์ก็นำเอาวัฒนธรรมตามท้องถิ่นของตนเอง ซึ่งมีติดต่อไปใช้ในแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่และถ้าเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นต่อเป็นระยะเวลานาน วัฒนธรรมท้องถิ่นหนึ่งก็จะไปเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ในอีกท้องถิ่นหนึ่ง และในทางกลับกันถ้าเป็นการย้ายถิ่นในระยะสั้น เช่น การไปศึกษาต่อในต่างประเทศ เมื่อมนุษย์ย้ายกลับมาอยู่ในถิ่นฐานเดิมก็นำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ตนเองได้ไปพบและดำรงชีวิตอยู่ในสังคมนั้นรายหนึ่งกลับมาใช้ในท้องถิ่นเดิมของตนเอง และถ้าคนในชุมชนพอใจยอมรับจะเกิดการนำมาปฏิบัติต่อเนื่องกันไป

7) ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการประดิษฐ์คิดค้น เครื่องมือเครื่องอำนวยความสะดวกมากมาย มนุษย์จึงนำมาใช้เพื่อช่วยทุ่นแรง ประหยัดเวลา แต่หากมนุษย์ไม่ใช่อย่างระมัดระวังโดยเฉพาะในด้านอาหารก็อาจจะทำให้เสียความเป็นเอกลักษณ์ไปได้ เช่น การตำน้ำพริกกะปิ แต่โบราณเรามักใช้ครกและสากหิน โขลกผสมเครื่องปรุง เป็นต้น แต่ปัจจุบันร้านข้าวแกงใช้เครื่องปั่นผสมอาหาร ปรุงน้ำพริกกะปิทำให้รสชาตินำพริกกะปิเสียไป เนื่องจากการโขลกจะ

ทำให้เครื่องปรุงบุบช้ำและแตก ส่วนเครื่องปั่นผสมอาหารมีใบมีดเล็ก ๆ ช่วยให้ส่วนผสมผสานของส่วนประกอบ การระเหยของกลิ่นที่อยู่วัตถุดิบจึงเสียไป

8) ความเปลี่ยนแปลงของครอบครัวและสังคม จากเดิมสังคมไทยเป็นครอบครัวขยายมีลูกหลายคน ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยว มีลูก 1-2 คน ทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป การใช้เวลาหรือการมีกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวน้อยลง ทำให้มีวัฒนธรรมอาหารถุงพลาสติกหรือการกินอาหารนอกบ้าน

9) การเจริญสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน มีการค้าขายแลกเปลี่ยนตลอดจนการเยี่ยมเยียน ทำให้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดทั้งประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกัน เช่น ลาว พม่า มาเลเซีย หรือประเทศที่อยู่ห่างไกล เช่น อินเดีย จีน โปตุเกส ก็ตาม ทำให้มีการรับเอาวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้าใช้และปฏิบัติในการดำรงชีวิตของคนในชุมชน

สรุปได้ว่า อาหารท้องถิ่นแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งความเป็นเมืองคนช่างกิน เป็นเมืองที่คนใจกว้าง มีน้ำใจ ชอบต้อนรับขับสู้แขกผู้มาเยือนด้วยอาหาร ให้ความสำคัญและพิถีพิถันในเรื่องอาหาร จนสะท้อนไปถึงประเพณีวัฒนธรรมที่โดดเด่น

3. คุณภาพอาหาร (Food quality)

คุณภาพอาหาร เป็นปัจจัยประกอบที่สำคัญ ที่มีผลต่อความไว้วางใจและความเชื่อมั่นของลูกค้าในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ปัจจัยตามมาคือ คุณภาพการบริการของพนักงานและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ (เกอ ซ่ง, 2559)

ปัจจุบัน คุณภาพอาหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการสร้างประสบการณ์การรับประทานอาหาร ซึ่งมีอิทธิพลโดยตรงต่อความรู้สึก ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกร้านอาหารของลูกค้า ดังนั้นคุณภาพอาหารจึงสำคัญที่สุด (Kim and Lee, 2013)

คุณภาพอาหาร (Food quality) หมายถึง อาหารตามมาตรฐานการผลิตที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในอาหารสามลักษณะทั่วไปที่ได้กำหนดคุณภาพอาหาร คือ ความปลอดภัย ความดึงดูดใจ และการยอมรับในบรรดาคุณลักษณะเหล่านี้ ความดึงดูดใจประกอบด้วย รายการต่าง ๆ เช่น รสชาติ การนำเสนอ และอุณหภูมิ (Sulek and Hensley, 2004)

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และนิธิยา รัตบาปนนท์ (2556) กล่าวว่า คุณภาพอาหารสามารถจำแนกออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่

3.1 คุณภาพทางกายภาพ (Physical Quality) เช่น ขนาด รูปร่าง ตำหนิ ปริมาตร น้ำหนักสุทธิ เป็นต้น

3.2 คุณภาพทางประสาทสัมผัส (Sensory Quality) เป็นคุณภาพสามารถรับรู้ได้ด้วยมนุษย์ โดยใช้การประเมินทางประสาทสัมผัส (Sensory Evaluation) ซึ่งส่งผลต่อการยอมรับในตัวสินค้าของผู้บริโภค เช่น

3.2.1 ลักษณะปรากฏที่ประเมินด้วยตา เช่น สี ขนาด และรูปทรง เป็นต้น

3.2.2 กลิ่นรส ได้แก่ รสเปรี้ยว รสหวาน รสเค็ม และกลิ่นหอม เป็นต้น

3.2.3 เนื้อสัมผัส เช่น ความแข็ง ความกรอบ ความเหนียว และความนุ่ม เป็นต้น

3.3 คุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition Value) หมายถึง ปริมาณของอาหารต่าง ๆ ที่ประกอบรวมกันในอาหาร เช่น โปรตีน เป็นสารประกอบอินทรีย์ ซึ่งเป็นโพลิเมอร์สายยาวของกรดแอมิโนในแง่โภชนาการ โปรตีนเป็นสารอาหาร ที่ให้พลังงาน คือ โปรตีน 1 กรัมให้พลังงาน 4 แคลอรี่ โปรตีนเป็นส่วนประกอบของร่างกาย ที่มีปริมาณมาก โดยเป็นอันดับสองรองจากน้ำ และยังเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของเซลล์ของสิ่งมีชีวิตทุกชนิด เซนเอนไซม์ (Enzyme) และฮอร์โมน (Horone) ซึ่งจำเป็นต่อการทำงานและการดำรงชีวิต มีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตและการเสริมสร้างเนื้อเยื่อส่วนที่สึกหรอของสัตว์ เมื่อรับประทานอาหารที่ไม่มีโปรตีน ร่างกายจะย่อยสลายโปรตีนได้เป็นกรดแอมิโนและกรดแอมิโนที่ร่างกายได้รับจากอาหารจะนำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ

3.4 คุณค่าทางจุลินทรีย์ (Microbial Value) หมายถึง ชนิดและปริมาณของจุลินทรีย์ ได้แก่ แบคทีเรีย ยีสต์ และเชื้อรา เป็นต้น

3.5 ปลอดภัยต่อการบริโภค (Safety) หมายถึง ความปลอดภัยของอาหารต่อผู้บริโภค จึงควรเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดเสมอ โดยความปอลดภัยต่อการบริโภค อันตรายมี 3 ประเภท ได้แก่

3.5.1 อันตรายทางชีววิทยา (Biolobical Hazard) ประกอบด้วย แบคทีเรีย ปรสิต เชื้อรา และไวรัส ซึ่งเกิดขึ้นได้ในอาหารที่ผ่านการกระบวนการที่ไม่ดีหรือผ่านทางการปนเปื้อนจากแหล่งภายนอกหรือภาหะนำเชื้อโรคต่าง ๆ

3.5.2 อันตรายทางเคมี (Chemical Hazard) คือ สารอันตรายอย่างยาฆ่าแมลง สารเร่งสี สารกันบูด โลหะหนักที่ปนเปื้อนในน้ำหรือสารปรุงแต่งอาหารที่มีปริมาณมากเกินพอดี อันตรายเหล่านี้อยู่ในขั้นตอนการเตรียมอาหาร

3.5.3 อันตรายทางกายภาพ (Physical Hazard) คือ วัตถุต่าง ๆ ที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของอาหาร และไม่ได้จะทำเป็นอาหารแต่เข้าไปอยู่ในอาหารได้ด้วยสาเหตุบางอย่าง ตัวอย่างเช่น เศษแก้วหรือโลหะ ไม้จิ้มฟัน และเครื่องประดับ

ส่วนเจตนา อินยะรัตน์ และวรรณกร พลพิชัย (2563) ได้จำแนกคุณค่าอาหารไทยออกได้ 3 ด้าน ดังนี้

3.6 คุณค่าทางโภชนาการ อาหารไทยแต่ละจานมีสารอาหารหลายตัว สารอาหารแต่ละตัวร่างกายจะใช้ประโยชน์ได้ต้องทำงานร่วมกัน

3.7 คุณค่าสรรพคุณทางยาของผักและสมุนไพรที่เป็นเครื่องปรุงของอาหารแต่ละจาน เช่น หอมแดง และกระเทียมที่ใส่ในน้ำพริกแกงช่วยลดไขมันในเลือด

3.8 คุณค่าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยปกติพืชผัก สมุนไพร เครื่องเทศ แต่ละอย่างจะมีรสชาติ และลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง

4. ความคุ้มค่า (Food value)

แนวคิดคุณค่าที่ได้รับจากการบริโภค (Model of Consumption Values) เป็นแนวคิดที่มองว่าประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้ามีคุณค่า (Values) หรือ มีประโยชน์ต่อผู้บริโภคในด้านต่างๆ ซึ่งได้แบ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (Sheth et al., 1991)

4.1 คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย (Functional value) หมายถึง คุณค่าที่เกิดจากคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้า โดยจะมองที่ลักษณะการทำงานของสินค้าเป็นหลัก ตัวอย่างเช่น ในกรณีของสินค้าอุปโภคบริโภค สำหรับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวนั้น คุณค่าทางด้านนี้จะหมายถึง คุณภาพของสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ความน่าสนใจและดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพของงานพาหนะที่ใช้คุณภาพของโรงแรม และการทำงานของมัคคุเทศก์ เป็นต้น

4.2 คุณค่าทางด้านสังคม (Social value) หมายถึง การได้รับการยอมรับ หรือได้รับการยกย่องจากผู้อื่น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานใดสถานหนึ่ง หรือได้เข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งที่เป็นที่ยอมรับของสังคมที่นักท่องเที่ยวเป็นสมาชิกอยู่ ตัวอย่างเช่น การที่นักท่องเที่ยวมองว่าการที่เขาได้เดินทางไปท่องเที่ยวทีกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส ทำให้เขาได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานว่าได้ไปเยือนสถานที่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก หรือ การเดินทางไปเข้าร่วมและนำเสนอผลการวิจัยในการประชุมทางวิชาการระดับนานาชาติ ทำให้ได้รับการยกย่องจากเพื่อนร่วมงานว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถทางด้านวิชาการ เป็นต้น

4.3 คุณค่าทางด้านอารมณ์ (Emotional value) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออารมณ์ชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการเดินทางท่องเทียว เช่น การที่นักท่องเที่ยวรู้สึกสนุกสนานและตื่นเต้นจากการเดินทางท่องเที่ยวแบบผจญภัย หรือการที่นักท่องเที่ยวเกิดอารมณ์อาลัยอาวรณ์ในสถานที่ท่องเที่ยว เมื่อต้องเดินทางกลับบ้าน เป็นต้น

4.4 คุณค่าทางด้านเรียนรู้ (Epistemic value) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้หรือได้สัมผัสกับสิ่งใหม่ ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การที่นักท่องเทียวได้มีโอกาสเรียนรู้กรรมวิธีในการประกอบอาหารท้องถิ่น หรือได้เรียนรู้ภาษาท้องถิ่นของชุมชนที่ไปเยือน เป็นต้น

สอดคล้องกับ หลักการสำคัญพื้นฐานในการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว (สำนักงานวิจัยแห่งชาติ, 2559)

4.5 คุณค่าที่มีเงื่อนไข (Conditional value) หมายถึง คุณค่าที่ได้รับจากการอยู่ร่วมในเหตุการณ์ หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะได้รับประสบการณ์ในการเล่นนำสงกรานต์ ก็ต่อเมื่อเขาเดินทางมาที่ประเทศไทยในช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น หรือนักท่องเที่ยวจะได้ชมปรากฏการณ์บังไฟพญานาคจะต้องเดินทางไปที่จังหวัดหนองคายและจังหวัดอุบลราชธานีในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 เป็นต้น จะเห็นได้วาคุณค่าในมิตินี้จะเกิดขึ้นได้ จะต้องมีเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เงื่อนไขด้านเวลา และ/หรือเงื่อนไขด้านสถานที่ เป็นต้น

จากแนวคิดคุณค่าทั้ง 5 มิตินี้ อาจจะไม่สามารถนำไปใช้ในการทำความเข้าใจ หรืออธิบายประสบการณ์ในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ในทุกสถานการณ์ แนวคิดนี้มองว่าประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เป็นสิ่งเกิดที่ขึ้นทั้งจากการตีความหมายของนักท่องเที่ยวเอง และเกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น จากคุณภาพของการบริการและการอำนวยสะดวกที่จัดให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมองว่าประสบการณ์ดังกล่าวมีหลายมิติ ซึ่งสอดคล้องกับความหมายและลักษณะสำคัญของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว

การจำแนกคุณค่าอาหารไทยออกได้ 3 ด้าน ดังนี้ (ศรีสมร คงพันธุ์, 2561)

1) คุณค่าทางโภชนาการ อาหารไทยแต่ละจานมีสารอาหารหลายตัวสารอาหารแต่ละตัวร่างกายจะใช้ประโยชน์ได้ต้องทำงานร่วมกัน

2) คุณค่าสรรพคุณทางยาของผักและสมุนไพรที่เป็นเครื่องปรุงของอาหารแต่ละจาน เช่น หอมแดงและกระเทียมที่ใส่ในน้ำพริกแกงช่วยลดไขมันในเลือด

3) คุณค่าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยปกติพืชผัก สมุนไพร เครื่องเทศ แต่ละอย่างจะมีรสชาติและลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง

อาหารไทยมีหลายรสชาติหลากหลายอยู่ในจานเดียวกัน อาหารแต่ละรสส่งเสริมซึ่งกันและกันให้เกิดความอร่อย เช่น ต้มยำกุ้ง ความเปรี้ยวของมะนาวในต้มยำถูกลดความเปรี้ยวด้วยความเผ็ดของพริกขี้หนู ความเผ็ดของพริกขี้หนูถูกลดความเผ็ดด้วยกุ้ง รสของกุ้งจะอร่อยยิ่งขึ้นเมื่อกินตะไคร้ตาม

5. ผลกระทบทางอาหาร (Food impact)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งการท่องเที่ยวได้สร้างผลกระทบทางบวกและลบ การพัฒนาการท่องเที่ยวอาจจะทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีอยู่และสามารถสร้างความเสียหายให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอาจจะเป็นเมล็ดพันธ์ที่ทำลายตัวเองและทำให้นักท่องเที่ยวลดลงอีกด้วย (กฤษณ์ จุฆามณี, 2564)

1. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยสร้างความตระหนักในท้องถิ่น สร้างมูลค่าทางการเงินให้แก่สถานที่ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถกระตุ้นความรู้สึกความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและระดับชาติ สร้างความสนใจในการอนุรักษ์ที่กว้างในชุมชนท้องถิ่น มีการแลกเปลี่ยนทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวและชาวบ้านท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว บางครั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ช่วยผ่อนคลายข้อจำกัดทางสังคมแบบดั้งเดิม เช่น ชาวบ้านในท้องถิ่นที่มีความอ่อนไหวเมื่อสัมผัสกับนักท่องเที่ยวตะวันตกจึงทำให้มีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินไปกับธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงาม คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี มีอากาศและน้ำที่สะอาดของชุมชนมีอาชญากรรมต่ำ ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เจริญรุ่งเรืองและเป็นของแท้ก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวมีความเข้าใจทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจของชุมชน การเข้าเยี่ยมชมท้องถิ่นจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเคารพในวัฒนธรรมและสนับสนุนความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติของนักท่องเที่ยวด้วย การใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรในปริมาณที่น้อยที่สุดของทรัพยากรไม่หมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ มีการอนุรักษ์รักษามรดกทางวัฒนธรรมและค่านิยมดั้งเดิม รวมทั้งการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่นด้วยการซื้อสินค้าท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของธุรกิจขนาดเล็กในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมีส่วนในการรับผิดชอบการท่องเที่ยวจะเป็นการเดินทางไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและเป็นเสาหลักของการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบคือ ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมความยุติธรรมทางสังคมและการพัฒนาเศรษฐกิจ

3. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคม การท่องเที่ยวท้าให้เกิดผลกระทบทางสังคมหลายด้านโดยเฉพาะสถานที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งหากได้รับความเสียหายจะฟื้นฟูได้ยาก ในการจัดการท่องเที่ยวจึงควรกระทำในทิศทางที่แสดงเจตนาถึงความพยายามอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่อย่างยิ่งระยะเวลาที่ผ่านมา การท่องเที่ยวได้มุ่งเน้นมิติทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ การท่องเที่ยวที่ควบคู่กับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจึงทำให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจำนวนมากและก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ เศรษฐกิจและสังคม ทั้งทางตรงและทางอ้อมเช่นเดียวกับการผลิตการพัฒนาอื่น ๆ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวมีทั้งผลดีและผลเสียอยู่ในตัว

ในการจัดการท่องเที่ยวจะต้องพยายามควบคุมผลกระทบที่เกิดขึ้นและเน้นให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเห็นคุณค่า ไม่ให้เกิดผลเสียหรือให้เกิดน้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้

4. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลกและเติบโตเร็วที่สุด การท่องเที่ยวสามารถให้ประโยชน์อย่างมากกับชุมชนท้องถิ่น การศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความเข้าใจถึงผลกระทบในเชิงบวกและเชิงลบ เพื่อให้สามารถดำเนินการลดผลกระทบเชิงลบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ คือ การเปิดโอกาสให้ประกอบการได้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่เป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมาก ทำให้มีการจ้างงาน สร้างรายได้จากภาษี แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและนำรายได้ไปพัฒนาในพื้นที่ชนบทในหลาย ๆ ประเทศ การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดเพียงอย่างเดียวของคนในชุมชน ดังนั้นจึงเป็นการเสี่ยงมากที่จะมีปัจจัยบางอย่างที่มาส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศนั้น เช่น การก่อการร้าย ความขัดแย้งทางการเมือง การเกิดโรคระบาด ผลกระทบของภัยพิบัติทางธรรมชาติซึ่งผลกระทบเหล่านี้จะทำให้นักท่องเที่ยวลดลง และมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็ช่วยกระจายความเสี่ยงในระบบเศรษฐกิจเพื่อให้มีความมั่นคงในระบบเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นเศรษฐกิจที่สำคัญ

5. ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อมรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมที่บทบาทที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมทำหน้าที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนชาวบ้านเป็นผู้ที่จะได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั่งยั่งยืนทั้งเชิงบวกและเชิงลบ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเทศทำให้ชุมชนท้องถิ่นมีความสุขกับการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกันความสามารถเหล่านี้อาจมีผลกระทบรุนแรงทางสังคม วัฒนธรรมในเชิงลบจากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เช่น การผลิตงานศิลปะแบบดั้งเดิมที่เป็นทั้งการบำรุงรักษาและฟื้นฟูวัฒนธรรมต่าง ๆ แต่การท่องเที่ยวก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมหรือการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางประวัติศาสตร์ ด้วยการนำวัฒนธรรม ประเพณีทางศาสนา ประเพณีท้องถิ่นและเทศกาลต่าง ๆ มาเป็นสินค้าโภคภัณฑ์เพื่อการซื้อขาย

การท่องเที่ยวเชิงอาหารส่งเสริมให้เศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวเพิ่มช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและภาคการเกษตรจากวัตถุดิบต่าง ๆ ในโลกปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการใช้ชื่อ ออนไลน์ หรือแอพพลิเคชั่นต่าง ๆ ทำให้เกิดข้อจำกัดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น ขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก ขาดการเชื่อมโยงและพัฒนา

ในโลกปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังมีเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ด้วยการใช้สื่อออนไลน์หรือแอปฟลิเคชั่นต่าง ๆ ในการส่งเสริม แนะนำ และสร้างความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการค้นหาข้อมูลต่าง ๆ อีกด้วย

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีข้อจำกัด ดังนี้ (พรรณี สวนเพลง และจิรานุช โสภา, 2561)

1. ขาดการส่งเสริมร้านอาหารให้ได้มาตรฐานและเป็นที่รู้จัก
2. ขาดการเชื่อมโยงให้เป็นมูลค่าและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแง่การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว
3. ควรมีการจัดเทศกาลอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
4. ควรจะมีการศึกษาและวางระบบส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างจริงจังสอดคล้องกับกับโครงการส่งเสริมครัวไทยสู่ครัวโลก
5. ส่งเสริมการเชื่อมโยงอาหารไทยสู่ ASEAN Culinary

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่นจังหวัดตรังสามารถดำเนินการได้ดังนี้ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2562)

5.1 จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อรักษา ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่เฉพาะในฤดูกาลท่องเที่ยว

5.2 ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้อาหารมาผนวกกับแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ได้ลิ้มรสอาหารท้องถิ่นในสถานที่ท้องถิ่นนั้น ๆ โดยการให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวผ่านอาหารโดยฝีมือคนในชุมชน

5.3 จัดหาคนดัง ดารา นักร้อง และคนที่ได้รับความชื่นชมหรือคลั่งไคล้ (Net Idol) ที่มีคนติดตามจำนวนมาก แนะนำ แบ่งปันข้อมูล หรือเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน สถานที่ใหม่ ๆ และอาหารท้องถิ่นแปลกใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักสำหรับนักท่องเที่ยว

5.4 ยกระดับอาหารท้องถิ่น ให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ในหมู่นักท่องเที่ยว โดยจะต้องมีการรวบรวมเรื่องราวของสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัด ควบคู่กับอาหารท้องถิ่นในชุมชน

5.5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรังได้อย่างสะดวกสบาย รวมถึงการเดินทางภายในจังหวัด ได้โดยง่าย

5.6 พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่นได้โดยง่าย

5.7 พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีความรู้ทั้งความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว และอาหารท้องถิ่น รวมถึงการสร้างกลไกในการบริหารจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในลักษณะบูรณาการร่วมกันทั้งภาครัฐเอกชน และชุมชน

5.8 จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการทั้งสายการบิน ที่พัก และร้านอาหารให้เป็นแพ็คเก็ตที่มีราคาที่เหมาะสม

5.9 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล ที่สามารถเที่ยวได้ตลอดทั้งปีแม้จะเป็นช่วง ช่วงฤดูมรสุม (Low Season)

5.10 สร้างมาตรการเพิ่มความปลอดภัยในการเตือนภัยและป้องกันภัยธรรมชาติต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวด้วย

สรุป ผลกระทบทางอาหาร (Food impact) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้สร้างผลกระทบทางบวกและลบ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว อาจจะทำลายทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีอยู่และสามารถสร้างความเสียหายให้กับสังคมและสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวอาจจะเป็นเมล็ดพันธ์ที่ทำลายตัวเองและทำให้นักท่องเที่ยวลดลงอีก จึงควรมีแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อให้การท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว

7. อัตลักษณ์อาหารประจำถิ่น

อัตลักษณ์อาหารประจำถิ่น

1. ความหมายและคำจำกัดความอัตลักษณ์อาหารประจำถิ่น

อาหาร หมายถึง สิ่งที่มีชีวิตบริโภคเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้ และอาหารเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานของมนุษย์ อาหารมีทั้งสิ่งมีชีวิตและไม่มีชีวิต (ณัฐธิดา สุวรรณโณ และสุวิทย์ สุวรรณโณ, 2555)

อาหารประจำถิ่น หมายถึง อาหารที่บริโภคอยู่ในชีวิตประจำวัน นิยมรับประทานกันเฉพาะท้องถิ่นในชุมชน ตำบล อำเภอ หรือประจำจังหวัด และเป็นบริโภคในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เช่น อาหารในช่วงประเพณีทางศาสนา ประเพณีการทำบุญขึ้นบ้านใหม่ งานแต่งงาน และช่วงเทศกาลอาหารโดยอาศัยเครื่องปรุง วัสดุที่นำมาประกอบอาหารจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งจากแหล่งธรรมชาติที่แวดล้อมอยู่ เช่น การเพาะปลูก การเลี้ยงสัตว์ โดยมีกรรมวิธีทำเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งรสชาติที่เป็นเฉพาะถิ่นแตกต่างกันไป

อาหารไทยเป็นอาหารเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่คนทำอาหารต้องตระหนักถึงเสน่ห์ของอาหารไทยแต่ละจานมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป มีส่วนผสมที่หลากหลายนำมาผสมผสานกันเพื่อให้เป็นเกิดความอร่อยและประทับใจ อีกทั้งอาหารไทยเป็นอาหารสุขภาพใช้ไขมันในการปรุง

อาหารน้อย ใช้เนื้อสัตว์น้อย เน้นผักเป็นสำคัญทำให้มีคุณค่าทางโภชนาการสูง และมีสรรพคุณทางยาในคราวเดียวกัน

2. อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคใต้

ข้อมูลที่สำคัญเพื่อนำเสนออัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ในการนำมาเป็นข้อมูลในการสืบค้นทางออนไลน์ประกอบขึ้นด้วย ชื่อเมนูอาหารประจำถิ่น ประเภทอาหาร วัตถุดิบ ข้อมูลทางอาหาร (เกร็ดความรู้) เป็นต้น (ณัฐธิดา สุวรรณโณ และสุวิทย์ สุวรรณโณ, 2555) ความเป็นอัตลักษณ์ของอาหารประกอบด้วย วัตถุดิบ เครื่องปรุง เครื่องเทศ วิธีการปรุง เป็นสิ่งที่ทำให้อาหารมี อัตลักษณ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ (Horng and Tsai, 2010)

อาหารไทยเป็นอาหารเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่คนทำอาหารต้องตระหนักถึงเสน่ห์ของอาหารไทยแต่ละจานมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป มีส่วนผสมที่หลากหลายนำมาผสมผสานกันเพื่อให้เป็นเกิดความอร่อยและประทับใจ

ความสัมพันธ์ความแท้ ความจริงและความดั้งเดิมของอาหารกับการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ (Hart-Robertson et al., 2012)

1. ความแท้เชิงวัตถุ (Objective authenticity) เป็นประสบการณ์จริงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อวัตถุ สิ่งของ หรือสัญลักษณ์ที่สามารถยืนยันว่าเป็นของจริงดั้งเดิมได้ ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม วัสดุแท้ ๆ จากฝีมือคนท้องถิ่น หรือผ่านทางเทศกาลความเชื่อดั้งเดิมที่สร้างสรรค์ขึ้นที่ ทุกคนสามารถรับรู้ รู้สึกถึงได้ว่าเป็นประเพณีวัฒนธรรม อันจริงแท้ เช่น การนำเสนออาหารสูตรชาววังซึ่งปรุงด้วย กรรมวิธีแบบชาววัง ผู้ปรุงเคยเป็นชาววังมาก่อน

2. ความแท้ที่สร้างสรรค์ขึ้น (Constructive authenticity) เป็นการสร้างความจริงในจิตใจที่ถูกสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับในสังคม โดยได้รับอิทธิพลต่อการมองโลก สังคมภายนอกและวัฒนธรรม เป็นการสร้างวัตถุ กิจกรรมการท่องเที่ยว หรือสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่งขึ้นมาพร้อมกับเชื่อมโยงว่าสิ่งเหล่านั้นมีความจริงแท้ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งมีความคาดหวังว่าจะต้องได้พบกับความเก่าแก่ของสิ่งต่าง ๆ มาตั้งแต่ก่อนเดินทาง เช่น การสร้างวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว (Cultural Commoditization) โดยการประดิษฐ์สินค้า หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำวัฒนธรรมมาประยุกต์ ใช้พร้อมกับบรรจุความหมายว่ามีคุณค่าและความจริงแท้ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อหาหรือมาเที่ยวชม

3. ความแท้ตามความดำรงอยู่ (Existential authenticity) เป็นความจริงแท้ที่สามารถสร้างขึ้นได้จาก ตัวนักท่องเที่ยวเอง ที่สามารถรู้สึกได้ถึงการใช้ชีวิตประจำวันทั่วไปที่เป็นความจริงและเป็นธรรมชาติ หรือจะแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามความเป็นอยู่ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่จัดโดยชาวบ้านท้องถิ่นการอาศัย

บ้านพักของชาวบ้านในบรรยากาศแบบครอบครัวเป็นกันเอง หรือ การเดินทางไกล การพักแรมตามชนบท

จากการทบทวนวรรณกรรมเอกลักษณ์อาหาร ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหาร รังสรรค์เมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ตามสภาพภูมิศาสตร์ เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ กิจกรรม งานเทศกาลสำคัญ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับเมืองพหุวัฒนธรรมที่เป็นภูมิสังคมของจังหวัดตรังที่ผสมผสานอาหารพื้นถิ่นใต้ของคนใต้ อาหารไทยจีนของคนไทยเชื้อสายจีน และอาหารทะเลของชาวมุสลิมอาศัยบริเวณชายฝั่งทะเล ดังนั้นจึงศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นที่ประกอบด้วย เมนูอาหาร เรื่องราว วัตถุดิบ ความโดเด่นเอกลักษณ์ คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่า ในบริบทของพื้นที่

8. ความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผลิตภัณฑ์

การท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้าทั้งที่เป็นรูปธรรมนามธรรมและการบริการที่คาดว่าตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้มากที่สุดมีลักษณะเด่น ดังนี้

1. ลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ผสม ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผสมกัน ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมธุรกิจร้านอาหารธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจนำเที่ยวธุรกิจขนส่ง ธุรกิจบันเทิง เป็นต้น ธุรกิจบริการเหล่านี้จึงมีความสำคัญมากในการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวและทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเจริญเติบโต การประสานงานของทุกหน่วยหมายถึงการประสานงานทั้งและระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

2. ส่วนผสมบางส่วนของผลิตภัณฑ์เป็นนามธรรม เช่น การบริการ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย จึงใช้ความรู้สึกส่วนตัว อารมณ์และจินตนาการในการตัดสินใจซื้อ ควรสร้างสถานการณ์สมมุติ ให้ลูกค้าเกิดจินตนาการและเห็นภาพชัด ซึ่งแสดงถึงความอ่อนไหวและความนุ่มนวลของการให้บริการ เช่น โรงแรมจัดทำโบชัวร์ที่มีภาพห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยถ่ายทำจากสถานที่จริง ทั้งนี้ผู้ประกอบธุรกิจควรไม่หลอกลวงลูกค้า หรือสร้างความคาดหวังให้แก่ลูกค้าในลักษณะที่เกินความจริง ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องมีการลงทุนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนโดยภาครัฐจะเป็นผู้ลงทุนในการพัฒนาสร้างคุณภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่พร้อมทั้งพยายามแสวงหาและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว (บุญลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557)

3. อายุของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับฤดูกาลเนื่องจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวไม่ใช่สินค้าจำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน ลูกค้าต้องการบริโภคเมื่อต้องการเดินทางหรือหยุดพักผ่อนในช่วงสุดสัปดาห์หรือฤดูกาลท่องเที่ยวอื่น ๆ เช่น ปิดภาคเรียนฤดูร้อนรายการนำเที่ยวบางอย่างเป็นที่นิยมตามฤดูกาล เช่น รายการนำเที่ยวทางทะเลในฤดูร้อน รายการนำเที่ยวภูเขาในฤดูหนาว แต่ในฤดู

ฝนคนไม่นิยมเดินทางกัน ดังนั้นอายุของผลิตภัณฑ์จึงสั้นผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหมาะสมกับฤดูและต้องมีวิธีการส่งเสริมการขายนอกฤดูกาลเพื่อกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่คนไม่นิยมเดินทาง

4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีช่องทางการจำหน่ายหลากหลาย การจำหน่ายผ่านตัวแทนทำให้ขายได้ปริมาณมากกว่าการขายตรงผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกลับมีราคาซึ่งถูกลง ช่องทางการจำหน่ายในตลาดการท่องเที่ยวจึงมีหลากหลาย ในส่วนของทรัพยากรการท่องเที่ยวและการบริการทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติเป็นในมรดกของประเทศไทยไม่มีผู้ใดเป็นเจ้าของ แต่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบธุรกิจคิดขึ้นอาจถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย เมื่อเห็นว่าสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามาแล้วและความเอาใจใส่ต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และตอบสนองในทันทีจะสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้ามาก จึงเป็นผลในความพอใจต่อการซื้อครั้งต่อไป

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างการรับรู้การจดจำ หากนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังภาคใต้ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ขนมจีบ ชาชัก กาแฟโบราณ น้ำบูดู แกงไตปลา สับปะรด หมูย่างเมืองตรัง เป็นต้น (กนกกานต์ วีระกุล และคณะ, 2556)

สรุปได้ว่าอาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาท้องถิ่นในด้านเศรษฐกิจชุมชน วัฒนธรรม สังคม สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีข้อดีในการสร้างความแตกต่าง ช่วยมีบทบาทในการทำการตลาดปลายทาง ส่งเสริมจุดหมายปลายทาง และเกิดการกลับมาใช้ซ้ำของนักท่องเที่ยว สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารมได้แก่ นักท่องเที่ยว อาหารในแหล่งท่องเที่ยว และ สภาพแวดล้อมการบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว เชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทาง นักท่องเที่ยวตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้

แนวคิดเศรษฐกิจที่ถูกผลักดันด้วยประสบการณ์ (Experience Economy)

1. ความหมายและคำจำกัดความของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

Volo (2009) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หมายถึง เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวโดยจะเกิดขึ้นในสถานที่ที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมปกติ และในเวลาที่ไม่ใช่เวลาที่ต้องใช้การทำภาระหน้าที่ต่าง ๆ ที่เป็นการดำเนินชีวิตประจำวันหรือเป็นหน้าที่ที่รับผิดชอบปกติ โดยมีกระบวนการรับสารที่เริ่มจากการที่มีพลังงานที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมได้ไปกระทบกับประสาทสัมผัสและได้ถูกแปลงเป็นสาร จากนั้นสารดังกล่าวก็ได้รับการตีความหมายและจัดระบบโดยมีการอ้างอิง

จากความรู้เดิมที่นักท่องเที่ยวมีอยู่ จากนั้นสารดังกล่าวก็จะถูกจัดเก็บไว้ในรูปแบบของความทรงจำที่อยู่ภายใต้เงื่อนไข ซึ่งกระบวนการดังกล่าวนี้ได้ทำให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการเรียนรู้ด้วย

Knobloch et al. (2014) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หมายถึง เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นเพียงความทรงจำเพียงอย่างเดียว แต่เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวความรู้สึก ความทรงจำ และประสบการณ์จะดูดซับช่วงเวลาของการท่องเที่ยวที่สามารถทำให้สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำอยู่เหนือทั้งหมดร่วมกับผู้คนหรือการสร้างพันธ์ทางอารมณ์ที่เป็นจุดโฟกัสของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

Song et al. (2014) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวนำไปสู่ความต้องการ ความคาดหวังจากการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าจดจำ ประทับใจ ทำให้เกิดมีความพึงพอใจที่จะกลับมาเยี่ยมชมซ้ำอีกครั้ง และส่งผลต่อความตั้งใจในการทบทวนสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวและมีการบอกต่อหรือการแนะนำ โดยการแชร์ข้อมูลผ่านทางสื่อทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เป็นข้อความ รูปภาพ และวิดีโอให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ด้วยความเต็มใจ

Kim and Fesenmaier (2017) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) หมายถึง ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่ขึ้นอยู่กับกิจกรรมในสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังเป็นผลมาจากการวาดฝันและการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางในอนาคตและจากผลการสะท้อนกลับของการพูดคุยเกี่ยวกับประสบการณ์ก่อนการเดินทางและประสบการณ์ระหว่างการเดินทางและประสบการณ์หลังการเดินทาง

Moon (2018) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) หมายถึง เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่เกิดจากการรับรู้ทางด้านภูมิทัศน์ที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมและทางด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย มนุษย์และภูมิทัศน์เป็นการรับรู้ทางด้านภูมิทัศน์ที่ก่อให้เกิดการโต้ตอบซึ่งกันและกันระหว่างบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวและภูมิทัศน์ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมจึงกลายเป็นประสบการณ์ชุดของการโต้ตอบกับสภาพแวดล้อมทำให้เกิดกระบวนการของการทำภายใน ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวและเป็นการสร้างการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังที่เกิดจากการรับรู้ของเขาหรือเธอจากการตอบสนองทางอารมณ์ เช่น ความรู้สึกผ่อนคลายและความสนุกสนานตื่นเต้น

Wu et al. (2014) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) หมายถึง เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมหรือแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทำให้

ทราบถึงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดความตื้นเต้น และทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ที่ทำให้เกิดความผ่อนคลาย ประสบการณ์เป็นการเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดจากการทดลองและเกิดจากประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่ของมนุษย์ตามมุมมองในแนวคิดทฤษฎีของตรรกะ หรือเพื่อยืนยันหรือบอกเป็นนัยว่ามีอยู่จริง ดังนั้นประสบการณ์จึงเกี่ยวข้องกับการค้นหาประสบการณ์และความถูกต้องของชีวิตของตนเองและของผู้อื่น

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2558) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไว้ 2 มุมมอง หมายถึง ประสบการณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้และการตีความหมายของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเจ้าของประสบการณ์เอง ในขณะที่คำนิยามอีกมุมหนึ่งจะเน้นว่าประสบการณ์จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ก็ต่อเมื่อเขาได้รับการบริการ หรือได้รับการกระตุ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอโดยธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือโดยบุคคลอื่น ๆ ซึ่งคำนิยามในกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับบทบาทของธุรกิจทางการท่องเทียวในการนำเสนอประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และมักเป็นคำนิยามที่ใช้ทางการตลาด

สรุปได้ว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเกิดจากากรรับรู้ ในสภาพแวดล้อมทั้งทางกายภาพทางสังคมหรือแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม ทำให้ทราบถึงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดความตื้นเต้นและทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเพื่อได้รับประสบการณ์ ซึ่งเป็นประโยชน์ทางการตลาดของภาคธุรกิจทางการท่องเที่ยวและถูกผลักดันให้เกิดแนวคิดใหม่ แนวคิดเศรษฐกิจที่ถูกผลักด้วยประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Experience Economy)

ลักษณะสำคัญของประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (Important Characteristics of Tourist Experience)

จากการวิเคราะห์ความหมายประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงเล็งเห็นความสำคัญของลักษณะประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวได้ ดังต่อไปนี้ (ชีวรรณ เจริญสุข, 2560)

1. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นกับบุคคลใด ๆ ก็ต่อเมื่อเขาอยู่ในสิ่งแวดล้อมหรือสถานที่อื่น ๆ ที่ไม่ใช่สิ่งแวดล้อมปกติ

2. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้น เฉพาะในเวลาที่นอกเหนือจากเวลาที่บุคคลนั้น ๆ จะต้องทำงาน หรือทำสิ่งที่เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบปกติ

3. ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะมีลักษณะเป็นลำดับขั้น โดยเริ่มจาก

3.1 การรับรู้ (สิ่งแวดล้อมและคุณภาพของการบริการ ตลอดจนลักษณะของการปฏิสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวมีกับบุคคลอื่น ๆ และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ) โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5

3.2 การทำความเข้าใจหรือการตีความหมาย โดยนักท่องเทียวจะใช้ความรู้เดิมที่มีอยู่ประกอบกับทัศนคิของนักท่องเที่ยว

3.3 การจดจำ โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกจดจำประสบการณ์ โดยมีเงื่อนไขต่าง ๆ ซึ่งเป็นเงื่อนไขเฉพาะบุคคล เช่น จดจำเฉพาะเหตุการณ์ที่ประทับใจมาก ๆ หรือจดจำเฉพาะเหตุการณ์ที่ตรงกับความชอบส่วนบุคคล เป็นต้น

4. ลักษณะที่เป็นส่วนบุคคล ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเดียวกันทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบเดียวกันในเวลาเดียวกัน นักท่องเที่ยวแต่ละคนก็จะได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับจากงานวิจัยของนาธาน และคณะ (Uriely et al., 2002) ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบบแบกเป้ชาวอิสราเอล ซึ่งเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ประเทศอินเดีย และประเทศเนปาล ได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนกัน ถึงแม้ว่าพวกเขาจะทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบเดียวกันหรือแม้กระทั้งเดินทางท่องเที่ยวไปที่สถานที่เดียวกัน

5. ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมีลักษณะที่เป็นหลายมิติ คือ ในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง หรือในการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่งนักท่องเที่ยวคนหนึ่งอาจได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น อาจได้พบเพื่อนใหม่ ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และได้เกิดความรู้สึกทั้งดีและไม่ดี เป็นต้น

2. แนวคิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว (Concept of Tourism Experience)

แนวคิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับประกอบด้วย 4 มิติที่สำคัญ ได้แก่ (Cole and Scott, 2004)

1. คุณภาพของการบริการ (Performance quality) หมายถึง ลักษณะเด่นต่าง ๆ ของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ตลอดจนลักษณะและคุณภาพของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะดวกสบายของที่พัก การบรรยายเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวโดยมัคคุเทศก์ เป็นต้น

2. คุณภาพทางด้านประสบการณ์ (Experiential quality) หมายถึง ประโยชน์ หรือผลลัพธ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ได้เพื่อนใหม่ ได้ชมสถาปัตยกรรมที่แปลกตา เป็นต้น

3. ความพึงพอใจโดยรวม (Overall satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกโดยรวมที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น รู้สึกประทับใจ หรือรู้สึกสนุก เป็นต้น

4. ความตั้งใจที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวอีกครั้ง (Revisit intentions) หมายถึง ความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางกลับไปท่องเทียวในจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวนั้น ๆ อีกครั้งในอนาคต

มิติของประสบการณ์ทั้ง 4 มิตินี้ เกิดขึ้นเป็นลำดับขั้นที่ต่อเนื่องกัน ซึ่งลำดับขั้นของมิติทั้ง 4 นี้ เริ่มต้นจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับการบริการและการอำนวยความสะดวกจากผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ (Performance quality) เช่น การได้รับการอำนวยความสะดวกและได้รับฟังคำบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากมัคคุเทศก์ ได้พักที่โรงแรม และได้รับประทานอาหารที่ภัตตาคาร เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพของการบริการแต่ละประเภทในขั้นตอนนี้ และผลของการประเมินดังกล่าวจะส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ หรือประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว (Experiential quality) เช่น การบรรยายของมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ใหม่ ๆ หรือการที่โปรแกรมนำเที่ยวจัดให้มีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พบปะ และพูดคุยกับคนในชุมชนท้องถิ่น ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีปฏิสัมพันธ์ และได้ผูกมิตรกับคนในท้องถิ่นได้ ประสบการณ์ในมิติแรก และมิติที่สองจะมีอิทธิพลต่อมิติที่อยู่ในลำดับถัดไป ซึ่งก็คือความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยว (Overall satisfaction) เช่น ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจกับการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้และความรู้สึกดังกล่าวนี้ จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น ๆ อีกหรือไม่ในอนาคต (Revisit intention) เช่น ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจ ก็มีแนวโน้มสูงที่จะตัดสินใจเดินทางกลับไปท่องเที่ยว ณ สถานที่เดิมอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของ Quan & Wang (2004) โดยได้แบ่งประสบการณ์ออกเป็น 2 มิติ (ชีวรรณ เจริญสุข, 2560)

1. มิติของประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด (The peak touristic experience) หมายถึง ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว และ/หรือเข้าร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น การที่นักท่องเที่ยวได้เพื่อนใหม่ซึ่งเป็นคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประสบการณ์นี้สามารถตอบสนองแรงจูงใจที่ต้องการได้ มีปฏิสัมพันธ์และผูกมิตรกับคนในชุมชนท้องถิ่น

2. มิติของประสบการณ์สนับสนุน (The supporting consumer experience) หมายถึง ประสบการณ์ที่ช่วยตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับคุณภาพในการให้บริการ และการอำนวยความสะดวกของธุรกิจทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ธุรกิจที่พัก ธุรกิจด้านยานพาหนะ ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น ประสบการณ์เหล่านี้ไม่ได้มีบทบาทหลักในการตอบสนองแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว แต่จะช่วยเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความสะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมการได้รับประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอดของนักท่องเที่ยวด้วย มิติทั้งสองด้านนี้สอดคล้องกับความหมายด้านมิติด้านคุณภาพของการบริการในแนวคิดของโคลล์และสก็อต (Cole and Scott, 2004)

สรุปได้ว่า แนวคิดประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว อธิบายได้ว่า ประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต (Past Experience) ของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre-Trip Planning Experience) และการสื่อสารด้วยการบอกต่อด้วยข้อมูลการสื่อสารด้วยปากต่อปาก (Word-Of-Mouth Communication) หรือเป็นการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) มีส่วนที่สำคัญอย่างมากที่จะเป็นข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ ที่สนใจจะศึกษาค้นคว้าหา ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ต่อไป ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้มีการวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทางหรือวางแผนล่วงหน้าก่อนการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ของแต่ละบุคคลได้ง่ายมากขึ้น รวมทั้งการจัดทำแผนการเดินทางล่วงหน้าก่อนการเดินทาง ซึ่งมีตัวแปรด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) ที่สำคัญ 3 ตัวแปร คือ ประสบการณ์ในการมาท่องเที่ยวประเทศไทย (Past Experience in Thailand) ประสบการณ์การวางแผนล่วงหน้าก่อนการเดินทาง (Pre-Trip-Planning -Experience) และประสบการณ์การสื่อสารด้วยการบอกต่อ

3. แนวความคิดของประสบการณ์จากประสาทสัมผัส

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างบรรยากาศ ที่มุ่งเน้นการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของลูกค้าด้วยการสื่อสารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการลิ้มรส ซึ่งการผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 นี้เป็นการสร้างความสุขความพอใจได้อีกด้วย อีกทั้งถือเป็นเป็นสุนทรียศาสตร์ทางการตลาด โดยเป็นการเอาประสบการณ์มาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นกรอบแนวคิด เครื่องมือและวิธีการซึ่งส่งผลต่อการสร้างตัวตนหรือเอกลักษณ์ของแบรนด์นั้น ๆ สอดคล้องกับเชสสกิน (Cheskin, 1959) ที่ว่าภาพลักษณ์ของแบรนด์มักจะคำนึงถึงทัศนคติและการตอบสนองของลูกค้าเป็นสำคัญ เรียกว่า การถ่ายโอนความรู้สึก (Sensation Transfer) กล่าวคือประสบการณ์จากประสาทสัมผัสจะเป็นตัวที่ดึงดูดลูกค้าและมีส่วนในการตัดสินใจของลูกค้า ซึ่งสามารถนำมาใช้ในธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ ในการเดินทางที่ได้รับการสัมผัสทั้ง 5 ลิ้มลอง เก็บภาพสถานที่ท่องเที่ยว รับประทานอาหาร ร่วมทำอาหาร และบุคลิกภาพของการบริการ

1. แนวความคิดของประสบการณ์จากประสาทสัมผัส ประกอบด้วย การแสดงออกขององค์กร (Corporate Expressions) การกระทำใด ๆ ที่จะทำให้ลูกค้ามีความประทับใจในสินค้า ซึ่งจะต้องคำนึงถึงส่วนประกอบของการสร้างภาพลักษณ์ (Four P’S of visual identity elements) ได้แก่ สถานที่ให้บริการ (Property) สินค้า (Product) การนำาเสนอ (Presentation) และสื่อโฆษณา (Publication) โดยจะต้องมีการทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และตัวตนขององค์กร

องค์ประกอบหลักและรูปแบบ (Primary Element, Styles and Themes) องค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สีที่ใช้ ทั้งสีพื้นหลังของเพจ เว็บไซต์ สีของสินค้าหรือโลโก้ จะต้องมีความสัมพันธ์กับประสาทสัมผัส สามารถดึงดูดสายตาของลูกค้าได้ รวมถึงเพลงประกอบก็เป็นส่วนเพิ่มเติมที่ช่วยสร้างประสบการณ์ให้ลูกค้า นอกจากนี้รูปแบบของสินค้าต้องสร้างความโดดเด่น และต้องสอดคล้องกับเนื้อหาหรือความหมายของแบรนด์นั้น ๆ เพื่อที่จะได้เป็นที่จดจำง่ายขึ้น

ความประทับใจของลูกค้า (Customer Impressions) เป็นการกระทำที่ให้ลูกค้าประทับใจในช่วงเวลาที่เหมาะสม ตอบโจทย์ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย พื้นที่และความสะดวกสบายที่ลูกค้าจะได้รับด้วย

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างบรรยากาศและประสบการณ์ โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร ประกอบด้วย ดังนี้ (ภัทรพร พันธุรี, 2558)

2.1 รูปลักษณภาพนอก การมองเห็น (Sight) คือ บุคลิกภาพท่าทาง และเครื่องแบบของผู้ให้บริการ รูปร่างลักษณะหน้าตาของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร หรืออาหารที่ปรุงเสร็จเรียบร้อย และนักท่องเที่ยวรับรู้ จากการมองเห็น เช่น สีสันของอาหาร ความสดใหม่ อาหารปรุงสุกใหม่ที่มีควันขึ้นร้อน ๆ หรือการตกแต่งอาหารในจาน ดังนั้นทุก ๆ สิ่งที่ลูกค้ามองเห็นจะมีผลกระทบต่อความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าทั้งสิ้น

2.2 กลิ่น (Scent) เป็นทั้งผลกระทบเชิงบวก และเชิงลบที่จะมีความสำคัญมากต่อธุรกิจท่องเที่ยว และร้านอาหาร ร้านขายของฝาก เช่น ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ ห้องน้ำในสถานที่รองรับการท่องเที่ยวหรือห้องน้ำในร้านอาหาร เหล่านี้มีความจำเป็นที่ต้องใช้กลิ่นที่มีความหอม และดึงดูดใจในการขายสินค้า ถ้ามีกลิ่นที่ไม่ดีจะส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของร้าน ดังนั้นกลยุทธ์ที่ร้านเหล่านี้ใช้ในการดึงดูดลูกค้าก็คือ การใช้กลิ่นหอมทำให้ลูกค้าได้รับรู้และเกิดความต้องการเข้าร้านและซื้อสินค้า กลิ่นอาจเป็นสิ่งแรกที่ได้จากสัมผัสของอาหาร เป็นการกระตุ้นและเย้ายวนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามารับประทานอาหารได้ ซึ่งเป็นอันดับแรก เริ่มตั้งแต่การปรุงอาหาร การเสิร์ฟ กลิ่นของอาหารเป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดและเกิดความต้องการที่จะลองลิ้มชิมรสในทันที

2.3 รสชาติที่สัมผัสได้รสชาติอาหารมีทั้งเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม เผ็ด หรือขม รสชาติของอาหารแต่ละประเภทก็ได้มาจากวัตถุดิบ เครื่องเทศหรือส่วนผสมอื่นที่มีความเป็นเอกลักษณะเฉพาะตัวของอาหาร รสชาติไม่จำเป็นต้องออกรสชาติใดชาติหนึ่ง อาจเป็นรสชาติที่กลมกล่อมหรือรสชาติเฉพาะจานนั้นก็ได้

2.4 เสียง (Sound) เสียงจากตัวบุคคลและกระบวนการในการปรุงอาหารมีบทบามสำคัญที่จะเกิดการประทับใจครั้งแรกได้ กระบวนการปรุงที่เริ่มจากการเตรียมวัตถุดิบ การเตรียมเครื่องปรุง เสียงกระทบกันของครกกับสาก เขียงกับมีด กระทะกับตะหลิว แสดงถึงความทะมัดทะแมงความชำนาญของพ่อครัว ทำให้นักท'องเที่ยวเกิดความรู้สึกกระหายที่จะลิ้มลองอาหารจานนั้นได้

2.5 สัมผัส (Touch) หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการประกอบอาหาร การสัมผัส บรรยากาศที่เงียบสงบ สัมผัสเสียงที่นิ่ม นวลอ่อนนุ่มของพนักงานบริการก็จะช่วยสร้างบรรยากาศเงียบสงบขึ้นมาได้ หรือความรู้สึกที่ได้สัมผัสวัตถุ เช่น เก้าอี้ที่หุ้มด้วยผ้าหนา ๆ พรม ที่หนานุ่ม ความเย็นจากพื้นหิน ความรู้สึกทั้งหมดนี้ช่วยส่งเสริมสร้างบรรยากาศได้ในร้านค้าบางประเภท มีการจัดแสดงสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าเลือกสัมผัสได้ตามความต้องการ แต่ในบางร้านก็ห้ามลูกค้าสัมผัสสินค้า เช่น ร้านขายเครื่องแก้วเจียรนัย ร้านขายของโบราณวัตถุ ห้องแสดงภาพ ศิลปะ และพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า แนวความคิดของประสบการณ์จากประสาทสัมผัส ดังนั้นในภาคธุรกิจผู้ประกอบการร้านอาหารที่เริ่มต้นจากการเลือกวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ หรือเพียงแค่ชมกรรมวิธีในการทำอาหารจานนั้น และเมื่อได้ชิมอาหารแล้วสิ่งที่ได้จากการชิมคือรสสัมผัสของอาหาร ความพึงพอใจที่ได้ลิ้มรสอาหารที่ไม่ใช่แค่เพียงความอร่อย ยังรวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ลิ้มลองอาหารจานพิเศษนั้นในแหล่งท่องเที่ยวจริง ซึ่งจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวที่เน้นการจัดรายการนำเที่ยวเชิงอาหารจะสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยคาดหวังว่าจะเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้งหนึ่ง

4. แนวคิดเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy)

แนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์หรือเป็นที่รู้จักในแนวคิดเศรษฐกิจที่ถูกผลักดันด้วยประสบการณ์

Pine and Gilmore (1999) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจประสบการณ์ว่า ธุรกิจจำเป็นจะต้องสร้างสิ่งที่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นความทรงจำให้กับผู้บริโภคได้และความทรงจำนั้นก็จะสามารถกลายเป็นสินค้าในอีกรูปแบบหนึ่ง ที่เรียกว่า “ประสบการณ์”

Simson (2019) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจประสบการณ์ว่า ประสบการณ์มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อทางอารมณ์ หรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้คนต่อแบรนด์และสิ่งที่ต้องการเสนอให้กับโลกรู้ เศรษฐกิจประสบการณ์ยังเติบโตในช่วงเวลาของหลักฐานทางสังคม

วิวัฒนาการของการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับ มีขั้นตอนคือ (Pine and Gilmore, 1999) เริ่มจากสินค้ามาจากภาคเกษตรสู่ลูกค้า

1. ธุรกิจสินค้าโภคภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ สินค้าที่ไม่ได้ให้ความแตกต่าง
2. ธุรกิจสินค้า เป็นสินค้าที่สิ่งที่โดดเด่นและจับต้องได้
3. ธุรกิจบริการ เป็นกิจกรรมที่คุณทำ
4. ธุรกิจด้านประสบการณ์ เกิดจากความรู้สึกที่ลูกค้าได้รับจากการมีส่วนร่วม
5. ธุรกิจแปรเปลี่ยน เป็นธุรกิจที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ที่และใช้เวลา

ตารางที่ 3 ความแตกต่างทางเศรษฐกิจ

การเสนอขายทางเศรษฐกิจ	สินค้า โภคภัณฑ์	สินค้า	บริการ	ประสบการณ์
เศรษฐกิจ	ที่ดิน ไร่นา	อุตสาหกรรม	บริการ	ประสบการณ์
ฟังก์ชันทางเศรษฐกิจ	สารสกัด	ทำ	ส่งมอบ	ระยะ ขั้นตอน
ลักษณะการเสนอขาย	สินค้าทดแทน	จับต้องได้	จับต้องไม่ได้	เป็นที่น่าจดจำ
คุณสมบัติที่สำคัญ	ธรรมชาติ	มาตรฐาน	กำหนดเอง	ส่วนบุคคล
วิธีการจัดหา	จัดเก็บเป็นกลุ่ม	สินค้าคงคลังหลังผลิต	ส่งตามความต้องการ	เปิดเผยเมื่อเวลาผ่านไป
ผู้ขาย	ผู้ประกอบการ	ผู้ผลิต	ผู้ให้บริการ	ผู้จัด
ผู้ซื้อ	ตลาด	ผู้ใช้	ลูกค้า (แขก)	แขก
ปัจจัยของความต้องการ	ลักษณะเฉพาะ	คุณสมบัติ	ประโยชน์	ความรู้สึก

ที่มา: Harvard business review (1998)

จากตารางที่ 3 ความแตกต่างทางเศรษฐกิจแสดงให้เห็นว่า ด้านสินค้าโภคภัณฑ์ สินค้าทั่วไป การบริการ และประสบการณ์ มีความแตกต่างทั้งอุปสงค์ และอุปทานทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ สินค้าโภคภัณฑ์เป็นที่ดิน ไร่นา เป็นสินค้าทดแทนได้ที่มาจากแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีผู้ขายเป็นผู้ประกอบการ ผู้ซื้อเข้าถึงได้ด้วยการใช้หลักการตลาด ปัจจัยของความต้องการเป็นลักษณะเฉพาะ อย่างไรก็ตามบริการเป็นสินค้าจับต้องไม่ได้ สามารถกำหนดเองได้ โดยมีผู้บริการตอบสนองประโยชน์ของลูกค้า รวมถึงประสบการณ์เป็นการเสนอขายลักษณะความน่าจดจำที่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคล โดยมีผู้จัด หรือนักออกแบบกิจกรรมให้กับลูกค้าที่จะตอบสนองความรู้ที่ดี น่าประทับใจได้

ดังนั้นสรุปได้ว่าปัจจัยความต้องการประสบการณ์เป็นความรู้สึกที่น่าจดจำของแต่ละบุคคล ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมและการเติมเต็มประสบการณ์ใหม่จากแรงบันดาลใจในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ทางอาหาร

นอกจากนี้หลักการ 5E หมายถึง องค์ประกอบเสริมของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การได้รับความรู้ (Education) ความสนุกสนาน (Entertainment) ความตื่นเต้น (Excitement) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ประสบการณ์ (Experience) ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมให้เกิดการเรียนรู้ เช่น กิจกรรมการทำขนมพื้นบ้าน การทำเครื่องแกง การทำผ้ามัดย้อม เป็นต้น กิจกรรมที่มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน เช่น การชมและชิมสดจากสวนผลไม้ เป็นต้น กิจกรรมที่มีความตื่นเต้น เช่น กิจกรรมผจญภัยและกึ่งผจญภัย การขี่ช้าง ล่องแพ และปีนเขา เป็นต้น การจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมกับคนในท้องถิ่นจะเป็นการสร้างประสบการณ์ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ของพายและกีลเมอร์ (Pine and Gilmore, 1999) ในด้านการได้รับการเรียนรู้ และความสนุกสนานจากประสบการณ์ซึ่งถือได้ว่าทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์เป็นกระบวนทัศน์ที่เกิดขึ้นใหม่ในการเพิ่มประสิทธิภาพทางธุรกิจในหลากหลายอุตสาหกรรม เช่นเดียวการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงพจญภัย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ต่างกัน

ตารางหลักการ 5A – 5S – 5E หลักการสำคัญพื้นฐานในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งใช้เป็นแนวทางในการเริ่มต้นการทำการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4 หลักการ 5A – 5S – 5E หลักการสำคัญพื้นฐานในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

หลักการ 5A	หลักการ 5S	หลักการ 5E
1. Attraction	1. Safety	1. Education
2. Accessibility	2. Security	2. Entertainment
3. Accommodation	3. Sanitation	3. Excitement
4. Amenity	4. Satisfaction	4. Expertise
5. Activity	5. Service	5. Experience

ที่มา : สำนักงานวิจัยแห่งชาติ (2559)

5. ประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4Es

ในด้านของประสบการณ์กล่าวได้ว่าเป็นเศรษฐกิจแบบใหม่และมีความแตกต่างที่นำเสนอความมั่นคงในรูปแบบและเชื่อมโยงกันประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของนักท่องเที่ยว ซึ่ง Pine and Gilmore (1998) ได้นำเสนอแนวคิด Experience Economy ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจในหลากหลายอุตสาหกรรมรวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการด้วย และได้กำหนดรูปแบบของประสบการณ์ออกเป็น 4 ด้าน (4Es) ซึ่งมีความแตกต่างกันตามระดับและรูปแบบของการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีส่วนร่วมแบบผิวเผิน (Passive participation) ในกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปแบบของมิติความสนุกสนาน (Entertainment) ขณะที่มิติความรู้ การศึกษา (Educational) ในส่วนมิติความสุนทรียะ (Esthetic) และมิติการหลีกหนี (Escapist) จะสะท้อนให้ เห็นถึงการมีส่วนร่วมแบบลึกซึ้ง (Active participation) หากนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแบบผิวเผิน ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจะไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว แต่เมื่อนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแบบลึกซึ้งจะมีผลต่อการดำเนินงานซึ่งจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว

แนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ที่อธิบายถึงความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่มีแบบจำลอง 4 ขั้นตอนของพายและกลิวมอร์ (Pine and Gilmore, 1999) โดยเริ่มตั้งแต่ ประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน ความรู้การศึกษา ความสุนทรียะ และการหลบหนี '4Es' การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการสร้างประสบการณ์ทั้งแบบพาสซีฟหรือแอคทีฟและความต่อเนื่องในแนวตั้งที่ตัดกันสะท้อนให้เห็นถึงการดูดซับหรือการดื่มด่ำในปลายทางของประสบการณ์

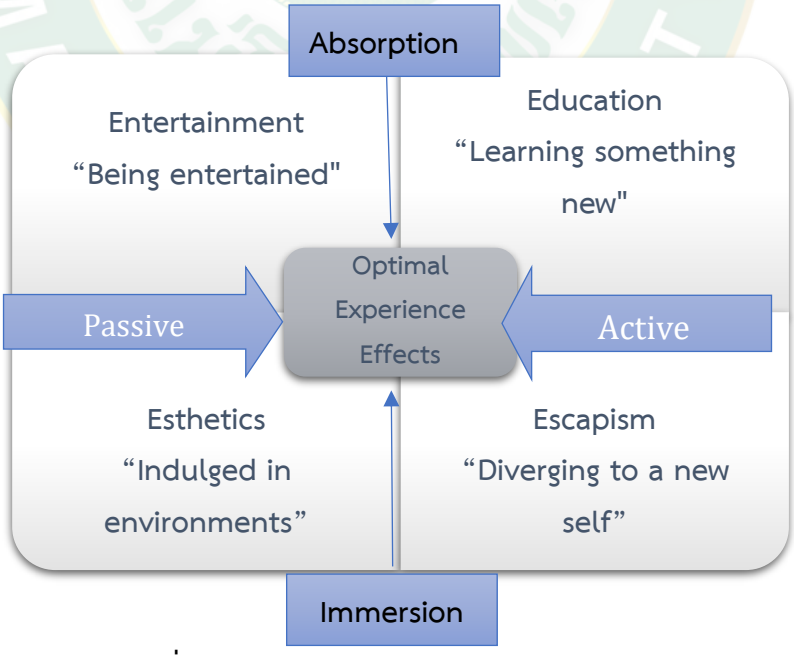
ทั้งนี้ประสบการณ์การท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ความสนุกสนาน (Entertainment) จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้สังเกตการณ์ ชม หรือมองดูกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือการดำเนินการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างผิวเผิน (Passive participation) โดยนักท่องเที่ยวจะเข้าไปอยู่ในการดำเนินงานหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวตามระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว แต่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมนั้นอย่างลึกซึ้ง (Absorption) ซึ่งประสบการณ์ด้านความบันเทิงเป็นผลของการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกสะท้อนในคำว่า “สนุกสนาน” (Fun) หรือเพลิดเพลิน (Enjoy)

2. ความรู้ การศึกษา (Education) นักท่องเที่ยวจะซึมซับเหตุการณ์ ข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกตีแผ่ออกไปก่อนการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Absorption) เมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง (Active participation) ในกิจกรรมหรือการดำเนินงานอื่น ๆ ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งประสบการณ์การศึกษาจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความรู้และทักษะ ทั่วไปและทักษะเฉพาะจากกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว

3. ความสุนทรียะ (Esthetic) นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินไปกับการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสภาพแวดล้อมที่แหล่งท่องเที่ยวนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมแบบผิวเผิน (Passive participation) รวมถึงชื่นชมและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (Immersion) ซึ่งเป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ ลักษณะสภาพแวดล้อมและการบริการของแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนั้นประสบการณ์ทางสุนทรียะจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการประเมินแหล่งท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม

4. การหลีกหนี (Escapist) เป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการปรับตัว (Immersion) และมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง (Active participation) มากกว่าประสบการณ์ด้านอื่น ๆ โดยนักท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์ตั้งแต่ก่อนการเดินทางจนถึงการเดินทางไปยังสถานที่ที่เฉพาะเจาะจงและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งหมดที่คุ้มค่ากับเวลา โดยทั่วไปแล้วการท่องเที่ยวเป็นหนทางหนึ่งสำหรับผู้คนที่หลีกหนีจากชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ ประสบการณ์หลีกหนีเป็นหนึ่งในแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด (Prentice, 2004 อ้างใน Oh et al., 2007) ดัง Cohen and Cohen (1983) ที่กล่าวว่าเหตุผลพื้นฐานของการเดินทางท่องเที่ยวคือการค้นหาชีวิตที่มีความหมายหรือเพื่อหาศูนย์กลางทางจิตใจด้านอื่น ๆ ของตนเองที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 2 Four realm of experience economy

ที่มา: ดัดแปลงจาก ชุลีรัตน์ จันทร์เชื้อ (2562)

ดังนั้นจะกล่าวได้ว่ามีการใช้ประสบการณ์ในกรอบการบริหารและการตลาดเป็นเครื่องมือผู้คนใช้ประสบการณ์ในการรับรู้ถึงบริการที่สามารถแก้ปัญหาหรือสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการทางกายภาพของพวกเขาได้ ดังนั้นทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์เชิงการตลาดเป็นการพิจารณาประสบการณ์ของเป้าหมายสุดท้ายของการซื้อ (Lemon and Verhoef, 2016; Schmitt, 1999)

นอกจากนี้ แนวคิดเศรษฐกิจประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว คุณค่าที่เกิดจากประสบการณ์การบริโภคเพื่อการท่องเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายนักท่องเที่ยวและสภาพจิตใจของนักท่องเที่ยวด้วยในขณะนั้น เพราะความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้ซ้ำหรือไม่พึงพอใจในช่วงเวลาเดียวกันได้ โดยมีมิติสำคัญมี 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านความต้องการพื้นฐานสังคม มิติด้านสติปัญญา และมิติของทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตประสบการณ์การท่องเที่ยว ซึ่งมิตินี้มีองค์ประกอบเพื่อวิเคราะห์แบบสำเร็จของทรัพยากรการบริโภคที่มี 4 ประการ ได้แก่ เวลา ทักษะ สินค้าและบริการ (Andersson, 2007) ประกอบกับ วิธีทางธุรกิจ 2 วิธี คือธุรกิจเข้าใจประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าและนักท่องเที่ยวนี้ก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประสบการณ์นั้น ๆ ไม่ว่าจะการเสนอ การแสดงความคิดเห็นในมุมบวกหรือมุมลบของข้องมูล

สรุปได้ว่า แนวคิดเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) 4Es เป็นรากฐานกลางของแบบจำลองเชิงประสบการณ์ของเศรษฐกิจประสบการณ์การจัดเตรียมองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในเศรษฐกิจประสบการณ์ทำให้เกิดการดำเนินการของ 4Es ในการออกแบบที่ครอบคลุมและตรงประเด็นซึ่งเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้า การศึกษานี้แสดงให้เห็นทั้งความจำเป็นและความท้าทายในการดำเนินงาน 4Es ในการท่องเที่ยว แต่ก็ชี้ให้เห็นถึงความเป็นไปได้ของการใช้ 4E ดำเนินการ 4Es โดยการสร้างและทดสอบมาตราส่วนการวัดในการตั้งค่าประสบการณ์ที่พักและอาหารเช้าการปรับมาตราส่วนให้เห็นถึงความถูกต้องของการใช้ 4Es

อุปสงค์ ความจำเป็นสำหรับประสบการณ์

พฤติกรรมอยู่ภายใต้แรงจูงใจในความต้องการที่จะสนองประโยชน์สูงสุด ทฤษฎีประโยชน์นิยมในการสร้างแรงจูงใจเพื่อต้องการที่จะสนองความจำเป็นของมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สู่การแสดงออกด้วยความตื่นเต้นกับสิ่งเร้า นำมาสู่การวัดทางจิตวิทยาของความสุขของผู้บริโภค กล้าเดินทางออกไปจากความคิดทางเศรษฐกิจกระแสหลักไปสู่ความรู้ที่น่าสนใจและเกี่ยวข้องทางเศรษฐกิจในด้านจิตวิทยา เมื่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้รับความสนใจอีกครั้งและหลักการทางเลือกใหม่ของผู้บริโภคได้รับการกำหนดขึ้นโดยอ้างอิงแนวคิดทางจิตวิทยาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งมี 2 ประเด็นสำคัญของความจำเป็นของประสบการณ์ ประการแรกความคิดเกี่ยวกับความต้องการที่ไม่รู้จักพอของผู้บริโภคจะถูกท้าทายโดยใช้หลักฐานจากการวิจัยทางจิตวิทยาเป็นหลัก ประการที่สองความตื่นตัวถูกนำมาใช้เป็นแนวคิดทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดของอรรถประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

การรับรู้ถึงความต้องการจำนวนมากที่มนุษย์เผชิญนั้นเป็นที่เข้าใจได้ว่า เพื่อความชัดเจนจึงจำเป็นต้องจัดหมวดหมู่ สอดคล้องกับ Berlyne (1971) และ Maslow (1987) ที่เสนอไว้ 3 หมวด ดังนี้

หมวดที่ 1 ความต้องการขั้นพื้นฐานจะต้องพบเจอเพื่อไม่ให้อยู่รอดในอันตราย อาหาร ความอบอุ่น สุขภาพ ความปลอดภัยและเพศเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน Berlyne (1971) ใช้แนวคิดเชิงนิเวศวิทยาและพูดถึงสิ่งจำเป็นสำหรับความต้องการประเภทนี้

หมวดที่ 2 ความต้องการทางสังคม ได้แก่ ความรักและการดูแลจากครอบครัวและเพื่อนฝูง สนองความต้องการของสังคม แต่ยังรวมถึงความสะดวกสบายของกลุ่มสังคม ดังนั้นคุณค่าของประสบการณ์อาจได้รับผลกระทบจากบรรทัดฐานทางสังคม

หมวดที่ 3 ความต้องการทางปัญญา สำหรับความแปลกใหม่ความตื่นเต้นและความท้าทาย มีพื้นฐานมาจากจิตวิทยาในฐานะที่เป็นวิธีที่จะส่งผลกระทบต่อระดับของการเร้าอารมณ์ Berlyne (1971) ใช้แนวคิดของคุณสมบัติเปรียบเทียบสำหรับปัจจัยกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับความแปลกใหม่ ความไม่ลงรอยกันและความซับซ้อน ความแปลกใหม่และความตื่นเต้นเป็นคุณสมบัติที่อาจเกี่ยวข้องกับวิธีการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานและความต้องการทางสังคม แต่อาจต้องการความพึงพอใจจากจินตนาการและกิจกรรมทางปัญญาในรูปแบบของศิลปะวรรณกรรมละครและดนตรีหรืออื่น ๆ เป็นต้น ความสามารถในการสร้างประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการทั้ง 3 ประเภท เช่น อาหารมื้อเย็นที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานโดยการบรรเทาความหิว ความต้องการทางสังคมโดยการมีความสุขใน บริษัท ทางสังคมที่ดีของครอบครัวและเพื่อน ๆ และยังต้องการความแปลกใหม่รสนิยม (Andersson et al., 2017)

สรุปได้ว่า คุณค่าของประสบการณ์สถานการณ์ของแต่ละบุคคลนั้น หากเพื่อความชัดเจนพื้นที่ความต้องการสามมิติจะถูกใช้ในแง่ของความต้องการพื้นฐาน ความต้องการทางสังคมและปัญญาและความต้องการแปลกใหม่ ดังนั้นตำแหน่งของผู้บริโภคแต่ละบุคคลที่ต้องการนี้จะมีอิทธิพลต่อคุณค่าของประสบการณ์ใหม่ ความต้องการที่หลากหลายได้รับการแก้ไขผ่านประสบการณ์และคุณค่าของประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ

อุปทานของประสบการณ์

นักท่องเที่ยวผ่านการบริโภคทรัพยากรที่จำเป็น สำหรับการสร้างสิ่งเร้าในประสบการณ์ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ประกอบด้วย

1. เวลา (Time) เป็นทรัพยากรมนุษย์ขั้นสูงสุด มันเป็นสิ่งสำคัญทั้งในการผลิตแหล่งข้อมูลอื่นเช่น เงินและเพื่อใช้ประสบการณ์

2. ทักษะ (Skills) มีความสำคัญทั้งในฐานะแหล่งผลิตและเพื่อการบริโภค ความสามารถและทักษะมีอิทธิพลต่อระดับความแปลกใหม่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเพิ่มระดับความตื่นตัวในเชิงบวกโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประสบการณ์ที่ตอบสนองความต้องการทางปัญญา

3. สินค้าของตัวเอง (Own product) มักจะจำเป็นในโครงการการบริโภค ชุดการบริโภคอาจรวมถึงสินค้าที่ซื้อมานานแล้ว (เช่น รถยนต์) รวมถึงสินค้าที่จำเป็นต้องซื้อเป็นพิเศษสำหรับโครงการการบริโภคเฉพาะ

4. การบริการ (Services) มักจะเกี่ยวข้องกับการบริโภค การทำงานด้านบริการบางอย่างจะให้ผลลัพธ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ถูกผลักด้วยประสบการณ์

สรุป ทั้งอุปสงค์และอุปทานของการใช้ประสบการณ์เหล่านี้และการสร้างประสบการณ์เพื่อการวิจัยการท่องเที่ยวถูกกล่าวถึงอย่างแรก นักท่องเที่ยวที่มีสินค้าวันหยุดเป็นของตัวเอง เช่น เรือยอชท์หรือบ้านพักฤดูร้อนคาดว่าจะใช้บริการน้อยลงในชุดระบบอุปสงค์อุปทานการบริโภคในช่วงวันหยุดประการที่สอง นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ดีและงานที่น่าสนใจ แต่จะจำกัดด้วยเวลาว่าง อย่างไรก็ตามทำให้วันหยุดของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้ ประสบการณ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการใช้จ่ายมากขึ้นในช่วงเวลาสั้น ๆ เพื่อตอบสนองบริการและความต้องการสินค้าของตัวเอง ประการที่สามทักษะการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการบริหารวันหยุดและการท่องเที่ยวที่ซ้ำ ๆ สามารถเข้าใจได้ว่าเป็นวิธีการสะสมทักษะการท่องเที่ยวและวิธีการที่จะลดความเสี่ยง เช่นเดียวกับความสุขจากการสะสมความรู้เกี่ยวกับผู้คนและสถานที่ต่าง ๆ

การรับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้า

ธุรกิจมีจุดมุ่งหมายในการที่จะเข้าถึงประสบการณ์ของลูกค้าจากการซื้อสินค้า การผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และรวมถึงการรับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านปัจจัย ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ (Woodruff, 1997)

1. ผลตอบแทนจากการลงทุนของผู้บริโภค คือ ผลของการลงทุนโดยใช้เงินที่ส่งผลต่อด้านพฤติกรรม จิตวิทยา และด้านทรัพยากรที่ผู้บริโภคอาจการกลับมาใช้ซ้ำ เกิดผลลัพธ์เป็นการรับรู้สินค้า คุณภาพ ราคา และการบริการ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพของสินค้าจากการที่ผู้บริโภคได้รับ และการเปรียบเทียบระหว่างสิ่งที่ลูกค้าได้รับกับคาดหวังก่อนที่จะได้รับบริการ รวมถึงการประเมินขั้นตอนกระบวนการในการให้บริการอีกด้วย

2. การบริการที่เป็นเลิศการบริการที่เป็นเลิศ สะท้อนให้เห็นถึงการตอบสนองปฏิกิริยาโดยเนื้อแท้ของผู้บริโภคที่ชื่นชมกิจกรรมทางการตลาด (Holbrook and Corfman, 1985) เป็นลักษณะเฉพาะของการดำเนินงานที่เหมาะสมได้มาตรฐานกับการตัดสินที่มีคุณภาพจะเกิดขึ้นใน

ตอนท้ายสุด เป็นลักษณะเฉพาะของความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เป็นเลิศด้านการให้บริการและคุณภาพการให้บริการ

3. สุนทรียภาพ เป็นความรู้สึกและรับรู้ได้ถึงความงดงาม ทั้งที่อยู่ในธรรมชาติและเกิดขึ้นจากการสรรค์สร้าง จึงเป็นสภาพการณ์บวกกับความสัมพันธ์ของอารมณ์ (Emotions) และจิตใจ (Mind) ที่มีต่อการรับรู้และการชื่นชมความงดงาม (Beauty) ของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจมีการพัฒนาต่อไปถึงขั้นที่ผู้บริโภคซาบซึ้ง ชื่นชม หลงใหล และส่งผลต่อบุคลิกภาพ รสนิยม ความรู้สึกนึกคิด การตัดสินคุณค่า รวมทั้งการตัดสินใจของพฤติกรรมของแต่ละคน สุนทรียภาพมักจะเกี่ยวกับความรู้สึกหรืออารมณ์ และศิลปะที่สร้างความสุข ความพึงพอใจ หรืออารมณ์อื่นร่วม การมีความรู้สึกร่วมอาจทำให้เกิดอารมณ์ หรือเป็นประสบการณ์ สุนทรียะ ได้เช่นเดียวกัน (กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์, 2556)

4. ความสนุกสนาน พฤติกรรมขี้เล่นสะท้อนให้เห็นในความสุขที่แท้จริงที่มาจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมไปยังจุดของการหลีกหนีจากชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ (Huizinga et al., 1995; Unger and Kernan, 1983; ชุติกานต์ ดำเนินสุข, 2559)

6. แนวคิดประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Concept of Post Visit)

ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ อย่างเป็นลำดับขั้น องค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ ได้แก่ (Rashid's, 2013)

1. ลักษณะเด่นและคุณภาพของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Destination features and performance) ซึ่งประกอบด้วย

1.1 องค์ประกอบหลักของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Primary features) ซึ่งเป็นความน่าสนใจและดึงดูดใจของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (Natural attractions) เช่น ภูเขา แม่น้ำ หรือน้ำตก เป็นต้น และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา (Man-made attractions) เช่น ลักษณะทางสถาปัตยกรรมและศิลปะท้องถิ่น เป็นต้น

1.2 องค์ประกอบรองของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Secondary features) เป็นการบริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งจัดให้นักท่องเที่ยว ธุรกิจทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ยานพาหนะในการเดินทาง การบริการอาหารและเครื่องดื่มการให้บริการนำเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังหมายถึง ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ที่มีในจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น ถนน ระบบไฟฟ้า และน้ำประปา ระบบโทรศัพท์ และการคมนาคมขนส่งสาธารณะ เป็นต้น

2. ความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Emotions arising from the interactions with destination features and performances) การจำแนกประเภทหรือลักษณะของความรู้สึกของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายทาง แต่ส่วนใหญ่แล้วมักจะแบ่งความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 ความรู้สึกในทางบวก (Positive emotion)

2.2 ความรู้สึกในทางลบ (Negative emotion)

ความรู้สึกที่เกิดขึ้นนี้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกในทางบวก หรือความรู้สึกในทางลบจะส่งผลต่อความตั้งใจหรือพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

3. ความตั้งใจหรือพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของนักท่องเที่ยว (Future intention or behavior) ซึ่งสามารถแสดงออกได้หลายรูปแบบ เช่น การเดินทางกลับไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางที่เดิมซ้ำ ๆ อีกในอนาคต หรือการพูดถึงสถานที่นั้น ๆ ในทางบวกกับผู้อื่น

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการ ลักษณะเด่นและคุณภาพของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวมีความสวยงามและน่าประทับใจ มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ดีตลอดจนมีระบบสาธารณูปโภคที่ดีและเพียงพอ นักท่องเที่ยวก็มักจะเกิดความรู้สึกที่ดีกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้รับเมื่อสิ้นสุดการเดินทาง แต่ในทางตรงกันข้ามจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ สกปรก หรือไม่มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ตลอดจนระบบสาธารณูปโภคที่ไม่เพียงพอหรือไม่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวก็เกิดความรู้สึกในทางลบ ซึ่งความรู้สึกทั้งทางบวก และทางลบที่เกิดขึ้น มีการเชื่อมโยงส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จะเห็นได้ว่าแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับลักษณะเด่น และคุณภาพของจุดหมายปลายทางทาง เพราะฉะนั้นประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังเดินทางที่มีทั้งความรู้สึกบวกหรือความรู้สึกลบเป็นผลมาจากลำดับขั้นขององค์ประกอบหลักสามประการ

ตารางที่ 5 ตารางสรุปการใช้แนวคิดประสบการณ์

แนวคิดประสบการณ์	Hurizinga	Culha	Tsai	นิมิต ซุ้นสั้น	ชุลีรัตน์ จันทร์เชื้อ	ชุติกานต์ ดำเนินสุข
Entertainment		✓	✓	✓	✓	✓
Education		✓	✓	✓	✓	
Esthetics	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Escape	✓	✓	✓	✓	✓	
Experience			✓		✓	
ผลตอบแทนการลงทุน	✓					✓
การบริการเป็นเลิศ	✓					✓
ความผูกพันกับสถานที่				✓		
การแบ่งปันประสบการณ์				✓		

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยที่เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ภูริ ชุณห์ขจร (2560) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Quality Leisure Destination โดยเน้นการสื่อสารด้าน อาหารท้องถิ่น ที่สามารถเป็นสื่อบอกเล่าเรื่องราวเชื่อมโยงวัฒนธรรมเข้ากับการท่องเที่ยว ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งให้ความรู้แก่คนในชุมชนท้องถิ่น ทำความร่วมมืออย่างเหนียวแน่นกับภาครัฐและภาคเอกชนให้มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยสรุปการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมี 3 ยุทธศาสตร์ 7 ขั้นตอน และ6 กลยุทธ์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 3 การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารสู่การเป็น Quality Leisure Destination โดยเน้นการ สื่อสารข้อมูลเชิงบวกใ\o.7ด้านอาหารที่มีความแตกต่างจากท้องถิ่นอื่น กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การปรับโครงสร้าง ตลาดให้สูงขึ้น กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาเชิงพื้นที่ กลยุทธ์ที่ 4 กลยุทธ์บูรณาการการทำงานผ่านกลไกการขับเคลื่อนทั้งระบบ กลยุทธ์ที่ 5 กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ที่ 6 กลยุทธ์การพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อเสนอแนะควรนำเสนอข้อมูลที่สำคัญและความจำเป็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

อาหารเพื่อให้ได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นการสร้างรายได้ และชื่อเสียงให้แก่ประเทศชาติและควรทำการศึกษาในประเด็นของกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวทางอาหารมีระบบการจัดการที่ดี และควรสร้างยุทธศาสตร์ที่คำนึงจากวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ ควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างแผนยุทธศาตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกัน

เบญจพร ดามาพงศ์ และคณะ (2556) ทำการศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียนการวิจัยแผนงานนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน และเพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งมีการวิจัยแบบบูรณาการ (Integrated approaches) มีการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่าทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีทัศนคติอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยมีอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้าน สถานที่ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ แรงจูงใจที่เลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นอาเซียนของ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ อาหารท้องถิ่นเป็นที่นิยมในท้องถิ่น รองลงมา อาหารท้องถิ่นบ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น และความแปลกใหม่ของอาหารท้องถิ่น ตามลำดับ รายการอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยรู้จักมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ สะเต๊ะ (Satay) ของประเทศอินโดนีเซีย รองลงมา คือ ข้าวมันไก่ (Hainanese Chicken Rice) ของประเทศสิงคโปร์ และปอเปี๊ยะทอด (cha gio /spring rolls) ของประเทศเวียดนาม ตามลำดับ พฤติกรรมการบริโภคและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน ทัศนคติกลุ่มเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ด้านราคา และด้านสถานที่ ตามลำดับและอันดับสุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด แรงจูงใจที่เลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อันดับแรก คือ อาหารท้องถิ่นเป็นที่นิยมในท้องถิ่น รองลงมา ความแปลกใหม่ของอาหารท้องถิ่น และ ชื่อเสียง/บรรยากาศของร้านอาหารท้องถิ่นตามลำดับ และลำดับสุดท้าย คือ การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ รายการอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศรู้จักมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ต้มยำกุ้ง (Tom Yam Goong) ของประเทศไทย รองลงมา คือ ผัดไทย (Noodle Pad Thai) ของประเทศไทย และอาม๊อก (Amok) ของประเทศกัมพูชา ตามลำดับ ซึ่งเสนอแผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของอาเซียน” (Hub of gastronomic tourism of ASEAN) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการทางด้าน

การท่องเที่ยวและทางด้านอาหารเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การศึกษาวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ในการดำเนินตาม ยุทธศาสตร์ประกอบด้วยโครงการจำนวน 12 โครงการ โครงการที่ 1 อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน โครงการที่ 2 เปิดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยแห่งใหม่ โครงการที่ 3 อบรมให้ความรู้ผู้ประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารเกี่ยวกับการบริหารจัดการ และภาษาอังกฤษเพื่อรองการให้ประเทศไทยเป็น Hub ทางด้านการเรียนรู้เกี่ยวเกี่ยวกับอาหารของอาเซียน โครงการที่ 4 ส่งเสริมให้มีการเปิดโรงเรียนสอนทำอาหาร หรือ คอรส์การทำอาหารไทย (Thai Cooking School/Thai Cooking Class) เพิ่มมากขึ้น โครงการที่ 5 การพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 6 การเผยแพร่การนำนวัตกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไปใช้ โครงการที่ 7 วิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 8 จัดทำแผนการตลาดแบบบูรณาการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อ การเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารของประเทศไทย โครงการที่ 9 การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างกระแสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ โครงการที่ 10การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อโปรโมตโรงเรียนสอนทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โครงการที่ 11จัดให้มี Brand Ambassador ของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร โครงการที่ 12 พัฒนาชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

นริศา คำแก่น และคณะ (2556) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับพื้นที่ในเขตทุกภูมิภาคและกรุงเทพมหานคร จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ พัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารผ่านทางโทรศัพท์มือถือ และจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย ด้านการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารทุกภูมิภาค พบว่า ภูมิภาคที่ยอดนิยมในการอยากไปท่องเที่ยวคือ ภาคเหนือ จังหวัดแรกที่นิยมไป จังหวัดเชียงราย รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ ภาคตะวันออก ภูมิภาครองลงมา จังหวัดแรกคือจังหวัดจันทบุรี รองลงมาเป็นจังหวัดฉะเชิงเทรา และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดแรกที่นิยมคือนครราชสีมา และจังหวัดหนองคายตามลำดับ ส่วนภาคใต้

จังหวัดยอดนิยมคือสุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และกระบี่ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการกินในช่วงเวลาการท่องเที่ยวมาก โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารเด่น ๆ จากอินเตอร์เน็ต และเลือกร้านอาหารที่สะอาดปลอดภัยก่อนเสมอ ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบในการรับประทานอาหารไทยที่เป็นอาหารประจำท้องถิ่นในระหว่างการท่องเที่ยว และมีความเห็นว่าอาหารมีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวน่าประทับใจมากขึ้น ได้มีการจำทำคู่มือสรุปเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหาร 7 เส้นทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ใช้เป็นแนวทางในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในการสร้างองค์ความรู้ด้านอาหาร ด้านการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ในงานวิจัยนี้สร้างเว็บไซต์และระบบเว็บไซต์ที่เรียกดูผ่านทางโทรศัพท์มือถือที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ที่อยู่ในรูปแบบของข้อความรูปภาพและรายการวีดิทัศน์ “เที่ยวชิมลิ้มลอง” โดยแบ่งตามภูมิภาค และนำเสนอแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ ที่ 1 การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่นให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการประชาสัมพันธ์และการตลาดท่องเที่ยว และมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมนักท่องเที่ยว คือ นโยบาย ที่ 1 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ การปรับปรุงความสะอาด พัฒนาปรับปรุงภาษาต่างประเทศก์ของผู้ที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนที่เส้นทางข้อมูลท่องเที่ยว ควบคุมการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เป็นต้น นโยบายที่ 2 การสนับสนุนและส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร อันได้แก่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เป็นศูนย์กลางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ส่งเสริมการขายระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกัน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร

2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

เจริญชัย เอกมาไพศาล และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเทียวเชิงอาหารของประเทศไทยผ่านมุมมองจากผู้ให้บริการ เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย ในมิติของผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมอาหาร ใช้เครื่องมือ การตรวจเอกสาร แบบในการสัมภาษณ์และการจัดเสวนากลุ่มย่อย จำนวน 4 ครั้ง พบว่า ด้านปัจจัยการเลือกรับประทานอาหาร และความโดดเด่นของอาหารในประเทศไทย รสชาติหลากหลายและความพิถีพิถันในการประกอบอาหารใน

ประเทศไทยช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้อาหาร ด้านองค์ประกอบในการเลือกร้านอาหารในประเทศไทย ส่วนมากมาจากบรรยากาศและชื่อเสียงของร้านที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินเข้าไปร้านอาหารเพื่อรับประทาน อีกทั้งถ่ายรูปลงสื่อโซเชียลมีเดีย นักท่องเที่ยวมักเลือกรับประทานอาหารตามรีวิวที่ลงทางสื่อออนไลน์ ผ่านการรีวิวเมนูอาหาร ความสดใหม่ของอาหาร ความน่ารับประทาน ผลงานวิจัยนี้สามารถสรุปได้ว่า หัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารสมบูรณ์ อันได้แก่ 1 ระบบเกษตร (farming systems) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแหล่งกำเนิดอาหาร 2 เรื่องราวของอาหาร (story of food) หรือเบื้องหลังของอาหารแต่ละจานที่จะรวบรวมมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับอาหารแต่ละจาน 3 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (creative industries) การนำเอาศาสตร์และศิลป์ เข้ามาประกอบกับการปรุงอาหาร การตกแต่งอาหาร และทราบถึง ทัศนะเชิงบวกของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านอาหารในประเทศไทยที่มีต่อภาพลักษณ์อาหารในประเทศไทย โดยมีอยู่ 2 ประเด็น คือ ภาพลักษณ์ด้านรสชาติอาหาร ที่หลากหลาย ผู้บริโภคสามารถรับรู้รสชาติ เปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด ได้ในอาหารหนึ่งจาน และภาพลักษณ์ด้านเอกลักษณ์ของอาหาร ซึ่งภาพลักษณ์ด้านเอกลักษณ์ของอาหารทำให้นักท่องเที่ยวค้นพบสิ่งใหม่ ๆ สร้างประสบการณ์ ในแง่มุมความแตกต่างทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของประสบการณ์อาหารที่เพิ่มคุณค่า และมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาอีกครั้ง

Mehul Krishna Kumar (2019) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร – วิธีเสริมการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ เพื่อวิเคราะห์ว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เหมาะสมในการเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเสริมสำหรับหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์หรือไม่ และเพื่อวิเคราะห์ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมเกาะและมุมมองเกี่ยวกับการทำอาหารในหมู่เกาะ โดยมีวิธีการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามถามสำรวจนักท่องเที่ยว และแบบสอบถามได้รับการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ผลการวิจัยพบว่า การทำอาหารเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดแสดงวิธีการทำอาหารเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์ อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถหล่อหลอมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเสริมการท่องเที่ยวในหมู่เกาะอันดามันและนิโคบาร์

วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2561) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการมาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอาหารและร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต เพื่อประเมินการจัดการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และสร้างแนวจัดการมาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีวิธีวิจัยแบบผสมผสาน พบว่าเมนูแนะนำหมี่ฮกเกี้ยน รองลงมา ได้แก่ โอเอ๋ว หมูฮ้อง และโลบะ ตามลำดับ ซึ่งเป็นอาหารที่ขึ้นชื่อและมีการรีวิวในอินเตอร์เน็ต และตาม Social Media ต่างๆ ส่วนร้านอาหารท้องถิ่นที่แนะนำ ได้แก่ ร้านหมี่ต้นโพธิ์ รองลงมา คือ ร้านลกเที้ยน ศูนย์อาหารพื้นเมืองใต้ต้นฉ่ำฉา

และร้านทุ่งคากาแฟ และใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพมาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยว 8 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านอาหาร ด้านกระบวนการ (การเตรียม ปรุงอาหาร การจัดเก็บอาหารที่ปรุงเสร็จ) ด้านบุคลากร ด้านภาชนะ อุปกรณ์ (วัสดุที่ใช้งาน การทำความสะอาดและการเก็บรักษา) ด้านความปลอดภัย (สถานที่ตั้ง) ด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว (ผู้ให้บริการ สถานที่ตั้งร้าน) ด้านการตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม พบว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านบุคลากรมากที่สุดและนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมอยู่ในระดับมาก และยังพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านบุคลากรมากที่สุด ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการมาตรฐานอาหารโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และได้เสนอแนวทางการพัฒนามาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวตามประเด็นที่ควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ แนวทางการยกระดับคุณภาพมาตรฐานบริการอาหารเพื่อการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัย แนวทางการเสริมสร้างความตระหนัก รักษา และรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาด้านสถานที่ แนวทางการยกระดับมาตรฐานอาหาร และแนวทางการพัฒนากระบวนการ บุคลากรร้านอาหารและการบริการแก่นักท่องเที่ยว

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศ เป็นบทความวิชาการมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วทำการวิเคราะห์ถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความนิยมในอนาคต ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทยในการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวและสามารถตอบสนองต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติสังคมและวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ ศักยภาพและความได้เปรียบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น อันจะนำมาสู่การพัฒนาของประเทศโดยการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการการท่องเที่ยวผ่านรากฐานทางวัฒนธรรมและสังคม รวมทั้งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านวัฒนธรรมทางอาหารไทยและให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

Sormaz et al. (2016) ศึกษาเรื่อง ความสำคัญของอาหารในการท่องเที่ยวในประเทศตุรกี ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการพัฒนาและเป็นตัวเชื่อมระหว่างอาหารและเครื่องดื่ม การท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น การศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศตุรกียังมีไม่มากนัก ดังนั้นแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศตุรกีควรทำการศึกษาในระดับชาติและนานาชาติด้วย รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยด้าน

อาหารทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การประชุมสัมมนา การอบรมเชิงปฏิบัติการ ควรมีการเชิญนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วมและในการประชุมควรมีการแนะนำ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร นอกจากนี้ควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน สถานศึกษา และหน่วยงานไม่แสวงหากำไรและควรมีการจัดงานเทศกาลอาหารระดับชาติและนานาชาติที่แหล่งท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอาหาร

Gheorghe et al. (2014) ศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เทรนด์ใหม่สำหรับการท่องเที่ยวร่วมสมัย บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในยุโรป ที่มีคุณค่าทางจริยธรรมและความยั่งยืนซึ่งกำหนดขึ้นจากผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิทัศน์ ด้านอาหารเติบโตขึ้นจากผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นที่มีคุณภาพสูงและการรวมตลาดแยกต่างหากสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีเหตุผลหลักหรือมีแรงจูงใจในการเดินทางของผู้เยี่ยมชมไปยังจุดหมายปลายทางที่สำคัญ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์และข้อมูลมาก มีรายได้มากและมีเวลาว่างในการเดินทางมากขึ้น จึงทำให้พวกเขาหลีกหนีจากกิจวัตรประจำวันของการทำงานและการใช้ชีวิตตามปกติโดยการท่องเที่ยว และ นักท่องเที่ยวกำลังมองหาที่มาของอาหาร การกินตำนานและเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารประวัติศาสตร์ทำให้เกิดการแสดงออกทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวและการเดินทางได้ ปัจจัยสำคัญในเรื่องนี้ ได้แก่ การพัฒนาเครื่องมือส่งเสริมการขายที่มีคุณภาพสูงและน่าเชื่อถือเช่นคู่มือการทำอาหาร เช่น การจัดกิจกรรมสื่อและการใช้อินเทอร์เน็ตและโซเชียลเน็ตเวิร์ก ดังนั้นการจัดทำแผนเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงถูกมองว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับท้องถิ่น ตั้งแต่ผู้ผลิตชาวประมง ตลาด ร้านอาหาร โรงแรม ผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เป็นต้น

3. งานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อรุณศรี ลีจีรจาเนียร (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคตะวันตก ในโครงการย่อยที่ 1 การศึกษาศักยภาพของเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคตะวันตก ได้มีการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยการสำรวจพื้นที่ภาคสนามเกี่ยวกับอาหารไทย แหล่งท่องเที่ยว งานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหาร หรืออาหารเฉพาะเทศกาลและข้อมูลทุติยภูมิเรื่องแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร เพื่อใช้กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมอาหาร โดยมีการศึกษาเก็บข้อมูลด้านวัตถุดิบ ภูมิปัญญาชาวบ้าน อาหารที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต โดยกำหนดจุดของการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารทั้ง 8 จังหวัด โดยแบ่งเป็นลักษณะภูมิประเทศ และแบ่งส่วนการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ จังหวัดที่มีพื้นที่ติดทะเล มุ่งเน้นวัตถุดิบที่ติดทะเล จังหวัดที่มีลุ่มแม่น้ำและภูเขา และอาหารกับ

ชาติพันธุ์ ได้แก่ ชาวกะเหรี่ยง ไทยทรงดำ มอญ และลาวครั่ง ผลการวิจัยทำให้ทราบถึงองค์ความรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน องค์ความรู้ในการประกอบอาหาร ความแตกต่างของวัตถุดิบที่สำคัญในแต่ละพื้นที่ ความโดดเด่นของอาหารแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน จังหวัดที่มีพื้นที่ชายฝั่งติดทะเล คือจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์มีวัตถุดิบที่มีความสำคัญที่ได้จากทางทะเล ได้แก่ เกลือสมุทร ปลาทู ปลานวลจันทร์ทะเล หอยหลอด กะปิ ส่วนจังหวัดกลุ่มลุ่มแม่น้ำมีอัตลักษณ์วัตถุดิบ ได้แก่ ปลานิล ปลาม้า หน่อไม้ดอง เห็นโคน ปลาทับทิม เป็นต้น อย่างไรก็ตามอาหารกลุ่มชาติพันธ์ยังไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการพัฒนาเป็นเส้นทางการท่องเที่ยว จากากรประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร พบว่าเส้นทางเที่ยวชิมริมทะเลน่าสนใจมากที่สุดสูงถึงร้อยละ 75 และเที่ยวชิมแม่น้ำร้อยละ 14 ซึ่งได้เส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร 3 เส้นทาง คือ เส้นทาง “สมุทร สุดหรรษา พาไปชิม” เส้นทาง “ล่องนที เอมอิ่มพี วิถีไทย” และเส้นทางอาหารไทย “หลากมัจฉา น่าเรียนรู้” และได้ทดสอบศักยภาพเส้นทางทั้ง 3 เส้นทางไว้ในรูปแบบ 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน โดยเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวตามแนวคิดใหม่มี่มองผ่าน 2 บริบทคือเรื่องราวความเป็นมาของอาหารและสินค้าของฝาก เพื่อใช้แนะนำนักท่องเที่ยวแบบอิสระ หรือบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้กิจกรรมต่อไป อีกทั้งมีการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภูมิภาคตะวันตก

จิรานุช โสภา และคณะ (2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคเอเชีย มีผลการวิจัย คือ การจัดเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร 7 เส้นทางใน 7 ประเทศ ได้แก่ ประเทศลาวที่เมืองหลวงพระบาง ประเทศเวียดนามที่เมืองฮานอย ประเทศกัมพูชาที่เมืองเสียมเรียบ ประเทศอินโดนีเซียที่เมืองมะละกา ประเทศพม่า ประเทศสิงค์โปร์ และประเทศไทยที่เมืองอยุธยา โดยเลือกเส้นทางแบบเช้าไปเย็นกลับ (One day trip) และเลือกเมืองที่เป็นเมืองมรดกโดลหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โดยกล่าวสรุปตัวอย่างเส้นทางประเทศสิงค์โปร์ ตอนเช้ารับประทานอาหารเช้า (หมี่โกเร็ง,ผัดหมี่ฮกเกี้ยน) เดินทางไหว้พระวัดเจ้าแม่กวนอิม วันเทียนฮกเก๋ง วัดพระเขี้ยวแก้ว วัดศรีมาริอัมมันต์ รับประทานอาหารเที่ยง ได้แก่ ข้าวมันไก่สิงค์โปร์ ซี่โครงหมูอบ ตอนบ่ายชมเมอร์ไลออน อนุสาวรีย์เซอร์โทมัส สแตมฟอร์ด ซันเทคซิตี้ ช็อปปิ้งถนนออชาร์ด ตอนเย็นรับประทานอาหารจีน และแวะคลาร์กคีย์ และตัวอย่างเส้นทางเมืองอยุธยา ตอนเช้า รับประทานอาหารเช้า ณ ตลาดหัวรอ แวะวัดไชยวัฒนาราม วัดพนัญเชิงวรวิหาร ตลาดน้ำกรุงเก่าวัดท่าการ้อง ตอนเที่ยงรับประทานอาหาร ก๋วยเตี๋ยวเรือ ก๋วยเตี๋ยวไก่ฉีด ตอนบ่ายไหว้พระวัดใหญ่ชัยมางคล วัดมหาธาตุ วัดมงคลบพิตร ขี่ช้าง ตอนเย็นรับประทานอาหาร แกงเขียวหวานไก่ ต้มยำกุ้ง กุ้งแม่น้ำเผา เป็นต้น

Atikahambar et al. (2018) ศึกษาเรื่อง คุณภาพของอาหารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในปีนังที่มีต่อความตั้งใจในการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารของปีนังและความตั้งใจในการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สรุปว่า งานวิจัยชิ้นนี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงาน ที่ช่วยให้นักการตลาดสามารถปรับปรุงแก้ไขและรักษาปัจจัยที่เอื้อต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเยี่ยมชม โดยควรให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหารมากขึ้นเพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของอาหารปีนังเนื่องจากพวกเขาขยายผลิตภัณฑ์และบริการและเพิ่มความแตกต่างเพื่อสร้างความโดดเด่นเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว จากมุมมองทางวิชาการงานจะสามารถขยายข้อมูลผลงานตลอดจนขยายความรู้ที่มีอยู่และใหม่ผ่านการวิจัยคุณภาพอาหารและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ตลอดจนแบ่งปันความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาอาหารที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมการวิจัยและการวิเคราะห์ในการสำรวจอาหารอันเป็นมรดกของมาเลเซีย นอกจากนี้ผลการศึกษา ลักษณะนิสัยทัศนคติและวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนรสนิยมของนักท่องเที่ยว ดังนั้นปัจจัยต่าง ๆจะมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของแนวคิดจุดหมายปลายทางที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินและได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเช่นการท่องเที่ยวเชิงอาหารและเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในมาเลเซียและโดยเฉพาะอาหารปีนัง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลของรัฐและหน่วยงานการท่องเที่ยวตลอดจนผู้ประกอบการด้านอาหารจะต้องร่วมมือกัน และมีข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคตสามารถขยายขอบเขตการศึกษานี้กับรัฐอื่น ๆ เช่น มะละกาและกลันตันที่เป็นพื้นที่ที่โดดเด่นทางด้านอาหาร และเสนอแนะการวิจัยในอนาคตควรใช้วิธีการระบุตำแหน่งเพื่อรับข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวด้านอาหารเกี่ยวกับความอร่อยของอาหารของมาเลเซีย

การสังเคราะห์กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทางสังคมศาสตร์มาปรับใช้ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ประกอบด้วย 1) เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 3) เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และ 4) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

บริบทอาหาร อาหารเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์ใช้ในการบริโภค อาหารประจำถิ่นเป็นอาหารที่คนในท้องถิ่นบริโภคอยู่ในชีวิตประจำวันและบริโภคในโอกาสต่าง ๆ โดยมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นคือวัตถุดิบ เครื่องปรุง วัสดุที่นำมาประกอบอาหารจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งแหล่งธรรมชาติที่แวดล้อมอยู่ การผลิตจากการเพาะปลูกหรือเลี้ยวสัตว์ การซื้อขายแลกเปลี่ยน โดยมีกรรมวิธีที่เป็นเอกลักษณ์ รสชาติที่เป็นเฉพาะท้องถิ่น วิธีการรับประทานอาหารในแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกันมีปัจจัยในเรื่องของสภาพภูมิอากาศ ความชอบ ความนิยม นิสัยการรับประทาน ดังนั้นส่งผลต่อการเกิดผักพื้นบ้านที่เฉพาะถิ่นนำมาประกอบอาหาร ลักษณะทางภูมิประเทศสภาพพื้นที่ความสมบูรณ์ของดิน แหล่งน้ำส่งผลต่อวัตถุดิบอาหาร ลักษณะภูมิอากาศ การอพยพย้ายถิ่นฐานและนำเอาวัฒนธรรมอาหารติดตัวมาด้วย ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ใช้เป็นเครื่องทุ่นแรง ประหยัดเวลา เช่น การตำน้ำพริกแต่เดิมใช้ครกและสากหินในการโขลกให้วัตถุดิบที่ผสมให้เข้ากันอย่างละเอียด แต่ปัจจุบันใช้เครื่องปั่นผสมอาหารแทน เป็นต้น ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมจากเดิมสังคมไทยเป็นครอบครัวขยายมีลูกหลายคน ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยว มีลูก 1-2 คนส่งผลการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น และปัจจัยที่มีอิทธิพลคือการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศทำให้รับเอาวัฒนธรรมต่าง ๆ เข้ามาใช้ในการดำรงชีวิต ฉะนั้นอาหารจึงเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ วิถีชีวิต ความพิถีพิถันในเรื่องอาหาร จนสะท้อนไปถึงประเพณีวัฒนธรรมที่โดดเด่นของคนในท้องถิ่นได้ ประกอบด้วย วัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้ เมนูอาหาร ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่า

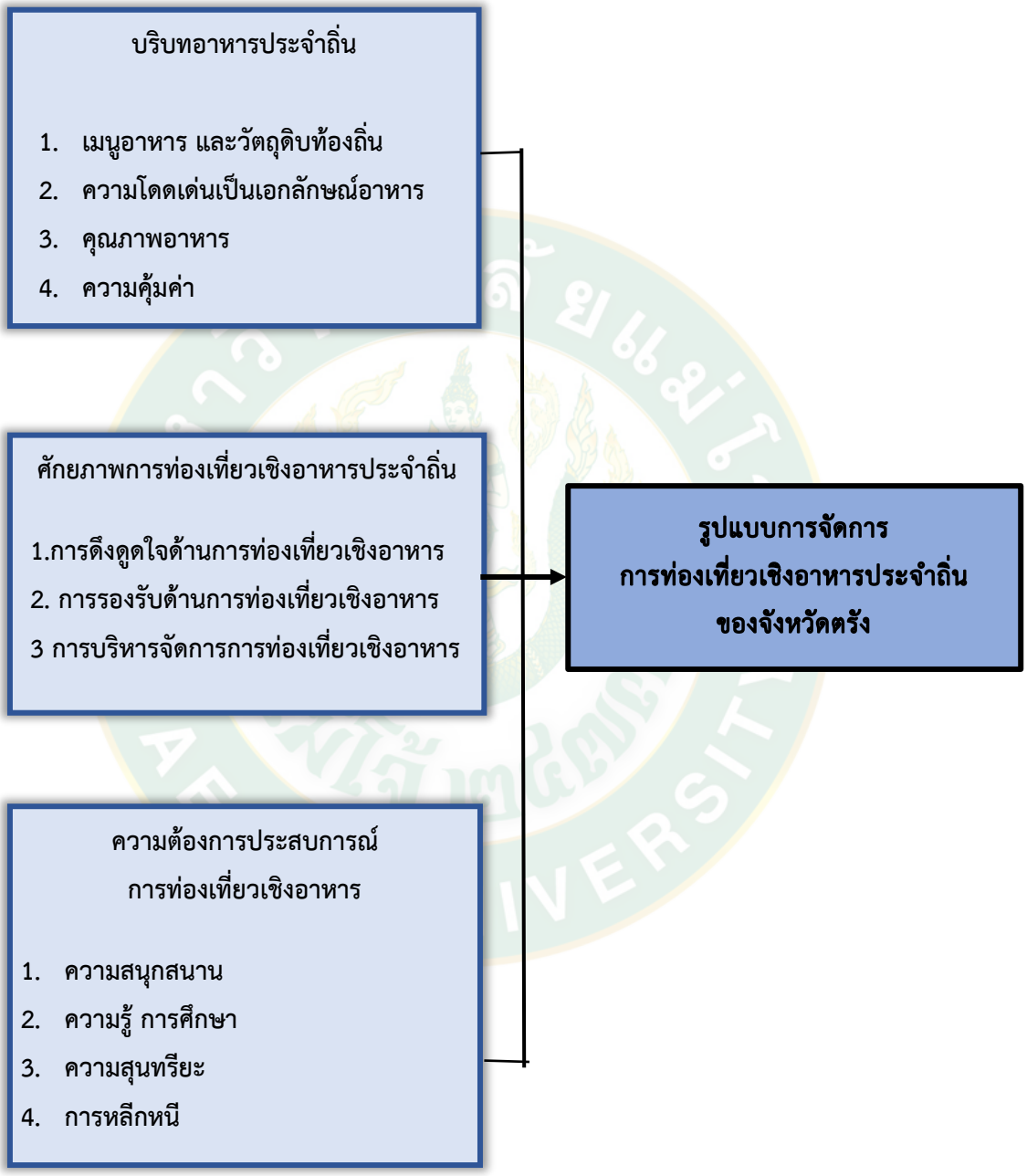
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยั่งยืน เป็นการพัฒนาทุนพื้นฐานของประเทศเพื่อให้เกิดประโยชน์ยั่งยืน และคงอยู่ให้ยาวนานสูงสุด ซึ่งเป็นฐานรากที่สำคัญในการพัฒนา การท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนเน้นการใช้ความรู้ ภูมิปัญญาและเน้นค่านิยมท้องถิ่นตลอดจนเน้นอนุรักษ์และพัฒนาขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดีงามของชุมชนไว้ และการถ่ายทอดขนบธรรมเนียมประเพณีไปยังคนรุ่นต่อ ๆ ไป การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลักสำคัญสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์สูงสุดในมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม มิติวัฒนธรรม และมิติสิ่งแวดล้อม เป็นเสาหลักในรูปแบบของการท่องเที่ยวทางเลือกได้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางอาหารอย่างเป็นระบบ ตลอดจนการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามบริบทของพื้นที่ในด้านศักยภาพด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่ง การมีเทศกาลอาหารให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกท่องเที่ยวได้อย่างหลากหลาย ความได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม นโยบายการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นการศึกษาจากจุดเริ่มต้นในการสำรวจอาหารประจำถิ่น ตั้งแต่ เมนูอาหาร/วัตถุดิบอาหาร ความโดดเด่น คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่า คุณค่าจากความหลากหลายของประเภทอาหาร เพื่อเชื่อมโยงวัฒนธรรมอาหารคนไทย - จีน วัฒนธรรมคนไทยพื้นถิ่นใต้ และวัฒนธรรมอาหารทางชายฝั่งทะเลจากเรื่องราว คุณค่าทางภูมิปัญญาเข้ากับการท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากการรับประทานอาหารประจำถิ่นเปรียบเสมือนการเปิดประตูสู่วัฒนธรรมของท้องถิ่น และเป็นตัวเชื่อมให้นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่นแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหารร่วมกัน การพัฒนาประสบการณ์การกินอาหารแต่ละมื้อได้ นอกจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาหารที่มีในจังหวัดตรังแล้ว ความพร้อม การรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่นถือเป็นสิ่งสำคัญ และเป็นการแสดงถึงเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว พร้อมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเยี่ยมเยียนการท่องเที่ยวเชิงอาหารอยู่ในประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ให้เห็นถึงการตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมในอดีตจนถึงปัจจุบัน และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้านได้ เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารมีการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยกำหนดปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้งหมด 3 ด้านคือ 1) ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารปัจจัยสิ่งดึงดูดในพื้นที่ ประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นประสบการณ์มีความสัมพันธ์เชื่อมต่อทางอารมณ์ หรือเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้คนต่อแบรนด์และสิ่งที่ต้องการเสนอให้กับโลกรู้ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจในหลากหลายอุตสาหกรรมรวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการด้วย และได้กำหนดรูปแบบของประสบการณ์ออกเป็น 4 ด้าน (4Es) ซึ่งมีความแตกต่างกันตามระดับและรูปแบบของการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การมีส่วนร่วมแบบผิวเผิน (Passive participation) ในกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปแบบของมิติความสนุกสนาน (Entertainment) ขณะที่มิติความรู้การศึกษา (Educational) ในส่วนมิติความสุนทรียะ (Esthetic) และมิติการหลีกหนี (Escapist) จะสะท้อนให้ เห็นถึงการมีส่วนร่วมแบบลึกซึ้ง (Active participation) หากนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมแบบผิวเผิน ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจะไม่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่ได้รับประสบการณ์เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวมีความสวยงามและน่าประทับใจ มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่ดี ตลอดจนมีระบบสาธารณูปโภคที่ดีและเพียงพอ นักท่องเที่ยวก็มักจะเกิดความรู้สึกที่ดีกับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวทีได้รับเมื่อสิ้นสุดการเดินทาง แต่ในทางตรงกันข้ามจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวไม่น่าสนใจ สกปรก หรือไม่มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ตลอดจนระบบ

สาธารณูปโภคที่ไม่เพียงพอหรือไม่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวก็เกิดความรู้สึกในทางลบ ซึ่งความรู้สึกทั้งทางบวก และทางลบที่เกิดขึ้น มีการเชื่อมโยงส่งผลต่อพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ดังภาพที่ 3

กรอบแนวคิดในการวิจัย

(Conceptual framework)



ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา (research for development) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ซึ่งได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 3) เพื่อวิเคราะห์ความต้องการความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และ 4) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งได้แบ่งรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

พื้นที่การวิจัยที่ศึกษาเป็นจังหวัดตรัง เนื่องจากเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีความโดดเด่นด้านอาหาร มีวัตถุดิบเฉพาะพื้นที่และมีสินค้าเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications :GI) ที่ได้รับการจดทะเบียนจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ หมูย่างเมืองตรัง และพริกไทยปะเหลียน เป็นเมืองพหุวัฒนธรรม วัฒนธรรมอาหารที่กล่าวขานว่า คนตรังกินกัน 9 มื้อ มีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นเมืองที่เหมาะกับการเป็นจุดหมายปลายทางที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น การวิจัยนี้เป็นการเก็บข้อมูลครอบคลุมทุกอำเภอที่มีร้านอาหารบริการประเภทอาหารไทยจีน อาหารไทยพื้นถิ่น และอาหารทะเลชายฝั่งที่รองรับผู้ใช้บริการนักท่องเที่ยวและผู้ที่มาเยือนในจังหวัดตรัง

วิธีการศึกษาและขั้นตอนการศึกษา

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อให้ได้ข้อมูลครอบคลุมประเด็นในการวิจัยและเกิดประสิทธิภาพในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

วัตถุประสงค์ที่4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

วัตถุประสงค์ในการวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวแทนของประชากรที่ดีที่มีความเข้าใจในบริบทอาหารประจำถิ่น การสืบทอดอาหาร เจ้าของร้านอาหารประจำถิ่น สมาคมร้านอาหารตรัง และ บุคลากรภาครัฐด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง โดยีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ (key informants) เป็นการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยการใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดี เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ด้านอาหารประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อการท่องเที่ยว และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากที่สุด ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านอาหารและการท่องเที่ยว และกลุ่มบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 29 คน

1) กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านอาหารและการท่องเที่ยว คือ ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรมีความรู้และเข้าใจเป็นอย่างดีในด้านบริบทอาหารประจำถิ่น วัฒนธรรมการกิน วัตถุดิบอาหารท้องถิ่น คุณภาพอาหาร คุณค่า การปรุงให้เป็นเมนูอาหารประจำถิ่น รวมทั้งหมดจำนวน 23 คน ซึ่งเป็นข้อมูลอิ่มตัวและสอดคล้องกัน

1.1) กลุ่มผู้ประกอบการด้านอาหารประจำถิ่น ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย-จีน ร้านอาหารพื้นถิ่นใต้ และร้านอาหารประเภทอาหารทะเลชายฝั่ง ซึ่งเป็นบุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจร้านอาหาร หรือผู้ประกอบอาชีพด้านอาหารที่ได้รับการตกทอดการทำอาหารจากรุ่นสู่รุ่นอย่างน้อย 2 รุ่นขึ้นไป มีสูตรการปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะร้าน หรือมีเมนูที่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค รวมทั้งหมด 20 ร้านอาหารประจำถิ่น ได้แก่

1.1.1) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการอาชีพอาหารประเภทไทย-จีน จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ 1) ผู้ตัวแทนผู้ประกอบการร้านโคอิ ตรัง 2) ประธานกรรมการบริษัทบ้านจีนดำฟู้ด 3) ประธานกรรมการโรงแรมกะช่องฮิลล์ เต้นท์ แอนด์ รีสอร์ท 4) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารพงษ์โอชา 5) ตัวแทนร้านปอเปี๊ยะสด วิกเพชร และ 6) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารโกเยาว์

1.1.2) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการอาชีพอาหาร ประเภทร้านอาหารพื้นถิ่นใต้ จำนวน 8 ร้าน ได้แก่ 1) ประธานกรรมการ บริษัท บ้านยายศล จำกัด 2) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารเรือนผู้การ 3) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารเกาะลิบง 4) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารป้าจิตร 5) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารบ้านสวนสุดาพร 6) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารสวนเส ณ เฮฮา 7) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารสีฟ้า 8) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารครัวท่องนาท่าม

1.1.3) ผู้ประกอบการหรือตัวแทนผู้ประกอบการอาชีพร้านอาหารทะเลชายฝั่ง จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ 1) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารยกยอ ปากเมง 2) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารกำนันเขียวฟู้ด 3) ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะสุกร 4) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารหล่อคุ้ง 5) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารโกชัยปลาเผา 6) ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารเตอรัง

1.2) กลุ่มบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและสามารถแนะนำอาหารประจำถิ่นตรังได้ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 1 คน และ2) มัคคุเทศก์ 2 คน รวมทั้งหมด 3 คน

2) กลุ่มบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ เข้าใจด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร รู้จักอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี ได้แก่ 1) บุคลากรของการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง 2) บุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง 3) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจังหวัดตรัง 4) ปราชญ์อาหารชาติพันธุ์ 5) บุคลากรของสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรม 6) บุคลากรของสมาคมอาหารตรัง รวมทั้งหมด จำนวน 6 คน

ตารางที่ 6 ตารางสรุปกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บข้อมูลวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	
1. กลุ่มผู้ประกอบการภาคเอกชน	รวม 23 คน
1.1 กลุ่มผู้ประกอบการด้านอาหาร	1. ผู้ประกอบการอาหารประเภท ไทย-จีน 2. ผู้ประกอบการอาหารพื้นถิ่นใต้ 3. ผู้ประกอบการอาหารทะเลชายฝั่ง
1.2 กลุ่มบุคลากรการท่องเที่ยว	1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว 2. มัคคุเทศก์
2. กลุ่มบุคลากรภาครัฐด้านการท่องเที่ยว	รวม 6 คน
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการเก็บข้อมูลวิจัย	**รวมทั้งหมด 29 คน**

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างแบบปลายเปิด (opened-ends interview) ผู้วิจัยได้สร้างประเด็นคำถามโดยกำหนดหัวข้อการสอบถามตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย ที่กำหนดประเด็นดังนี้ ข้อมูลส่วนบุคคล (อายุ อาชีพ ตำแหน่ง) เมนูอาหารที่นิยมของนักท่องเที่ยวและวัตถุดิบอาหาร ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์อาหาร คุณภาพอาหาร และความคุ้มค่าของอาหารประเภท ไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเลชายฝั่ง

เครื่องมืออื่น ๆ ที่ใช้ในการประกอบการวิจัย ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง สมุดจดบันทึก และกล้องถ่ายรูป เป็นต้น

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ความตรงของข้อคำถาม (content validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา ในการสรุปข้อคำถามครอบคลุมประเด็นเนื้อหา และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เส้าด้านข้อมูล (เนื้อหา เวลา สถานที่) ของการเก็บข้อมูล

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสาร วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบริบทอาหารจังหวัดตรัง

2) ผู้วิจัยทำการออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

3) ผู้วิจัยประสานงานการขอเก็บข้อมูลและทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลไปยังผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม

4) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล ณ ร้านอาหารประจำถิ่นในแต่ละอำเภอ สมาคมอาหารในจังหวัดตรัง

5) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ การสนทนาออนไลน์และการเข้าพบโดยตรง ซึ่งได้บันทึกข้อมูลอัดเสียงและจดบันทึก จากนั้นถอดเทปและ จัดกลุ่มข้อมูลแยกเป็นแนวทางเดียวกัน

6) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งเป็นคำสำคัญในหาคำตอบด้วยการจดบันทึก ซึ่งเป็นการบันทึกความสำคัญของบริบทพื้นที่ สภาพแวดล้อมภายใน และภายนอก ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการเอกชน บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐแล้ว ประเด็นที่ได้ตามโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่ เมนูอาหารประจำถิ่น วัตถุดิบท้องถิ่น ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่น คุณภาพอาหาร ความคุ้มค่าในการเลือกซื้ออาหารประจำถิ่น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้าง

ข้อสรุปแบบอุปนัย (inductive method) และได้ทำการตรวจสอบข้อมูลแบบ 3 เส้า ด้านข้อมูลเนื้อหา (เวลา สถานที่ และตัวบุคคล) จัดเรียงเนื้อหา และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) และการนำเสนอข้อมูล อภิปรายผลรูปแบบเชิงพรรณนา

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และ วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นในจังหวัดตรัง โดยมีการทดสอบความตรงด้านเนื้อหา (validity) ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of item-Objective Congruence) และทดสอบความเที่ยง (reliability) และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นในจังหวัดภูเก็ต (try out) ของข้อมูลก่อนเก็บข้อมูลจริงในพื้นที่จังหวัดตรัง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยใช้สถิติจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนที่เข้ามาในจังหวัดตรัง ปี พ.ศ. 2561 ทั้งหมด 1,956,657 คน (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง, 2557ก)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่น เป็นคนท้องถิ่นหรือนักเดินทางที่เข้ามาในจังหวัดตรัง ตามจากสถิติผู้เยี่ยมเยือนที่เดินทางเข้ามาในจังหวัดตรัง เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบสุ่มบังเอิญ โดยใช้สูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 มีการคำนวณสูตร ดังนี้

สูตร $$n = \frac{N}{1+N(e^2)}$$

เมื่อ N = ขนาดกลุ่มประชากร

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

e = ค่าความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

แทนค่าในสูตรดังนี้ $$n = \frac{1,956,657}{1+ 1,956,657\ (0.05)^2}$$

เป็นจำนวน n = 3.9999 สรุปจำนวน = 400 คน

โดยพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด 400 ตัวอย่าง โดยมีค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 และระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรัง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยเลือกจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแจกแบบสอบถาม หรือส่งลิงค์ออนไลน์ให้แก่ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นในจังหวัดตรัง จนได้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด

2. ตัวแปรและการวัดตัวแปร

2.1 ตัวแปรและการวัดตัวแปรของวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยที่สำคัญ ซึ่งแบ่งประเด็นการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็น ประกอบด้วย

1) ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ สถานภาพ ศาสนา กลุ่มช่วงอายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ภูมิลำเนา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง การร่วมรับประทานอาหารประจำถิ่นเป็นกลุ่มแบบใด ความถี่การบริโภคร้านอาหาร ช่วงเวลา และเมนูที่ชื่นชอบ

2) ศักยภาพการท่องท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ประกอบด้วย
   1.1 ด้านการดึงดูดใจทางคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม
   1.2 ศักยภาพทางกายภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
   1.3 ศักยภาพทางกายภาพด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
   1.4 ศักยภาพทางกายภาพด้านความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว
   2.1 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
3. ด้านศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

ดังนั้น ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่มี 3 องค์ประกอบหลัก มีข้อคำถามทั้งหมด 56 คำถาม การวัดเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert'scale) ซึ่งระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นได้แบ่งเป็นระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ดังนี้

ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ และเกณฑ์การให้ค่าคะแนนความคิดเห็นต่อศักยภาพ

5 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพมากที่สุด
4. คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพมาก
3. คแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพน้อยที่สุด

แปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้มีเกณฑ์ดังนี้ (Best, 1981)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	แปลความว่า	มีศักยภาพมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	แปลความว่า	มีศักยภาพมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	แปลความว่า	มีศักยภาพปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	แปลความว่า	มีศักยภาพน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	แปลความว่า	มีศักยภาพน้อยที่สุด

2.2 ตัวแปรและการวัดตัวแปรของวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง ระดับความต้องการด้านประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นประกอบด้วย 4 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความต้องการด้านประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน (entertainment)
2. ความต้องการด้านประสบการณ์ด้านความรู้ การศึกษา (education)
3. ความต้องการด้านประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ (esthetic)
4. ความต้องการด้านประสบการณ์ด้านการหลีกหนี (escapist)

ดังนั้น ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (4Es) มีตัวแปร 4 ด้าน ประเด็นข้อคำถามทั้งหมด 26 คำถาม การวัดเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert'scale) ซึ่งระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น แบ่งเป็นระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ดังนี้

ระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ซึ่งใช้เกณฑ์การให้ค่าคะแนนความต้องการดังนี้

5 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการมาก
3 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	มีความต้องการน้อยที่สุด

แปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้มีเกณฑ์ ดังนี้ (Best, 1959)

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00	แปลความว่า	มีความต้องการมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20	แปลความว่า	มีความต้องการมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	แปลความว่า	มีความต้องการปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	แปลความว่า	มีความต้องการน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	แปลความว่า	มีความต้องการน้อยที่สุด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเพื่อนำไปใช้กับวัตถุประสงค์ที่ 2 และ วัตถุประสงค์ที่ 3 ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิด (open ended question) และคำถามปลายปิด (close ended question) ทั้งแบบเลือกตอบ (check list) และแบบประเมินค่า

เครื่องมือที่ใช้ คือแบบสอบถามศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งใช้กับผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นในจังหวัดตรัง ประเด็นคำถามเกี่ยวกับศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยแบ่งแบบสอบถามทั้งหมด 4 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบไปด้วย เพศ สถานภาพ ศาสนา อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ ภูมิลำเนา จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะการเดินทางเป็นกลุ่มแบบใด ความถี่ในการใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่น ช่วงเวลาในการรับประทานและเมนูอาหารประจำถิ่นที่ชื่นชอบ ลักษณะคำถามแบบเลือกตอบและปลายเปิด

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ลักษณะข้อคำถามแบบประเมินค่า (rating scale)

ตอนที่ 3 ระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ลักษณะข้อคำถามแบบประเมินค่า (rating scale) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 3 ในการศึกษา

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นในพื้นที่จังหวัดตรัง ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายเปิด

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษา ค้นคว้า รวบรวม และวิเคราะห์หลักการ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร รายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ รวมทั้งหน่วยงานของราชการและเอกชน
2. กำหนดข้อมูลและขอบเขตของเนื้อหา โดยนำกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์มาใช้เป็นแนวทาง
3. สร้างแบบสอบถาม นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบ แก้ไขความถูกต้องเหมาะสมในประเด็นเนื้อหา และภาษาที่ใช้ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเนื้อหาและโครงสร้างถึงความเหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่จริงได้อย่างเกิดประสิทธิภาพต่อไป

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

1. การทดสอบความตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสมและ ความชัดเจนของเนื้อหา หลังจากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาให้สมบูรณ์ โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545; อารยา องค์เอี่ยม และพงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล, 2561) โดยมีเกณฑ์ของค่าความสอดคล้องดังนี้

+ 1	หมายความว่า	มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์
0	หมายความว่า	ไม่มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์
- 1	หมายความว่า	มั่นใจว่าแบบสอบถามไม่มีความสอดคล้องตรงตามวัตถุประสงค์

และสูตรที่ใช้คำนวณ $IOC = \sum R/N$

IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญแต่ละคน

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

เกณฑ์การประเมินค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถาม (IOC) ดังนี้

- ค่า IOC $\geq$ 0.5 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำไปใช้ดำเนินการวิจัยได้ทันที

- ค่า IOC < 0.5 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นวัดไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย สมควรปรับปรุงแก้ไข หรือตัดข้อคำถามออก

หลังจากได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว จากนั้นนำชุดข้อมูลหาค่าความเชื่อมั่น ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.50 – 1.00 ถือว่าเป็นข้อคำถามมีความสอดคล้องนำไปใช้ได้ หากข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่นต่ำกว่า 0.50 ผู้วิจัยดำเนินการปรับปรุงหรือตัดข้อคำถามที่ไม่สัมพันธ์กัน ซึ่งผลการทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยรวม 0.71 ซึ่งถือได้ว่าแบบสอบถามมีค่าประเมินผลที่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ จึงเหมาะสำหรับการใช้เป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

2. การทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) หลังจากได้ดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอของคณะกรรมการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำแบบสอบถามที่ได้ ไปทดสอบเก็บข้อมูลกับกลุ่มทดลองที่เป็นผู้บริโภคอาหารท้องถิ่นชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 30 ชุด และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (Cronbach, 1974) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$r = \frac{k}{k-1}\left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2}\right]$$

เมื่อ r แทน ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

k แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

S^2_i แทน ความแปรปรวนของคะแนนข้อที่ i

S^2_t แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวม

จากการคำนวณในครั้งนี้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (α) เท่ากับ 0.97 แสดงว่าเครื่องมือมีค่าความเชื่อมั่นในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบปรับปรุงเพื่อความสมบูรณ์ถูกต้องของเนื้อหา แล้วจึงนำแบบสอบถามเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ร้านอาหารของจังหวัดตรัง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติบรรยาย (descriptive statistic) โดยบรรยายลักษณะของข้อมูลตัวเลขในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับประมวลผลทางสถิติ และนำมาสรุปผลข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้การจัดเสวนากลุ่มย่อย รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่สร้างประสบการณ์ โดยการสังเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1) บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 2) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และ 3) ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมาเป็นแนวทางในการสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นผู้ประกอบการอาหาร เจ้าหน้าที่ภาครัฐทางการท่องเที่ยว และนักวิชาการ รวมจำนวน 5 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุมถึงข้อมูลอาหารประจำถิ่น ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีที่ต้องอาศัยเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ของอาหารประเภทต่าง ๆ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์มากที่สุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้สร้างประเด็นคำถามโดยกำหนดหัวข้อการสอบถามตามกรอบแนวคิดของงานวิจัย ที่กำหนดประเด็นดังนี้

1. ความสามารถและความพร้อมท่องเที่ยวเชิงอาหาร
2. การบูรณาการการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่นร่วมกัน
3. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

ผู้วิจัยได้นำเสนอการสังเคราะห์ผลการวิจัยของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นและความต้องการการท่องเที่ยวจากประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยใช้ช่องทางสนทนากลุ่มทางออนไลน์ ผ่านช่องทางของออนไลน์

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ความตรงของข้อคำถาม (content validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) สังเคราะห์ข้อมูล สรุปเป็นประเด็นคำถาม ร่างออกแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังที่ตอบสนองความต้องการประสบการณ์ที่เหมาะสมและยั่งยืน ซึ่งได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จัดเรียงเนื้อหา และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (content analysis) และการนำเสนอข้อมูล อภิปรายผลรูปแบบเชิงพรรณนา

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ MAEJO UNIVERSITY

ตารางที่ 7 ตารางการออกแบบการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การดำเนินการวิจัย	ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือ	ตัวแปร	การวิเคราะห์
วิจัยเชิงคุณภาพ	ตัวแทนของประชากรที่ดี (29 คน) <u>1.กลุ่มภาคเอกชน (23 คน)</u> 1. กลุ่มผู้ประกอบการด้านอาหาร ได้แก่ - ผู้ประกอบการ/ตัวแทนร้านอาหารประเภท ไทย-จีน - ผู้ประกอบการ/ตัวแทนร้านอาหารพื้นถิ่นใต้ - ผู้ประกอบการ/ตัวแทนร้านอาหารพื้นถิ่นใต้ 2.กลุ่มบุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ <u>2.กลุ่มภาครัฐ (6 คน)</u> บุคลากรภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวและกีฬา, ททท. ตรัง นักวิชาการ, ปราชญ์อาหาร, สมาคมธุรกิจนำเที่ยวและโรงแรม และ สมาคมร้านอาหารตรัง	แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง	ความคิดเห็นต่อบริบทอาหารประจำถิ่น ได้แก่ - เมนูอาหาร และวัตถุดิบ - ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ - คุณภาพอาหาร - ความคุ้มค่า	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis แล้วตีความในรูปแบบอุปนัย (Inductive Method) และอภิปรายผลในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ตัวแปร	การวิเคราะห์
-วิจัยเชิงปริมาณ	ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่น จำนวน 400 คน	แบบสอบถาม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3 องค์ประกอบ 1. ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร - คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม - การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว - ความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว - ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว 2. ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร	1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณการวิเคราะห์ทางสถิติ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อภิปรายผลในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

วิธีการดำเนินการวิจัย	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือ	ตัวแปร	การวิเคราะห์
วิจัยเชิงปริมาณ	ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่น จำนวน 400 คน	แบบสอบถาม	ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร 1. ความสนุกสนาน 2. ความรู้ การศึกษา 3. ความสุนทรียะ 4. การหลีกหนีความจำเจ	1. การวิเคราะห์เชิงปริมาณการวิเคราะห์ทางสถิติ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน อภิปรายผลในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นในพื้นที่จังหวัดตรัง

วิธีการดำเนินการวิจัย	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	เครื่องมือ/ทดสอบเครื่องมือ	ตัวแปร/ข้อคำถาม	การวิเคราะห์
วิจัยเชิงคุณภาพ การนำผลข้อมูลจากวัตถุประสงค์ที่ 1 – 3	ตัวแทนของประชากรที่ดี มีความเข้าใจบริบทพื้นที่ อาหาร การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวม 5 ท่าน ได้แก่ ได้แก่ ตัวแทนจาก ททท.ตรัง, นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดตรัง, ตัวแทนสมาคมอาหารตรัง, ผู้ประกอบการร้านอาหารประจำถิ่น และ นักวิชาการวัฒนธรรมอาหาร	การสนทนากลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น	1.ความสามารถและความพร้อมท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2. การบูรณาการการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่นร่วมกัน 3. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) อภิปรายผลในรูปแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยนำเสนอผลการศึกษาวิจัยออกเป็น 4 ตอน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบด้วย 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคอาหารประจำถิ่นตรัง และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ตอนที่ 4 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ส่วนที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นจังหวัดตรัง ส่วนที่ 2 แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอย่างยั่งยืน และส่วนที่ 3 การสังเคราะห์รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์และได้ผลการการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผลการศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 1 ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) มีประเด็นหลัก 4 ประเด็น ประกอบด้วย 1) เมนูอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น 2) ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์อาหาร 3) คุณภาพอาหาร 4) ความคุ้มค่า ผู้วิจัยได้นำเสนอในรูปแบบความเรียง ดังนี้

1. เมนูอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น

1.1 อาหารประเภทไทย –จีน ของตรัง เป็นการได้รับอิทธิพลมาจากการอพยพย้ายถิ่นของชาวจีนที่มาทำการค้า ตั้งถิ่นฐานในการประกอบอาชีพที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น เมนูอาหารที่ปรากฏจึงเป็นเมนูอาหารที่ได้รับการตกทอดมาอย่างยาวนาน มีเรื่องราว วัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่น

ในปัจจุบันเมนูอาหารดังกล่าวได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดตรัง มีทั้งหมด 10 เมนู ได้แก่ ติ่มซำ หมูย่าง เคาหยกหรือเกาหยุก หมูค้องหรือหมูฮ้อง หมูคั่วเกลือ ขนมปากหม้อ ขาหมูร้อน ขาหมูเย็น หมี่ฮกเกี้ยน หมี่หนำเลี่ยว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1.1 ติ่มซำ คำว่า “ติ่มซำ”เป็นภาษาจีนกวางตุ้ง ซึ่งเป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลมาจากการอพยพของชาวจีน ซึ่งหมายถึงอาหารจานเล็ก ๆ ที่วางเต็มโต๊ะซึ่งมีความเชื่อว่า การรับประทานอาหารมื้อแรกที่มีอาหารเต็มโต๊ะแสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของผู้ที่รับประทาน ติ่มซำเป็นอาหารที่มีกรรมวิธีจากการนึ่งให้สุกแล้วรับประทานแบบร้อน ๆ

ดังคำกล่าวที่ว่า “...ถ้าว่ามาเที่ยวตรังต้องทานอาหารเช้าของจังหวัด จำพวกติ่มซำในเมืองทับเที่ยงเพราะเป็นวิถีการกินของคนที่นี่อาหารจะมีเต็มโต๊ะมีให้เลือกทานเยอะ...” (สัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2564)

สมัยก่อนการรับประทานติ่มซำพนักงานจะเสิร์ฟ ติ่มซำวางเต็มโต๊ะของลูกค้าและเก็บเงินเฉพาะที่รับประทาน ซึ่งปัจจุบันนี้ร้านอาหารติ่มซำยามเช้าที่มีการเสิร์ฟแบบสมัยก่อนมีน้อยลง เนื่องจากได้มีการปรับตัวตามสถาการณ์โดยให้ลูกค้าเลือกรับประทานติ่มซำตามความชอบและถ้าทานไม่หมดสามารถนำกลับไปได้ ติ่มซำนิยมรับประทานในกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน เป็นชนชั้นกลาง ประกอบอาชีพข้าราชการ นักธุรกิจ ติ่มซำจะทานกับน้ำจิ้มส้มเจืองที่เป็นเอกลักษณ์ และหารับประทานได้ที่จังหวัดตรังที่เดียว อาหารที่แนะนำของจังหวัดตรังเป็นติ่มซำ ซึ่งสามารถรับประทานได้ตลอดทั้งวันจนถึงมื้อค่ำ คนตรังนิยมทานในมื้อเช้า

ติ่มซำหรือขนมจีบที่เป็นที่นิยมสั่งรับประทาน ได้แก่ ขนมจีบหมู ขนมจีบกุ้ง ก๋วยเตี๋ยวหลอด ฮักเก๋า และจ้อปู ติ่มซำมีหมูบดเป็นวัตถุดิบหลัก วัตถุดิบรองที่ใช้เป็นส่วนผสมหมูบดอย่างดีและกุ้งบดเป็นหลัก เนื้อปู ปลากะพง แผ่นเกี๊ยว แผ่นก๋วยเตี๋ยว ร้านติ่มซำยามเช้ามีอาหารให้เลือกทานหลากหลาย ได้แก่ หมี่ชั่ว บะกูดเต๋ ปาท่องโก๋ ติ่มซำ หมูย่างรับประทานคู่กับชา กาแฟ

1.1.2 หมูย่างตรัง เกิดจากกลุ่มชาวจีนกวางตุ้งที่อพยพมาทางเรือขึ้นฝั่งที่อำเภอกันตังและได้ตั้งรกรากที่จังหวัดตรัง ชาวจีนกลุ่มนี้ประกอบอาชีพทำไร่พริกไทย เลี้ยงหมู และเมืองตรังเป็นจุดรวมหมูสำหรับส่งออกไปขายยังปีนัง จุดกำเนิดหมูย่างเกิดจากเถ้าแก่เม็ง ต้นตระกูลไทรงาม เป็นชาวจีนจากมณฑลกวางตุ้งได้เริ่มทำหมูย่างจำหน่ายเป็นรายแรกในสมัยนั้น จนทำให้หมูย่างได้แพร่หลายมากขึ้นในหมู่คนตรัง จากนั้นลูกมือที่ทำหมูย่างหลายคนก็ได้ทำกิจการของตนเองในภายหลังจนเกิดเป็นหมูย่างหลายสิบรายและขยายสู่รุ่นหลังมากขึ้นจนมีการสืบทอดกันต่อมาจนถึงปัจจุบันหมูย่าง วัตถุดิบหลักที่ใช้ หมูทั้งตัว ผงหอม (อบเชย โปยกั๊ก ลูกจันทน์) น้ำตาลทรายแดง น้ำผึ้ง กระเทียม พริกไทยและเกลือ ย่างกับหลุมเตา การรับประทานหมูย่างตรังนิยมทานกับกาแฟเป็นอาหารเช้า หมูย่างเสิร์ฟพร้อมกับน้ำชา ผักกาดหอม แตงกวา และหมูย่างใช้กับงานเทศกาลหรืองานพิธีสำคัญ ของจังหวัดตรัง เช่น งานศพ งานแต่งงาน งานไหว้เจ้า งานแก้บ่นบานศาลกล่าว

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “...หมูย่างสมัยก่อนถ้าจะกินต้องกินในงาน ตอนนี้ซื้อกินซื้อฝากง่ายแต่ถ้าซื้อหลัง 9 โมงของหมดแล้ว...” (สัมภาษณ์ตัวแทนร้านอาหารประเภทไทยจีน, 24 มิถุนายน 2564)

1.1.3 เคาหยกหรือเกาหยุก เคาหยกเป็นชื่ออาหารของคนจีนกวางตุ้งซึ่งมีความหมายว่า “หมูเรียงกันสลับกับเผือก” ซึ่งเป็นสูตรของกวางตุ้ง แต่เกาหยกสูตรของชาวจีนเชื้อสายฮกเกี้ยนก็จะใส่เต้าหู้กับเห็ดหูช้าง เคาหยกเป็นอาหารที่ใช้สำหรับในงานพิธีต่าง ๆ เช่นงานแต่งงาน งานศพ ซึ่งงานที่มีเมนูเคาหยกอยู่ในพิธีจะถูกมองเป็นว่างานนั้นเจ้าภาพมีฐานะดี เคาหยกเป็นอาหารที่รับอิทธิพลมาจากการอพยพจากเมืองจีนกวางตุ้ง ซึ่งเป็นสูตรต้นตำรับที่ยาวนานกว่า 60 ปี ของ “จุงเป๋า” หรือพ่อครัวในสมัยก่อน แล้วสืบทอดต้นตำรับมาจนถึงรุ่นหลานในปัจจุบัน วิธีการทำมีลักษณะคล้ายกับหมูฮ้องแต่รสชาติมีความแตกต่าง เคาหยกมีลักษณะมีสีน้ำตาลอ่อน น้ำคลุกคลิกแต่มัน เนื้อหมูเป็น 3 ชั้น เนื้อนิ่มตังเรียงกันเป็นแถวสลับกับเผือก รสชาติเข้มข้นนุ่มละลายในปาก เนื้อสัมผัสของเนื้อหมูมีมิติจากน้ำซอสที่นำไปเคี่ยวนาน กลิ่นมีความหอมจากเต้าหู้ยี้ เครื่องเทศ คุณภาพของอาหารมีการเลือกวัตถุดิบเฉพาะส่วนของหมู เมนูอาหารร้อนเสิร์ฟใส่จานมีความสะอาด และกล่องทานกลับบ้านที่ปลอดภัยทนต่อความร้อน ขายแบบแช่เข็งส่งได้ทั่วประเทศ วัตถุดิบที่ใช้ หมูสามชั้น เผือก เต้าหู้หยี้และกำเจืองหรือเรียกว่าซอลกำเจือง หมักแบบโบราณ น้ำตาลปีบ ผงหอม รากผักชี (เนื้อคว่ำ หมูเนื้อเรียง หมู 2 เผือก 3)

1.1.4 หมูค้องหรือหมูฮ้อง เป็นการนำหมูสามชั้นไปต้มกับซีอิ๊วพร้อมเครื่องเทศสมุนไพร หมูฮ้องเป็นอาหารได้รับอิทธิพลมาจากจีนฮกเกี้ยนที่อพยพเข้ามาอยู่ในจังหวัดตรัง ซึ่งในสมัยก่อนการบริโภคเนื้อหมูหาทานได้ยากและมีราคาสูง ดังนั้นการนำมาทำเมนูหมูฮ้องนั้นต้องใช้ หมูสามชั้นที่หั่นค่อนข้างใหญ่เต็ม ๆ คำ จึงใช้กรรมวิธีในการเคี่ยวเพื่อที่จะถนอมอาหารเก็บไว้กินได้นาน หมูฮ้องมีรูปลักษณ์สีน้ำตาลเข้มจากซีอิ๊วหวาน เนื้อหมูสามชั้นและสันคอหมูมีลักษณะอ่อนนุ่ม รสชาติหวาน เค็ม เข้มข้น เผ็ดพริกไทยเล็กน้อย ทานคู่กับข้าวสวยร้อน ๆ และผักลวก กลิ่นเครื่องเทศจากโป๊ยกัก พริกไทย คุณภาพอาหารหมูฮ้องที่ใช้เวลาในการเคี่ยวนานทำให้เก็บไว้ทานได้นาน

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “...หมูค้องเป็นอาหารชาติพันธุ์เชื้อสายจีนที่ใช้การต้มเคี่ยวเป็นเวลานานเพื่อจะได้เก็บไว้กินได้นาน...” (สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการอาหารเพอรานากัน, มิถุนายน 2564)

วัตถุดิบ หมูสามชั้น สันคอหมู พริกไทย รากผักชี โป๊ยกั๊ก ซีอิ๊วขาว ซีอิ๊วดำหวาน (เป็น หมูเคี้ยวที่สามารถที่จะเก็บรักษาเอาไว้ได้นาน)

1.1.5 หมูคั่วเกลือ เป็นอาหารของคนไทยเชื้อสายจีนที่มีการทำง่ายที่สุดใช้วัตถุดิบน้อยและเป็นการถนอมอาหารเพื่อเก็บไว้กินได้นาน หมูคั่วเกลือส่วนใหญ่จะมีเกือบทุกครัวเรือน ลักษณะของหมูคั่วเกลือเนื้อจะเป็นสีน้ำตาลอ่อน ๆ อมขาว เป็นเส้นยาวหรือจะเป็นแบบลูกเต๋ารสชาติออกเค็มเหนียว ซึ่งจะแตกต่างกับหมูฮ้องที่มีสีน้ำตาลเข้มอมไหม้ลักษณะสีเหมือนจะมีรสชาติเค็มแต่กลับมีรส

หวานของซีอิ๊วหวานและความนิ่มนุ่มลิ้น หมูคั่วเกลือทานคู่กับข้าวสวยร้อน ๆ น้ำพริกและผักลวก วัตถุดิบหลัก เนื้อหมู เกลือก และน้ำต้มสุก

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “....“หมูโคว” คือกันคั่วหมูเอาไว้ภาษาจีน เนื่องจากเมื่อก่อนไม่มีไฟฟ้าใช้น้ำแข็งก็ไม่มีตู้เย็นก็ไม่มีมีเฉพาะเครื่องปั่นไฟในตอนกลางคืนอย่างเดียวตั้งแต่ 1ทุ่ม ถึง 2 ทุ่ม หลังจากนั้นเขาก็ดับ การรวนหมูหรือหมูโควหมูคั่ว เมนูหมูคั่วเกลือจริง ๆ แล้วเป็นการทำที่ใช้ทักษะง่าย ๆ คือ เอาหมูที่ห้อยกับเชือกกล้วย แล้วย่าก็จะเอามาบนเขียงแล้วก็หันหั่นเป็นบ้อง ๆ คล้าย ๆ กับลูกเต๋า จากนั้นเอามาใส่กระทะใส่น้ำโรยเกลือแล้วก็คั่วจนน้ำงวดแห้งพอหมูเปลี่ยนสีพอมันเคลือบขาว ๆ หลังจากนั้นก็มาใส่ในตู้กับข้าวทีนี้พอจะผัดก็เอามาซีกนึงแล้วสไลด์บาง ๆ มื้อเที่ยงก็เอาหมูคั่วเกลือมาผัดอีกจนแห้ง ๆ จนกว่าจะกินหมดแล้วออกไปตลาดใหม่อีก...” (สัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านอาหารเพอรานากัน, 24 มิถุนายน 2564)

1.1.6 ขนมปากหม้อเป็นอาหารคาวมีความเก่าแก่ เปิดขายมานานมากกว่า 30 ปี ขนมปากหม้อนิยมรับประทานตอนเช้าหรือย่ามว่างพร้อมราดด้วยน้ำปรุงส้มเจือง และแตงกวาสไลด์บาง ๆ ขนมปากหม้อที่อร่อย รสชาติดั้งเดิมตั้งอยู่ในตลาดสดเทศบาล ชื่อร้านขนมปากหม้อของเจ๊กี่ และนอกจากปากหม้อแล้ว เมนูที่ขึ้นชื่อของร้านคือ หัวหมู และไส้หมู ขนมปากหม้อมีลักษณะชิ้นใหญ่เต็มคำ รสชาติเปรี้ยว หวาน กรุบ ๆ จากผัก น้ำจิ้มรสชาติหวาน แป้งนุ่ม หอม อร่อย ราคาไม่แพง ส่วนน้ำราดที่ร้านใส่กะทิลงไปนิดนึงแล้วใส่น้ำส้มเจืองสูตรทางร้าน วัตถุดิบ หัวหมู ไส้หมู ผักบุ้ง น้ำส้มเจือง มันแก้วกุ้งแห้ง ถั่วงอกและไชโป้วแห้งผัดรวมกันจนแห้งแป้งข้าวจ้าว แป้งมัน แป้งเท้ายายม่อม น้ำเปล่า เกลือ

1.1.7 ขาหมูร้อน นำเฉพาะส่วนของขาหน้าของหมูเพราะจะทำให้เนื้อนุ่ม ขาหมูร้อนมีกระบวนการทำเริ่มจากการนำไปเผาและนึ่ง และนำมาตุ๋นด้วยเครื่องปรุง

1.1.8 ขาหมูเย็น ขาหมูเย็นจะนำขาหมูมาโกนขนด้วยมีดโกน จากนั้นใส่ไข่แดงเค็มเพื่อเพิ่มรสชาติ และให้ความรู้สึกเหมือนเยลลี่ มีน้ำจิ้มสูตรเฉพาะที่มีรสชาติเปรี้ยวและเผ็ดพร้อมเครื่องเคียง อาทิ ขิงดอง พริก หัวหอม ขาหมูเย็นเป็นอาหารเรียกน้ำย่อยก่อนที่จะรับประทานอาหารหลักซึ่งขาหมูร้อนและเมนูอื่น ๆ สามารถหารับประทานได้ร้านเดียวที่ร้านโก้ซ้อยในเมืองตรัง

1.1.9 หมี่ฮกเกี้ยนเป็นบะหมี่เหลืองเส้นใหญ่ (หมี่ไข่) วัตถุดิบที่ใช้เนื้อปลา หมู กุ้ง หมึก ผัก ไข่ไก่ หอมเจียวโรยหน้า (เครื่องเคียง กะหล่ำปลี และต้นหอม) หมี่ฮกเกี้ยนมีน้ำคลุกคลิก รสชาติจืด และมัน ซึ่งมีจุดเด่นหมีฮกเกี้ยนใส่ไข่ที่เป็นไข่ลวก และวัตถุดิบที่เป็นอาหารทะเลเป็นส่วนผสมหลัก

1.1.10 หมี่หนำเลี่ยวหรือเรียกว่า “หมี่น้ำหล่อ” หรือ “โหลวหมี่” เป็นหมี่ที่มีเอกลักษณ์เส้นหมี่ ใส่เนื้อหมู เนื้อไก่ มีการตุ๋นของน้ำซุปให้เป็นน้ำราด ราดบนหมี่ หอมเจียวโรยหน้า (ราดหน้าหมี่น้ำ) “...หนำเหลี่ยว มาจากภาษาจีนกวางตุ้ง ชื่อน่าจะเป็นหนำหล่อเพราะมาจากทางทิศใต้...” (สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการเพอรานากัน, 28 มิถุนายน 2564)

เครื่องปรุงสำหรับอาหารไทยจีน สิ่งที่สำคัญที่ต้องมีในครัวจีน เป็นซีอิ๊วขาว ซีอิ๊วดำ ซึ่งจังหวัดตรังเป็นมีโรงงานซีอิ๊ว ซีอิ๊วขาวตราแกะเป็นซีอิ๊วที่ผลิตในจังหวัดตรัง เป็นซีอิ๊วอเนกประสงค์ใช้ได้ทั้ง จิ้ม หมัก ผัด ต้ม มีกลิ่นหอมถั่วเหลืองหมักชัดเจน รสเค็มเด่น มีเจือด้วยรสเปรี้ยวและหวานจากการหมัก และจะมักเห็นในร้านติ่มซำและร้านบะหมี่ การทำเต้าเจี้ยวสูตรกวางตุ้งของอำเภอนาโยงเต้าหู้หยี้ (ส่วนผสมหลักของน้ำซอลติ่มซำ) ส้มจังกระ (ใช้แทนมะนาว) และสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับร้านอาหารประจำถิ่นประเภทไทย – จีน เป็นเอกลักษณ์และมีที่เดียวในจังหวัดตรังเป็นซอลกำเจืองหรือค้อมเจืองเป็นส่วนผสมในน้ำจิ้มหมูย่าง ติ่มซำ

1.2 อาหารไทยพื้นถิ่นใต้ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานตั้งแต่สมัยยุคพราหมณ์ เข้ามามีอิทธิพลต่อยุคศรีวิชัย ยุคลังกาสุกะ ในดินแดนภาคใต้ ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นใต้ทั้งหมดเป็นรากแท้ของอาหารทางภาคใต้

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “...หลักฐานทั้งหมดมันก็คือมาจากพราหมณ์อาหารของเราตอนนี้ภาคใต้ทั้งหมดคือพราหมณ์ไปถึงภาคกลางถึงอีสานก็คือพราหมณ์ พระเจ้าอโศกที่เดินทางผ่านอินเดียมาเข้าไปพักทัพอยู่ที่นครศรีธรรมราชเพื่อที่จะไปเขมร วัฒนธรรมเขมรปราสาทของเขาเหมือนบุโรพุทโธเหมือนที่อินเดียพระเจ้าอโศกในยุคของศรีวิชัยยุคลังกาสุกะนี้ใหญ่โตมากในเรื่องของพราหมณ์ก็เลยจะมีเยอะ เพราะฉะนั้นในเรื่องของอิทธิพลของพราหมณ์ก็เลยจะมีเยอะตอนนี้รากเดิมก็จะอยู่ที่นครศรีธรรมราชเยอะอยู่ อาหารเดือนสิบก็คืออาหารพราหมณ์ที่มาจากทางฝั่งฮินดูเพราะฉะนั้นอาหารเดือนสิบทั้งหมดพวกขนมเจาะรู...” (สัมภาษณ์จากผู้ประกอบการร้านอาหาร 24 มิถุนายน 2564)

เมนูอาหารประจำถิ่นประเภทพื้นถิ่นใต้ส่วนใหญ่เป็นประเภทแบบแกง แบบผัด ที่มีรสชาติเผ็ดร้อน มีส่วนผสมของเครื่องเทศและสมุนไพร คนไทยใต้นิยมรับประทานรสชาติที่เผ็ดเนื่องจากการรับประทานอาหารเผ็ดร้อนจะมีส่วนช่วยให้มีเรี่ยวแรงในการทำงาน รวมถึงคนจังหวัดตรังส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำสวน การประมง การรับประทานอาหารเช้าที่มีรสชาติเผ็ด เช่น ขนมจีนน้ำยา ความเผ็ดของน้ำยาตัดกับผักเหนาะซึ่งทำให้ได้รสชาติและโภชนาการที่ดีและมีราคาถูก อาหารประจำถิ่นประเภทพื้นถิ่นใต้ที่เป็นที่นิยมของจังหวัดตรัง มีทั้งหมด 7 เมนู ได้แก่ แกงส้ม แกงเครื่องราต้มขมิ้น แกงขมิ้น ผักกูดต้มกะทิ น้ำพริกใบทำมังย่างกะลา ขนมจีนน้ำยาปู โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 แกงส้ม (ขาหมู/ปลา) หัวมันขี้หนู เรื่องราวความเป็นมาแกงส้มเป็นอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ มันขี้หนูเป็นมันพื้นเมืองตรัง เป็นพืชล้มลุกปลูกง่ายมีหัวขนาดเล็กเป็นพวงพบในภาคใต้ นิยมนำมาปรุงใส่ในอาหาร เช่น แกงส้ม แกงไตปลาหรือแกงกะทิ เมื่อนำมาใส่ในอาหารทำให้มีรสชาติกลมกล่อม แกงส้มขาหมูมันขี้หนูมีลักษณะน้ำแกงสีส้มเข้มของเครื่องแกงส้ม รสชาติสัมผัสของมันขี้หนูเนื้อมัน ๆ กรุบ รสชาติหวานอร่อย เนื้อเนียนละเอียด ขาหมูเปื่อยนุ่ม รสชาติเปรี้ยวนำและเผ็ด เข้มข้น

จัดจ้าน ความหวาน ของเนื้อปลากดจากท้องน้ำธรรมชาติ เครื่องแกงส้มที่ทำเองใช้วัตถุดิบในครัวเรือนและรับซื้อจากคนในชุมชน กลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์ คุณภาพความสดจากปลา และเครื่องแกงที่ทำเอง มันขี้หนูมีในท้องถิ่นที่ปลอดสารพิษ วัตถุดิบ เครื่องแกงสูตรทางร้าน หัวมันขี้หนู ขาหมูเผ่า หรือปลาน้ำจืด ส้มแขก ส้มจี๊ด กะปิ น้ำตาลแว่น

1.2.2 แกงเครื่องรา เครื่องราเป็นเครื่องเทศสมุนไพรจีนผสมกับสมุนไพรอินเดีย (เครื่องแกงรามีส่วนผสมของเมล็ดผักชี ข่า อบเฉย กระวาน ป่วยกัก) รูปลักษณ์ มีสีเข้ม เนื้อเนียนละเอียด รสชาติเผ็ดร้อน หอมกลิ่นเครื่องเทศ นิยมใส่กระดูกหมูอ่อน ซี่โครงหมู การรับประทานควรทานในปริมาณน้อยคลุกกับข้าวสวยร้อน ๆ รับประทานคู่กับผักเหนาะ

1.2.3 ต้มขมิ้นหรือเรียกว่าปลาต้มส้ม (ปลาทู/ ปลากระบอก/ ไก่) วัตถุดิบหลักเป็นเนื้อสัตว์เช่น ปลาทู หรือปลากระบอก ไก่บ้าน สมุนไพรหลักนำมาใส่ คือ ขมิ้น ส้มแขก ตะไคร้ หัวหอม พริกแดง เมนูต้มขมิ้นมีรสชาติเปรี้ยวจากส้มแขก รสหวานจากเนื้อปลาและมีความหอมจากขมิ้น

1.2.4 แกงขมิ้น เป็นแกงที่หารับประทานได้ยากและเป็นอาหารที่พบอยู่ในพื้นที่จังหวัดตรัง และนครศรีธรรมราช โดยใช้กรรมวิธีโขลกเครื่องเทศแบบหยาบ ๆ แล้วนำมาต้มกับน้ำกะทิ และเคี่ยวให้นานเพื่อให้รสชาติเข้มข้นของขมิ้นมีความโดดเด่น เนื้อแกงมีลักษณะสีเหลืองข้นละเอียดคล้ายกับน้ำยาขนมจีน วัตถุดิบหลักปลาทูนึ่ง ปลาย่าง ขมิ้น กะทิ กะปิ เครื่องรา พริกไทย พริกแห้ง พริกขี้หนู กระเทียม ใบมะกรูด ตะไคร้ เป็นต้น

1.2.5 ผักกูดต้มกะทิ หรือ แกงกะทิผักกูด (ปลาย่าง/กุ้งสด) โดยมีการโขลกพริกไทยดำ หอมแดง กะปิให้เข้ากัน และตั้งน้ำกะทิ ใส่เครื่องแกง และ จากนั้นปรุงรส สุดท้ายใส่ผักกูดและปลาย่าง เพื่อให้ผักยังมีความกรอบและเนื้อปลาไม่ยุ่ยจึงใส่เป็นลำดับท้ายสุด แกงกะทิมีลักษณะสีขาวข้นมีสีสันของผักกูด รสชาติหวาน มันหอมกะทิ มีวัตถุดิบหลัก ผักกูด ปลาย่าง กะทิ กะปิ หัวหอมแดง เกลือ น้ำตาลทราย เมล็ดพริกไทยดำ

1.2.6 น้ำพริกใบทำมังย่างกะลา เป็นน้ำพริกที่เสิร์ฟด้วยกะลา เป็นเมนูพื้นถิ่นที่หาทานได้ยาก ส่วนใหญ่จะพบอาหารนี้อยู่ในพื้นที่ตรัง พัทลุง มีวัตถุดิบหลัก ใบทำมัง (ใบชะมังหรือใบแมงดาไม้) พริก กระเทียม หอมแดง ปลาย่าง กะปิ กะลา ทำการโขลกเครื่องทั้งหมดแล้วใส่ลงในกะลาเกลี่ยให้ทั่วทั้งกะลาและนำไปย่างไฟเต่าถ่านจนแห้ง มีลักษณะ สีเหลือง อมไหม้นำมารับประทานกับผักเหนาะ

1.2.7 ขนมจีนน้ำยาปู การทำขนมจีนน้ำยาปู เป็นการใช้ปูดำ หรือปูม้า ซึ่งมีจุดเด่นคือปูม้าจากเกาะสุกร ของชาวประมงพื้นบ้านที่หาจากธรรมชาติ มีความสดและไม่ใส่สารเคมี เนื้อปูมีความสด เนื้อแน่น ไม่ยุ่ย ทานคู่กับไก่ทอด และผักเหนาะ วัตถุดิบหลักปูม้าก้อน พริกแกง หัวกะทิ ใบมะกรูด เส้นขนมจีน ผักท้องถิ่น ส่วนอาหารพื้นถิ่นใต้วัตถุดิบหลัก เครื่องแกงเหลือง ขมิ้น พริกไทย กระเทียม หัวหอม ใบมะกรูด กะปิ ซีอิ๊วดำ เกลือ น้ำตาลปี๊บ น้ำปลา

1.3 อาหารทะเลชายฝั่ง จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่ติดกับทะเลอันดามัน อาหารส่วนใหญ่จะมีส่วนผสมของอาหารทะเล วัตถุดิบเครื่องปรุงของอาหารทะเลชายฝั่ง เป็นวัตถุดิบท้องถิ่น อาหารทะเลสดจากธรรมชาติจากชุมชนชาวประมงพื้นบ้าน อาหารประจำถิ่นประเภทอาหารทะเลชายฝั่งที่เป็นที่นิยม มีทั้งหมด 6 เมนู ได้แก่ ราดหน้าซุปเปอร์ ปลาทรายทอดขมิ้น ปูม้านึ่ง ปลาหมึกผัดน้ำดำ แกงไก่ตายาย เคยฉลูนึ่ง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.3.1 ราดหน้าซุปเปอร์ มีลักษณะเด่นจากวัตถุดิบอาหารทะเลที่สด และชิ้นใหญ่ ใส่ในจานเปล มีลักษณะน้ำราดหน้าสีน้ำตาลเข้ม มีความเหนียวไม่มาก รสชาติหวาน มัน เค็ม กลมกล่อม วัตถุดิบหลัก คืออาหารทะเลสด เช่น ปู กุ้ง ปลา จากชุมชนชาวประมงในพื้นที่ใกล้เคียง ผักคะน้า แป้งข้าวมัน แป้งข้าวเจ้า

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “...นักท่องเที่ยวชอบมากินราดหน้ากันตัง กุ้ง ปู ชิ้นใหญ่ ๆ สด ๆ มาจากเล เป็นเมืองท่า...” (สัมภาษณ์, 22 มิถุนายน 2564)

1.3.2 ปลาทรายทอดขมิ้น เป็นเมนูอาหารที่หาทานได้ง่าย ซึ่งมีลักษณะเด่นของเมนูนี้คือปลาต้องมีความสด รสชาติเนื้อปลาจะหวาน กรอบ และสามารถทานได้ทั้งตัว วัตถุดิบหลัก คือ ปลาทรายซึ่งมีเป็นช่วงฤดูกาล หรือใช้ปลากะพง ขมิ้นจากนาโยง

1.3.3 ปูม้านึ่ง เป็นเมนูที่ใช้วัตถุดิบน้อย ซึ่งมีลักษณะเด่นของรสชาติของปูม้าที่สดหวาน วัตถุดิบหลัก คือปูม้าจากธรรมชาติของชุมชน ตะไคร้ ใบมะกรูด ปูม้านึ่งหารับประทานได้ที่เกาะสุกร บ้านน้ำราบ อำเภอกันตัง

1.3.4 ปลาหมึกผัดน้ำดำ เป็นเมนูที่ใช้วัตถุดิบไม่มาก ซึ่งมีลักษณะเด่นของรสชาติของปลาหมึกจากธรรมชาติ ไม่มีสารเคมี เมนูปลาหมึกผัดน้ำดำลักษณะน้ำเป็นสีดำ เนื้อปลาหมึกสีออกคล้ำ ๆ มีรสชาติหวาน หอมตะไคร้ และความสดของปลาหมึก วัตถุดิบหลัก คือ ปลาหมึกสดของชุมชน กระเทียม พริกไทย รากผักชี ตะไคร้

1.3.5 แกงไก่ตายาย เป็นอาหารมุสลิมที่ได้รับอิทธิพล 3 วัฒนธรรมของชาวมุสลิม ชาวจีน และชาวไทยพุทธ ที่มีสูตรเครื่องแกงเฉพาะของเมนูแกงไก่ตายาย รสชาติกล่อมกล่อม เผ็ด มันของกะทิ มีความหอมเครื่องเทศ คล้ายมัสมั่นไก่แต่มีความแห้งและเผ็ดมากกว่า หารับประทานได้ที่เกาะสุกร วัตถุดิบหลัก ไก่บ้านขนาดกลาง พริกขี้หนู ตะไคร้ น้ำกะทิสด กระเทียม หอมแดงซอย ขมิ้นโขลกละเอียด ผักชีโขลกละเอียด ของเกาะสุกร

1.3.6 เมนูเคยฉลูนึ่งหรือเคยเค็มอีก เป็นอาหารที่มีอิทธิพลมาจากคนจีนอาศัยอยู่ริมทะเลชายฝั่ง ที่เรียนรู้วิธีการถนอมอาหารจากกุ้งเคย เคยฉลูมีลักษณะมีลูกกุ้งเคยตัวเล็ก ๆ คลุกกับเกลือ สามารถนำมาประกอบอาหารได้หลากหลาย นำมาผัดกับเนื้อหมู หรือนำเคยเค็มใส่ไข่แล้วนึ่งลักษณะเหมือนไข่ตุ๋นแต่ไม่ต้องใส่เครื่องปรุงใดเพิ่มอีกเพราะกุ้งเคยมีความโดดเด่นของรสชาติของ

ความเค็มและความเปรี้ยวจากกุ้งเคย ความเผ็ดจากพริก หอมแดง และตะไคร้ วัตถุดิบหลัก คือ กุ้งเคยตัวเล็ก ๆ นำมานึงกับไข่ หอมแดง พริก ตะไคร้ กะทิ

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “....วัตถุดิบทางการเกษตรหรือวัตถุดิบทางทะเลที่ดี เสมือนเป็นแม่เหล็กอ่อน ๆ” (สัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ, 20 มิถุนายน 2564)

วัตถุดิบท้องถิ่นชุมชนที่ดี หน่วยงานจังหวัดจะส่งเสริมและผู้ประกอบการอาหารนำมาผลิต กระจายรายได้ยังชุมชน เกิดรายได้เพิ่มขึ้นได้

สอดคล้องกับคำดังกล่าว “...วัตถุดิบไหนดีเราเอามาหมด...” (สัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ, 24 มิถุนายน 2564)

วัตถุดิบหลักอาหารประเภททะเลชายฝั่ง ส่วนใหญ่ใช้ เกลือในการล้างขจัดความสกปรกและใช้สมุนไพรทั่วไปในท้องถิ่น ตะไคร้ ใบมะกรูด กระเทียมเพื่อดับกลิ่น

2. ความโดดเด่นเอกลักษณ์ของอาหาร

ความโดดเด่นทางด้านอาหารของตรัง มาจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย วิถีการใช้ชีวิต อาชีพของคนตรัง ซึ่งจังหวัดตรังได้รับขนานนามว่า คนตรังกินอาหาร 9 มื้อ หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ของอาหารในเมืองตรังที่มีให้ทานตลอดเวลา มีวัฒนธรรมการกินที่หลากหลาย ทั้งอาหารไทย-จีน อาหารจีนที่ผสมผสานวัฒนธรรมมลายู ที่เรียกกันว่าเปอรานากัน อาหารตรังนอกจากจะบ่งบอกถึง วิถีชีวิต อาชีพ วัฒนธรรมแล้วก็ยังมี เทศกาลอาหารประจำปี ได้แก่เทศกาลอาหารเมืองยุทธจักรแห่งความอร่อย งานแสดงสินค้าและอาหารภาคใต้ เทศกาลกินเจ เทศกาลขนมเค้กตรัง เทศกาลเดือนสิบ เป็นต้น เป็นคนตรังให้ความสำคัญ

อาหารประเภทไทย – จีน คือ อาหารประเภทไทย – จีนเป็นอาหารที่มีอิทธิพลมาจากการอพยพของชาวจีน เทคนิค วิธีการทำ สูตรน้ำจิ้มน้ำส้มเจืองใช้กับเมนูติ่มซำ ความเป็นเอกลักษณ์ของการย่างหมู โดยบ่อเตาถ่านที่มีความลึกเหมือนบ่อน้ำหรือเรียกว่าหลุมเตา ผงหอมยี้นจี้ถ่องเมืองตรัง ที่ออกมาเป็นหมูย่างตรังซึ่งรสชาติ และความอร่อยมีให้รับประทานเฉพาะเมืองตรัง เอกลักษณ์ของหมูย่าง

“...หมูย่างที่ใช้ทำอาหารที่ร้านของผมเอามาจากนาโยงที่เค้าใช้บ่อลึกในการย่างหมู...” (สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการร้านอาหารกะช่องฮิลล์, วันที่ 2 มิถุนายน, 2565)

ความเอกลักษณ์ของร้านอาหารเช้าติ่มซำเป็นการเสิร์ฟติ่มซำทุกอย่างให้เลือกและคิดเงินเฉพาะที่เลือกทาน แต่ในช่วงระยะหลังร้านอาหารติ่มซำคำนึงถึงความสะอาด ปลอดภัยมากขึ้นจึงมีการปรับเปลี่ยนการบริการโดยให้ลูกค้าเลือกเฉพาะที่ทานถ้าทานไม่หมดใส่ห่อกลับบ้าน ติ่มซำมีหลากหลายและมีขายทั้งอาหารมื้อเช้าและอาหารมื้อค่ำ อาหารโต๊ะจีนอาหารของคนจีนชาติพันธุ์แบ่งเป็นอาหารจีนกวางตุ้ง อาหารจีนฮกเกี้ยน อาหารจีนไหหลำ อาหารเพอรานากัน ซึ่งมีชื่อเรียก

รูปลักษณ์อาหารที่ความคล้ายคลึงกัน แต่ใช้วิธีการ กระบวนการทำอาหารแตกต่างกัน ความเป็นเอกลักษณ์ของเมนูเคาหยก เป็นอาหารที่ใช้ในงานมงคล งานพิธีต่าง ๆ เช่น งานแต่ง งานศพซึ่งเป็นเมนูที่ทำยากและใช้เวลานาน ซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของพ่อครัวจีน (จุนป๋อ) และเมนูหมี่หนำเลี๊ยบเป็นเมนูจีนสากลของเมืองตรัง เป็นอาหารพิธีการงานกินเจ

อาหารประจำถิ่นพื้นถิ่นใต้ รสชาติมีเอกลักษณ์ความเผ็ดร้อน และรสชาติที่เข้มข้น ซึ่งอาหารพื้นถิ่นใต้มักทานคู่กับผัก หรือเรียกว่า “ผักเหนาะ” เช่น มะเขือเปราะ แตงกวา ถั่วฝักยาว ถั่วพู เพื่อลดความเผ็ดร้อนของอาหารได้ วัตถุดิบผักเหนาะหาซื้อในชุมชน วัตถุดิบเครื่องแกงเช่นขมิ้น ตะไคร้ พริกปลูกไว้ในร้านอาหาร บางส่วนก็ซื้อจากตลาด และชุมชน และอาหารพื้นถิ่นใต้ใช้ขมิ้นเป็นเครื่องเทศหลักในเมนูที่เป็นน้ำแกง เครื่องแกง และลดกลิ่นคาวในอาหารทะเล

อาหารทะเลชายฝั่งเป็นวัตถุดิบจากทะเลตามธรรมชาติ จากกลุ่มชุมชนชาวประมงชายฝั่ง อาหารทะเลที่ได้จากชาวประมงส่วนที่มีคุณภาพดีนำไปส่งออกยังต่างประเทศ บางส่วนนำไปขายให้กับร้านอาหารประจำถิ่น และนำไปแปรรูป เช่นการทำจ้อปู ปลาเค็มกางมุ้ง อาหารทะเลตากแห้ง ลักษณะเมนูอาหารประเภทส่วนใหญ่มีกรรมวิธีที่ไม่ซับซ้อน ใช้เครื่องปรุงและเครื่องเทศน้อยกว่าอาหารประเภทไทย – จีน เพราะต้องการให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงรสชาติความหวาน สด อร่อยของอาหารทะเล และเมนูที่โดดเด่น คือ ปลาหมึกผัดน้ำดำ และแกงไก่ตายายเป็นอาหารสืบทอดมาจากคนไทยมุสลิม ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่ผสมผสาน 3 วัฒนธรรม ของชาวจีน ชาวไทยพุทธ และ อิสลามเข้าไว้ด้วยกัน

3. คุณภาพอาหาร

อาหารประเภทไทย - จีน ร้านอาหารประเภทไทยจีนส่วนใหญ่อยู่ในเขต อำเภอเมือง อำเภอกันตัง อำเภอห้วยยอด ซึ่งเป็นร้านที่รองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีมาตรฐานความปลอดภัยของสาธารณสุข ป้ายอาหารสะอาด และป้ายมาตฐานท่องเที่ยวปลอดภัย สุขอนามัย (Safety and Health Administration :SHA) และบางร้านก็ยังได้รับรางวัลร้านอาหารอร่อยจากการรีวิวจากคนไทยในเว็บไซด์วงใน (LINE MAN Wongnai Users' Choice) ในขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุน การประชาสัมพันธ์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารให้มีป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัย สุขอนามัยในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในส่วนของเมนูอาหารประเภทนี้ส่วนใหญ่มีกรรมวิธีใช้ความร้อน ความสดใหม่ ความสะอาดของอาหาร และการรักษาคุณภาพของอาหารได้เป็นอย่างดี คุณภาพการบริการพนักงานมีการทักทาย แนะนำเมนูอาหาร และร้านอาหารบางแห่งที่มีความเก่าแก่ เปิดมานาน ก็มีการชำรุด ทรุดโทรมของพื้นที่บางส่วน ขาดการดูแลซ่อมแซมอย่างต่อเนื่อง

“...อาหารจีนกวางตุ้งมันมีการประดิดประดอยมีขั้นตอนที่มีความพิเศษและประณีตบรรจงและมีความหมาย...”(สัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทไทย – จีน, 2 กรกฎาคม 2564)

อาหารประเภทอาหารไทยพื้นถิ่นใต้ ร้านอาหารส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอนาโยง อำเภอเมือง อำเภอรัษฎา บางร้านมีป้ายอาหารสะอาด และป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัยสุขอนามัย (Safety and Health Administration :SHA) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของร้านอาหาร โดยส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารมาจากท้องถิ่น มีความสด ปลอดสารเคมี และมีการคัดเลือกวัตถุดิบเนื้อสัตว์ที่มีสด เนื้อขนาดใหญ่ และคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีอัธยาศัยดี การเสิร์ฟอาหาร การบริการดี แต่การสื่อสารลูกค้ามีน้อย ร้านอาหารบางแห่งมีการปิดร้านชั่วคราวจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และเปิดขายในช่วงแรกเกิดสภาพร้านอาหารที่ทรุดโทรมบ้าง ขาดการตกแต่งร้าน

อาหารประเภทอาหารทะเลชายฝั่ง ร้านอาหารส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอสิเกา อำเภอหาดสำราญ เกาะลิบง เกาสุกร อำเภอกันตัง อำเภอปะเหลียนซึ่งเป็นพื้นที่ติดทะเล ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมทะเลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าส่วนใหญ่มีป้ายอาหารสะอาด และบางส่วนมีป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัยสุขอนามัย (Safety and Health Administration : SHA) วัตถุดิบที่อาหารทะเลมีความ สด สะอาด ได้คุณภาพ มีการคัดสรรวัตถุดิบสด

1. ความคุ้มค่า

อาหารประเภทไทย – จีน อาหารประเภทนี้บ่งบอกถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนตรังซึ่งควรค่าในการอนุรักษ์และสืบทอด เช่นเมนู หมูย่างซึ่งเป็นสัญลักษณ์แสดงออกถึงวัฒนธรรมอาหารคู่จังหวัดตรังตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบัน หมี่หนำเลี๊ยบเป็นอาหารที่ต้องมีในงานศพวันสุดท้าย การไหว้ขุนทหารในการทำพิธีของศาลเจ้า ซึ่งมีความเชื่อว่าเส้นหมี่เป็นมงคลกับลูกหลานและถือเป็นการอวยพรจากเจ้าภาพไปสู่แขกและลูกหลานในงานให้มีอายุยืนยาว ในส่วนของหมูย่างคนไทยเชื้อสายจีนจะเอาหมูย่างทั้งตัวไหว้ในงานศพ คุณค่าอาหารจากอรรถรสอาหารสู่เรื่องราวที่มีความภาคภูมิใจ มีคุณค่าท่างจิตใจส่งผ่านให้กับผู้ทานด้านการรับประทานจากด้วยการรับประทานอาหารที่มีเรื่องราว นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางศาสตร์และศิลป์คุณค่าทางภูมิปัญญาที่ว่าด้วยการทานหมูย่างทานคู่กับน้ำชาเพื่อล้างไขมันได้ ด้านราคาอาหารโดยภาพรวมของตรังถือว่าอาหารไทย – จีน ความคุ้มค่าของอาหารไทย – จีน เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าวัฒนธรรมการรับประทาน เรื่อราวความเป็นมาของอาหารกับราคาที่จับต้อง และไม่แพง ซึ่งมีความคุ้มค่าอาหารเชิงคุณภาพเหมาะสมกับราคา

อาหารไทยพื้นถิ่นใต้สะท้อนถึงวิถีชีวิต สภาพสังคม และพฤติกรรมการรับประทานอาหารของใต้ที่สร้างคุณค่าอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นใต้ จากสภาพสังคมและอาชีพที่ทำงานสวนงานไร่เป็นหลักซึ่งการรับประทานอาหารเผ็ดในช่วงเช้าจะทำให้มีเรี่ยวแรงในการทำงาน คุณค่าของอาหารประเภทนี้

ส่วนใหญ่มีส่วนผสมจากสมุนไพร คุณอาหารส่วนใหญ่เป็นคุณค่าทางภูมิปัญญาในการทำอาหารในแต่ช่วงฤดูกาล การใช้อาหารเป็นยา เช่น ในช่วงฤดูฝนอาหารที่ควรรับประทานแกงส้มดอกแคได้ไขมันที่ดี แกงกะทิผักกูดปลาย่างเพื่อให้ร่างกายอบอุ่น หรือคนที่มีอาหารแน่นท้อง ควรรับประทานแกงขี้เหล็ก เพราะใบขี้เหล็กมีสรรพคุณเป็นยาระบายอ่อน อาหารไทยพื้นถิ่นใต้สร้างคุ้มค่าอาหารเชิงคุณภาพในการการถ่ายทอดภูมิปัญญาการรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับฤดูกาลและการรักษาสุขภาพ การใช้วัตถุดิบพื้นบ้านที่หาได้ทั่วไป รังสรรค์เป็นอาหารในรสชาติที่เข้มข้น ราคาถูกเมื่อเทียบกับจังหวัดกระบี่จังหวัดใกล้เคียง

อาหารประเภทอาหารทะเลชายฝั่ง คุณค่าทางวิถีชีวิตของชุมชนชาวประมง ความคุ้มค่าเชิงคุณภาพความสดของอาหาร ราคาไม่แพง และเมนูแกงไก่ตายายเป็นอาหารที่สร้างความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชุมชนเกาะสุกร

“...อาหารทะเลชายฝั่งมีความคุ้มค่าอาหารจากความสด เนื้อหวาน อร่อยและมีเรื่องราวของวัตถุดิบที่ได้มา วิถีการใช้ชีวิตชาวประมงท้องถิ่นบนพื้นที่เกาะและชายฝั่งทะเล...” (สัมภาษณ์ตัวแทนภาครัฐ, 25 มิถุนายน 2564)

จากผลการศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นทั้ง 3 ประเภทของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้รวบรวมเมนูอาหารประจำถิ่นและวัตถุดิบของพื้นที่จัดทำแผนที่อาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยแบ่งอาหารประจำถิ่นแต่ละอำเภอของจังหวัดตรัง มีทั้งหมด 9 อำเภอ อาหารประจำถิ่นแต่ละอำเภอประกอบด้วย 1) อำเภอรัษฎา แกงเครื่องรา แกงขมิ้น 2) อำเภอห้วยยอด เมนูหมี่หนำเหลียวหมี่ผัดฮกเกี้ยน แกงขมิ้น และมีใบราเป็นผักท้องถิ่น 3) อำเภอเมือง เมนูติ่มซำ เมนูเคาหยก เมนูขนมปากหม้อ เมนูแกงส้มขาหมูหัวมันขี้หนู เมนูแกงเครื่องรากระดูกอ่อน 4) อำเภอนาโยง เมนูแกงเลียงลูกเทวดา เมนูแกงขมิ้น ต้นสาคูเป็นผักท้องถิ่น 5) อำเภอสิเกาเมนู ปลาเค็มกางมุ้งทอด เมนูแกงส้มปลากะพง เมนูผักกูดต้มกะทิปลาย่าง (มีค.-พค.) 6) อำเภอกันตัง เมนูหมูฮ้อง เมนูราดหน้ากันตัง เมนูปูม้านึ่ง ปลาทรายทอดขมิ้น (เกาะลิบง เมนูปูม้านึ่ง หมึกผัดน้ำดำ) 7) อำเภอย่านตาขาว เมนูน้ำพริกใบทำมัง เมนูบะหมี่ (หมี่โกล่ำ หมี่ 100 ปี) ร้านหมี่โกวอน ใบทำมังเป็นผักท้องถิ่น 8) อำเภอปะเหลียน เมนูแกงขาว (หยงสตาร์) 9) อำเภอหาดสำราญ เมนูแกงไก่ตายายของเกาะสุกร เป็นต้น ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 แผนที่ภาพอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

อาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังในแต่ละอำเภอเกิดจากการหล่อหลอมกันทางพหุวัฒนธรรมในการอยู่ร่วมกันทางสังคม ภูมิสังคม และภูมิศาสตร์ที่ตั้ง ดังนั้นข้อมูลที่ได้มาจากการระดมความคิดเห็น จึงเชื่อมโยงแผนที่เมนูอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังให้เห็นเชิงประจักษ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 2 ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ทราบถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหาร ความสำคัญของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีในจังหวัดตรัง อันนำมาซึ่งการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวที่เกิดความยั่งยืนในอนาคต ดังนั้นจึงได้มีการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งประเด็นในการศึกษามีทั้งหมด 2 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และส่วนที่ 2 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งประเด็นศึกษาประกอบด้วยองค์ประกอบการท่องเที่ยว คือ 1) การดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีประเด็นย่อย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการดึงดูดใจทางคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามลำดับ โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิต และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบความเรียง ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งได้นำเสนอการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบความเรียงโดยใช้แจงแจงความถี่ และร้อยละ ซึ่งข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง จำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่า

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นเป็นเพศหญิงจำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 และเป็นเพศชาย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นมีสถานภาพโสดจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 รองลงมา สถานภาพสมรส จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 หย่าร้าง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และเป็นหม้ายจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นนับถือศาสนาพุทธจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมา นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 นับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 และอื่น ๆ ศาสนาซิกข์ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 40 ปี จำนวน 212 คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมา อายุ 41 – 60 ปี จำนวน 83 คิดเป็นร้อยละ 20.75 อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี

จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.75 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 50.75 รองลงมา ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 168 คิดเป็นร้อยละ 42 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท เป็นจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 รองลงมารายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รายได้อยู่ในช่วงระหว่าง 30,001 – 60,000 จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ รายได้ 60,001 บาทขึ้นไป จำนวย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 อาชีพราชการหรือพนักงานของรัฐ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 และเป็นนักเรียน นักศึกษาจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่เป็นคนที่มีภูมิลำเนาจังหวัดตรัง จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 และเป็นคนต่างภูมิลำเนาจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มีจำนวนคนที่ร่วมรับประทานอาหารประจำถิ่น 4-5 คน เป็นจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา จำนวนที่ร่วมรับประทาน 2-3 คน เป็นจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และจำนวนคนที่ร่วมรับประทานอาหารประจำถิ่น 6 คนขึ้นไป เป็นจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางไปร้านอาหารประจำถิ่นกับเป็นแบบกลุ่มเพื่อน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 เดินทางเป็นแบบกลุ่มญาติ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 และเดินทางเป็นแบบคู่รัก จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่ใช้ช่วงเวลารับประทานอาหารประจำถิ่นมากที่สุดคือช่วงเย็น เป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และสามารถทานได้ทุกช่วงเวลา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ช่วงเวลากลางวัน จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 และช่วงเวลาเช้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25

กลุ่มผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นมีความชื่นชอบอาหารประจำถิ่น ได้แก่ เมนูหมูย่าง คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาเมนูติ่มซำ คิดเป็นร้อยละ 35.50 และแกงส้ม คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ ดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นจังหวัดตรัง

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นตรัง	ผู้ตอบแบบสอบถาม (n)= 400 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	147	36.75
หญิง	253	63.25
สถานภาพ		
โสด	254	63.50
สมรส	131	32.75
หย่าร้าง	14	3.50
หม้าย	1	0.25
ศาสนา		
พุทธ	331	82.50
อิสลาม	63	15.75
คริสต์	5	1.25
อื่น ๆ ศาสนาซิกข์	1	0.25
อายุ		
อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	82	20.50
21 – 40 ปี	212	53.00
41 - 60 ปี	83	20.75
อายุ 61 ขึ้นไป	23	5.75
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	168	42.00
ระดับปริญญาตรี	199	50.75
ระดับปริญญาโทขึ้นไป	29	7.25

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นตรัง	ผู้ตอบแบบสอบถาม (n)= 400 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	168	42.00
10,001 – 30,000 บาท	199	49.80
30,001 – 60,000 บาท	30	7.50
60,001 บาทขึ้นไป	3	0.70
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	54	13.50
รับราชการ/พนง.รัฐ	87	21.75
พนักงานเอกชน	97	24.25
ธุรกิจส่วนตัว	152	38.00
อื่น ๆ (ว่างงาน/แม่บ้าน)	10	2.50
ภูมิลำเนา		
ตรัง	350	87.50
ต่างจังหวัด	50	12.50
จำนวนคนร่วมเดินทาง		
คนเดียว	22	5.50
คนร่วมเดินทาง 2-3 คน	125	31.25
คนร่วมเดินทาง 4-5 คน	151	37.75
คนร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป	102	25.50
การเดินทางเป็นลักษณะ		
คนเดียว	37	9.25
คู่รัก	68	17.00
กลุ่มเพื่อน	156	39.00
กลุ่มญาติ	128	32.00
อื่น ๆ (กลุ่มคณะทัวร์)	11	2.75

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นตรัง	ผู้ตอบแบบสอบถาม (n)= 400 คน	
	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ของการรับประทานอาหารประจำถิ่น / เดือน		
เดือนละครั้ง	13	3.25
2-3 ครั้ง/เดือน	196	49.25
4-5 ครั้ง/เดือน	107	26.75
6 ครั้งขึ้นไป	84	20.75
ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารประจำถิ่น		
เช้า	57	14.25
กลางวัน	89	22.25
เย็น	136	34.00
ทุกช่วงเวลา	118	29.50
เมนูอาหารประจำถิ่นที่ชื่นชอบ		
หมูย่าง	174	43.50
ติ่มซำ	142	35.50
แกงส้ม	84	21.00

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง จำนวนทั้งหมด 400 คน เป็นเพศหญิงร้อยละ 63.25 และเป็นเพศชายร้อยละ 36.75 ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นตรังนี้ส่วนใหญ่มีอายุ 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53 จบการศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว การเดินทางไปร่วมรับประทานอาหารส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม ประมาณ 4-5 คน มีลักษณะเป็นแบบกลุ่มเพื่อน ช่วงเวลาที่เดินทางไปมากที่สุดคือช่วงเย็น และทุกช่วงเวลาตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งมีประเด็นในการศึกษา 4 องค์ประกอบหลัก คือ 1) องค์ประกอบของศักยภาพด้านการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2)องค์ประกอบของศักยภาพด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 3) องค์ประกอบของศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4) ข้อเสนอแนะจากผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ ระดับศักยภาพมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน ระดับศักยภาพมาก เท่ากับ 4 คะแนน ระดับศักยภาพปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน ระดับศักยภาพน้อย เท่ากับ 2 คะแนน และระดับศักยภาพน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ในแต่ละองค์ประกอบ โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (descriptive statistic) (บุญเรียง ขจรศิลป์, 2549)

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.90 – 4.07 ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.00) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.55 - 0.60 (S.D = 0.57)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.07) รองลงมา คือ ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.04) และศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.90) ตามลำดับ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
1. ด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	4.04	.55	มาก
2. ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	3.90	.60	มาก
3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	4.07	.57	มาก
รวม	**4.00**	**.57**	**มาก**

สรุปได้ว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือ ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอยู่ รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ตามลำดับ

1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

การวิจัยศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจของการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น แต่ละด้านแยกประเด็นการศึกษาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่น ได้แก่ อาหารมีความเป็นเอกลักษณ์อาหารสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลอาหาร ความรู้ที่ได้จากงานเทศกาลอาหาร อาหารมีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม อาหารมีการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น อาหารทำให้เข้าใจวิถีชีวิต และอาหารส่งเสริมความงดงามศิลปวัฒนธรรม ดังนั้นศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง พบว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม พบว่า อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 4.31) และอาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง ($\bar{X}$ = 4.24) มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคน

จังหวัดตรัง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18) ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05) อาหารประจำถิ่นมีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98) ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95) และความรู้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรังมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพทางกายภาพของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04) ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03) การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02) สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96) มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร ($\bar{X}$ = 3.88) และ ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทางมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.87) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพทางกายภาพของความปลอดภัยการท่องเที่ยว พบว่า การจัดการด้านการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา สินค้าและบริการ ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01) การจัดการระบบเตือนภัยทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.00) ประสิทธิภาพด้านการจัดการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99) การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ ทางทะเลมีความปลอดภัย มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.98) การติดป้ายเตือนภัยในแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.95) และการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในการเอาตัวรอดเมื่อประสบภัย มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.87) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพทางกายภาพของความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ความอุดมสมบูรณ์และความหลากกหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาตรฐาน มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22) รองลงมา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวมาตรฐาน มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14) ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว และ ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเลที่ดึงดูดใจ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น และอาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจ

ผู้รับประทานที่จะศึกษา เรียนรู้ และทดลองทำอาหาร มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.09) ตามลำดับ ดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นด้านการดึงดูดใจในคุณค่าทางศิลปวัฒธรรม การเข้าถึง ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
ศักยภาพของคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม			
1. อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์	4.31	0.82	มาก
2. อาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง	4.24	0.71	ที่สุด มาก
3. อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง	4.18	0.75	ที่สุด
4. ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้	4.14 4.05	0.75 0.79	มาก มาก
5. อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น	3.98	0.90	มาก
6. อาหารประจำถิ่นมีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน	3.95	0.84	มาก
7. ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร	3.92	0.85	มาก
8. ความรู้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรัง			มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
ศักยภาพทางกายภาพ (การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว)			
1. การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล	4.04	0.77	มาก
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น	4.03	0.77	มาก
3. การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	4.02	0.74	มาก
4. สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่	3.96	0.76	มาก
5. เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร	3.88	0.82	มาก
6. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	3.87	0.78	มาก
ศักยภาพทางกายภาพ (ความปลอดภัยการท่องเที่ยว)			
1. การจัดการด้านการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา สินค้าและบริการ ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน	4.01	0.78	มาก
2. การจัดการระบบเตือนภัยทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว	4.00	0.78	มาก
3. ประสิทธิภาพด้านการจัดการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	3.99	0.78	มาก
4. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ ทางทะเลมีความปลอดภัย	3.98	0.74	มาก
5. การติดป้ายเตือนภัยในแหล่งท่องเที่ยว	3.95	0.78	มาก
6. การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในการเอาตัวรอดเมื่อประสบภัย	3.87	0.80	มาก

ตารางที่ 10 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
ศักยภาพทางกายภาพ (ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว)			
1. ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	4.22	0.72	มากที่สุด
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.14	0.71	มาก
3. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.10	0.72	มาก
4. ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเล ที่ดึงดูดใจ	4.10	0.72	มาก
5. อาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจผู้รับประทานที่จะศึกษา เรียนรู้ และทดลองทำอาหาร	4.09	0.74	มาก
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น	4.09	0.73	มาก
รวม	**4.04**	**0.50**	**มาก**

ศักยภาพด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แบ่งย่อยออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

2. ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

การวิจัยศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ได้แยกประเด็นการศึกษาออกเป็นประเด็น 10 ประเด็น ได้แก่ 1) ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย 2) การบริการ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในร้านอาหาร 4)การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหาร 5) คุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น 6) หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหาร 7) ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่น 8) ภาคสมาคมอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์ 9) ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร 10) กิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว พบว่าศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.91)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.04) ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.02) จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.99) หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา ตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.95) การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา เทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร และภาคสมาคมอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.94) ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตาม การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.71) เป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดของศักยภาพการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
1. ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น	4.04	0.69	มาก
2. ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	4.02	0.71	มาก
3. จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว	3.99	0.76	มาก
4. หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา ตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น	3.95	0.74	มาก
5. ภาคสมาคมอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว	3.94	0.73	มาก
6. การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาเทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร	3.94	0.74	มาก
7. ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.93	0.73	มาก
8. การบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ (เช่น รถรับจ้างสาธารณะ) อย่างเพียงพอ	3.80	0.83	มาก
9. การรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด	3.79	0.94	มาก
10. การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ	3.71	0.92	มาก
รวม	**3.91**	**0.56**	**มาก**

สรุปได้ว่า ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากในทุกด้าน อย่างไรก็ตามการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นมีศักยภาพน้อยที่สุด

3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

การวิจัยศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ได้แยกประเด็นการศึกษาออกเป็นประเด็น 20 ประเด็น ได้แก่ 1) ความสำคัญและตระหนักถึง ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร 2) พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัยตลอดเวลา 3) การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ 4) การเตรียม ภาชนะ/อ่างล้างมือ ให้แก่ผู้ใช้บริการ 5) การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง 6) การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจาถิ่นเป็นอย่างดี 7) การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น 8) การเอาใจใส่ของพนักงาน 9) การแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี 10) วัตถุดิบอาหารมาจากท้องถิ่น 11) การบริการที่จอดรถที่เพียงพอ 12) การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย 13) การบริการห้องน้ำที่เพียงพอ 14) การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติก 15) การรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและภาชนะในแหล่งท่องเที่ยว 16) การรณรงค์เพื่อใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ 17) การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารประจำถิ่นควบคู่กับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก 18) การท่องเที่ยวเชิงอาหาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น 19) การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดี 20) การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน พบว่าศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่าศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.07)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.24) การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.22) และ การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.21) อย่างไรก็ตาม การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก แต่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.85) ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
1. พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	4.24	0.74	มากที่สุด
2. การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	4.21	0.73	มากที่สุด
3. ร้านอาหารประจำถิ่นให้ความสำคัญและตระหนักถึงความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร	4.18	0.74	มาก
4. การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ และการขอความร่วมมือลงทะเบียนเอปพริเคชั่นไทยชนะ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	4.18	0.76	มาก
5. การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	4.18	0.74	มาก
6. การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	4.16	0.75	มาก
7. การเอาใจใส่ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	4.10	0.76	มาก
8. การเตรียม ภาชนะ/อ่างล้างมือไว้สำหรับผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	4.04	0.76	มาก

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับศักยภาพ
9. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน	4.22	0.74	มากที่สุด
10. การแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนจังหวัดตรัง	4.18	0.71	มาก
11. วัตถุดิบอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่น	4.08	0.79	มาก
12. การท่องเที่ยวเชิงอาหาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น	4.08	0.74	มาก
13. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน	4.06	0.70	มาก
14. การรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและภาชนะในแหล่งท่องเที่ยว/งานแสดงสินค้าและอาหาร	4.05	0.82	มาก
15. การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารประจำถิ่นควบคู่กับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก	4.02	0.77	มาก
16. การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	3.98	0.78	มาก
17. การบริการที่จอดรถที่เพียงพอของร้านอาหารประจำถิ่น	3.92	0.79	มาก
18. การรณรงค์เพื่อใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ถุงพลาสติกชีวภาพ (ไม่ใช่ถุงพลาสติก) ที่สามารถย่อยสลายเองได้	3.90	0.80	มาก
19. การบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการ	3.86	0.79	มาก
20. การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย	3.85	0.84	มาก
รวม	**4.07**	**0.52**	**มาก**

สรุปได้ว่า ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน และ การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด

ตอนที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งสอดคล้องในการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นในจังหวัดตรัง ประกอบด้วย ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การวิจัยความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ได้แยกประเด็นการศึกษา 4 องค์ประกอบ คือ ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ ความต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ และความต้องการประสบการณ์ด้านการหลีกหนีความจำเจ รวมทั้งหมดมีข้อคำถาม 26 ประเด็นย่อย ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลผลในแต่ละองค์ประกอบ โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย (descriptive statistic) เพื่อหาความต้องการประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

1. ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง

การวิจัยความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง พบว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ซึ่งมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.03 – 4.06 ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.04) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 0.60 - 0.63 (S.D = 0.617)

เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบ พบว่า ส่วนใหญ่ประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านการหลีกหนีความจำเจ มีความต้องการอยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.06) รองลงมา คือ ประสบการณ์ด้านความรู้ / การเรียนรู้ มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.05) และ

ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน และด้านความสุนทรียะ มีศักยภาพเท่ากัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03) ตามลำดับ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

	ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความต้องการ
1	ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน	4.03	0.62	มาก
2	ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ / การเรียนรู้	4.05	0.62	มาก
3	ความต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ	4.03	0.63	มาก
4	ความต้องการประสบการณ์ด้านการหลีกหนีความจำเจ	4.06	0.60	มาก
	รวม	**4.04**	**0.61**	**มาก**

สรุปได้ว่า ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวในการหลีกหนีความจำเจ มีความต้องการอยู่ในระดับระดับมาก รองลงมา คือ ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ ความต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความสนุกสนาน และความต้องการประสบการณ์ในด้านความสุนทรียะ มีศักยภาพ อยู่ในระดับมากเท่ากัน โดยรายละเอียดแต่ละด้านมีดังนี้

1.1 ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน (Entertainment)

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ด้านความสนุกสนาน ได้แก่ การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหาร, การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหาร, การร่วมชิม ช็อป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟ, การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง, การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิต และการชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่น พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์

ความสนุกสนาน โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{X}$ = 4.03)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน มีความต้องการอยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.19) รองลงมา คือ การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่นมีความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11) การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.09) การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิตทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก เป็นต้น ($\bar{X}$ = 4.00) การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย เป็นต้น ($\bar{X}$ = 3.93) และ การร่วมชิม ชอป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน ($\bar{X}$ = 3.88) ตามลำดับ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านความสนุกสนาน

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความต้องการ
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความสนุกสนาน (Entertainment)			
1. การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	4.19	0.77	มาก
2. การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่นมีความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน	4.11	0.79	มาก
3. การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	4.09	0.74	มาก
4. การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิตทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก เป็นต้น	4.00	0.81	มาก

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความต้องการ
5. การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย เป็นต้น	3.93	0.82	มาก
6. การร่วมชิม ชอป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟทำให้รู้สึกมีความสุขสนุกสนาน	3.88	0.85	มาก
รวม	**4.03**	**0.79**	**มาก**

สรุปได้ว่า ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนานของผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความสนุกสนานอยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการการเข้าร่วมเทศกาลงานอาหาร การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่น และการชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนานเพลิดเพลิน

1.2 ความต้องการประสบการณ์ ด้านความรู้ / การเรียนรู้ (Education)

การวิจัยความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ด้านความรู้ / การเรียนรู้ (Education) ได้แก่ การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมสัมมนาเชิงอาหาร, การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรัง, การทำ การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่น, การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้าน, การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น และการร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรัง) พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.05)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ ความต้องการประสบการณ์ด้านการอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี อยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.12) รองลงมา คือ การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.11) การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรัง ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และ

ประสบการณ์ที่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.08) การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี มีความต้องการประสบการณ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01) การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่นทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X}$ = 4.00) และความต้องการประสบการณ์การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X}$ = 3.97) ตามลำดับ ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นด้านความรู้ / การเรียนรู้

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับประสบการณ์
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความรู้ / การเรียนรู้ (Education)			
1. การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	4.12	0.78	มาก
2. การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	4.11	0.77	มาก
3. การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรัง ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	4.08	0.74	มาก
4. การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่นทำให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ที่ดี	4.00	0.80	มาก
5. การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	4.01	0.81	มาก
6. การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	3.97	0.83	มาก
รวม	**4.05**	**0.78**	**มาก**

สรุปได้ว่า ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ของผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน โดยแฉพาะอย่างยิ่งความต้องการอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้าน และการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี

1.3. ความต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ (Esthetics)

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ด้านความสุนทรียะ ได้แก่ การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียง, การรังสรรค์ ตกแต่งหัวจานในเมนูอาหารประจำถิ่นอย่างสวยงาม, การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและวิธีกรรรับประทาน, การใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และวิธีการรับประทาน, การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง วิธีการรับประทาน และ การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้งอาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{X}$ = 4.03)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ ความต้องการประสบการณ์การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี อยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.10) รองลงมา คือ การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.07) การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06) การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทานทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น เกาะสุกร เกาะลิบง เกาะมุกด์ เป็นต้น ($\bar{X}$ = 4.03) และการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X}$ = 4.03) ตามลำดับดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านความสุนทรียะ

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับประสบการณ์
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความสุนทรียะ (Esthetics)			
1. การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.10	0.75	มาก
2. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.07	0.79	มาก
3. การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น	4.06	0.74	มาก
4. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทานทำให้รู้สึกมีความสุขและได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น เกาะสุกร เกาะลิบง เกาะมุกด์ เป็นต้น	4.03	0.75	มาก
5. การใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุขและได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.03	0.75	มาก
6. การรังสรรค์ ตกแต่งหัวจานในเมนูอาหารประจำถิ่นอย่างสวยงามทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	3.95	0.83	มาก
รวม	**4.03**	**0.76**	**มาก**

สรุปได้ว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน

1.4 ความต้องการประสบการณ์ด้านการหลีกหนีความจำเจ (Escapist)

การวิจัยความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ด้านการหลีกหนีความจำเจ ได้แก่ การได้มีส่วนร่วมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร, การนั่งรถตุ๊ก ๆ หัวกบเพื่อไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง, การท่องเที่ยวทัวร์อาหารโดยมีไกด์ท้องถิ่น, การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่, การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทางอาหาร, การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่, ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคย และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์การหลีกหนีความจำเจ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.06)

เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่ ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา อยู่ในระดับระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.19) รองลงมา คือ การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.10) และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคย มีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ = 4.09) ตามลำดับ ดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ด้านการหลีกหนีความจำเจ

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับประสบการณ์
ความต้องการประสบการณ์ ด้านการหลีกหนีความจำเจ (Escapist)			
1. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา	4.19	0.76	มาก
2. การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.10	0.75	มาก
3. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคย	4.09	0.75	มาก
4. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทางอาหารทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.07	0.79	มาก
5. การได้มีส่วนร่วมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	4.06	0.74	มาก
6. การท่องเที่ยวทัวร์อาหารโดยมีไกด์ท้องถิ่น ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.03	0.75	มาก
7. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ ทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	4.03	0.75	มาก
8. การนั่งรถตุ๊ก ๆ หัวกบเพื่อไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	3.95	0.83	มาก
รวม	**4.06**	**0.76**	**มาก**

สรุปได้ว่า ความต้องการประสบการณ์ด้านการหลีกหนีความจำเจของผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์การหลีกหนีความจำเจ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน เนื่องจากผู้ใช้บริการต้องการได้รับประสบการณ์ที่ดีที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน

ตอนที่ 4 สร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยนำผลการวิจัยของวัตถุประสงค์ที่ 1) บริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง 2) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และ 3) ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังเป็นข้อมูลพื้นฐานสำคัญ ในการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็นการสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง อีกทั้งเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย จึงมีประเด็นคำถามในการศึกษา ประกอบด้วย 1) ความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นอย่างไร 2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอย่างเหมาะสมกับบริบทตรัง และ3) การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยมีผลการศึกษาดังนี้

1. ความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (focus group) สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง พบว่า มีความพร้อมของการท่องเที่ยว 4 ด้าน (4As) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Attraction) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activity) ด้านการเดินทางเข้าถึง (Tourism Accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Tourism amenity) และ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งที่ดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดตรังที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์คือฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์และความหลากหลายทั้ง เขา ป่า นา เล หลาด ซึ่งมีทั้งภูเขา ผืนป่า แหล่งต้นน้ำ ถ้ำบนบก (ถ้ำเลเขากอบ) ถ้ำทางทะเล (ถ้ำมรกต) ชายทะเล หมู่เกาะเป็นแหล่งดำน้ำตื้น ดำน้ำลึกยังคงความสมบูรณ์ ร่องรอยวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ พหุวัฒนธรรมหลากหลายเชื้อชาติศาสนา เช่น กลุ่มคนไทยจีน (ชาติพันธุ์แต้จิ๋ว ฮกเกี้ยน ไหหลำ แคระ เป็นต้น) กลุ่มคนไทยพุทธ กลุ่มไทยมุสลิม และกลุ่มชาวซาไก และเป็นเมืองอาหารอร่อย หมูย่างและพริกไทยปะเหลียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ในด้านอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น ก็เป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มี

ลักษณะเฉพาะ มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านอาหาร ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และลักษณะภูมิทัศน์จึงเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ (วิภา ศรีระทุ, 2551)

2) กิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางน้ำ ได้แก่ เที่ยวถ้ำเลเขากอบ เดินป่า ล่องแก่ง ชมถ้ำมรกต กิจกรรมดำน้ำตื้น ดำน้ำลึก กิจกรรมท่องเที่ยวทางบก ได้แก่ พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ยางพาราต้นแรกๆ ของประเทศไทย สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน การทำกิจกรรมเรียนรู้ กิจกรรมท่องเที่ยวถ้ำขาดความปลอดภัย รวมถึงการบริการนักท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดตรัง กิจกรรมการท่องเที่ยวบางพื้นที่เกินขีดความสามารถการรองรับ ช่วงฤดูมรสุมราคาอาหารทะเลหายาก และราคาสูงขึ้น ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวขาดรายได้ในช่วงฤดูฝน

3) การเดินทางเข้าถึงจังหวัดตรังซึ่งเป็นเมืองที่มีทำเลที่ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางของภาคใต้เชื่อมต่อกับจังหวัดพัทลุง นครศรีธรรมราช กระบี่ เดินทางไปทางทะเลฝั่งทางอันดามันและทะเลฝั่งอ่าวไทยได้สะดวก การคมนาคมขนส่งมีทั้งทางบก รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง ทางน้ำเรือโดยสารและเรือท่องเที่ยว ทางอากาศโดยเครื่องบิน อย่างไรก็ตามระบบการเดินทางรถสาธารณะไม่รองรับการท่องเที่ยว ขาดการเชื่อมต่อจากแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดและแหล่งที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัดในพื้นที่ใกล้เคียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน ทั้งนี้เนื่องจากความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้จ่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่

4) สิ่งอำนวยความสะดวกการรองรับนักท่องเที่ยว ระบบสาธารณูปโภคขาดแหล่งน้ำสะอาด สัญญาณโทรศัพท์บางแหล่งท่องเที่ยวขาดการติดต่อสื่อสาร ระบบอินเตอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรองรับเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ขาดการเดินทางโดยสารทางน้ำที่มีมาตรฐาน ทั้งสภาพของเรือ อุปกรณ์ป้ายความปลอดภัยที่รองรับของนักท่องเที่ยว ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการบริการท่องเที่ยว เช่น ปัญหานักท่องเที่ยวหารถเช่าไม่ได้ รถตุ๊กตุ๊กหัวกบปฏิเสธนักท่องเที่ยว มาตรฐานราคารถโดยสารท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากการรองรับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว เช่น วัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดในด้านการท่องเที่ยวสูงแต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยม และเป็นผลต่อศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวลดลงไปด้วย (กมลวรรณ เหล่ายัง, 2562)

อย่างไรก็ตามอาหารประจำถิ่นตรังมีปัจจัยที่เป็นผลการะทบต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ไม่ว่าจะเป็น วัตถุดิบมีเฉพาะบางฤดูกาล คุณภาพวัตถุดิบ การขาดการพัฒนาบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้าของที่ระลึกรองรับนักท่องเที่ยว เวลาการเปิด-ปิดร้านค้าที่ไม่แน่นอนส่งผลต่อความประทับใจการเดินทาง ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านวัตถุดิบ ฤดูกาลที่ส่งผลต่อความพร้อมในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลอดทั้ง

ปีของจังหวัดตรังสอดคล้องกับ ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ และคณะ (2548) อธิบายไว้ว่า ข้อจำกัดด้านพื้นที่และด้านบริการ รวมถึงปัญหาด้านความปลอดภัย เช่น ข้อจำกัดในการรับท่องเที่ยวได้ครั้งละไม่มาก เนื่องจากมีที่พักไม่เพียงพอ น้ำไม่เพียงพอหรือมีปัญหาเรื่องระบบความปลอดภัยส่งผลต่อศักยภาพความสามารถในการเอื้ออำนวย ต่อการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังมีศักยภาพที่สอดคล้องกับองค์ประกอบของแหล่งที่ท่องเที่ยว 4A ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourism Attraction) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Activity) ด้านการเดินทางเข้าถึง (Tourism Accessibility) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Tourism amenity) เป็นฐานรากที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน รวมถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิตที่เป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นทุนที่สำคัญมากต่อความเข้มแข็งของชุมชนและมีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552)

อาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งมีวัตถุดิบท้องถิ่นของแต่ละอำเภอและเมนูอาหารประจำถิ่นตรัง 3 ประเภท ได้แก่ อาหารไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเลชายฝั่ง เนื่องจากจังหวัดตรังเป็นเมืองภูมิสังคมที่มีความหลากหลายของเชื้อชาติอยู่รวมกันในสังคม พหุวัฒนธรรมอาหารในความหลากหลายของประเภทอาหาร และยังมีเอกลักษณ์ และมีชื่อเสียงจนเป็นที่รองรับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน นอกจากนี้อาหารประจำถิ่นตรังเป็นอาหารที่แบ่งตามภูมิสังคม ภูมิศาสตร์ของพื้นที่ของจังหวัดตรัง จากสินค้าที่เป็นสิ่งบงชี้ทางภูมิศาสตร์ของตรัง

2. การบูรณาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นร่วมกัน

จากผลการระดมความคิดเห็นเพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่าทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนควรร่วมกันให้ความสำคัญและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้แบบองคาพยพจะทำให้เกิดผลสำเร็จเป็นรูปธรรมได้ โดยมีเรียบเรียงสรุปเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1) อุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น เริ่มจาก วัตถุดิบท้องถิ่นภาคการเกษตรที่ของแต่ละอำเภอ เช่น อำเภอกันตัง อำเภอสิเกา และอำเภอหาดสำราญส่วนใหญ่ทำอาชีพประมงมีวัตถุดิบอาหารแปรรูป อาหารทะเลสด อำเภอนาโยงมีต้นป่าสาคู พันธุ์ข้าวเบายอดม่วง และอำเภอห้วยยอดมีการเพาะปลูกใบราเป็นพืชท้องถิ่น อำเภอปะเหลียนมีอาหารแปรรูป การเพาะปลูกพริกไทยเป็นที่รู้จักระดับประเทศ เชื่อมโยงวัตถุดิบท้องถิ่นสู่ร้านอาหารในท้องถิ่นโดยตรง จากนั้น ร้านอาหารประจำถิ่นปรุงอาหารตามความรู้ ภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและนำมาถ่ายทอดเรื่องราวอาหารของต้นตระกูลให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการซึ่งทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเห็นถึงมิติ กลิ่นไอของวิถีชีวิตในสมัยก่อนของจังหวัดตรัง

นอกจากนั้นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของภาครัฐร่วมการสนับสนุนทำนโยบายการขับเคลื่อนการส่งเสริมเกษตรกรเพาะปลูกพืชท้องถิ่นที่ชาดแคลนในบางฤดูกาล ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตั้งแต่การรับรู้ การให้ความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พัฒนาการบริการร้านอาหารประจำถิ่น และการประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง ภาคเอกชนที่เป็นร้านอาหารให้ความสำคัญในคุณภาพอาหาร วัตถุดิบในการปรุงครบถ้วน และการตกแต่งจานอาหารให้สวยงามน่ารับประทาน ร้านอาหารที่สะอาดอยู่เสมอ โดยมีหน่วยงานการท่องเที่ยวและกีฬา อุตสาหกรรมจังหวัด เกษตรอำเภอ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรม สมาคมอาหารตรัง เป็นต้น

2) อุปสงค์ความต้องการประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร จังหวัดตรังมีวิถีชีวิตประเพณี เทศกาลและประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหารตลอดปีที่รองรับผู้เข้าร่วมงานเทศกาลอาหารในการชิมอาหารท้องถิ่นที่หลากหลายพื้นที่ เพราะฉะนั้นจากเทศกาลอาหารสามารถสร้างประสบการณ์ที่ทำให้เกิดความ ในการสร้างประสบการณ์ด้านอาหารที่จะให้ผู้ใช้บริการประทับใจสร้างความสนุกสนาน และความรู้จากได้สาธิต ลองทำอาหาร หรือมีการแข่งขันทำอาหาร รวมถึงการนำนักท่องเที่ยวชมตลาดเช้าในการเลือกซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปปรุงอาหารร่วมกับชุมชนหรือร้านอาหารท้องถิ่นและท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามตามธรรมชาติทำให้เกิดความสุนทรียะทางร่างกายและจิตใจ หลีกหนีความจำเจในการใช้ชีวิตประจำวันได้สร้างความประทับใจกลับไปได้เป็นอย่างดี โดยมีหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรม สมาคมอาหารตรัง ชุมชน ประชาชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

3. การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

จากการระดมความคิดเห็นในวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน จึงได้ออกแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นในขณะที่มีการขับเคลื่อนของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสียร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตั้งแต่การปรับปรุง พัฒนาระบบสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานการรองรับการท่องเที่ยว ยกระดับคุณภาพชีวิตและคุณภาพการบริการบุคลการทางการท่องเที่ยว บุคลากรทางด้านอาหาร ประชาชนท้องถิ่นให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และเกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นรูปธรรมเหมาะสมกับบริบทของจังหวัดตรัง อย่างไรก็ดีการบูรณาการการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นด้วยรูปแบบกระบวนการการจัดโครงการหรือกิจกรรมอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกันและมีประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจัดทำการบริหารจัดการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ดังนี้

การบริหารจัดการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกับช่วยขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของจังหวัดตรัง

ต้นน้ำ

ด้านอาหาร

1. ส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่นมาเป็นผลผลิตทางการท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมการปลูก การจัดการวัตถุดิบท้องถิ่น (อาหารทะเล ข้าว สาคู พริกไทยสายพันธุ์ปเลียน หมูย่าง) แบบแม่ยำด้วยเทคโนโลยี และใช้ได้ตลอดฤดูกาล

3. พัฒนามาตรฐานคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะของวัตถุดิบส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่นมาเป็นผลผลิตทางการท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยว

1. พัฒนาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด

2. พัฒนารวมรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชื่อมโยงกับร้านอาหาร เมนูอาหารเพื่อรองรับผู้มาเยือน

ด้านการเดินทาง คมนาคม

1. พัฒนาระบบขนส่งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง

2. พัฒนาระบบข้อมูลการคมนาคมขนส่ง ตารางเวลาเดินทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ที่มีประสิทธิภาพ นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเดินทางเพื่อเป็นมาตรฐานด้านคมนาคม ขนส่ง

ด้านระบบสาธารณูปโภค

1. ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ห้องน้ำ ถนน ไฟจราจร ไฟท้องถนน

2. ชุดข้อมูลด้านสิ่งอำนวยสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเข้าถึง บริการรถเช่า บริการนำเที่ยว บริการที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้มาเยือนที่ครอบคลุมและทันสมัย

กลางน้ำ

1. พัฒนาบุคลากรด้านทักษะ อาชีพ เป็นการยกระดับองค์ความรู้ สมรรถนะ ความสามารถในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้กับคนในชุมชน สมาคม ผู้ประกอบการ เครือข่านด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจร้านอาหาร จัดอบรมด้านวิทยาการอาหารในสายอาชีพ

2. ส่งเสริมสนับสนุนแนวคิดการท่องเที่ยวภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ ภายใต้ local food local fresh local to global local experiences @Trang ของ ททท สำนักงานตรัง

3. จัดทำกิจกรรมหลักสูตรอบรมอาหารประจำถิ่นระยะสั้น

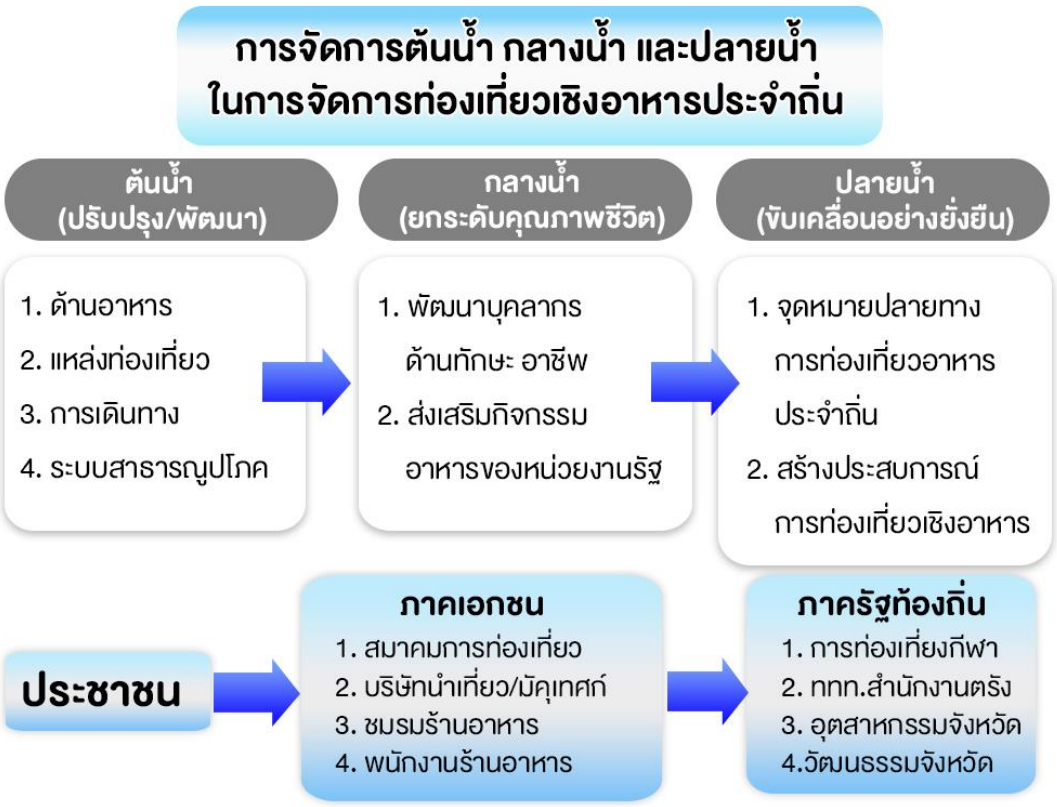
4. สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมภาครัฐ /ผู้ประกอบการ / ชุมชน ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกัน

ปลายน้ำ

1. จังหวัดตรังให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหาร (อาหารประจำถิ่น) ขับเคลื่อนด้วยโครงการหรือกิจกรรม

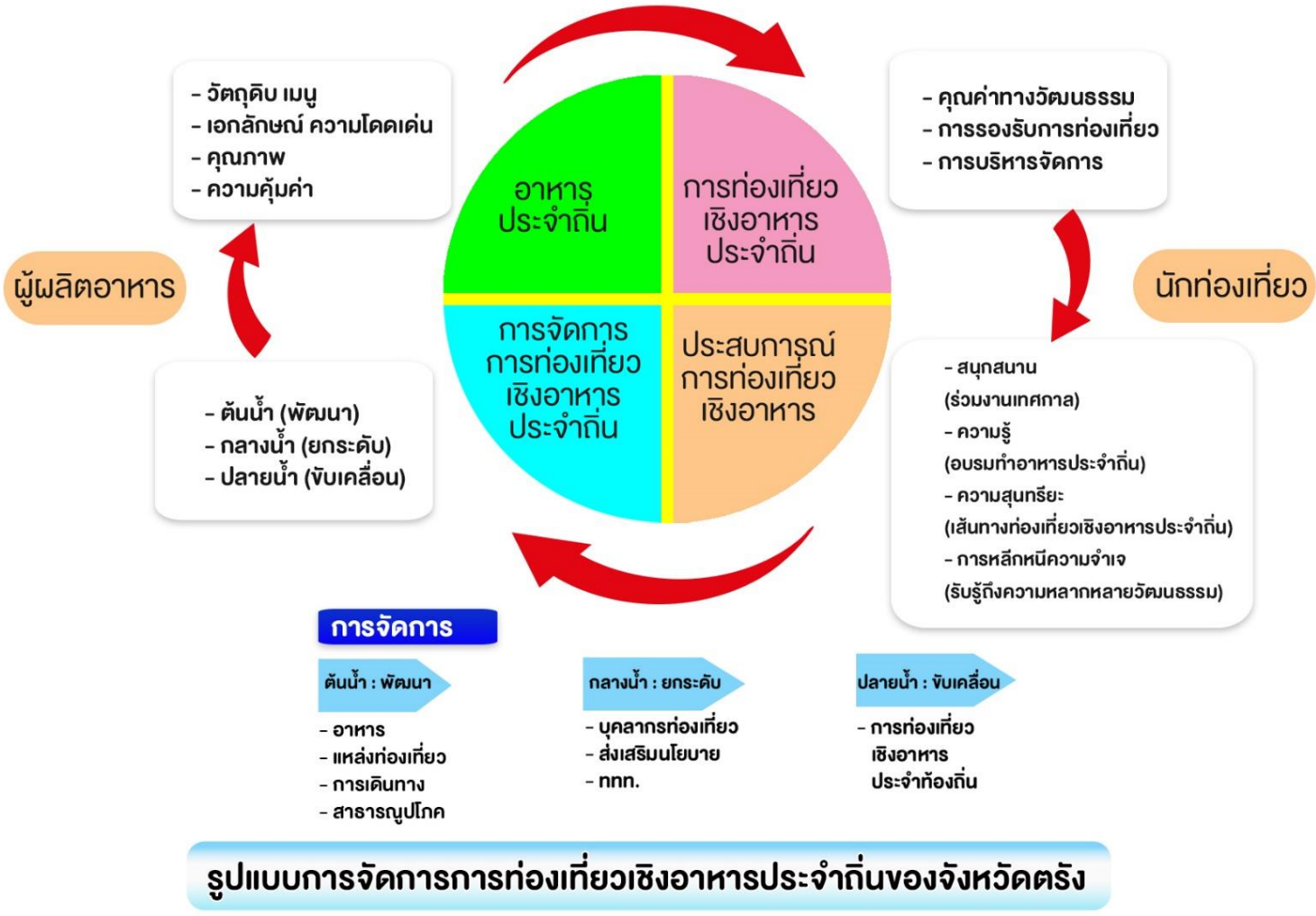
2. ส่งเสริมการรับรู้ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

3. สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านประสบการณ์สู่ความยั่งยืน ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การจัดการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัด ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่สอดคล้องกับความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ทั้งวิถีชีวิต เทศกาล ประเพณี วัฒนธรรม และอาหารประจำถิ่น ในท้องถิ่นในการเชื่อมโยงกับการได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ตั้งแต่การเข้าร่วมเทศกาลอาหาร การทำอาหารประจำถิ่น การเดินทางเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นจนกระทั่งซึมซับถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ลักษณะรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ได้ประสิทธิภาพเชิงบูรณาการของอุปสงค์และอุปทานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ที่ยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของจังหวัดตรังได้ ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 รูปแบบการจัดการการท่อเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

บทที่ 5
สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่อง “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง” ซึ่งเป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (research for development) โดยใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมของจังหวัดตรัง ซึ่งเป็นประโยชน์ในทางวิชาการและนำผลไปประยุกต์ใช้เพื่อเกิดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน จากผลการศึกษานี้ได้แสดงผลเกี่ยวกับบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ โดยนำเสนอออกเป็น 1) สรุปผลการวิจัย 2) อภิปรายผล และ 3) ข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการแบบผสมผสาน (mixed method) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) การวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามปลายเปิดและปลายปิด (open ended questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง จำนวน 400 คน ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ส่วนที่ 3 ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ในการวิจัยเชิงปริมาณนี้ได้ใช้สถิติเชิงบรรยาย (descriptive statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่สร้างประสบการณ์แก่ผู้ใช้บริการได้ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative) โดยการวิจัยภาคสนาม (field research) เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ และจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi in-depth interview) จากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ กลุ่มภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ บุคลากรทางการท่องเที่ยว นักวิชาการ มีประเด็นหลัก 5 ประเด็น ได้แก่ เมนูอาหารประจำถิ่นและวัตถุดิบท้องถิ่น ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่น คุณภาพอาหารของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ความคุ้มค่าในการเลือกซื้ออาหารประจำถิ่น และผลกระทบของอาหารประจำถิ่น รวมถึงข้อเสนอแนะด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง และการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อกำหนดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดให้เกิดความยั่งยืนและเหมาะสมต่อบริบทพื้นที่

สังเคราะห์แผนที่รูปภาพอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ในแต่ละประเด็นและสร้างข้อสรุปเชิงอุปนัย (inductive method) และเสนอข้อมูลแบบพรรณนา (descriptive) ซึ่งผลการวิจัยมีดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

เมนูอาหารประจำถิ่นและวัตถุดิบท้องถิ่น

อาหารไทย –จีน ของตรัง เป็นการได้รับอิทธิพลมาจากคนจีนที่อพยพมาเพื่อมาทำการค้า ตั้งถิ่นฐานในการประกอบอาชีพที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่น เมนูอาหารที่สำคัญ ได้แก่ ขนมจีบ ติ่มซำ หมูย่างตรัง เคาหยกหรือเกาหยุก หมูฮ้อง หมูคั่วเกลือ ขนมปากหม้อเจ้กี้ ขาหมูร้อน ขาหมูเย็น หมี่ฮกเกี้ยน หมี่หนำเลี่ยว วัตถุดิบหลักที่ใช้คือทุกส่วนของหมู และอาหารทะเล เครื่องปรุงสำหรับอาหารไทยจีนเป็นสิ่งจำเป็นและที่สำคัญที่ต้องมีในครัวจีน เป็นซีอิ๊วขาว ซีอิ๊วดำ น้ำเต้าเจี้ยวสูตรกวางตุ้ง น้ำซอสกำเจืองที่ใช้เป็นส่วนผสมของน้ำจิ้มติ่มซำ และหมูย่าง และเครื่องหอมในการหมักย่างหมูตรัง ทั้งนี้เนื่องจาก คนจีนที่อพยพเข้ามามีฝีมือ ความรู้ในการทำอาหาร จึงได้เปิดกิจการค้าขายเป็นอาชีพและเป็นที่รู้จัก และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตรัง

อาหารไทยพื้นถิ่นใต้ของตรัง ได้รับอิทธิพลมาจากพราหมณ์อินเดียสมัยความเจริญรุ่งเรืองของยุคศรีวิชัย และยุคลังกาสุกะซึ่งจุดศูนย์กลางอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช อาหารไทยพื้นถิ่นใต้ส่วนใหญ่เป็นแกง ได้แก่ เมนูอาหารแกงส้มขาหมู (ปลา) หัวมันขี้หนู แกงเครื่องรากระดูกอ่อน ปลาต้มทูต้ม ขมิ้นแกงขมิ้น แกงกะทิผักกูดปลาย่าง น้ำพริกใบทำมังย่างกะลา ขนมจีนน้ำยาปู ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของรสชาติเผ็ดร้อน ความเข้มข้น และรสชาติออกหวานหน่อย ๆ วัตถุดิบหลักในการทำอาหาร ได้แก่ ขมิ้น ผักพื้นบ้าน เช่น ใบทำมัง ผักกูด ผักเหรียง รองลงมา พริกไทย กระเทียม กะทิ เครื่องแกงเหลือง เครื่องแกง และเครื่องปรุงหลัก ซีอิ๊วดำ เกลือ น้ำตาลปี๊บ และน้ำปลา ทั้งนี้เนื่องจากจังหวัดตรังมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะภูมิศาสตร์ที่คล้ายกันทำให้มีวัตถุดิบ เมนูที่เหมือนกันแต่ให้รสชาติที่แตกต่างกัน

อาหารทะเลชายฝั่งของตรัง ได้รับอิทธิพลจาการอพยพของคนชาวน้ำมาอาศัยในพื้นที่ชายฝั่งทะเลและเกาะในจังหวัดตรัง โดยมีวิถีชีวิตอยู่กับการล่องเรือมีความถนัดในการหาอาหารทะเล อาหารทะเลชายฝั่งส่วนใหญ่ไม่เน้นการทำอาหารที่ซับซ้อน เป็นเมนูที่เรียบง่าย เน้นรสชาติสด หวานของอาหารทะเล ได้แก่ ปูม้านึ่ง ปลาหมึกผัดน้ำดำ ปลาทะเลทอดขมิ้น ราดหน้าซุปเปอร์ แกงกะทิผักกูด

ปลาย่าง แกงไก่ตายายมีเฉพาะที่เกาะสุกร เป็นเมนูที่ตกทอดกันมาเกิน 100 ปีแล้ว เคยฉลูนึ่ง, เคยเค็มอีกนำมาผัดกับเนื้อหมู หรือทำเคยเค็มนึ่ง

วัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารประจำถิ่นทั้ง 3 ประเภทนี้ เป็นวัตถุดิบทางการเกษตร หรือวัตถุดิบทางทะเลที่ดีมีคุณภาพ ที่จะให้ หน่วยงานจังหวัดหรือผู้ประกอบการอาหารนำใช้ทำอาหารและสามารถช่วยกระจายรายได้ยังชุมชน เกิดรายได้เพิ่มขึ้นได้

ความโดดเด่นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่น

อาหารไทย – จีนของตรังมีความโดดเด่นจากวัฒนธรรมที่หลากหลาย วิถีการใช้ชีวิต อาชีพของคนตรัง จังหวัดตรังได้รับขนานนามว่า “คนตรังกินกัน 9 มื้อ” อาหารโต๊ะจีนอาหารของคนจีนชาติพันธุ์แบ่งเป็นอาหารจีนกวางตุ้ง อาหารจีนฮกเกี้ยน อาหารจีนไหหลำ อาหารเพอรานากัน ซึ่งมีชื่อเรียก รูปลักษณ์อาหารที่ความคล้ายคลึงกัน แต่ใช้วิธีการ กระบวนการทำอาหารแตกต่างกัน ความเป็นเอกลักษณ์ของเมนูเคาหยก และเมนูหมี่หนำเลี๊ยบเป็นเมนูจีนสากลของเมืองตรัง รวมถึงเทศกาลอาหารประจำปีของจังหวัดตรัง ได้แก่เทศกาลอาหารเมืองยุทธจักรแห่งความอร่อย งานแสดงสินค้าและอาหารภาคใต้ เทศกาลกินเจ เทศกาลขนมเค้กตรัง เทศกาลเดือนสิบ เป็นต้น ทั้งนี้ความเป็นเอกลักษณ์ของการย่างหมู และเอกลักษณ์ของหมูย่าง โดยมีกรรมวิธีที่นาน ใช้บ่อเตาถ่านที่มีความลึกเหมือนบ่อน้ำหรือเรียกว่าหลุมเตา เครื่องเทศผงหอมยี้นจี้ถ่องเมืองตรังเป็นเครื่องหมักหมูย่างที่ทำให้หมูย่างตรังมีรสชาติอร่อย กรอบ หอมเครื่องเทศ และเข้มข้นที่เดียวของจังหวัดตรัง

อาหารไทยพื้นถิ่นของตรังมีความโดดเด่นด้านรสชาติมีเอกลักษณ์ความเผ็ดร้อน และรสชาติที่เข้มข้น ซึ่งอาหารพื้นถิ่นใต้มักทานคู่กับผัก หรือเรียกว่า “ผักเหนาะ” เช่น มะเขือเปราะ แตงกวา ถั่วฝักยาว ถั่วพู เพื่อลดความเผ็ดร้อนของอาหารได้ วัตถุดิบที่ผักเหนาะหาซื้อในชุมชน วัตถุดิบเครื่องแกงเช่นขมิ้น ตะไคร้ พริกปลูกไว้ในร้านอาหาร บางส่วนก็ซื้อจากตลาด และชุมชน และอาหารพื้นถิ่นใต้ใช้ขมิ้นเป็นเครื่องเทศที่ใช้เป็นหลักในเมนูที่เป็นน้ำแกง เครื่องแกง และลดกลิ่นคาวในอาหารทะเล และวิถีการกินอาหารพื้นถิ่นใต้การตักอาหารใส่ในถ้วยเป็นกับข้าวหลาย ๆ อย่างกินคู่กับผักเหนาะพร้อมกับข้าวสวยร้อน ๆ

อาหารทะเลชายฝั่งของตรังมีความโดดเด่นของวัตถุดิบจากทะเลตามธรรมชาติ จากกลุ่มชุมชนชาวประมงชายฝั่ง อาหารทะเลที่ได้จากชาวประมงส่วนที่มีคุณภาพดีนำไปส่งออกยังต่างประเทศ บางส่วนนำไปขายให้กับร้านอาหารประจำถิ่น และนำไปแปรรูป เช่นการทำจ้อปู ปลาเค็มกางมุ้ง อาหารทะเลตากแห้ง ลักษณะเมนูอาหารประเภทส่วนใหญ่มีกรรมวิธีที่ไม่ซับซ้อน ใช้เครื่องปรุงและเครื่องเทศน้อยกว่าอาหารประเภทไทย – จีน เพราะต้องการให้ลูกค้าได้สัมผัสถึงรสชาติความหวาน สด อร่อยของอาหารทะเล และเมนูที่โดดเด่นเป็นแกงไก่ตายายเป็นอาหารสืบทอดมาจากคนไทยมุสลิม ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่ผสมผสาน 3 วัฒนธรรม

ของชาวจีน ชาวไทยพุทธ และ อิสลามเข้าไว้ด้วยกัน จึงเป็นผลให้เมนูอาหารทะเลไม่หลากหลาย และมีเมนูแบบเดิม ๆ

คุณภาพของอาหาร

อาหารประเภทไทย - จีน ร้านอาหารประเภทไทยจีนส่วนใหญ่อยู่ในเขต อำเภอเมือง อำเภอกันตัง อำเภอห้วยยอด ซึ่งเป็นร้านที่รองรับลูกค้าและนักท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งมีมาตรฐานความปลอดภัยของสาธารณสุข ป้ายอาหารสะอาด และป้ายมาตฐานท่องเที่ยวปลอดภัย สุขอนามัย (Safety and Health Administration :SHA) และบางร้านก็ยังได้รับรางวัลร้านอาหารอร่อยของวงในรีวิว ในขณะเดียวกันหน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุน การประชาสัมพันธ์แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารให้มีป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัย สุขอนามัยในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ในส่วนของเมนูอาหารประเภทนี้ส่วนใหญ่มีกรรมวิธีใช้ความร้อน ความสดใหม่ ความสะอาดของอาหาร และการรักษาคุณภาพของอาหารได้เป็นอย่างดี คุณภาพการบริการพนักงานมีการทักทาย แนะนำเมนูอาหาร และร้านอาหารบางแห่งที่มีความเก่าแก่ เปิดมานานก็มีการชำรุด ทรุดโทรมของพื้นที่บางส่วน ขาดการดูแลซ่อมแซมอย่างต่อเนื่อง

อาหารประเภทอาหารไทยพื้นถิ่นใต้ ร้านอาหารส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอนาโยง อำเภอเมือง อำเภอรัษฎา บางร้านมีป้ายอาหารสะอาด และป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัยสุขอนามัย (Safety and Health Administration :SHA) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของร้านอาหาร โดยส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหารมาจากท้องถิ่น มีความสด ปลอดสารเคมี และมีการคัดเลือกวัตถุดิบเนื้อสัตว์ที่มีสด เนื้อขนาดใหญ่ และคุณภาพการบริการของพนักงานที่มีอัธยาศัยดี การเสิร์ฟอาหาร การบริการดี แต่การสื่อสารลูกค้ามีน้อย ร้านอาหารบางแห่งมีการปิดร้านชั่วคราวจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 และเปิดขายในช่วงแรกเกิดสภาพร้านอาหารที่ทรุดโทรมบ้าง ขาดการตกแต่งร้าน

อาหารประเภทอาหารทะเลชายฝั่ง ร้านอาหารส่วนใหญ่อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอสิเกา อำเภอหาดสำราญ เกาะลิบง เกาสุกร อำเภอกันตัง อำเภอปะเหลียนซึ่งเป็นพื้นที่ติดทะเล ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ริมทะเลเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าส่วนใหญ่มีป้ายอาหารสะอาด และบางส่วนมีป้ายมาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัยสุขอนามัย (Safety and Health Administration :SHA) วัตถุดิบที่อาหารทะเลมีความ สด สะอาด ได้คุณภาพ มีการคัดสรรวัตถุดิบสด

ทั้งนี้เนื่องจากช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด มาตรฐานความปลอดภัยสุขอนามัย SHA ก็มีข้อจำกัดด้วยวิกฤตเศรษฐกิจในการผลักดันให้ผู้ประกอบการร้านอาหารประจำถิ่นมีมาตรฐานความปลอดภัยเพิ่มขึ้นเพราะเนื่องจากผลกระทบจากรายได้น้อยแต่มีรายจ่ายจากการปรับเปลี่ยนร้านเพื่อได้รับคุณภาพ ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารประจำถิ่น ธุรกิจท่องเที่ยว

ร้านอาหารสร้างกำไรได้น้อยลง อีกทั้งจากการจำกัดที่นั่งในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในวันหยุดหรือวันนักขัตฤกษ์ นักท่องเที่ยวลดน้อยลง ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นปรับเปลี่ยนพฤติกรรมทานอาหาร

ความคุ้มค่าอาหารด้านคุณภาพและราคา

อาหารประเภทไทย – จีน อาหารประเภทนี้บ่งบอกถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมการรับประทานอาหารของคนตรังซึ่งควรค่าในการอนุรักษ์และสืบทอด เช่น เมนูหมี่หนำเลี๊ยบ หมูย่างเป็นสัญลักษณ์แสดงออกถึงวัฒนธรรมอาหารคู่จังหวัดตรังตั้งแต่อดีต จนถึงปัจจุบันหมี่หนำเลี๊ยบเป็นอาหารที่ต้องมีในงานศพวันสุดท้าย การไหว้ขุนทหารในการทำพิธีของศาลเจ้า ซึ่งมีความเชื่อว่าเส้นหมี่เป็นมงคลกับลูกหลานและถือเป็นการอวยพรจากเจ้าภาพไปสู่แขกและลูกหลานในงานให้มีอายุยืนยาว ในส่วนของหมูย่างคนไทยเชื้อสายจีนจะเอาหมูย่างทั้งตัวไหว้ในงานศพ คุณค่าอาหารจากอรรถรสอาหารสู่เรื่องราวที่มีความภาคภูมิใจ มีคุณค่าท่างจิตใจส่งผ่านให้กับผู้ทานด้านการรับประทานจากด้วยการรับประทานอาหารที่มีเรื่องราว นอกจากนี้ยังมีคุณค่าทางศาสตร์และศิลป์ คุณค่าทางภูมิปัญญาที่ว่าด้วยการทานหมูย่างทานคู่กับน้ำชาเพื่อล้างไขมันได้ ด้านราคาอาหารโดยภาพรวมของตรังถือว่าอาหารไทย – จีน ความคุ้มค่าของอาหารไทย – จีน เป็นการแสดงให้เห็นถึงคุณค่าวัฒนธรรมการรับประทาน เรื่อราวความเป็นมาของอาหารกับราคาที่จับต้อง และไม่แพง ซึ่งมีความคุ้มค่าอาหารเชิงคุณภาพเหมาะสมกับราคา อย่างไรก็ตามความคุ้มค่าด้านราคา เมนูอาหารไทย-จีนเป็นอาหารที่มีราคาค่อนข้างสูง และอาหารบางเมนูทำเฉพาะช่วงเทศกาล

อาหารไทยพื้นถิ่นใต้ ๆ อาหารพื้นถิ่นใต้สะท้อนถึงวิถี สภาพสังคม และพฤติกรรมการรับประทานอาหารของใต้ที่สร้างคุณค่าอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นใต้ จากสภาพสังคมและอาชีพที่ทำงานสวนงานไร่เป็นหลักซึ่งการรับประทานอาหารเผ็ดในช่วงเช้าจะทำให้มีเรี่ยวแรงในการทำงาน คุณค่าของอาหารประเภทนี้ ส่วนใหญ่มีส่วนผสมจากสมุนไพร คุณอาหารส่วนใหญ่เป็นคุณค่าทางภูมิปัญญาในการทำอาหารในแต่ช่วงฤดูกาล การใช้อาหารเป็นยา เช่น ในช่วงฤดูฝนอาหารที่ควรรับประทานแกงส้มดอกแคได้ไขมันที่ดี แกงกะทิผักกูดปลาย่างเพื่อให้ร่างกายอบอุ่น หรือคนที่มีอาหารแน่นท้อง ควรรับประทานแกงขี้เหล็ก เพราะใบขี้เหล็กมีสรรพคุณเป็นยาระบายอ่อน อาหารไทยพื้นถิ่นใต้สร้างคุ้มค่าอาหารเชิงคุณภาพในการการถ่ายทอดภูมิปัญญาการรับประทานอาหารให้เหมาะสมกับฤดูกาลและการรักษาสุขภาพ การใช้วัตถุดิบพื้นบ้านที่หาได้ทั่วไป รังสรรค์เป็นอาหารในรสชาติที่เข้มข้น ราคาถูกเมื่อเทียบกับจังหวัดใกล้เคียง

อาหารทะเลชายฝั่ง สร้างความคุ้มค่าของอาหารเชิงคุณภาพจากความสด หวาน อร่อยของอาหารทะเลและความเป็นเรื่องราวของวัตถุดิบท้องถิ่นที่ได้มา แสดงถึงวิถีการใช้ชีวิตชาวประมงท้องถิ่น เรื่องราวบนพื้นที่เกาะและชายฝั่งทะเล แต่ความคุ้มค่าด้านราคา บางร้านอาหารมีราคาแพงเกินไปเมื่อเทียบกับอำเภออื่น ๆ ในจังหวัดตรัง

ทั้งนี้ความคุ้มค่าในการตัดสินใจเลือกซื้อในช่วงวิกฤตได้มีช่องทางการขายที่สะดวกและปลอดภัย มีรายได้มากขึ้นทางออนไลน์ และเพื่อความคุ้มค่าของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการอาหาร โดยมีการรวมกลุ่มของ (ร้านโคอิตรัง ร้านกะช่องฮิลล์ เป็นต้น) จัดบริการขายออนไลน์ร่วมกัน ทำให้ผู้บริโภคมีช่องทางเลือกอาหารที่หลากหลายเมนูเพิ่มมากขึ้น

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง จำนวนทั้งหมด 400 คน พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 63.25 ส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง 21 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53 จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว การเดินทางไปร่วมรับประทานอาหารส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม ประมาณ 4-5 คน มีลักษณะเป็นแบบกลุ่มเพื่อน ช่วงเวลาที่เดินทางไปมากที่สุดคือช่วงเย็น และเมนูอาหารประจำถิ่นที่ชื่นชอบของผู้ใช้บริการร้านอาหารมากที่สุด ได้แก่ หมูย่าง ติ่มซำ และแกงส้ม ตามลำดับ

2.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

จากการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังที่ใช้ในการวิจัยมี 3 องค์ประกอบเป็นเกณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) การรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร และ 3) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร นำไปใช้วิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น สรุปได้ว่าศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยรวมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอยู่ในระดับมาก พบว่า อันดับแรกคือ ศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอยู่ รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการดึงดูดใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ตามลำดับ สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

2.2.1 ศักยภาพด้านการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น สรุปได้ว่าการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอยู่ในระดับมาก ซึ่งได้แบ่งย่อยออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว และ 4) ด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น และ

สำหรับศักยภาพด้านการดึงดูดใจต่อผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.04 ซึ่งสรุปรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

1) ศักยภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์ และอาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง มีความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้ อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น มีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร และความรู้ที่ได้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรัง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2) ศักยภาพทางกายภาพของการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่ เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร และความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

3) ศักยภาพทางกายภาพของความปลอดภัยการท่องเที่ยว พบว่า การจัดการด้านการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา สินค้าและบริการ ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน การจัดการระบบเตือนภัยทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว มี ประสิทธิภาพด้านการจัดการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ ทางทะเลมีความปลอดภัย การติดป้ายเตือนภัยในแหล่งท่องเที่ยว และ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ในการเอาตัวรอดเมื่อประสบภัย มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

4) ศักยภาพทางกายภาพของความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว จากความอุดมสมบูรณ์และความหลากกหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาตรฐาน มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเลที่ดึงดูดใจ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน และอาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจผู้รับประทานที่จะศึกษา เรียนรู้ และทดลองทำอาหาร มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก

สรุปได้ว่า อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์และส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรม ถือว่าเป็นศักยภาพทางคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดตรังมากที่สุด และความอุดมสมบูรณ์และความหลากกหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาตรฐาน ถือว่าเป็น

ศักยภาพทางกายภาพของความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวมากที่สุด ในขณะที่การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความปลอดภัยการท่องเที่ยวมีศักยภาพมากเช่นกัน เนื่องจากจังหวัดตรังยังคงมีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้เป็นอย่างดีมากที่สุด

2.2.2 ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการความชัดเจนของป้ายบอกเส้น จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา ตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา เทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร ภาคธุรกิจอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการ ประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ (เช่น รถรับจ้างสาธารณะ) อย่างเพียงพอ การรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด และ การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ เนื่องจากจังหวัดตรังเป็นเมืองท่องเที่ยวเมืองรอง อาหารของจังหวัดตรังก็เป็นที่รู้จักและโดดเด่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยว ผู้มาเยือนมาใช้ผู้ใช้บริการร้านอาหารได้ ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารประจำถิ่นจึงเตรียมความพร้อมในการรองรับผู้ใช้บริการ ร้านอาหารทั้งคนท้องถิ่นและคนต่างจังหวัดได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามศักยภาพการรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด และ การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ ซึ่งมีศักยภาพในค่าเฉลี่ยในระดับต่ำที่สุด เนื่องจากฤดูการท่องเที่ยวรถเช่าอาจมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ พื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่งขาดการอินเตอร์เน็ตซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยของผู้ใช้บริการในการขอความช่วยเหลือเหตุฉุกเฉินได้ และสำหรับศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นต่อผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 3.90

2.2.3 ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น พบว่า โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน และ การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น มีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุดศักยภาพการแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนจังหวัดตรัง ร้านอาหารประจำถิ่นให้ความสำคัญและตระหนักถึง ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ และการขอความร่วมมือลงทะเบียนเอปพริเคชั่นไทยชนะ

“ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19” การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19” การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19” การเอาใจใส่ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น วัตถุดิบอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่น ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการที่จอดรถที่เพียงพอของร้านอาหารประจำถิ่น การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัยเพียงพอต่อความต้องการ มีค่าเฉลี่ยน้อย ตามลำดับ ที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเป็นช่วงที่เกิดการระบาดของไวรัสชนิดใหม่ที่ไม่มีวัคซีนรองรับ จึงทำให้ทั้งผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้ใช้บริการร่วมมือกับปฏิบัติมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด และเกิดประสิทธิภาพเป็นอย่างดี อีกทั้งประชาชนชาวจังหวัดตรังอัธยาศัยดี มีมิตรไมตรี ชอบช่วยเหลือและมีน้ำใจ ซึ่งเป็นเสน่ห์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของจังหวัดตรัง ที่สามารถสร้างความประทับใจ และกลับมาเที่ยวซ้ำอีกได้ และสำหรับศักยภาพด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นต่อผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.07

3. ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

3.1 ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง

ความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง พบว่า มีความต้องการประสบการณ์อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ส่วนใหญ่ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวในการหลีกหนีความจำเจ มีความต้องการอยู่ในระดับระดับมาก รองลงมา คือ ความต้องการประสบการณ์ ด้านความรู้ ความต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความสนุกสนาน และความต้องการประสบการณ์ในด้านความสุนทรียะ มีศักยภาพอยู่ในระดับมากเท่ากัน ตามลำดับ ตามลำดับ และสำหรับความต้องการประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.04

3.1.1 ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนาน พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความสนุกสนานอยู่ในระดับมากในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นความต้องการการเข้าร่วมเทศกาลงานอาหาร การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่น การชมการแสดงดนตรี ในงานเทศกาลอาหาร การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิต เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย การร่วมชิม ช้อป ใช้ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟ ตามลำดับ สำหรับความต้องการประสบการณ์เพื่อเกิดความ

สนุกสนานในการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.03

3.1.2 ความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ความต้องการประสบการณ์ด้านการอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้าน การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหาร การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรัง การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่น และความต้องการประสบการณ์การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรัง ตามลำดับ และสำหรับความต้องการประสบการณ์ด้านความรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.05

3.1.3 ความต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ความต้องการประสบการณ์การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล รองลงมา คือ การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน และการได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียง เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทาน และการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ตามลำดับ และสำหรับความต้องการประสบการณ์ด้านความสุนทรียะในการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเฉลี่ย 4.03

3.1.4 ความต้องการประสบการณ์ด้านการหลีกหนีความจำเจ พบว่า ผู้ใช้บริการต้องการประสบการณ์การหลีกหนีความจำเจ โดยรวมมีความต้องการประสบการณ์ อยู่ในระดับมากในทุกด้าน ได้แก่ ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา รองลงมา คือ การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวและได้รับประสบการณ์ที่ดี และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างจากอาหารที่คุ้นเคยมีความต้องการอยู่ในระดับมาก และสำหรับความต้องการประสบการณ์เพื่อหลีกหนีความจำเจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังของผู้ใช้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เฉลี่ย 4.06

4. รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (focus group) สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง มีดังนี้

4.1 ความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ซึ่งมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 4 ด้าน (4As) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์คือฐานทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์และความหลากหลายทั้ง เขา ป่า นา เล ร่องรอยวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ พหุวัฒนธรรมหลากหลายเชื้อชาติ ศาสนา เช่น กลุ่มคนไทย จีน (ชาติพันธุ์แต้จิ๋ว ฮกเกี้ยน ไหหลำ แคระ เป็นต้น) กลุ่มคนไทยพุทธ กลุ่มไทยมุสลิม และกลุ่มชาวซาไก และเป็นเมืองอาหารอร่อย หมูย่างและพริกไทยปะเหลียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ในด้านอาหารและวัตถุดิบท้องถิ่น ก็เป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เนื่องจากพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะ มีความเป็นเอกลักษณ์ด้านอาหาร ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) กิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางน้ำ ได้แก่ เที่ยวถ้ำเลเขากอบ เดินป่า ล่องแก่ง ชมถ้ำมรกต กิจกรรมดำน้ำตื้น ดำน้ำลึก กิจกรรมท่องเที่ยวทางบก ได้แก่ พิพิธภัณฑ์พระยารัษฎานุประดิษฐ์มหิศรภักดี ยางพาราต้นแรก ๆ ของประเทศไทย สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตามควรมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) จังหวัดตรังซึ่งเป็นเมืองที่มีทำเลที่ตั้งอยู่จุดศูนย์กลางของภาคใต้เชื่อมต่อกับจังหวัดพัทลุง นครศรีธรรมราช กระบี่ เดินทางไปทางทะเลฝั่งทางอันดามันและทะเลฝั่งอ่าวไทยได้สะดวก การคมนาคมขนส่งมีทั้งทางบก รถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทาง ทางน้ำเรือโดยสารและเรือท่องเที่ยว ทางอากาศโดยเครื่องบิน อย่างไรก็ตามระบบการเดินทางรถสาธารณะไม่รองรับการท่องเที่ยว ขาดการเชื่อมต่อจากแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดและแหล่งที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัดในพื้นที่ใกล้เคียง จึงทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว ป้ายบอกทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ระบบสาธารณูปโภคขาดแหล่งน้ำสะอาด สัญญาณโทรศัพท์บางแหล่งท่องเที่ยวขาดการติดต่อสื่อสาร ระบบอินเตอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยวไม่มีรองรับเมื่อเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉิน ขาดการเดินทางโดยสารทางน้ำที่มีมาตรฐาน ทั้งสภาพของเรือ อุปกรณ์ป้ายความปลอดภัยที่รองรับของนักท่องเที่ยว ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการบริการท่องเที่ยว เช่น ปัญหานักท่องเที่ยวหารถเช่าไม่ได้ รถตุ๊กตุ๊กหัวกบปฏิเสธนักท่องเที่ยว มาตรฐานราคารถโดยสารท่องเที่ยว

4.2 การบูรณาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นร่วมกัน

รูปแบบการท่องเที่ยวการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นจะประสบความสำเร็จและยั่งยืนได้ควรมีการบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนควรร่วมกันให้ความสำคัญและขับเคลื่อนตามกระบวนวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีเรียบเรียงสรุปเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. อุปทานทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น เริ่มจากภาคการเกษตรที่ของแต่ละอำเภอ เช่น อำเภอกันตัง อำเภอสิเกา และอำเภอหาดสำราญส่วนใหญ่ทำอาชีพประมงมีวัตถุดิบอาหารแปรรูป อาหารทะเลสด อำเภอนาโยงมีต้นป่าสาคู พันธุ์ข้าวเบายอดม่วง และอำเภอห้วยยอดมีการเพาะปลูกใบราเป็นพืชท้องถิ่น อำเภอปะเหลียนมีอาหารแปรรูป การเพาะปลูกพริกไทยเป็นที่รู้จักระดับประเทศเชื่อมโยงวัตถุดิบท้องถิ่นสู่ร้านอาหารในท้องถิ่นโดยตรง ส่วนร้านอาหารประจำถิ่นปรุงอาหารตามความรู้ ภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นและนำมาถ่ายทอดเรื่องราวอาหารของต้นตระกูลให้แก่ผู้เข้ามาใช้บริการซึ่งทำให้ผู้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารเห็นถึงมิติ กลิ่นไอของวิถีชีวิตในสมัยก่อนของจังหวัดตรัง ภาครัฐทางการเกษตรร่วมการสนับสนุนทำนโยบายการขับเคลื่อนการส่งเสริมเกษตรกรเพาะปลูกพืชท้องถิ่นที่ชาดแคลนในบางฤดูกาล ภาครัฐทางการท่องเที่ยวส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารตั้งแต่การรับรู้ การให้ความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พัฒนาการบริการร้านอาหารประจำถิ่น และการประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง ภาคเอกชนที่เป็นร้านอาหารให้ความสำคัญในคุณภาพอาหาร วัตถุดิบในการปรุงครบถ้วน และการตกแต่งจานอาหารให้สวยงามน่ารับประทาน ร้านอาหารที่สะอาดอยู่เสมอ

2. อุปสงค์ความต้องการประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในการสร้างประสบการณ์ด้านอาหารที่จะให้ผู้ใช้บริการประทับใจสร้างความสนุกสนาน และความรู้จากได้สาธิตลองทำอาหาร หรือมีการแข่งขันทำอาหาร รวมถึงการนำนักท่องเที่ยวชมตลาดเช้าในการเลือกซื้อวัตถุดิบเพื่อนำไปปรุงอาหารร่วมกับชุมชนหรือร้านอาหารท้องถิ่นและท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามตามธรรมชาติทำให้เกิดความสุนทรียะทางร่างกายและจิตใจ หลีกหนีความจำเจในการใช้ชีวิตประจำวันได้สร้างความประทับใจกลับไปได้เป็นอย่างดี

4.3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น การบริหารจัดการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอย่างยั่งยืน ขณะเดียวกับช่วยขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ของจังหวัดตรัง

การจัดการต้นน้ำ ด้านอาหาร ส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่นมาเป็นผลผลิตทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมการปลูก การจัดการวัตถุดิบท้องถิ่น (อาหารทะเล ข้าว สาคู พริกไทยสายพันธุ์ปเลียน หมูย่าง) แบบแม่ยำด้วยเทคโนโลยี และใช้ได้ตลอดฤดูกาล พัฒนามาตรฐานคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย ถูกสุขลักษณะของวัตถุดิบ ส่งเสริมวัตถุดิบท้องถิ่นมาเป็นผลผลิตทางการท่องเที่ยว ด้านการท่องเที่ยว พัฒนาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ติดตั้งกล้องวงจรปิด พัฒนารวมรวม

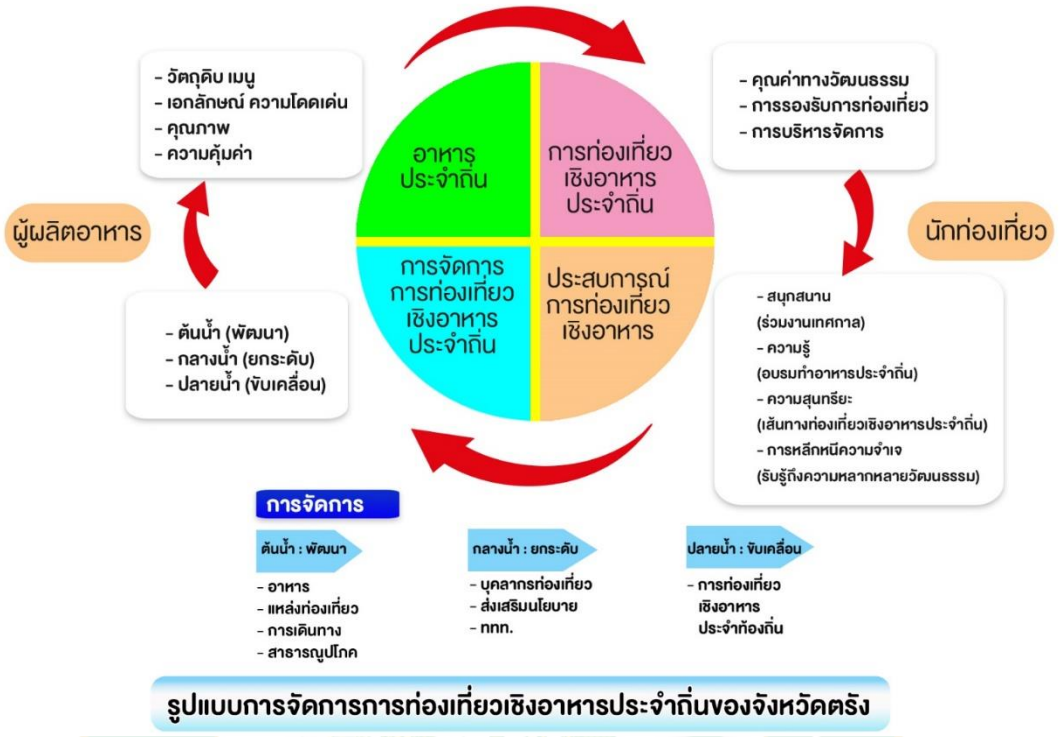
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชื่อมโยงกับร้านอาหาร เมนูอาหารเพื่อรองรับผู้มาเยือน ด้านการเดินทาง คมนาคม พัฒนาระบบขนส่งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวของจังหวัดตรัง พัฒนาระบบข้อมูลการคมนาคมขนส่ง ตารางเวลาเดินทาง ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ที่มีประสิทธิภาพ นำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเดินทางเพื่อเป็นมาตรฐานด้าน คมนาคม ขนส่ง ด้านระบบสาธารณูปโภค การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ป้ายบอกทาง ที่จอดรถ ห้องน้ำ ถนน ไฟจราจร ไฟท้องถนน การชุดข้อมูลด้านสิ่งอำนวยสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเข้าถึง บริการรถเช่า บริการนำเที่ยว บริการที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว ให้แก่ผู้มาเยือนที่ครอบคลุมและทันสมัย

การจัดการกลางน้ำ การพัฒนาบุคลากรด้านทักษะ อาชีพ เป็นการยกระดับองค์ความรู้ สมรรถนะ ความสามารถในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ให้กับคนในชุมชน สมาคมผู้ประกอบการ เครือข่านด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจร้านอาหาร จัดอบรมด้านวิทยาการอาหารในสายอาชีพ การส่งเสริมสนับสนุนแนวคิดการท่องเที่ยวภายใต้ชีวิตวิถีใหม่ ภายใต้ local food local fresh local to global local experiences @Trang ของ ททท สำนักงานตรัง การจัดทำกิจกรรมหลักสูตรอบรมอาหารประจำถิ่นระยะสั้น และสร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมภาครัฐ / ผู้ประกอบการ / ชุมชน ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกัน

การจัดการปลายน้ำ จังหวัดตรังให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหาร (อาหารประจำถิ่น) ขับเคลื่อนด้วยโครงการหรือกิจกรรม การส่งเสริมการรับรู้ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การสร้างการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านประสบการณ์สู่ความยั่งยืน

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่สร้างประสบการณ์ที่เกิดความสุข สนุกสนานได้รับความรู้ หลีกหนีความจำเจกับการใช้ชีวิตประจำวัน ถือว่าเป็นจุดหมายปลายของการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่ผ่านประสบการณ์ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ เข้าใจในวิถีความเป็นตรัง เกิดความทรงจำและสร้างความประทับใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำอีก นอกจากนี้ยังสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น ชุมชนเกิดการหวงแหน อนุรักษ์วิถีชีวิต อาหารท้องถิ่นและตระหนักถึงคุณค่าของสังคม และวัฒนธรรมจึงเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่ยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของจังหวัดตรังได้ ทั้งนี้สอดคล้องกับ มิติของประสบการณ์ที่เป็นจุดสุดยอด (the peak touristic experience) นั้นคือประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว และ/หรือเข้าร่วมในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น

การที่นักท่องเที่ยวได้เพื่อนใหม่ซึ่งเป็นคนในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งประสบการณ์นี้สามารถตอบสนองแรงจูงใจที่ต้องการได้ มีปฏิสัมพันธ์และผูกมิตรกับคนในชุมชนท้องถิ่น (Quan and Wang, 2004)



ภาพที่ 8 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ครั้งนี้ผู้วิจัยได้แยกประเด็นการอภิปราย ดังต่อไปนี้

1. บริบทการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ความสำคัญของเมืองพหุวัฒนธรรมคือความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ ศาสนา การยอมรับทางสังคมที่แสดงออกมาเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ วิถีชีวิต และอาหาร โดยมีความเชื่อในการรักษาความเป็นอัตลักษณ์ของตนเองจากการสืบทอดทางวัฒนธรรมดั่งเดิมที่สั่งสมกันมาเป็นระยะเวลานาน มีความภาคภูมิใจกับวัฒนธรรม (ชนาธิป ศรีโท และคณะ, 2563; พิพัฒน์ จรัสเพ็ชร, 2564) ซึ่งสอดคล้องกับผลของการวิจัยนี้ เนื่องจากบริบทอาหารของจังหวัดตรัง มีเมนูอาหารทั้งประเภทอาหารไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ซึ่งใช้วัตถุดิบและการทำเครื่องปรุงรส น้ำส้มเจืองใช้ในร้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดตรัง ถือได้ว่าบริบทอาหารประจำถิ่นเป็นการแสดงออกถึง

ตัวตน ความต่างและความโดดเด่นของอาหารที่สร้างแรงจูงใจและส่งผลให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงอาหารเพิ่มมากขึ้น

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง จำแนกลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ใช้บริการร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงระหว่าง 21-40 ปี มีสัดส่วนอยู่ในกลุ่มช่วงวัยเจเนอเรชันวาย (Gen-Y) (อภิชา อินสุวรรณ และคณะ, 2561) ทั้งนี้เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีความพร้อมอยากออกเดินทาง สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยและการประเมินโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยววันธรรมดา ประจำปี 2559 อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยของคนไทยในกลุ่มของเจเนอเรชั่นวาย เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเฉพาะภาคใต้มีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวสูงที่สุด ในขณะเดียวกันนี้ ผลสำรวจของอโกด้าได้สำรวจเทรนด์การท่องเที่ยววิถีใหม่มองการท่องเที่ยวภายในประเทศไว้ว่ากลุ่มคนช่วงวัยเจเนอเรชั่นวาย (Gen Y) มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 49 ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารมากที่สุดคือช่วงเย็น ทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่สามารถใช้เวลาร่วมกันกับกลุ่มเพื่อนในการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันพร้อมกับมื้ออาหารอย่างมีความสุข สอดคล้องกับ Mak et al. (2012) อธิบายไว้ว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการรับประทานอาหารร่วมกันจะเกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมใหม่และเสริมสร้างความผูกพันทางสังคม และเป็นแรงจูงใจพื้นฐานการบริโภคอาหารเกิดความสุขครอบคลุมแรงจูงใจที่จะแสวงหาความสุขจากประสบการณ์อาหารและรวมถึงการดึงดูดทางประสาทสัมผัสและการร่วมกัน เมนูอาหารประจำถิ่นที่ชื่นชอบของผู้ใช้บริการร้านอาหารมากที่สุด เป็นหมูย่าง ติ่มซำ และแกงส้ม เนื่องจากเป็นอาหารท้องถิ่นและมีรสชาติความเป็นเอกลักษณ์และเป็นวิถีชีวิตประจำวันของคนจังหวัดตรังสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) อธิบายไว้ว่าอาหารแต่ละท้องถิ่นสะท้อนถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต อาชีพ ประวัติศาสตร์ การประพิธีกรรมทางศาสนาและชุมชนสามารถนำอาหารท้องถิ่นเป็นสินค้าและบริการสำหรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เจริญชัย เอกมาไพศาล และคณะ (2562) ที่ว่าปัจจัยด้านเลือกรับประทานอาหารและความโดดเด่นของอาหารในประเทศไทย ด้านรสชาติหลากหลายและความพิถีพิถันช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้อาหารได้

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมรวมรวมไปถึงวิถีชีวิต ความเป็นเอกลักษณ์ มรดกทางวัฒนธรรม มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม บุญลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา (2557) ได้นำมาใช้เป็นองค์ประกอบศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ 1) ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ

2) ศักยภาพด้านการรองรับ 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังมีศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน เนื่องจากมุมมองของนักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน จังหวัดตรังเป็นที่รู้จักและขึ้นชื่อของอาหาร หมูย่าง ติ่มซำ และยังเป็นอาหารที่นักท่องเที่ยวโหยหาเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวในตรัง นอกจากนี้หมูย่างเป็นสินค้าตัวบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดตรัง ซึ่งถือว่าเป็นเมืองแห่งมรดกภูมิปัญญาทางด้านอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เจริญชัย เอกมาไพศาล และคณะ (2562) ได้ศึกษา ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยผ่านมุมมองจากผู้ให้บริการ อธิบายไว้ว่า อาหารหนึ่งจานรวบรวมเรื่องราวมรดกภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหาร ล้วนแต่เป็นการสร้างสรรค์ความดื่มด่ำให้เกิดการลิ้มรสอาหาร ทำให้เกิดคุณค่าของเรื่องราวของอาหารแต่ละจานที่โดดเด่นและเป็นที่จดจำ

ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรังมีความพร้อมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารประจำถิ่นตรังที่เป็นเอกลักษณ์ และสามารถส่งเสริม อนุรักษ์วัฒนธรรมด้านทรัพยากรธรรมชาติของจังหวัดตรังความอุดมสมบูรณ์มีความหลากกหลายของที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาตรฐาน ด้านบุคลากร พนักงานบริการเอาใจใส่ความสะอาดปลอดภัยสวมใส่หน้ากากอนามัย เจ้าบ้านมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น สอดคล้องกับผลวิจัยของ วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์ และไพฑูรย์ มนต์พานทอง (2561) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการมาตรฐานอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีบริบทคล้ายกับจังหวัดตรัง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังด้านบุคลากรมากที่สุด และในมุมมองของผู้วิจัยเห็นว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรังมีจุดแข็งหรือมีสิ่งดึงดูดใจในมิติของทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทรัพยากร ธรรมชาติ และทรัพยากรมนุษย์ และเล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่สามารถสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ที่ดีในสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา (2561) อธิบายไว้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการแสวงหาความเป็นเอกลักษณ์แต่ละท้องถิ่น ประสบการณ์ความแปลกใหม่ ซึ่งทำให้คนในท้องถิ่นเกิดความตระหนักเห็นคุณค่าและเกิดการเรียนรู้ในการอนุรักษ์ทรัพยากร นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ได้อีกด้วย เพราะฉะนั้นมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมที่มีการท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สังคมและ สิ่งแวดล้อมได้ (กมลวรรณ เหล่ายัง, 2562; จิราภรณ์ พรหมเทพ และดุษฎี ช่วยสุข, 2565)

ศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น การบริหารจัดการร้านอาหารจะให้ความสำคัญแก่ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและการรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ประกอบการมีความตระหนัก ใส่ใจในด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการร่วมกันในการประชาสัมพันธ์ให้เกิดการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งนี้

สอดคล้องกับญาดา ชอบทำดี (2560) ได้อธิบายผลการศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกไว้ว่า การกำหนดมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม จะช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นมีเอกลักษณ์ น่าเที่ยวชม สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และเกิดความ ยั่งยืนในอนาคต รวมถึงลักษณะของการท่องเที่ยววัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคือการให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและชุมชนในพื้นที่ เพื่อนำไปสู่จิตสำนึกที่ดีและแนวทางปฏิบัติในการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามการบริการห้องน้ำที่สะอาดและปลอดภัย ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.85) การบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการเพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{\mathbf{X}}$ = 3.86) มีค่าเฉลี่ยต่ำ ทั้งนี้เนื่องจากขาดปัจจัยพื้นฐานระบบสาธารณูปโภค เพื่อการท่องเที่ยวที่ยังไม่ทั่วถึง สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดตรัง พ.ศ. 2661–2564 (2562) อธิบายว่า ประเด็นด้านเศรษฐกิจในปัญหาความต้องการในเชิงพื้นที่ของอำเภอปะเหลียนคือการท่องเที่ยวขาดการบริหารจัดการที่ดี ได้แก่ การจัดระบบและวางแผนงานยังไม่ ชัดเจน การปรับปรุงภูมิทัศน์ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว การบริการนักท่องเที่ยวและความปลอดภัยในพื้นที่ยังมีน้อย ในขณะเดียวกันในแผนพัฒนาฯฉบับนี้ได้มีการแก้ไขปัญหาเหล่านี้โดยมีแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในทุกอำเภอของจังหวัดตรังภายในปี พ.ศ. 2565

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอาหารก็จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมและขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่นมีศักยภาพในการพัฒนาท่องเที่ยวทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน แก้ปัญหาด้านการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ คุณภาพชีวิตของคนในสังคมที่ดีขึ้น และปัญหาความยากจนแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างยั่งยืน (Yilmaz and Aktaş, 2015; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560; ศุภวรรณ หมั่นดี, 2558; สุประภา สมนักพงษ์, 2560) โดยเฉพาะจังหวัดตรังเป็นจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรองที่มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เด่นชัดทางอาหาร และเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ศักยภาพด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง การรองรับการท่องเที่ยวถือว่ามีสำคัญในการตัดสินใจในการเดินทางมายังจุดหมายปลายทางและเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาเมื่อพิจารณาสามารถแสดงให้เห็นว่า ศักยภาพในการรองรับการบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพออยู่ในระดับมาก ($\bar{\mathbf{X}}$ =3.71) ทั้งนี้เป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำที่สุดของศักยภาพการท่องเที่ยวอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เนื่องจากในช่วงฤดูการท่องเที่ยวรถเช่าอาจมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ เช่นเดียวกันกับบทสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านอาหารประเภทไทย – จีน (2564, สัมภาษณ์) ที่ได้อธิบายว่า กลุ่มลูกค้าที่เข้ามารับประทานอาหารไม่สามารถหารถหารถเช่าในเมืองตรังได้เนื่องจากมีไม่เพียงพอซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องรับบทบาทในการนำเที่ยวให้แก่ลูกค้า ด้านการรองรับการบริการ

อินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด ($\bar{X}$ = 3.79) เป็นค่าเฉลี่ยที่ต่ำรองลงมา จึงได้เล็งเห็นว่าพื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่งขาดการอินเตอร์เน็ตซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยของผู้ใช้บริการในการขอความช่วยเหลือเหตุฉุกเฉินได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาภาคใต้กลุ่มอันดามันของ สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน 2565 ได้อธิบายว่า จังหวัดตรังปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวและในชุมชนยังมีน้อยและมีแผนในการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การปรับปรุงถนนสายหลัก รวมถึงการเป็นเมืองสมาร์ทซิตี้ในอนาคต ดังนั้นระบบโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยการต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย

3. ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ความต้องการประสบการณ์ด้านความสนุกสนานบันเทิง ในการเข้าร่วมเทศกาลงานอาหาร การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง มาก ความต้องการประสบการณ์ความสุนทรียะ ในการแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง 3 แบบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง และการร่วมรับประทานอาหารกับคนในท้องถิ่น ความต้องการประสบการณ์การเรียนรู้ ในการอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้าน และมาก ความต้องการประสบการณ์เพื่อการหลีกหนีความจำเจ โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ เมื่อผู้ใช้บริการได้สัมผัสประสบการณ์ผ่านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยว ผ่านการลิ้มลอง การเยี่ยมชม การฝึกทำอาหารหรือทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหารทำให้ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและประสบการณ์ใหม่ตามที่ตนเองต้องการ สอดคล้องกับ นิมิต ซุ้นสั้น และอุมาภรณ์ สมกาย (2564) อธิบายไว้ว่า ประสบการณ์จะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ เรื่องราวที่น่าจดจำ บรรยากาศ วัฒนธรรม พัฒนาทักษะและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ อีกทั้งประสบการณ์จะทำให้นักท่องเที่ยวแนะนำจุดหมายปลายทางแห่งนั้นสูงขึ้นด้วย สอดคล้องกับเคทินและบิลจิเฮน กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวต้องทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงบรรยากาศ เรื่องที่น่าจดจำ การมีปฏิสัมพันธ์การบริการ วัฒนธรรม และความท้าทาย ในขณะเดียวกัน Luoh et al. (2020) กล่าวไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการพัฒนาทักษะและความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะช่วยเพิ่มประสบการณ์ของอาหารท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยวได้ดีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นความต้องการประสบการณ์ทั้ง 4 มิตินี้ จึงแสดงออกถึงความต้องการประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน แต่สามารถผสมผสานกันทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นให้เป็นจุดหมายปลายทางมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นและทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุด อีกทั้งทำให้เกิดการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้ ทั้งนี้การคาดการณ์ความต้องการประสบการณ์ของสถาบัน Oxford

Economics ซึ่งคาดการณ์ไว้ว่า ในปีพ.ศ. 2568 อัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการซื้อ “ประสบการณ์” จาก การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ เรียนรู้ สัมผัส และได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีมากกว่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ได้รับสินค้ากลับไป เช่น การท่องเที่ยวเพื่อการจับจ่ายใช้สอย (shopping tourism) ถึงกว่า ร้อยละ 55 โดยประมาณ (ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 – 2564), 2561), (ชมพูนุท ภาณุภาส และคณะ, 2564)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังเป็นการท่องเที่ยวสอดคล้องตามบริบทเอกลักษณ์อาหารเมืองตรัง ดังนั้นจึงเสนอแนะให้หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรม ขับเคลื่อนรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริง โดยนำผลการวิจัยไปใช้ในด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของแต่ละพื้นที่ที่มีคุณภาพและยังยืนและสามารถแข่งขันขีดความสามารถการท่องเที่ยวเมืองรองในระดับชาติ

1.2 จากผลการศึกษาพบว่า ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นได้มี ทั้ง 4 ด้านได้แก่ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ประสบการณ์การเรียนรู้ ประสบการณ์ความมีสุนทรียะ และประสบการณ์ต้องการหลีกหนีความจำเจในระดับมากต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น จึงขอเสนอให้หน่วยงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง เล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์อันเป็นความทรงจำที่ดีติดแก่นักท่องเที่ยว วางแผนให้เกิดโครงการดังกล่าว ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย

1.3 จากผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพด้านการองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีค่าคะแนนที่ต่ำที่สุด ในระบบรถสาธารณะขาดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ขาดป้ายบอกทางที่ชัดเจน การบริการรถเช่าที่ไม่เพียงพอ การช่วยเหลือข้อมูลนักท่องเที่ยวในวันหยุดยาว และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการวางระบบการบริหารจัดการที่ดี ดังนั้นผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล กรมทางหลวง ธุรกิจท่องเที่ยว ขนส่งจังหวัดมีส่วนร่วมวางนโยบาย แผนการบำรุงรักษา ระบบการขนส่ง ระบบความปลอดภัย รองรับ

อินเตอร์เน็ตในแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ที่เหมาะสมให้กับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

2.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นที่มีประสิทธิภาพได้ควรมีส่วนร่วมในการจัดการกันไปในทิศทางเดียวกันแบบองคาพยพ ดังนั้นจึงเสนอแนะให้หน่วยงานทางภาครัฐควรทำคลังข้อมูลอาหารประจำถิ่น การจัดการข้อมูล (big data) ที่ครอบคลุมถึงเมนูอาหาร วัตถุดิบ ประวัติความเป็นมา เอกลักษณ์อาหารที่เป็นอาหารพหุวัฒนธรรมของตรัง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการค้นคว้า เป็นประโยชน์ในประยุกต์กับนักวิชาการ ครู อาจารย์ ชุมชน ผู้ประกอบการร้านอาหาร หน่วยงานด้านการศึกษา อาทิสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาตรัง ควรเสริมสร้างความรู้พหุวัฒนธรรมอาหารตรัง มหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรด้านการท่องเที่ยว และหลักสูตรอาหารควรพัฒนาหลักสูตรอาหารท้องถิ่นระยะสั้นสำหรับประชาชนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานตรังเผยแพร่ควรมีข้อมูลเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ 2 ภาษา ให้แก่มัคคุเทศก์และนักท่องเที่ยว เพื่อเล็งเห็นถึงมรดกคุณค่าอาหารท้องถิ่น การอนุรักษ์และหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่น เผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของจังหวัด และที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวด้านอาหาร และปราชญ์อาหารท้องถิ่น ร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ของจังหวัดตรังสู่ความยั่งยืนและเหมาะสมต่อไปในอนาคต

2.2 จากงานวิจัยนี้เสนอให้ภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านอาหาร และสมาคมการท่องเที่ยวและโรงแรมมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่เน้นประสบการณ์ที่ดีแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวคุณภาพและความปลอดภัย โดยเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ไว้ให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่ในการตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ และให้ลูกค้าเลือกทำได้ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยวหาดเจ้าไหม หาดหยงหลิง วิถีชุมชนพื้นบ้าน ซื้ออาหารทะเลสดให้คนในชุมชนหรือร้านอาหารปรุงให้ทาน

2.3 จากงานวิจัยนี้เสนอให้ ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน กำนันและตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรส่งเสริมทางการเกษตร การประมงปลูกผักท้องถิ่นในชุมชนมาเป็นวัตถุดิบอาหาร ต่อยอดสู่การทำการตลาดกับร้านอาหารประจำถิ่นได้โดยตรง อีกทั้งควรควบคุมคุณภาพ ความปลอดภัย และความต้องการของร้านอาหารเป็นสำคัญ

2.4 จากงานวิจัยนี้เสนอให้ ประชาชนท้องถิ่นควรมีความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น การช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม เทศกาลประเพณี หวงเหนภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น อีกทั้งสามารถการแสดงออกถึงอัธยาศัยดีและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรยกระดับ พัฒนาอาหารชุมชนประเภทอาหารทะเลชายฝั่งที่มีอัตลักษณ์ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบท้องถิ่นธรรมชาติ

3.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาและต่อยอดร้านอาหารประจำถิ่นสู่มาตรฐานอาหารสากลตามมาตรฐานของมิชลินไกด์ เพื่อส่งเสริมความสะอาด ปลอดภัยในร้านอาหารและสามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มที่ชื่นชอบการทานอาหารประเภทนี้ได้

3.3 การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการตลาดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสองกลุ่มทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นจุดหมายปลายทางของจังหวัดตรัง

3.4 การวิจัยครั้งต่อไปควรทำโปรแกรมและทำการตลาดประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นสร้างประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยวอาหารของจังหวัดตรังและนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

กนกกานต์ วีระกุล, เบญจพร ดามาพงศ์, จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนา, ลฎาภา พูลโพธิ์ทอง & สมิตา มอร์เตโร. 2556. **รายงานวิจัย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.

กมลวรรณ เหล่ายัง. 2562. **แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดสุราษฎร์ธานี**. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

กรมการท่องเที่ยว. 2559. **สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2560. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

กระทรวงวัฒนธรรม. 2565. **สุดยอด “ต้มยำกุ้ง” ติดโผ 20 ซุบดีที่สุดในโลก ประจำปี 2522**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.dailynews.co.th/news/1022739/ (15 กันยายน 2565).

กฤษณ์ จุฬามณี. 2564. **การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองประเวศฝั่งเหนือกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. 2556. **นวัตกรรมและเทคโนโลยีเทคนิคศึกษา**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผลิตตำราเรียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. 2559. **แผนยุทธศาสตร์การค้ากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพ: สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์.

กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม. 2564. **ติดอาวุธการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารพุ่งแรงในยุคดิจิทัล ทะยานไกลในยุคหลังโควิด**. กรุงเทพฯ: กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม.

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร. 2560. **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 4**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.thansettakij.com/content/77043 (15 กันยายน 2565).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2560. Foodie experience Food will keep us dive. **จุลสารวิชาการการท่องเที่ยว**, 3(2), 60-65.

เกอ ซ่ง. 2559. **คุณภาพอาหาร คุณภาพบริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพและความใส่ใจในสุขภาพที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนในกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

จตุรงค์ บุญขันธ์, อินทิรา ไพรัตน์ และ ธนะวิทย์ เพียรดี. 2562. แนวทางการส่งเสริมส่วนประสมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารของชุมชนเมืองกันตัง. น. 75-86. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562**. 29 มีนาคม 2562 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

จิรานุช โสภา, พรรณี สวนเพลง และ พรเทพ ลี่ทองอิน. 2558. **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

จิราภรณ์ พรหมเทพ และ ดุษฎี ช่วยสุข. 2565. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชุมชนอาจสามารถจังหวัดนครพนม. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**, 17(59), 30-40.

เจตนา อินยะรัตน์ และ วรรณกร พลพิชัย. 2563. **อัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชาวบ้านย่านเมืองเก่า อำเภอสิเกา จังหวัดตรัง**. ตรัง: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

เจริญชัย เอกมาไพศาล, วรวุฒิ ปัญญาภู และ วริศ เชาวนศิลป์. 2562. ภาพลักษณ์การท่องเทียวเชิงอาหารของประเทศไทยผ่านมุมมองจากผู้ให้บริการ. **วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง**, 2(3), 37-59.

ชนาธิป ศรีโท, พระไพโรจน์ อตุโล และ ประพันธ์ สหพัฒนา. 2563. ทุนทางสังคมและการกระจายอานาจสู่ท้องถิ่นเพื่อการขับเคลื่อนความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย. **วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์**, 5(1), 66 – 80.

ชมพูนุท ภาณุภาส, ปัญจพร ธนาวชิรานันท์ และ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์. 2564. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารตามอัตลักษณ์พื้นที่นครแม่สอด จังหวัดตาก. **วารสารมหาวิทยาลัยคริสเตียน**, 27(2), 46-61.

ชีวรรณ เจริญสุข. 2560. **ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) ในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาเอก. มหาวิทยาลัยศรีประทุม.

ชุติกานต์ ดำเนินสุข. 2559. **การจำแนกความแตกต่างปัจจัยด้านทัศนคติของส่วนประสมการตลาดบริการและการรับรู้คุณค่าเชิงประสบการณ์ของร้าน After You ระหว่างกลุ่ม Gen-X กับกลุ่ม Gen-Y ในกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชุลีรัตน์ จันทร์เชื้อ. 2562. **การศึกษาความเหมาะสมเพื่อพัฒนากลไกการจัดการงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นประเด็นการจัดการท่องเที่ยวชุมชนวิถีชาวนา โดยภาคีเครือข่ายภาคเหนือตอนล่าง**. กรุงเทพฯ: รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ญาดา ชอบทำดี. 2560. **รูปแบบและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกเพื่อรองรับบริบทของสังคมไทยแลนด์ 4.0**. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาเอก. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐธิดา สุวรรณโณ และ สุวิทย์ สุวรรณโณ. 2555. **โมบายล์แอพพลิเคชั่นระบบสืบค้นและเรียนรู้อัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นใต้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์**. สงขลา: คณะการจัดการสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ตรังโซนดอทคอม. 2551. **ข้อมูลจังหวัดตรัง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.trangzone.com/index.php (18 กุมภาพันธ์ 2563).

โตมร สุขปรีชา. 2560. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร : ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. **วารสารวิชาการฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 24(1), 103 - 116.

ทัศนีย์ ลิ้มสุวรรณ, อรสา ปานขาว และ วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ. 2548. **การพัฒนาศักยภาพของอาหารไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทิพวัลย์ รามรง. 2564. ศักยภาพอาหารท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกัน **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์**, 47(2), 59 - 74.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.

ธนินทร์ สังขดวง และ จิระนาถ รุ่งช่วง. 2562. ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารเช้าท้องถิ่นทีสืบทอดจากวัฒนธรรมเปอรานากันของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง. **วารสารวิชาการ มทร.สุวรรณภูมิ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**, 4(1), 81-92.

นพรัตน์ ทรงสายชลชัย, ผกามาศ ชัยรัตน์ และ ชมพูนุช จิตติถาวร. 2565. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุทัยธานี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ**, 14(1), 115 – 131.

นริศา คำแก่น, กนกกานต์ วีระกุล และ เบญจพร ดามาพงศ์. 2556. **แผนงานวิจัยยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร: รายงานฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

นันทิยา ตันตราสืบ. 2561. **รูปแบบการท่องเที่ยวอาหารพื้นถิ่นเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่**. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาเอก. มหาวิทยาลัยพะเยา.

นิมิต ชุ้นสั้น และ อุมาภรณ์ สมกาย. 2564. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อการแบ่งปันประสบการณ์: การศึกษาตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับ. **จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์**, 43(3)(169), 40-43.

บัณฑิต อเนกพูนสุข. 2560. Food on the move. **จุลสารวิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**, 30(1), 8-19.

บุญชม ศรีสะอาด. 2545. **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. กรุงเทพฯ: สุวิริยาสาส์น.

บุญยสฤษฏ์ อเนกสุข. 2557. **ยล เยี่ยม เยือน เหย้า : แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

บุญเรียง ขจรศิลป์. 2549. **สถิติวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 9. นนทบุรี: โรงพิมพ์พีเอส. พริ้นท์.

บุญลิศ จิตตั้งวัฒนา และ เพ็ญศิริ ศรีคำภา. 2557. **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เบญจพร ดามาพงศ์, จันทร์จนา ศิริพันธ์วัฒนา, ลฎาภา พูลโพธิ์ทอง และ สมิตา มอร์เตโร. 2556. **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. 2561. บทความวิชาการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของประเทศไทย. **สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี**, 24(1), 103-116.

ปรเมษฐ์ หันถา. 2562. **กลยุทธ์การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษา : ทุเรียนหลงลับแล ทุเรียนหลินลับแล อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พรรณี สวนเพลง และ จิรานุช โสภา. 2561. **การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสวยดุสิต.

พรรณี สวนเพลง และคณะ. 2559. การท่องเที่ยวเชิงอาหาร. **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว**, 4(2), 38-45.

พลอยชมพู วัฒนจิโรจน์กุล และคณะ. 2562. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรัง กรณีศึกษา ขนมเค้กเมืองตรัง. ใน **การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 8 ประจำปี 2562**. 29 มีนาคม 2562 ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง.

พิพัฒน์ จรัสเพ็ชร. 2564. พหุวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ : อิทธิพลที่มีต่อเรือนพื้นถิ่นในภาคเหนือของไทย. **วารสารพัฒนศิลป์วิชาการ**, 5(2), 96-115.

พิมพ์เพ็ญ พรเฉลิมพงศ์ และ นิธิยา รัตบาปนนท์. 2556. **คุณภาพอาหาร**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http//foodnetworksolution.com/wiki/word/3022/food-quality (15 กันยายน 2565).

ภัทรพร พันธุรี. 2558. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย. **วารสารเทคโนโลยีภาคใต้**, 8(2), 27-38.

ภาณุวัต ภักดีอักษร. 2555. ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. **วารสารวิทยาการจัดการ**, 29(7), 129 - 146.

ภูริ ชุณห์ขจร. 2560. ยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 11(พิเศษ), 321 - 332.

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2562. **งานวิจัย "ศักยภาพอาหารท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น : กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยมหิดล. 2565. **แนวโน้มธุรกิจท่องเที่ยวใหม่รับยุค "นีโอ ทัวริสซึ่ม"**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://marketeeronline.co/archives/235813 (15 กันยายน 2565).

ไมตรี อินเตรียะ. 2560. ทุนทางสังคม. **วารสารนาคบุตรปริทรรศน์**, 9(2), 14-25.

รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์. 2558. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วิภา ศรีระทุ. 2551. **ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**. สารนิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วิมลรัตน์ บุญศรีรัตน์ และ ไพฑูรย์ มนต์พานทอง. 2561. **แนวทางในการพัฒนาอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต**. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศรีสมร คงพันธุ์. 2561. **อาหารขึ้นทะเบียน : มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ**. กรุงเทพฯ: ส.ส.ส.ส.

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. 2561. องค์ประกอบการท่องเที่ยวและช่องทางการสื่อสารภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอนาคต กรณีศึกษาจังหวัดพิษณุโลก. **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)**, 11(1), 79 - 98.

ศุภวรรณ หมั่นดี. 2558. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับการส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย**, 10(34), 13-22.

ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน. 2565. **SDG Vocab การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.sdgmove.com/2021/07/31/sdg-vocab-41-sustainable-tourism/ (20 กันยายน 2565).

สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ. 2560. **ข้อมูลท่องเที่ยว**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.adt.or.th/ (22 ธันวาคม 2565).

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง. 2557ก. **จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมดของจังหวัดตรัง ปี พ.ศ. 2561**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://trang.mots.go.th/graph_views.php?graph_id=17 (1 มกราคม 2565).

_____. 2557ข. **ของดีประจำจังหวัด**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://trang.mots.go.th/more_news.php?cid=12 (9 สิงหาคม 2563).

สำนักงานจังหวัดตรัง. 2565. **ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดตรัง 2564 กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานตรัง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://ww2.trang.go.th/files/com_news_devpro1/2021-04_31cf1c2d3822032.pdf (1 มกราคม 2565).

สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน. 2561. **แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) 2561 - 2564**. ภูเก็ต: สำนักงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน.

สุประภา สมนักพงษ์. 2560. แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. วารสาร **Veridian E-Journal, Silapakorn University**, 10(3), 2055-2067.

สุพจน์ ชุณหโชติอนันต์ และ ธิตา อ่อนอินทร. 2560. **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการ "สำรวจสถานะของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทประเทศไทย และทางเลือกมาตรการ ทางเศรษฐศาสตร์สังคม และกฎหมาย" เป้าหมายที่ 12**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2559ก. **Gastronomy Tourism ท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. กรุงเทพฯ: โคคูน แอนด์ โค จำกัด

_____. 2559ข. **ท่องเที่ยวเชิงอาหาร**. กรุงเทพฯ: บริษัท โคคูน แอนด์โค.

อภิชา อินสุวรรณ, ณัฐหรินทร์ แพทยานนท์, ฐิติพร ฐิติจำเริญพร และ ปนัดดา เดชวงศ์ญา. 2561. การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละช่วงวัยบนพื้นฐานของ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และไทยแลนด์ 4.0 โมเดล. **วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ**, 28(2), 21 - 39.

อรุณศรี ลีจีรจาเนียร. 2559. **รายงานการวิจัย การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหารในภูมิภาคภาคตะวันตก**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อารยา องค์เอี่ยม และ พงศ์ธารา วิจิตเวชไพศาล. 2561. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย. **วิสัญญีสาร**, 44(1), 36-42.

Andersson, T. D. 2007. The Tourist in the Experience Economy. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, 7(1), 46-58.

Andersson, T. D., Mossberg, L. & Therkelsen, A. 2017. Food and tourism synergies: perspectives on consumption, production and destination development. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, 17(1), 1-8.

Atikahambar, Y., Zainal, A., Rahayu, M. & Mokhtar, R. 2018. Quality of Food and Tourists' Satisfaction of Penang Delicacies in Predicting Tourists' Revisit Intention. **International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences**, 8(12), 1606-1618.

Berlyne, D. E. 1971. **Aesthetics and psychobiology**. East Norwalk, CT, US: Appleton-Century-Crofts.

Best, J. W. 1981. **Research in Education**. New Jersey: Prentice – Hall.

Cohen, J. & Cohen, P. 1983. **Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Cole, S. T. & Scott, D. 2004. Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 16(1), 79-90.

Cronbach, L. J. 1974. **Essential of Psychological Testing**. New York: Harper & Row.

Ellis, R. A., Han, F. & Pardo, A. 2018. Measuring engagement in the university student experience of learning: Ecological considerations of how students learn in blended environments. pp. 129–152. In R. Ellis & P. Goodyear (Eds.), **Spaces of teaching and learning: Integrating perspectives on research and practice**. New York: Springer.

Gheorghe, G., Tudorache, P. & Nistoreanu, P. 2014. Gastronomic Tourism, A New Trend for Contemporary Tourism?? **Cactus Tourism Journal**, 9(1), 12-21.

Hall, C. M. & Mitchell, R. 2005. Gastronomic tourism**:** Comparing food and wine

tourism experiences. In M. Novelli (Ed.), **Niche tourism: Contemporary issues, trends and cases**. Oxford, United Kingdom: Butterworth-Heinemann.

Hall, C. M., Mitchelll, R., Sharples, L., Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N. & Cambourne, B. 2003. **Food tourism around the world: Development, management and markets**. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Hart-Robertson, M., Smith, M. & MacLeod, N. 2012. **Key Concepts in Tourist Studies**. New York: SAGE Publications Ltd.

Holbrook, M. B. & Corfman, K. P. 1985. Quality & Value in the Consumption Experience: Phaedrus Rides Again. pp. 31-57. In J. Jacoby & J. C. Olson (Eds.), **Perceived Quality: How Consumers View Stores & Merchandise, Lexington Books, Lexington**. California: Sage Publications.

Horng, J.-S. & Tsai, C.-T. 2010. Government websites for promoting East Asian culinary tourism: Across-nation analysis. **Tourism Management**, 31(1), 74-85.

Huizinga, D., Loeber, R. & Thornberry, T. 1995. The Prevention of Serious Delinquency and Violence. In J. C. Howell, B. Krisberg, H. J.D. & J. J. Wilson (Eds.), **Sourcebook on Serious, Chronic, & Violent Offenders**. Thousand Oaks: Sage.

Kim, J. & Fesenmaier, D. 2017. Sharing Tourism Experiences: The Posttrip Experience. **Journal of Travel Research**, 56(1), 28-40.

Kim, S. & Lee, J. 2013. Is satisfaction enough to ensure reciprocity with upscale restaurants? The role of gratitude relative to satisfaction. **International Journal of Hospitality Management**, 33(1), 118–128.

Knobloch, U., Robertson, K. & Aitken, R. 2014. (Mis) Understanding the Nature of Tourist Experiences. **Tourism Analysis**, 19(5), 599-608.

Leejeerajumnean, A. 2016. **Developmant of travelling for gastronomic tourism in western region of Thailand**. Bangkok: The Thailand research fund.

Lemon, K. N. & Verhoef, P. C. 2016. Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey. **Journal of Marketing**, 80(6), 69-96.

Luoh, H.-F., Tsaur, S.-H. & Lo, P.-C. 2020. Cooking for fun: The sources of fun in cooking learning tourism. **Journal of Destination Marketing & Management**, 17, 100442.

Mak, A. H., Lumbers, M., Eves, A. & Chang, R. C. 2012. Factors influencing tourist food consumption. **International Journal of Hospitality Management**, 31(3), 928-936.

Mak, A. H. N., Lumbers, M. & Eves, A. 2012. Globalisation and food consumption in tourism. **Annals of Tourism Research**, 39(1), 171-196.

Maslow, A. H. 1987. **Motivation and personality, 3rd ed**. New York, NY, US: Harper & Row Publishers.

Mehul Krishna Kumar, G. 2019. Gastronomic tourism— A way of supplementing tourism in the Andaman & Nicobar Islands. **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 16, 100139.

Middleton, V. T. C. 1994. **Marketing in travel and tourism**. 2nd ed. Oxford: ButterworthHeinemann.

Moon, H. G. 2018. Tourist experience quality and loyalty to an island destination: the moderating impact of destination image. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 36(8), 1-17.

Nurhidayati Sri Endah. 2015. Tourism / Tourism Development, Vocational Faculty, Airlangga K University, Surabaya, Indonesia. **Society Culture and Politics**, 28(1), 1-10.

Oh, H., Fiore, A. M. & Jeoung, M. 2007. Measuring experience economy concepts: Tourism applications. **Journal of travel research**, 46(2), 119-132.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. 1998. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, 76(4), 97-105.

Pine, J. & Gilmore, J. 1999. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business School Press.

Quan, S. & Wang, N. 2004. Towards a structural moel of the tourist experience. **Tourism Management**, 25, 297-305.

Schmitt, B. 1999. Experiential Marketing. **Journal of Marketing Management**, 15(1-3), 53-67.

Sheth, J., Newman, B. & Gross, B. 1991. Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. **Journal of Business Research**, 22, 159-170.

Simson, N. 2019. **The Experience Economy is for every business**. [Online]. Available https://naomisimson.com/the-experience-economy (11 June 2021).

Song, H., Zmyslinski-Seelig, A., Kim, J., Drent, A., Victor, A., Omori, K. & Allen, M. 2014. Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. **Computers in Human Behavior**, 36(1), 446-452.

Sormaz, U., Akmese, H., Gunes, E. & Aras, S. 2016. Gastronomy in tourism. **Procedia Economics and Finance**, 39, 725-730.

Sulek, J. M. & Hensley, R. L. 2004. The Relative Importance of Food, Atmosphere, and Fairness of Wait:The Case of a Full-service Restaurant. **Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly**, 45(3), 235-247.

TAT Review Magazine. 2017. **Foodie Experience**. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.

Tourism Western Australia. 2009. **Type of Tourism Business :Five A's of Tourism** Available http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf

Unger, L. S. & Kernan, J. B. 1983. On the Meaning of Leisure: An Investigation of Some Determinants of the Subjective Experience. **Journal of Consumer Research**, 9(4), 381-392.

Uriely, N., Yonay, Y. & Simchai, D. 2002. Backpacking Experiences: A Type and Form Analysis. **Annals of Tourism Research**, 29(2), 520-538.

Volo, S. 2009. Conceptualizing experience: A tourist based approach. **Journal of Hospitality Marketing & Management**, 18(2), 111-126.

Woodruff, R. B. 1997. Customer Value: The Next Source of Competitive Advantage. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 25(1), 139-153.

World Tourism Organization (WTO). 2016. **Sustainable Tourism Development**. USA: World Tourism Organization.

World Tourism Organization [UNWTO]. 2005. **Sustainable development of tourism**. [Online]. Available http://sdt.unwto.org/en/content/about-us-d (2 August 2022).

Wu, H.-C., Li, M. Y. & Li, T. 2014. A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 42(1), 26-73.

Yamane, T. 1973. **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. Newyork: Harper and Row Publication.

Yilmaz, A. & Aktaş, G. 2015. The Reflections of the Recent Global Economic Crisis on the Turkish Tourism Sector: The Sample of Fairy Chimneys Area (Cappadocia). **Hospitality, Travel and Tourism: Concepts, Methodologies, Tools and Applications**, 3, 934 - 944.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ฉบับที่

แบบสอบถาม

ศักยภาพและความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

Potential and Needs of Local Food Tourism Experiences of Trang Province

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นและศึกษาประสบการณ์การท่องเที่ยวจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง” ซึ่งมีทั้งหมด 4 ตอน จำนวน 10 หน้า ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตอนที่ 2 ระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 ระดับความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นอื่น ๆ

3. แบบสอบถามนี้เหมาะสำหรับผู้ใช้บริการรับประทานอาหารในจังหวัดตรัง ข้อมูลที่ได้นำมาเพื่อการศึกษาวิจัยเท่านั้น นำเสนอผลการวิเคราะห์และอภิปรายผลในภาพรวม คำตอบของท่านจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ โดยไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบแบบสอบถามบุคคลใดบุคคลหนึ่งแต่ประการใด จึงขอความร่วมมือจากท่านกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง และหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี

ขอบพระคุณอย่างสูง

นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล ย

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริง หรือตรงกับข้อคิดเห็นของท่านมากที่สุดโดยให้ครบถ้วน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง)

1. **เพศ**

   ❑ 1) ชาย ❑ 2) หญิง

2. **สถานภาพ**

   ❑ 1) โสด ❑ 2) สมรส ❑ 3) หย่าร้าง ❑ 4) หม้าย

3. **ศาสนา**

   ❑1) พุทธ ❑ 2) อิสลาม ❑ 3) คริสต์ ❑ 4) อื่น ๆ.....

4. **อายุ**

   ❑ 1) อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ❑ 2) 21 -40 ปี

   ❑ 3) 41 - 60 ปี ❑ 4) อายุ 61 ปีขึ้นไป

5. **ระดับการศึกษา**

   ❑ 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี ❑ 2) ระดับปริญญาตรี ❑ 3) ระดับปริญญาโทขึ้นไป

6. **รายได้ต่อเดือน**

   ❑ 1) ไม่เกิน 10,000 บาท ❑ 2) 10,001 – 30,000 บาท

   ❑ 3) 30,001 – 60,000 บาท ❑ 4) 60,001 บาทขึ้นไป

7. **อาชีพ**

   ❑ 1) นักเรียน/นักศึกษา ❑ 2) รับราชการ/พนง.รัฐ ❑ 3) พนักงานเอกชน

   ❑ 4) ธุรกิจส่วนตัว ❑ 5) อื่น ๆ (ว่างงาน/แม่บ้าน)

8. **ภูมิลำเนา**

   ❑ 1) จังหวัดตรัง ❑ 2) ต่างจังหวัด

<u>ข้อมูลทั่วไปด้านการเดินทางไปรับประทานอาหารประจำถิ่น</u>

9. **จำนวนคนร่วมเดินทางมารับประทานอาหารประจำถิ่น(โดยประมาณ)**..... คน
10. **การเดินทางเป็นลักษณะ** ❑คนเดียว ❑คู่รัก ❑กลุ่มเพื่อน ❑กลุ่มญาติ ❑อื่น ๆ.....
11. **ความถี่ที่ไปทานร้านอาหารประจำถิ่น โปรดระบุ** เฉลี่ยจำนวน.....ครั้ง/เดือน
12. **ช่วงเวลาที่รับประทานอาหารประจำถิ่น** ❑เช้า ❑กลางวัน ❑เย็น ❑ทุกช่วงเวลา
13. **เมนูอาหารประจำถิ่นที่ท่านชื่นชอบ** เมนู.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

คำสำคัญ : *อาหารประจำถิ่นตรัง* เป็นอาหารที่มีรับประทานเฉพาะพื้นที่ ในจังหวัดตรัง เป็นที่นิยมของคนท้องถิ่น ทั้งรสชาติ ความสดใหม่ และกระบวนการทำอาหารที่มีลักษณ์เฉพาะ ที่อาจหารับประทานที่อื่นได้ยาก อาหารประจำถิ่นตรัง มี 3 ประเภท ประกอบด้วย อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเลพื้นที่ชายฝั่ง โดยอาหาร แต่ละประเภทบ่งบอกถึงเรื่องราวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น แบ่งสภาพพื้นที่ตามภูมิศาสตร์ อีกทั้งอาหารประจำถิ่นมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ 2 รุ่นขึ้นไป ที่เป็นอาหารแบบดั้งเดิมหรือมีการดัดแปลงผสมผสานการปรุงอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งมีบริการอาหารตามร้านอาหารท้องถิ่นและร้านอาหารของฝาก

เกณฑ์คะแนนศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น

5	หมายถึง	มีระดับศักยภาพมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับศักยภาพมาก
3	หมายถึง	มีระดับศักยภาพปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับศักยภาพน้อย
1	หมายถึง	มีระดับศักยภาพน้อยที่สุด

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ☑ ในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น					
คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม					
1. อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์					
2. อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง					
3. ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร					
4. ความรู้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรัง					
5. ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้					
6. อาหารประจำถิ่นมีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน					
7. อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น					
8. อาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง					
ศักยภาพทางกายภาพ (การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว)					
1. ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น					
2. เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร					
3. การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล					
4. ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง					
5. สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่					
6. การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ					

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ศักยภาพทางกายภาพ (ความปลอดภัยการท่องเที่ยว)					
1. การประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้การเอาตัวรอดเมื่อประสบภัย					
2. การติดป้ายเตือนภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
3. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ ทางทะเลมีความปลอดภัย					
4. ประสิทธิภาพด้านการจัดการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
5. การจัดการระบบเตือนภัยทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว					
6. การจัดการด้านการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา สินค้าและบริการ ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน					
ศักยภาพทางกายภาพ (ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว)					
1. ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว					
2. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว					
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น					
4. อาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจผู้รับประทานที่จะศึกษาเรียนรู้ และทดลองทำอาหาร					
5. ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเล ที่ดึงดูดใจ					
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ย					

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น					
1. การบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ (เช่น รถรับจ้างสาธารณะ) อย่างเ					
2. การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ					
3. การรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด					
4.การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา เทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร					
5. ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น					
6. หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา ตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น					
7. ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว					
8. ภาคสมาคมธุรกิจอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว					
9. ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการ					
10. จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว					

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น					
1. ร้านอาหารประจำถิ่นให้ความสำคัญและตระหนักถึง ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร					
2. พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้าตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”					
3. การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ และการขอความร่วมมือลงทะเบียนแอปพริเคชั่นไทยชนะ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”					
4. การเตรียม ภาชนะ/อ่างล้างมือไว้สำหรับผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”					
5. การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”					
6. การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”					
7. การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น					
8. การเอาใจใส่ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น					
9. การแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนจังหวัดตรัง					
10.. วัตถุดิบอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่น					
11..การบริการที่จอดรถที่เพียงพอของร้านอาหารประจำถิ่น					

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับศักยภาพ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
12. การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย					
13. การบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการ					
14. การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว					
15. การรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและภาชนะในแหล่งท่องเที่ยว/งานแสดงสินค้าและอาหาร					
16. การรณรงค์เพื่อใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ถุงพลาสติกชีวภาพ (ไม่ใช่ถุงพลาสติก) ที่สามารถย่อยสลายเองได้					
17. การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารประจำถิ่นควบคู่กับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก					
18. การท่องเที่ยวเชิงอาหาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น					
19. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน					
20. การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน					

ตอนที่ 3 ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

เกณฑ์ค่าคะแนนความต้องการดังนี้

5	หมายถึง	มีระดับความต้องการมากที่สุด
4	หมายถึง	มีระดับความต้องการมาก
3	หมายถึง	มีระดับความต้องการปานกลาง
2	หมายถึง	มีระดับความต้องการน้อย
1	หมายถึง	มีระดับความต้องการน้อยที่สุด

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับความต้องการด้านประสบการณ์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความสนุกสนาน (Entertainment)					
1. การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
2. การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
3. การร่วมชิม ช็อป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน					
4. การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย เป็นต้น					
5. การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิตทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก เป็นต้น					
6. การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่นมีความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน					

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับความต้องการด้านประสบการณ์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความรู้ / การเรียนรู้ (Education)					
1. การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี					
2. การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี					
3. การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่นทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี					
4. การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี					
5. การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้นทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี					
6. การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี					
ความต้องการประสบการณ์ ด้านความสุนทรียะ (Esthetics)					
1. การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น					
2. การรังสรรค์ ตกแต่งหัวจานในเมนูอาหารประจำถิ่นอย่างสวยงามทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี					

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับความต้องการด้านประสบการณ์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทานทำให้รู้สึกมีความสุขและได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น เกาะสุกร เกาะลิบง เกาะมุกด์ เป็นต้น					
4. การใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุขและได้รับประสบการณ์ที่ดี					
5. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี					
6. การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี					
ความต้องการประสบการณ์ ด้านการหลีกหนีความวุ่นวาย (Escape)					
1. การได้มีส่วนร่วมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง					
2. การนั่งรถตุ๊ก ๆ หัวกบเพื่อไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี					
3. การท่องเที่ยวทัวร์อาหารโดยมีไกด์ท้องถิ่น ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี					

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ระดับความต้องการด้านประสบการณ์				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ ทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี					
5. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทางอาหารทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี					
6. การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี					
7. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างของอาหารที่คุ้นเคย					
8. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา					

ตอนที่ 4 โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นในพื้นที่จังหวัดตรัง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณอย่างสูง

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

Management Model of Local Food Tourism in Trang Province

แบบสัมภาษณ์นี้เป็นการศึกษางานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นตรังจากผู้ที่มีความรู้ประสบการณ์และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อมูลอาหารประจำถิ่น จัดทำขึ้นสำหรับใช้ในการศึกษาและจัดทำดุษฎีนิพนธ์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สำหรับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ จะถูกใช้ในทางการศึกษาเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะนำไปผ่านการประมวล วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปออกมาเป็นภาพรวม เพื่อนำเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรังต่อไป

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ตามความเป็นจริงและให้คำตอบที่ครบถ้วนตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล นักวิจัย

สามารถติดต่อผู้วิจัย ผ่านช่องทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ e-mail: nuchsingto@gmail.com หรือช่องทางไลน์ Line: QR code หรือทางโทรศัพท์ +66954305199

คำชี้แจงข้อมูลเพิ่มเติม

การศึกษาเรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาบริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง เพื่อวิเคราะห์ความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ผู้วิจัยคาดว่างานวิจัยชิ้นนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรัง ทั้ง ทางด้านวิชาการ ด้านพื้นที่ และมีประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติงาน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์สอบถามถึงข้อมูลที่สำคัญอย่างครบถ้วน และขออธิบายคำสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเข้าใจและชัดเจนต่องานวิจัยชิ้นนี้ได้ดียิ่งขึ้น

อาหารประจำถิ่นตรัง เป็นอาหารที่มีรับประทานเฉพาะพื้นที่ เป็นที่นิยมของคนท้องถิ่น และหาทานที่อื่นได้ยาก ซึ่งมีอาหารประเภทไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารพื้นที่ชายฝั่งทะเล โดยอาหารแต่ละประเภทบ่งบอกถึงเรื่องราวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น แบ่งสภาพพื้นที่ตามภูมิศาสตร์ อีกทั้งอาหารประจำถิ่นมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาอาหารจากรุ่นสู่รุ่นตั้งแต่ 2 รุ่นขึ้นไป ที่เป็นอาหารแบบดั้งเดิมหรือมีการดัดแปลงผสมผสานการปรุงอาหารที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งมีบริการอาหารตามร้านอาหารท้องถิ่นและร้านอาหารของฝาก

บริบทอาหารประจำถิ่น เป็นเมนูอาหารที่อยู่ในท้องถิ่น ประกอบด้วย เมนูอาหารประจำถิ่นและวัตถุดิบท้องถิ่น ความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่น คุณภาพอาหารของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย ความคุ้มค่าในการเลือกซื้ออาหารประจำถิ่น และผลกระทบของอาหารประจำถิ่น

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น หมายถึง การศึกษาข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิด้านบริบทอาหารประจำถิ่น ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น โดยมีการบูรณาการสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของทุกภาคส่วน ของกลุ่มภาคเอกชนด้านอาหาร ด้านท่องเที่ยว กลุ่มภาครัฐด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการที่หมาะสมกับพื้นที่จังหวัดตรัง เพื่อเสนอและปรับใช้ให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมฐานรากอย่างเป็นรูปธรรมของจังหวัดตรัง

แบบสัมภาษณ์มีทั้งหมด 4 หน้า 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ตอนที่ 2 บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ และตอบคำถามตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

○ หน่วยงานภาครัฐ ○ ภาคเอกชนร้านอาหาร ○ เอกชนภาคด้านท่องเที่ยว

ชื่อหน่วยงาน/ร้าน/บริษัท.....

ตำแหน่ง/ความเชี่ยวชาญ.....

ชื่อ นาย/นาง/นางสาว.....นามสกุล.....

สัมภาษณ์ วัน.....เดือน.....ปี พ.ศ.....

ตอนที่ 2 บริบทอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ประเด็นเมนูอาหารประจำถิ่นและวัตถุดิบท้องถิ่น

1. เมนูอาหารประจำถิ่น

1.1 เมนูอาหารประจำถิ่นที่เป็นที่นิยมของจังหวัดตรังมีอะไรบ้าง กรุณาเรียงตามลำดับ

เมนูอาหารไทย-จีน	**เมนูอาหารพื้นถิ่นใต้**	**เมนูอาหารทะเล พท. ชายฝั่ง**
1.	1.	1.
2.	2.	2.
3.	3.	3.
4.	4.	4.
5.	5.	5.

a. วัตถุดิบที่นำมาปรุงอาหารประจำถิ่นในแต่ละเมนู ประกอบด้วยอะไรบ้าง

วัตถุดิบท้องถิ่น เครื่องเทศหลัก เครื่องปรุงหลัก

ประเด็นด้านความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของอาหารประจำถิ่น

2. อาหารประจำถิ่นมีความโดดเด่น เอกลักษณ์ อย่างไร (อาหาร/วัฒนธรรม)

ประเด็นด้านคุณภาพอาหารของมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย

3. ทางร้านอาหารมีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย อย่างไรบ้าง (ด้านผู้ประกอบการ / ผู้ให้บริการ) อย่างไร (ขั้นตอน/ใบรับรองมาตรฐาน SHA)

ประเด็นด้านความคุ้มค่าในการเลือกซื้ออาหารประจำถิ่น

4. อาหารประจำถิ่นตรังมีความคุ้มค่าแก่ผู้รับบริการในการเลือกซื้ออาหารประจำถิ่น

- ❑ ด้านราคา อย่างไร_____
- ❑ ด้านคุณภาพ อย่างไร _____
- ❑ ด้านการตัดสินใจซื้อเลือก อย่างไร_____

5. อาหารประจำถิ่นมีความโดดเด่น เอกลักษณ์ อย่างไร อย่างไร (รสชาติ รูปลักษณ์/คุณภาพอาหาร/ราคา)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ ด้านศักยภาพของอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง สามารถนำบูรณาการร่วมเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (คิดเห็นอย่างไร)

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล
   ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย
   สาขาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
   มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. อาจารย์ ดร.นันทิยา ตันตราสืบ
   ภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
   มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
4. อาจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล
   สาขาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้
5. อาจารย์ ดร.อภิญญา สุพิชญ์
   ภาควิชาธุรกิจท่องเที่ยวและการบิน คณะอุตสาหกรรมบริการ
   มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

ที่ อว ๖๙.๙.๑.๑/๕๘

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล

สิ่งที่ส่งด้วย แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสุญาพร ล้อตระกูล รหัส ๖๑๐๙๕๐๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ขอความอนุเคราะห์ท่านตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามให้นักศึกษาดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะประการใดกรุณาแจ้งให้นักศึกษาทราบตามหมายเลขโทรศัพท์ ๐๖๙ ๕๔๓๐ ๕๑๙๙ Email : nuchsingto@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๕๑
โทรสาร. ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๖๖

ที่ อว ๖๙.๙.๑.๑/๕๗

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถาม

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติกา สายณะรัตร์ชัย

สิ่งที่ส่งด้วย แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส ๖๑๐๙๕๐๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ขอความอนุเคราะห์ท่านตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามให้นักศึกษาดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะประการใดกรุณาแจ้งให้นักศึกษาทราบตามหมายเลขโทรศัพท์ ๐๖๙ ๕๔๓๐ ๕๑๙๙ Email : nuchsingto@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๕๑
โทรสาร. ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๖๖

ที่ อว ๖๙.๙.๑.๑/๕๙

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ ดร.นันทิยา ตันตราสืบ

สิ่งที่ส่งด้วย แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส ๖๑๐๙๕๐๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ขอความอนุเคราะห์ท่านตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามให้นักศึกษาดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะประการใดกรุณาแจ้งให้นักศึกษาทราบตามหมายเลขโทรศัพท์ ๐๖๙ ๕๔๓๐ ๕๑๙๙ Email : nuchsingto@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๕๑
โทรสาร. ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๖๖

ที่ อว ๖๙.๙.๑.๑/๕๖

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล

สิ่งที่ส่งด้วย แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส ๖๑๐๙๕๐๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ขอความอนุเคราะห์ท่านตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามให้นักศึกษาดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะประการใดกรุณาแจ้งให้นักศึกษาทราบตามหมายเลขโทรศัพท์ ๐๖๙ ๕๔๓๐ ๕๑๙๙ Email : nuchsingto@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๕๑
โทรสาร. ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๖๖

ที่ อว ๖๙.๙.๑.๑/ ๕๕

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ตำบลหนองหาร อำเภอสันทราย
จังหวัดเชียงใหม่ ๕๐๒๙๐

๒๒ มีนาคม ๒๕๖๔

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบแบบสอบถาม

เรียน อาจารย์ ดร.อภิญญา สุพิชญ์

สิ่งที่ส่งด้วย แบบสอบถาม จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส ๖๑๐๙๕๐๑๐๐๓ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๑ ได้รับอนุมัติให้ทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินงานวิจัยเป็นไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว ขอความอนุเคราะห์ท่านตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยแบบสอบถามเพื่อหาค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องของข้อคำถามให้นักศึกษาดังกล่าว หากมีข้อเสนอแนะประการใดกรุณาแจ้งให้นักศึกษาทราบตามหมายเลขโทรศัพท์ ๐๖๙ ๕๔๓๐ ๕๑๙๙ Email : nuchsingto@gmail.com

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จะขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๕๑
โทรสาร. ๐ ๕๓๘๗ ๕๑๖๖

ภาคผนวก ง

การสนทนากลุ่ม (focus group)

ที่ อว 69.9.1.1/ว 71

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
50290

25 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

เรียน ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ตามที่ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส 6109501003 นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับอนุมัติให้จัดทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรของท่าน จะใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการทำดุษฎีนิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในวันพฤหัสบดีที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00 - 15.00 น. ประชุมแบบออนไลน์ ทั้งนี้ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ 095 430 5199 จะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
งานบริหารและธุรการ
โทร. 053 875151

ที่ อว 69.9.1.1/ว 71

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
50290

25 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

เรียน คุณคณพร จันทร์เจิดศักดิ์ ร้านอาหารตรังโคอิ

ตามที่ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส 6109501003 นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับอนุมัติให้จัดทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรของท่าน จะใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการทำดุษฎีนิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในวันพฤหัสบดีที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00 - 15.00 น. ประชุมแบบออนไลน์ ทั้งนี้ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ 095 430 5199 จะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
งานบริหารและธุรการ
โทร. 053 875151

ที่ อว 69.9.1.1/ว 71

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
50290

25 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

เรียน คุณจิระวัฒน์ วิระพรสวรรค์ ร้านอาหารกะช่องฮิลล์ เต็น รีสอร์ท

ตามที่ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส 6109501003 นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับอนุมัติให้จัดทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรของท่าน จะใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการทำดุษฎีนิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในวันพฤหัสบดีที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00 - 15.00 น. ประชุมแบบออนไลน์ ทั้งนี้ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ 095 430 5199 จะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
งานบริหารและธุรการ
โทร. 053 875151

ที่ อว 69.9.1.1/ว 71

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
50290

25 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

เรียน ประธานกรรมการบริษัท บ้านยานศล จำกัด

ตามที่ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส 6109501003 นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับอนุมัติให้จัดทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรของท่าน จะใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการทำดุษฎีนิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในวันพฤหัสบดีที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00 - 15.00 น. ประชุมแบบออนไลน์ ทั้งนี้ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ 095 430 5199 จะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
งานบริหารและธุรการ
โทร. 053 875151

ที่ อว 69.9.1.1/72

มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
50290

25 พฤษภาคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง

ตามที่ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล รหัส 6109501003 นักศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้รับอนุมัติให้จัดทำดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมี อาจารย์ ดร.มนสิชา อินทจักร เป็นประธานกรรมการผู้ควบคุมการทำดุษฎีนิพนธ์ ซึ่งขณะนี้อยู่ในขั้นตอนเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรของท่าน จะใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการทำดุษฎีนิพนธ์ของนักศึกษาดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปด้วยความเรียบร้อย คณะพัฒนาการท่องเที่ยว จึงขอความอนุเคราะห์ท่านให้ นางสาวเจตนา อินยะรัตน์ ตำแหน่งอาจารย์ เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ในวันพฤหัสบดีที่ 2 มิถุนายน 2565 เวลา 13.00 - 15.00 น. ประชุมแบบออนไลน์ ทั้งนี้ นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล หมายเลขโทรศัพท์ 095 430 5199 จะเป็นผู้ประสานงานในรายละเอียดอีกครั้ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.กีรติ ตระการศิริวานิช)
คณบดีคณะพัฒนาการท่องเที่ยว

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
งานบริหารและธุรการ
โทร. 053 875151

การสนทนากลุ่ม “รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง”
วันพฤหัสบดี ที่ 2 มิถุนายน 2565

ประเด็นคำถาม

จากผลการวิจัยควรที่จะมีรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างเหมาะสมกับบริบทตรัง อย่างไร

1. ความสามารถและความพร้อมท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นอย่างไร
2. การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นควรจะมีการบูรณาการร่วมอย่างไร
3. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นอย่างเหมาะสมกับบริบทตรัง

คำนิยามในการสร้างกระบวนการวิจัย

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น หมายถึง การศึกษาข้อมูลทั้งทุติยภูมิและปฐมภูมิด้านบริบทอาหารประจำถิ่น ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมีการบูรณาการสร้างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของทุกภาคส่วน ของกลุ่มภาคเอกชนด้านอาหาร ด้านท่องเที่ยว กลุ่มภาครัฐด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการที่หมาะสมกับพื้นที่จังหวัดตรัง เพื่อเสนอและปรับใช้ให้เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมฐานรากอย่างเป็นรูปธรรมของจังหวัดตรัง

การบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึงการขับเคลื่อนและการสร้างความร่วมมือในการสู่เป้าหมายการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง โดยมีหน่วยงานภาครัฐ เอกชน หรือกลุ่มนักวิชาการที่เชี่ยวชาญทั้งด้านอาหารประจำถิ่นและการพัฒนาการท่องเที่ยว

นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล
นักศึกษาปริญญาเอก คณะพัฒนาการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

สรุปข้อมูลสำคัญของงานวิจัย

รูปแบบการจัดการกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น ของจังหวัดตรัง

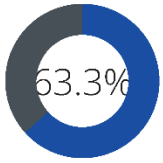
SUPPLY **DEMAND**

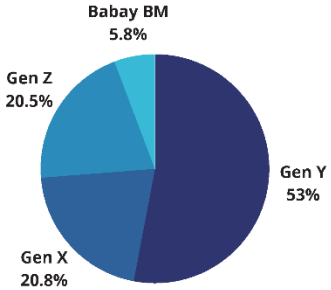
@ Trang

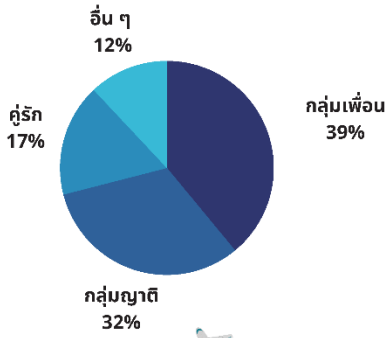
ศักยภาพการท่องเที่ยว เชิงอาหารประจำถิ่นตรัง

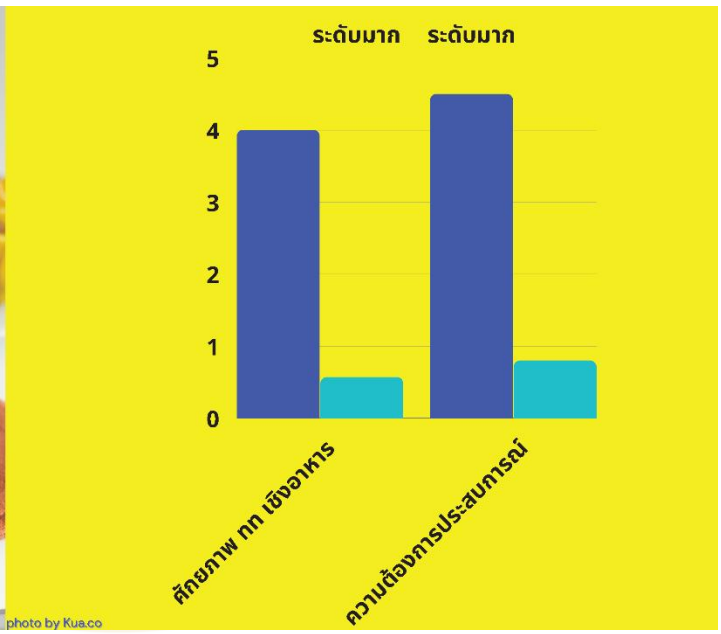
ประสบการณ์การท่องเที่ยว จากกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงอาหารประจำถิ่นตรัง

THAI-CONSUMERS









ศักยภาพ
การท่องเที่ยวเชิงอาหาร
การบริหารจัดการ
4.07
การดึงดูดใจ
4.04
การรองรับ
3.91
การบริหารจัดการ
สวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ
การดึงดูดใจ
ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยว
การรองรับ
คุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น
ความต้องการประสบการณ์
E ENTERTAINMENT (4.03)
การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน
E EDUCATION (4.05)
การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ดี
E ESTHETICS (4.03)
การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี
E ESCAPIST (4.06)
การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี

NOW ON-THE-GO

การจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผ่านประสบการณ์
จากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

Thank you for taking the time to be honored to attend the meeting.

ขอขอบคุณที่เสียสละเวลาให้เกียรติ
เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

GOOD FOOD IS FOR EVERYONE.

ภาคผนวก จ

ผลการวิเคราะห์ค่า IOC ของเครื่องมือ

สรุปค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Index of item Objective Congruence)
แบบสอบถามศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง และความต้องการประสบการณ์
การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

1. ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิง อาหารประจำถิ่น (คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม)									
1	อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์	1	1	1	1	0	4	0.80	สอดคล้อง
2	อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3	ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
4	ความรู้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรัง	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
5	ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม ประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
6.	อาหารประจำถิ่นมีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
7.	อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น	0	1	1	1	1	1	0.80	สอดคล้อง
8.	อาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง	1	1	1	0	1	4	0.80	สอดคล้อง
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว)									
9.	ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
10.	เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
11.	การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
12.	ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	1	1	1	0	1	4	0.80	สอดคล้อง
13.	สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
14.	การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (ความปลอดภัยการท่องเที่ยว)									
15.	การประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้การเอาตัวรอดเมื่อประสบภัย	0	1	1	1	0	3	0.60	สอดคล้อง
16	สัญญาณไฟจราจรในการขับขี่มีความปลอดภัย	0	1	-1	1	1	2	0.40	ไม่สอดคล้อง
17	การติดป้ายเตือนภัยในแหล่งท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
18.	การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ ทางทะเลมีความปลอดภัย	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
19.	ประสิทธิภาพด้านการจัดการศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
20.	การจัดการระบบเตือนภัยทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
21	การจัดการด้านการให้ความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว ด้านราคา สินค้าและบริการ ที่ไม่มีคุณภาพและไม่ได้มาตรฐาน	1	1	1	1	1	4	1.00	สอดคล้อง
22.	ความปลอดภัยในการขับขี่ท้องถนน	0	1	-1	1	1	2	0.40	ไม่สอดคล้อง
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว)									
23.	ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
24.	ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
25.	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
26.	อาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจผู้รับประทานที่จะศึกษา เรียนรู้ และทดลองทำอาหาร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
27.	ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเล ที่ดึงดูดใจ	1	1	1	0	1	4	0.80	สอดคล้อง
28.	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านการรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น									
29.	การบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ (เช่น รถรับจ้างสาธารณะ) อย่างเ	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
30.	การเอาใจใส่ต่อลูกค้าในร้านอาหาร	-1	1	1	1	0	2	0.40	ไม่สอดคล้อง
31.	การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
32.	การรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
33.	การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา เทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
34.	ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น	0	1	1	1	1	4	0.80	ปรับแก้ไข
35.	หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬาตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
36.	ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
37.	ภาคสมาคมธุรกิจอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุนประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
38.	ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการ	-1	1	1	1	1	3	0.60	ปรับแก้ไข
39.	จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร									
40.	ร้านอาหารประจำถิ่นให้ความสำคัญและตระหนักถึง ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
41.	พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0	1	1	1	0	3	0.60	สอดคล้อง
42.	การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ และการขอความร่วมมือลงทะเบียนแอปพริเคชั่นไทยชนะ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
43.	การเตรียม ภาชนะ/อ่างล้างมือไว้สำหรับผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0	1	0	1	1	3	0.60	สอดคล้อง
44.	การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
45	การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
46.	การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	1	1	1	0	0	3	0.60	สอดคล้อง
47.	การเอาใจใส่ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
48.	การแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนจังหวัดตรัง	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
49.	วัตถุดิบอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่น	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
50.	การบริการที่จอดรถที่เพียงพอของร้านอาหารประจำถิ่น	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
51.	การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
52.	การบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการ	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
53.	1การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
54.	การรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและภาชนะในแหล่งท่องเที่ยว/งานแสดงสินค้าและอาหาร	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
55.	การรณรงค์เพื่อใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ถุงพลาสติกชีวภาพ (ไม่ใช่ถุงพลาสติก) ที่สามารถย่อยสลายเองได้	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
56.	การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารประจำถิ่นควบคู่กับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก	0	1	1	1	1	3	0.80	สอดคล้อง

ที่	ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
57.	การท่องเที่ยวเชิงอาหาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
58.	การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน	0	1	1	0	1	3	0.60	สอดคล้อง
59.	การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

2. ด้านความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

ที่	ความต้องการด้านประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
1. ความสนุกสนาน (Entertainment)									
1.	การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2.	การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3.	การร่วมชิม ช็อป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
4.	การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
5.	การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิตทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
6.	การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่นมีความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2. ด้านความรู้ / การเรียนรู้ (Education)									
1.	การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2.	การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3.	การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่นทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
4.	การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0	1	1	1	0	3	0.60	สอดคล้อง
5.	การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้นทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ที่	ความต้องการด้านประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
6.	การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3. ด้านสุนทรียศาสตร์ (Esthetics)									
1.	การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2.	การรังสรรค์ ตกแต่งหัวจานในเมนูอาหารประจำถิ่นอย่างสวยงามทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3.	การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทานทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น เกาะสุกร เกาะลิบง เกาะมุกด์ เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
4.	การใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
5.	การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0	1	1	0	1	3	0.60	สอดคล้อง
6.	การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ที่	ความต้องการด้านประสบการณ์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	ผู้เชี่ยวชาญ					รวม	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3	4	5			
4. การหลีกหนีความจำเจ (Escape)									
1.	การได้มีส่วนร่วมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
2.	การนั่งรถตุ๊ก ๆ หัวกบเพื่อไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง
3.	การท่องเที่ยวทัวร์อาหารโดยมีไกด์ท้องถิ่น ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0	1	1	1	1	4	0.80	สอดคล้อง
4.	การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ ทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	0	1	1	1	0	3	0.60	แก้ไขปรับปรุง
5.	การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทางอาหารทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	1	1	1	1	0	4	0.80	สอดคล้อง
6.	การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0	1	1	1	0	3	0.60	แก้ไขปรับปรุง
7.	ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างของอาหารที่คุ้นเคย	1	1	1	1	0	4	0.80	สอดคล้อง
8.	ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม และศาสนา	1	1	1	1	1	5	1.00	สอดคล้อง

ภาคผนวก ฉ

ผลทดสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบบสอบถาม

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง ของจังหวัดตรัง

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (n=30) ค่าความเชื่อมั่น
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม)	
1.1 อาหารประจำถิ่นตรังมีความเป็นเอกลักษณ์	0.982
1.2. อาหารประจำถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตของคนจังหวัดตรัง	0.978
1.3 ความต่อเนื่องต่อการจัดงานเทศกาลหรือประเพณีด้านอาหาร	0.967
1.4 ความรู้จากงานเทศกาลหรือประเพณีอาหารในจังหวัดตรัง	0.971
1.5 ความเป็นมาทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่อาหารประจำถิ่นสืบค้นได้	0.960
1.6 อาหารประจำถิ่นมีการสืบทอดการทำอาหารให้รุ่นลูกหลาน	0.952
1.7 อาหารประจำถิ่นทำให้รู้สึกเข้าใจวิถีชีวิตของคนตรังมากขึ้น	0.978
1.8 อาหารประจำถิ่นส่งเสริมความงดงามทางวัฒนธรรมของตรัง	0.982
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว)	
1.9 ความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังร้านอาหารประจำถิ่น	0.968
1.10 เส้นทาง พื้นผิวจราจรราบเรียบปลอดภัยต่อการเดินทางเข้าถึงร้านอาหาร	0.978
1.11 การเดินทางเข้าถึงร้านอาหารประจำถิ่นได้ทุกฤดูกาล	0.912
1.12 ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	0.989
1.13ความชัดเจนของป้ายบอกเส้นทาง	0.978
1.14 สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่	0.968
1.15.สัญญาณไฟจราจรที่ชัดเจน ปลอดภัยต่อการขับขี่	0.982
1.16 การเดินทางเชื่อมโยงร้านอาหารประจำถิ่นเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวอื่น	0.978
1. ด้านการดึงดูดใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น (ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว)	
1.17 ความอุดมสมบูรณ์และความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.982
1.18 ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	0.978
1.19 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น พายเรือ ล่องแก่ง ดำน้ำ ปีนเขาดูจุดชมวิว สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน เป็นต้น	0.987
1.20 อาหารประจำถิ่นมีความดึงดูดใจผู้รับประทานที่จะศึกษา เรียนรู้ และทดลองทำอาหาร	0.982
1.21 ความหลากหลายของอาหารในจังหวัดตรังมีทั้ง อาหารแบบไทย-จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ อาหารทะเล ที่ดึงดูดใจ	0.960

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (n=30) ค่าความเชื่อมั่น
1.22 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สร้างการเรียนรู้ สร้างความสนุกสนาน รวมทั้งประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว	0.982
2. ด้านการรองรับด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	
2.1 การบริการขนส่งสาธารณะเพียงพอ (เช่น รถรับจ้างสาธารณะ) อย่างเ	0.982
2.2 การบริการรถเช่าของบริษัทเอกชนที่มีให้เลือกอย่างเพียงพอ	0.971
2.3 การรองรับการบริการอินเตอร์เน็ตความเร็วสูงของจังหวัด	0.965
2.4 การให้บริการศูนย์การเรียนรู้อาหารประจำถิ่นเพื่อ เรียนรู้เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา เทศกาลและวัฒนธรรมอาหาร	0.989
2.5 ผู้ใช้บริการเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของอาหารประจำถิ่นที่เพิ่มขึ้น	0.974
2.6 หน่วยงานระดับท้องถิ่นให้ความสำคัญกับอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวและกีฬา ตรัง, ททท.ตรัง พาณิชย์จังหวัด เป็นต้น	0.958
2.7 ภาคธุรกิจท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนการประชาสัมพันธ์เมนูอาหารประจำถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.987
2.8 ภาคสมาคมธุรกิจอาหารของจังหวัดตรังมีส่วนร่วมในการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์อาหารประจำถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว	0.975
2.9 ความสามารถในการรองรับพื้นที่ในร้านอาหาร ที่เพียงพอต่อความต้องการ	0.956
2.10 จังหวัดตรังมีกิจกรรมสอนทำอาหารประจำถิ่นที่สอดคล้องกับกิจกรรมทางการการท่องเที่ยว	0.968
3. ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่น	
3.1 ร้านอาหารประจำถิ่นให้ความสำคัญและตระหนักถึง ความสะอาดและความปลอดภัยของอาหาร	0.970
3.2 พนักงานผู้ให้บริการสวมใส่หน้ากากอนามัย/หน้ากากผ้า ตลอดระยะเวลาการให้บริการ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0.988
3.3 การเตรียมเครื่องวัดอุณหภูมิ เจลแอลกอฮอล์ และการขอความร่วมมือลงทะเบียนแอปพริเคชั่นไทยชนะ “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0.978
3.4 การเตรียม ภาชนะ/อ่างล้างมือไว้สำหรับผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0.976
3.5 การจัดที่นั่งทานอาหารโดยเว้นระยะห่าง “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0.978
3.6 การใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยร้านอาหารประจำถิ่นเป็นอย่างดี “ภายใต้สถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19”	0.977

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (n=30) ค่าความเชื่อมั่น
3.7 การมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	0.971
3.8 การเอาใจใส่ของพนักงานต่อผู้ใช้บริการในร้านอาหารประจำถิ่น	0.965
3.9 การแสดงออกถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของคนจังหวัดตรัง	0.976
3.10 วัตถุดิบอาหารในร้านอาหารประจำถิ่นส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่น	0.977
3.11 การบริการที่จอดรถที่เพียงพอของร้านอาหารประจำถิ่น	0.973
3.12 การบริการห้องน้ำที่สะอาด และปลอดภัย	0.970
3.13 การบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการ	0.971
3.14 การรณรงค์ใช้ถุงผ้าหรือภาชนะอื่น ๆ ทดแทนการใช้ถุงพลาสติกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	0.977
3.15 การรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและภาชนะในแหล่งท่องเที่ยว/งานแสดงสินค้าและอาหาร	0.965
3.16 การรณรงค์เพื่อใช้ภาชนะใส่อาหารที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ ถุงพลาสติกชีวภาพ (ไม่ใช่ถุงพลาสติก) ที่สามารถย่อยสลายเองได้	0.973
3.17 การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อรับประทานอาหารประจำถิ่นควบคู่กับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก	0.982
3.18 การท่องเที่ยวเชิงอาหาส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น	0.978
3.19 การท่องเที่ยวเชิงอาหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในท้องถิ่นและผู้มาเยือน	0.987
3.20 การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นแก่คนในชุมชน	0.982
ค่าคะแนนความเชื่อมั่น	0.973

2. ด้านความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (n=30) ค่าความเชื่อมั่น
ความต้องการประสบการณ์ความสนุกสนาน (Entertainment)	0.976
1. การเข้าร่วมเทศกาลงานอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	0.977
2. การชมการแสดง ดนตรี ในงานเทศกาลอาหารทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน	0.973
3. การร่วมชิม ช็อป ใช้ ที่ตลาดถนนคนเดิน ตลาดถนนรถไฟทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน	0.970
4. การชมการสาธิตวิธีการทำเมนูอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงในตรัง เช่น การทำหมูย่าง การทำแกงไก่ดำ หรือ การทำแกงไก่ตายาย เป็นต้น	0.971
5. การเข้าชมและร่วมรับประทานอาหารหรือเครื่องดื่มในฟาร์มสาธิตทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน เช่น เมล่อนฟาร์ม บ่อหินฟาร์มสเตย์ หรือ ฟาร์มผัก	0.977
6. การชมการประกวดหรือการแข่งขันการทำอาหารประจำถิ่นมีความน่าสนใจ และทำให้รู้สึกมีความสุข สนุกสนาน	0.965
ความต้องการประสบการณ์ความรู้ / การเรียนรู้ (Education)	
1. การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกมอบรมสัมมนาเชิงอาหารทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0.985
2. การเข้าร่วมงานนิทรรศการอาหารประจำถิ่นตรัง ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0.973
3. การชิม การลิ้มลอง หรือทดสอบรสชาติในเมนูอาหารประจำถิ่นทำให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์ที่ดี	0.963
4. การอบรมทำเมนูอาหารประจำถิ่นแบบง่ายเพื่อทานเองในบ้านทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0.970
5. การเรียนหลักสูตรทำอาหารประจำถิ่นระยะสั้น ทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0.961
6. การร่วมทำอาหารประจำถิ่นกับเชฟดังของจังหวัดตรังทำให้ได้รับความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดี	0.978
ความต้องการประสบการณ์ความสุนทรียะ (Esthetics)	
1. การได้รับประทานอาหารประจำถิ่นที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น หมูย่าง ติ่มซำ ปาท่องโก้ โรตี แกงไก่ตายาย เมนูปูม้า เมนูแกงไก่ดำ เป็นต้น	0.982
3. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชาวมุสลิมบนเกาะและร่วมทำอาหารทะเลท้องถิ่น เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุงและรับประทานทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี เช่น เกาะสุกร เกาะลิบง เกาะมุกด์ เป็นต้น	0.960
4. การใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนย่านเมืองเก่าในการทำอาหารแบบไทย – จีน เริ่มตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบ ปรุง และรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.982

แบบสอบถาม	ผู้ให้ข้อมูล (n=30) ค่าความเชื่อมั่น
5. การใช้ชีวิตร่วมกับวิถีชีวิตชุมชนชนบทในการทำอาหารพื้นถิ่นใต้ ตั้งแต่การเริ่มหาวัตถุดิบ การปรุง การรับประทาน ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.977
6. การได้ทำเส้นทางท่องเที่ยวชิงอาหารเพื่อแสวงหาอาหารประจำถิ่นครบทั้ง อาหารแบบไทย – จีน อาหารพื้นถิ่นใต้ และอาหารทะเล ทำให้รู้สึกมีความสุข และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.982
ความต้องการประสบการณ์การหลีกหนีความจำเจ (Escape)	
1. การได้มีส่วนร่วมในการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรัง	0.982
2. การนั่งรถตุ๊ก ๆ หัวกบเพื่อไปรับประทานอาหาร ณ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.960
3. การท่องเที่ยวทัวร์อาหารโดยมีไกด์ท้องถิ่น ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.982
4. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวธรรมชาติร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ ทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.977
5. การมีส่วนร่วมวางแผนจัดโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมทางอาหารทำให้รู้สึกได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.973
6. การเดินทางในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยร่วมกับร้านอาหารเด็ด ๆ ในพื้นที่ทำให้รู้สึกมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว และได้รับประสบการณ์ที่ดี	0.970
7. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นตรังรู้สึกสร้างความแตกต่างของอาหารที่คุ้นเคย	0.971
8. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำถิ่นรับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศาสนา	0.977
ค่าความเชื่อมั่น	0.973

ภาคผนวก ช

รายชื่อร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัดตรัง

รายชื่อร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัด แบ่งตามประเภทอาหาร รวมทั้งหมด 86 ร้าน						
พื้นที่อำเภอ	**ไทย - จีน**		**พื้นถิ่นใต้**		**อาหารทะเลชายฝั่ง**	
กันตัง	1	กันตังติ่มซำ			1	ครัวลำพู
	2	เฮงเฮง แต้เตี้ยม			2	ภูตรัง
					3	ราดหน้าโกเกี้ย
					4	ริมน้ำ (กันตัง)
					5	ล่อคุ้ง
					6	หาดยาว ซีฟู้ด
					7	ใหญ่เชยซีฟู้ด
					8	แหลมหยงสตาร์ ซีไซด์
					9	โกเกี้ย
นาโยง			1	ร้านเรือนสุมาลี		
			2.	ไร่มีตาลตะวัน		
			3.	กะช่อง ฮิวล์ รีสอร์ท คาเฟ่ & บริสโต		
			4.	ริมธารชุมุท่งแลเขา		
			5.	ครัวโกสี		
			6.	หมี่โกกัง		
			7.	ร้านอาหารนายขาว		
ปะเหลียน			1	แหลมหยงสตาร์ซีไซด์		
			2	ร้านอาหารฮานีส		
เมืองตรัง	1	ร้านนักร้อง	1	เกาะลิบง	1	โกชัย ปลาเผา
	2	กาแฟบ้านสวน	2	ขนมจีนคุณปุ้ม	2	ปูนิ่ม
	3	ร้านสวนจันทร์	3	ขนมจีนเจ๊หยิ้ง	3	ปูม้าปาร์ตี้ ซีฟู้ด
	4	โกช้อยขาหมู	4	ข้าวแกงโกหลาย		
	5	โกยาว ภัตตาคาร	5	ครัวคุณก้อย		
	6	โกวอน	6	ครัวท่องนาท่าม		
	7	ข้าวต้มพุ้ย	7	ครัวทับเที่ยง		
	8	ข้าวหมูแดงโกช้อย	8	ครัวปักษ์ใต้รีแลกซ์การ์เด้น		
	9	สินโอชา	9	ครัวป้าจิตร		
	10	ตรังโคอิ	10	ครัวเพื่อนเพ		
	11	ตรังหมูย่าง	11	บ้านสัมพันธ์		
	12	เตอรัง ติ่มซำ	12	ทางเลือก		
	13	ธง บะกุ๊ดเต๋	13	บัลโคนี่		

รายชื่อร้านอาหารประจำถิ่นของจังหวัด แบ่งตามประเภทอาหาร รวมทั้งหมด 86 ร้าน						
พื้นที่อำเภอ	**ไทย - จีน**		**พื้นถิ่นใต้**		**อาหารทะเลชายฝั่ง**	
	14	บ้านบัวบก	14	บ้านสวนสุดาพร		
	15	พงษ์โอชา 1-3	15	เปรี้ยวปาก		
	16	พรานเบ็ด ติ่มซำ สาขา 1-2	16	ร้านเกาะลิบง สาขารักษ์จันทน		
	17	ฟ้าใสติ่มซำกุ้งสด	17	มันตรา		
	18	ภาสินี สาขา 1	18	ร้านครัวตรัง		
	19	มีดีติ่มซำ	19	ร้านสุวิมล		
	20	รสเยี่ยม	20	ริชชี่		
	21	ขาวโอชา	21	ร้านสวนรุ่งมณฑา		
	22	ร้านเจ๊นก ติ่มซำ	22	เรือนผู้การ		
	23	เรือนไทย ติ่มซำ	23	ร้านครัวตรัง		
	24	เลตรัง 2	24	สวนเส ณ เฮฮา		
	25	วังชา	25	สีฟ้าไลฟ์สไตล์		
ย่านตาขาว			1	เจ๊เอ่ง	1	ท่าไคล ซีฟู้ด
			2	กะตังค์		
สิเกา					1	เกาะปูเกาะปลา
					2	ครัวทรายทอง
					3	ครูคิด
					4	ปากเมง ซีฟู้ด
					5	แมกไม้
					6	ยกยอ
					7	ร้านอาหารเลตรัง
					8	ร้านอาหารสวนสน
					9	อลีน่า ซีฟู้ด
					10	อันดามัน ซีฟู้ด
ห้วยยอด	1	จีนดำ	1	บ้านสวนรุ่งมณฑา		
	2	หม่านเซ่งหลุ่ง	2	เรือนผู้การ		
จังหวัดตรัง รวม 86 ร้าน	รวม 29 ร้าน		รวม 34 ร้าน		รวม 23 ร้าน	

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง (2557ข) และสำนักงานจังหวัดตรัง (2565)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวสุญาพร ส้อตระกูล	
เกิดเมื่อ	29 มิถุนายน 2525	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546	ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
	พ.ศ. 2552	Diploma of International Travel & Tourism Amadeus Course Crown Institute, Auckland New Zealand
	พ.ศ. 2554	วิทยาศาสตมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์การกีฬา แขนงการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2556	อาจารย์สาขาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ศูนย์ภูเก็ต
	พ.ศ. 2557-2560	อาจารย์พิเศษ สาขาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ศูนย์นอกที่ตั้งตรัง
	พ.ศ. 2557-ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง