

แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร
กรณีศึกษาชุมชนชนนาบนาท อำเภอกาบัง จังหวัดนครศรีธรรมราช
**Guidelines to Promoting Local Cuisine for Gastronomic Tourism:
Case study of Khanab Nak Community, Pak Phanang District,
Nakhon Si Thammarat Province**

ปวิธ ตันสกุล
Pavit Tansakul

สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
222 ตำบลไทยบุรี อำเภอกาบัง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80160
Tourism and Hospitality Industry Department, School of Management, Walailak University
222 Thaiburi, Thasala, Nakhon Si Thammarat, 80160
E-mail: tpavit@gmail.com

Received: September 20,2019; Revised: November 7,2019; Accepted: November 11,2019

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจวัตถุดิบพื้นถิ่นที่ใช้ในการประกอบอาหาร 2) เพื่อศึกษาอาหารพื้นถิ่นและนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารชุมชน และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนชนนาบนาท อำเภอกาบัง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากชาวบ้านในชุมชนชนนาบนาทและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยวิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และมีการค้นคว้าวิจัยจากเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยหลักการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation)

การศึกษาค้นพบว่าชุมชนชนนาบนาทมีศักยภาพด้านอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่น มีความพร้อมที่จะส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยว เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากมีภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมด้านอาหารที่สืบทอดกันมาเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นจาก อาทิ น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก และด้วยความหลากหลายของระบบนิเวศชุมชนทำให้มีวัตถุดิบที่โดดเด่นในการประกอบอาหารนอกเหนือจากต้นจากอีกมากมาย การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการเสนอแนวคิด การอนุรักษ์ การฟื้นฟู เผยแพร่ และการสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมถึงการสร้างกิจกรรมใหม่ ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามายังพื้นที่ชุมชนชนนาบนาท เพื่อใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไป

คำสำคัญ: อาหารพื้นถิ่น แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนชนนาบนาท

Abstract

The objectives of this research were 1) to explore the local raw ingredients used for cooking 2) to study local food and to lead to the creation of community food identity and 3) to give recommendations for promotion and development of Gastronomic tourism for Khanab Nak community, Pak Phanang district, Nakhon Si Thammarat province. The qualitative research was used to examines the accuracy of the data using the triangulation principle. The primary data were collected from the residences in the area's local villagers, community leaders and local government organizations, using participatory observation methods, in-depth interviews and focus group discussion. Furthermore, secondary data were examined by researching documents, texts, articles, and related research.



The study found that Khanab Nak Community has potential of local food identity and is ready to promote for tourism in the area. By using creative economy concepts to create a tourism which called gastronomic tourism. Due to unique local wisdom and food culture that inherited into a uniqueness. Also the processed products derived from Nipa palm plants such Nipa palm sugar and Nipa plam veinegar with a variety from the ecosystems making it an outstanding raw ingredients for cooking, aside from many other sources. According to the study, the researcher has propose the guidelines for promoting gastronomic tourism by proposing the concept for conservative, rehabilitation, dissemination and creation of added value. The approches including establishing new activities for tourists in Khanab Nak community to be used to promote tourism in the form of gastronomic tourism

Keywords: Local Cuisine, Promoting Local Cuisine, Gastronomic Tourism, Kanab Nak Community

Paper type: Research

1. บทนำ

การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบัน และแนวโน้มของการท่องเที่ยวที่มีผู้เดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ก่อให้เกิดการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศนั้นๆ ประเทศไทยได้มีการผลักดันให้มีการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในลำดับต้นๆ (Tourism Authority of Thailand, 2018)

แต่เดิมการท่องเที่ยวเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (mass tourism) แต่ด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้สะดวกมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่มีโลกทัศน์มากขึ้นมีทางเลือกในการเดินทางเพิ่มขึ้นและมีความต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แปลกใหม่เฉพาะตัวจึงเกิดขึ้น (Robinson & Heitmann, 2011)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เติบโตอย่างรวดเร็วในทศวรรษที่ผ่านมาซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของผู้บริโภคและนักท่องเที่ยว ที่มีความต้องการพัฒนาศักยภาพที่ยึดติดกับเครือข่ายความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ดนตรี ศิลปะมรดก งานฝีมือ วัฒนธรรมอาหาร จึงสามารถมองได้ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Richards & Marques, 2012)

การท่องเที่ยวอาหาร (Food tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้อาหาร (Gastronomic tourism) เกิดขึ้นในช่วง พ.ศ. 2500-2510 นับเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกอีกประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจจากนานาชาติ แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวนมากต่างใช้อาหารพื้นถิ่นเป็นเครื่องมือส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (Long, 2004) นอกจากนี้อาหารพื้นถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองและการสืบทอดต่อกันมานานนับร้อยปี มีความสำคัญต่อวิถีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน (Thongoupragarn, 2018) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการนำเสนอเอกลักษณ์และวัฒนธรรม

ตามจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งกระตุ้นความสนใจที่จะให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเป็นครั้งแรกเกิดความประทับใจในรสชาติของอาหารและอยากที่จะกลับมาเยือนอีกครั้งในต่อไป ดังนั้นหากประเทศไทยส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยอาหารไทยท้องถิ่นก็จะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรุกในอีกด้านหนึ่ง (Chimbanrai & Wongsarot, 2016)

กิจกรรมที่มีความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีหลากหลายรูปแบบ โดยทั่วไปครอบคลุมการรับประทานอาหารตามร้านอาหาร การร่วมสังเกตการณ์ การเรียนรู้กรรมวิธีการปรุงจากแหล่งผลิตวัตถุดิบ หรือการสัมผัส (Boniface, 2003; Fox, 2007; Hall, 2003; Telfer, 1996) อาหารถือเป็นวิธีที่สำคัญในการเข้าถึงวัฒนธรรมของชนชาติต่างๆ และยังสามารถแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเน้นความสำคัญของอาหารและการท่องเที่ยว (Rand, Health, & Alberts, 2003) วัฒนธรรมอาหารแต่ละพื้นที่ล้วนมีลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะ เกิดจากความสามารถของคนในชุมชนที่ปรับตัวและดัดแปลงธรรมชาติแวดล้อมรอบตัว จนเกิดการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ความสามารถในการเข้าถึงวัตถุดิบและทรัพยากรอาหาร ภูมิปัญญาการผลิต ทั้งหมดเป็นกระบวนการเชื่อมโยงกัน ซึ่งบ่งบอกถึงความชาญฉลาดของมนุษย์ทั้งเชิงความคิดสร้างสรรค์ การประยุกต์และปรับใช้ เป็นประสบการณ์ของชุมชนผ่านการขัดเกลาสั่งสมสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นจนเป็นวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น สะท้อนบ่งบอกถึงการดำเนินชีวิต บริบทสังคม ภูมิปัญญา ปรากฏให้เห็นเป็นเรื่องราวการกินอยู่ ความเชื่อเรื่องอาหาร พฤติกรรมการบริโภค ตลอดจนสุขภาพของคนในชุมชน (Hall, Shaples, Mitchell, Macionis, & Cambourne, 2003) นอกจากนี้อาหารไทยได้รับการยกย่องเป็นอาหารที่มีความโดดเด่น เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งอาหารที่มีความสมบูรณ์มีทรัพยากรทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหารได้หลากหลายชนิด อาทิ ข้าว สมุนไพรไทย และเครื่องเทศ นอกจากนี้อาหารไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในตัวของรสชาติ กรรมวิธีการประกอบอาหารที่หลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค จึงทำให้อาหารไทยเป็นอาหารที่มี

เอกลักษณ์ชัดเจนแตกต่างไปจากอาหารของชาติอื่นๆ (Richards, 2012)

ชุมชนบ้านขนานนากเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอปากพนัง มีความหลากหลายทางระบบนิเวศ เนื่องจากฝั่งตะวันออกติดทะเล อ่าวไทย มีแม่น้ำลำคลองไหลผ่านหลายสาย อีกทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารที่สืบทอดกันมาเป็นเอกลักษณ์ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นจากรูปแบบต่างๆ เช่น น้ำตาลจากน้ำส้มจาก เป็นต้น และด้วยความหลากหลายของระบบนิเวศชุมชน ทำให้มีวัตถุดิบที่โดดเด่นในการประกอบอาหาร นอกเหนือจากต้นจากรูปแบบมากมาย อาทิ พืชผักสวนครัวที่มีเฉพาะถิ่น ที่เมื่อนำมาประกอบอาหารแล้วเกิดความลงตัวและสะท้อนวิถีชีวิตของชาวชุมชนขนานนากได้อย่างมีเรื่องราวที่น่าสนใจ

จากแนวโน้มข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นโอกาสที่สามารถพัฒนาพื้นที่ชุมชนขนานนากให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีอาหารเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สอดคล้องความต้องการของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจเฉพาะ (Special Interest Tourism) ซึ่งกำลังที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและมีแนวโน้มมากยิ่งขึ้นในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

- 2.1. เพื่อสำรวจวัตถุดิบท้องถิ่นที่ใช้สำหรับประกอบอาหาร
- 2.2. เพื่อศึกษาอาหารพื้นถิ่นและนำไปสู่การสร้างสรรค์อาหารชุมชนขนานนาก
- 2.3. สร้างแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนขนานนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาเรื่องได้มีการทบทวนวรรณกรรมแนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาชุมชนขนานนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตลอดจนเอกสารต่างๆ ประกอบดังนี้

อาหารท้องถิ่น

อาหารท้องถิ่น คือ อาหารที่คนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทานสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ลักษณะอาหารประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น ทั้งจำพวกพืชและสัตว์ นำมาประกอบอาหารด้วยกรรมวิธีต่างๆ ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในธรรมชาติ โดยการลองผิดลองถูกและทำซ้ำๆ ในสิ่งที่พอใจถ่ายทอดสู่ลูกหลานสืบทอดกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน จึงทำให้

วัตถุดิบอาหารของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปด้วย (International Culinary Tourism Association, 2006) นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นสามารถเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยว สามารถเป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราว การดำเนินชีวิต เอกลักษณ์ที่สืบทอดกันมา เช่น การเกษตร ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ซึ่งอาหารแต่ละท้องถิ่นสามารถแสดงถึงความแท้ (Authenticity) ของตัวเองหากมีการเชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยวแล้ว อาหารถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย (Designated Areas for Sustainable Tourism, 2016)

ปัจจัยที่มีผลต่อเอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น

จากการสำรวจองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารท้องถิ่นในปัจจุบันมีผู้เสนอปัจจัยที่สามารถส่งผลต่ออัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นเป็น 9 ปัจจัย (Sakdadech, 2006) ดังนี้

- 1) วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร เป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นทั้งพืชและสัตว์ ซึ่งอาจเกิดเองโดยธรรมชาติหรือชุมชนผลิตขึ้นโดยการเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ แล้วนำมาปรุงอาหารในชีวิตประจำวัน วัตถุดิบบางชนิดมีเฉพาะในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ผักเชียงดา มีในภาคเหนือ เหลียงเป็นพืชที่มีในภาคใต้ เป็นต้น
- 2) วิธีการปรุงและประกอบอาหาร เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน บางท้องถิ่นอาจใช้วัตถุดิบชนิดเดียวกันกับท้องถิ่นอื่นแต่มีวิธีการปรุงและประกอบอาหารที่ต่างกัน
- 3) วิธีการรับประทานอาหารมีเหมือน ๆ กันในทุกท้องถิ่น หากท้องถิ่นหนึ่งมีวิธีการนำมารับประทานที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นก็นับว่าเป็นอาหารเฉพาะท้องถิ่นนั้น
- 4) ลักษณะทางภูมิประเทศ สภาพพื้นที่ความสมบูรณ์ของดิน แหล่งน้ำ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อแหล่งอาหารธรรมชาติ
- 5) ลักษณะภูมิอากาศ เช่น ภาคเหนือมีภูมิอากาศหนาวเย็นกว่าภาคอื่นๆ ในฤดูหนาวทำให้มีอาหารท้องถิ่นคือ แกงกระด้าง ซึ่งความเย็นของอากาศในฤดูหนาวทำให้เจลาตินในหนังหมูที่ต้มเคี่ยวเกิดการแข็งตัวคล้ายวุ้น
- 6) การย้ายถิ่น อาจเกิดจากการไปหางานทำ การไปศึกษาเล่าเรียนหรือในสมัยก่อนอาจเกิดจากการทำสงคราม มนุษย์ก็นำเอาวัฒนธรรมตามท้องถิ่นของตนเองซึ่งมีติดตัวไปใช้ในแหล่งที่อยู่อาศัยใหม่และถ้าเหตุการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นต่อเป็นระยะเวลานาน วัฒนธรรมท้องถิ่นหนึ่งก็จะไปเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ในอีกท้องถิ่นหนึ่ง
- 7) ความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือเครื่องอำนวยความสะดวกมากมาย มนุษย์จึงนำมาใช้เพื่อช่วยทุ่นแรง ประหยัดเวลา แต่หากมนุษย์ไม่ใช้อย่างระมัดระวังโดยเฉพาะในด้านอาหารก็อาจจะทำให้เสียความเป็นเอกลักษณ์ไปได้
- 8) ความเปลี่ยนแปลงของครอบครัวและสังคม จากเดิมสังคมไทยเป็นครอบครัวขยายมีลูกหลายคน ปัจจุบัน



เปลี่ยนเป็นครอบครัวเดี่ยว มีลูก 1-2 คน ภรรยาต้องออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้เลี้ยงครอบครัวเหมือนสามี ทำให้การดำเนินชีวิตเปลี่ยนไป การใช้เวลาหรือการมีกิจกรรมร่วมกันในครอบครัวน้อยลง ทำให้มีวัฒนธรรมอาหารถูกพลาศติหรือการกินอาหารนอกบ้าน

9) การเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับต่างประเทศ ตั้งแต่สมัยสุโขทัยเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน มีการค้าขายแลกเปลี่ยนตลอดจนการเยี่ยมชม ทำให้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดทั้งประเทศที่มีอาณาเขตติดต่อกันและประเทศที่มีอาณาเขตห่างออกไป

การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว

Freeman Tilden ได้ให้นิยามการสื่อความหมายเอาไว้ว่าเป็นการแปลความในฐนะที่เป็นกิจกรรมหนึ่งทางการศึกษาเรียนรู้ที่มุ่งเน้นเพื่อจะเปิดเผยความหมายและความสัมพันธ์ผ่านการใช้วัตถุ ประสบการณ์ตรง และสื่อแสดงอย่างใดอย่างหนึ่ง การใช้สิ่งต่างๆ เหล่านี้อาจทำได้โดยเครื่องมือต่างๆ ซึ่งปัจจุบันมีเทคโนโลยีขั้นสูงมากมาย ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อจุดประสงค์ทางการศึกษาและความบันเทิงรื่นรมย์ (Tilden, 1977) ซึ่งสอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่กล่าวว่า การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว (Tourism Interpretation) คือการสร้างและพัฒนากระบวนการสื่อความให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจและลึกซึ้งในการเดินทางท่องเที่ยวโดยการสื่อความหมายนี้อาจดำเนินการได้ทั้งการสื่อความโดยอาศัยคนท้องถิ่นหรือเจ้าของทรัพยากรเป็นผู้สื่อความและการสื่อความโดยอาศัยเทคนิคหรือเทคโนโลยีช่วยสื่อความ อย่างไรก็ตามในการเตรียมการเพื่อการสื่อความหมายนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ที่มีความแตกต่างกันไปด้วย (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sport, Thailand, 2017)

นอกจากนี้การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นกิจกรรมสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้ผู้มาเยือนได้มีโอกาสในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับพื้นที่ ง่ายต่อการเข้าใจถึงสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต หรือสิ่งต่างๆ ที่ต้องการถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้และให้นักท่องเที่ยวเกิดความเพลิดเพลิน โดยเป้าหมายของการสื่อความหมายเป็นไปเพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระทำในทางบวก ผ่านขั้นตอนการเรียนรู้ (Learning) เพื่อให้เกิดความรู้สึก (Emotion) และพฤติกรรม (Behavior) อันพึงประสงค์ทั้งในระหว่างการท่องเที่ยวและหลังการท่องเที่ยว (Pakdeepinita, 2010)

จากนิยามข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการสื่อสารที่กระตุ้นความสนใจ และเสริมสร้างความเข้าใจในคุณค่า ความหมายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยว

เกิดความซาบซึ้งใจในเรื่องราวที่น่าเสนอ ตลอดจนการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) คือการเดินทางไปในพื้นที่เพื่อการพักผ่อน รวมถึงการไปชมอาหาร งานเทศกาลอาหาร งานแสดงสินค้า ด้านอาหาร การสาธิตการทำอาหาร และการชิม ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีคุณภาพในพื้นที่นั้นๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมของประเทศหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกใหม่ผ่านการชิมอาหาร ซึ่งรสชาติของอาหารจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมของประเทศการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomic Tourism) จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ประสาทสัมผัสทุกความรู้สึก และส่งผลให้อาหารเป็นศูนย์กลางสำคัญในประสบการณ์ท่องเที่ยว (Chamnancha, 2018) อาหารสามารถแสดงถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกทั้งยังมีความสำคัญต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย อีกทั้งการซื้ออาหารจากนักท่องเที่ยวยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นได้ (Donald, Richard, & Tommy, 2014)

นอกจากนี้องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยังให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ Gastronomic Tourism คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร หรือการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว (Designated Areas for Sustainable Tourism, 2016)

จากงานวิจัยของ Phakdee-aksorn (2012) ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายร้อยละ 40 เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์ด้านอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยตัดสินใจเกี่ยวกับการรับรู้และกระทบต่อระดับความพึงพอใจของประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวม อีกทั้งในเชิงสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังถือเป็นเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีจุดขายที่ความเป็นเอกลักษณ์และเป็นสิ่งบ่งชี้อัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมประจำถิ่นที่เด่นชัด ซึ่งสอดคล้องกับ Shalini & Duggal (2015) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางด้านอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจน และมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศ อีกทั้งส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมเนื่องจากนักท่องเที่ยวพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ทางด้านอาหาร ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าและบริการซึ่งสอดคล้องกับองค์การท่องเที่ยวโลกได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

และกำลังพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ โดยมากกว่า 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปกับอาหารการกิน

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การท่องเที่ยวที่ผสมผสานธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิต การบริการ การเข้าถึง การเป็นเจ้าของที่ดี และเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ รวมเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิถีทำ และลงมือทำอาหารด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

4. วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนชนนาบนา อำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช” ดำเนินการภายใต้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การค้นคว้าเอกสาร การ

สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม

ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ในเขตลุ่มน้ำปากพนัง โดยเลือกพื้นที่เฉพาะเจาะจง ได้แก่ พื้นที่ชุมชนชนนาบนา อำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองนครศรีธรรมราช ประมาณ 50 กิโลเมตร เป็นพื้นที่ที่มีระบบนิเวศทั้งน้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำเค็ม (ทะเล) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางระบบนิเวศ อีกทั้งยังมีภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีความเป็นอัตลักษณ์ที่น่าสนใจเหมาะกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้สัมภาษณ์มีจำนวนทั้งสิ้น 17 คน ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคชุมชน และภาคธุรกิจ ใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยดำเนินการสัมภาษณ์ให้แล้วเสร็จทีละภาคส่วน เนื่องจากต้องการความเชื่อมโยงของข้อมูลเพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาต่อไป ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์	ตำแหน่ง/หน้าที่	เกณฑ์กำหนด
ภาคชุมชน	4 คน	ประชาชนในท้องถิ่น	เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ ไม่ต่ำกว่า 10 ปี
	8 คน	ปราชญ์ชาวบ้าน	เป็นผู้นำทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความรู้/ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นแขนงต่างๆ หรือแขนงใดแขนงหนึ่ง
ภาครัฐ	1 คน	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลชนนาบนา	เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน
	1 คน	เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลชนนาบนา	เป็นผู้ที่มีข้อมูลเชิงวิชาการซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
	1 คน	ผู้ใหญ่บ้าน	เป็นผู้ที่ทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ของพื้นที่
ภาคธุรกิจ	1 คน	ร้านขายสินค้าชุมชน	เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน
	1 คน	ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว	เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน

4.1.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ออกแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) แบ่งการสนทนาออกเป็นช่วงตามประเด็นที่ต้องการศึกษา โดยผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มประกอบด้วย ภาคีเครือข่ายชุมชนและภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนชนนาบนา อำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมทั้งสิ้น 10 คน

4.2 เครื่องมือ

ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือสำหรับการศึกษา โดยการออกแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interviews) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม

ซึ่งเป็นรูปแบบการสัมภาษณ์ที่ใช้ประเด็นคำถามที่มีกรอบกว้างๆ และเป็นลักษณะคำถามปลายเปิดในการซักถามเพื่อเป็นแนวทางสัมภาษณ์ โดยเครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บข้อมูลได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมีการปรับปรุงข้อคำถามให้มีความชัดเจน หลังจากการตรวจสอบ รวมถึงทดลองบทสัมภาษณ์กับประชากรผู้ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงเพื่อตรวจสอบความแม่นยำและถูกต้องของบทสัมภาษณ์อีกครั้ง ในการสัมภาษณ์ได้มีการบันทึกเสียง และวิดีโอระหว่างการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มเพื่อให้ได้รายละเอียดที่สมบูรณ์ที่สุด

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากเอกสารวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา โดยทำการศึกษา วิเคราะห์ แยกแยะ แจกแจง ข้อมูล แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของข้อมูลที่ได้จากการศึกษาภาคสนาม ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องตามประเด็นที่ศึกษา และสรุปตีความ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสรุปเป็นข้อมูลเชิงพรรณนาและผลจากการศึกษาในแต่ละประเด็น

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษาเอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดสนทนากลุ่ม สามารถตอบผลการวิจัยตามข้อวัตถุประสงค์ ได้ดังต่อไปนี้

5.1 สรรวจวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของชุมชนชนบท

จากการศึกษาพบว่า คนในชุมชนชนบทขนาดใหญ่มีวิถีชีวิตที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีการนำวัตถุดิบที่ได้จากพืชและสัตว์ที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาประกอบอาหาร ซึ่งสามารถแยกวัตถุดิบอาหารที่พบในชุมชนชนบทแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทพืช และประเภทสัตว์ ดังนี้

5.1.1 วัตถุดิบที่ได้จากพืช แบ่งตามฤดูกาลได้ ดังนี้

- 1) พืชที่มีตลอดทั้งปี ได้แก่ ปรัง ลำเท็ง ไบโระพะพา ลูกเขาคัน ฉับโผง มะแว้ง ยอดแมงค่า ยอดจิก ยอดม่าว ลำพู และต้นจาก
- 2) พืชที่มีในฤดูฝนหรือในช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนมกราคม ได้แก่ ขี้ใต้ และพาโหม

5.1.2 วัตถุดิบที่ได้จากสัตว์ แบ่งตามระบบนิเวศได้ ดังนี้

- 1) ระบบนิเวศน้ำจืด ได้แก่ หอยขม หอยโข่ง ปลาหมอก ปลาแขยง กุ้งก้ามกราม ปลาช่อน ปลาดุก หนุ่ย และปูนา
- 2) ระบบนิเวศน้ำกร่อย ได้แก่ ปลากะพง หอยจาก ปูเปรี้ยว ปูดำ หอยนางรม หอยแมลงภู่ และปลาตะกรับ (ซีเก็ง)
- 3) ระบบนิเวศน้ำเค็ม ได้แก่ ปลาเขียด ปลาเขือขาว ปลาโคบ ปลาจวด ปลาจิ้งจั้ง ปลาทราย

ปลาแดง ปูม้า ปูแสม กุ้งหางแดง กุ้งแสม กุ้งหลังไข่ กุ้งแม่หวัด กุ้งเคย (นำมาทำเป็นเค็มกุ้งใช้สำหรับปรุงอาหาร) ปลาหมึกควาย และปลาหมึกแวน นอกจากนี้ ยังมีเนื้อสัตว์อื่นที่ใช้ประกอบอาหาร ได้แก่ หมู วัว ไก่บ้าน นกอีสุ่ม และนกกระสา

นอกจากพืชและเนื้อสัตว์แล้ว คนในชุมชนยังมีวัตถุดิบอื่นๆ ที่เป็นเครื่องปรุงสำหรับใช้ในการประกอบอาหารอีกด้วย อาทิ เช่น เกลือ น้ำมันพืช น้ำมันหอย ซีอิ้ว น้ำตาลทราย น้ำปลา เป็นต้น

5.2 อาหารท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารชุมชนชนบท

วิถีชีวิตของชาวบ้านชุมชนชนบท ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารมีลักษณะไม่ซับซ้อน การประกอบอาหารทำรับประทานเองในครอบครัวแบบง่ายๆ ชาวบ้านชนบทนิยมประกอบอาหารจากวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น หรือแหล่งธรรมชาติ จากการศึกษพบว่า อาหารท้องถิ่นที่ผู้คนในชุมชนชนบทนิยมรับประทานเป็นส่วนใหญ่ เป็นอาหารที่มีวัตถุดิบมาจากในชุมชน โดยเฉพาะจาก "ต้นจาก" ที่สามารถนำส่วนต่างมาประกอบอาหารได้ ซึ่งอาหารที่คนในชุมชนนิยมรับประทานเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างโดดเด่น ดังจากการสัมภาษณ์ของปราชญ์ชาวบ้านที่ว่า

"กรรมวิธีการปรุงยังยึดถือกันมาจากบรรพบุรุษ ถึงแม้ว่าจะมีการปรับเปลี่ยนกรรมวิธีและวัตถุดิบในการประกอบอาหารไปบ้าง เนื่องจากวัตถุดิบที่เคยหาได้เองตามไร่นา แม่น้ำลำคลองในชุมชน หาได้ยากขึ้น และมีปริมาณน้อยลงในปัจจุบัน แต่ก็ยังคงใช้น้ำตาลจากกับน้ำส้มจากใส่ในแกงอยู่เสมอไม่มีขาด" (Suwannarat, 2018)

ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจและคัดเลือกอาหารพื้นถิ่นเพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์อาหารชุมชนชนบท โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลรายการอาหารพื้นถิ่น ซึ่งจากการสำรวจพบว่า มีอาหารพื้นถิ่นที่รับประทานในชีวิตประจำวันทั้งสิ้น 35 รายการ โดยแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังรายละเอียดในตารางที่ 2 ประเภทและรายการอาหารพื้นถิ่นชุมชนชนบทจำแนกตามประเภทของอาหาร

ตารางที่ 2 ประเภทอาหารและรายการอาหารพื้นถิ่นชุมชนชนานาบก จำแนกตามประเภทของอาหาร

ประเภทอาหาร	รายการอาหารพื้นถิ่นชุมชนชนานาบก
ต้ม	ต้มส้มปลาบอก, แกงเลียงผักสมรม, ต้มกะทิปลาช่อน, ต้มหนางหัวลูกจาก, ปลาหมึกควายต้มหวาน
ผัด	ผัดปูตำหัวกะทิ, ผัดหอยนางรมกับใบโหระพา, หอยแมลงภู่ผัดกะทิ, และปูม้าผัดกะทิ
แกง	แกงคั่วกุ้งหางแดงกับใบชะพลู, แกงคั่วหอยจากกับใบยอ, แกงคั่วปูตำหัวลูกจาก, แกงส้มปลาช่อนกับหัวลูกจาก, แกงคั่วหมูกับหัวลูกจาก, แกงคั่วหนางกับหัวลูกจาก, แกงคั่วไก่บ้านกับนกจาก, แกงน้ำเคย
ทอด	ปลาช่อนทอดขมิ้น, ปลาจวดทอดขมิ้น, ปลาทรายทอดขมิ้น, ปลาหูอาบเกลือทอด, ปลาบอกทอดเกลือ
น้ำพริกเครื่องจิ้ม	น้ำซุบโจนกับหัวลูกจากเผา, น้ำซุบส้มขาม, หลนปูเปรี้ยวจาก, หลนจิ้งจั้ง
ขนมหวาน	ขนมควายลุย, ขนมค่อมญวน, ขนมจาก, ลูกจากลอยแก้ว, ข้าวเหนียวนมควาย, ขนมจู้จุ่น ข้าวเหนียวปัด, ขนมฉิ่งหย่า

จากการศึกษาพบว่า อาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนชนานาบกจะต้องมีส่วนประกอบจากวัตถุดิบท้องถิ่นที่โดดเด่นแตกต่างจากพื้นที่อื่น ได้แก่ ส่วนต่างๆ ของต้นจาก อาทิ นกจาก (ดอกจาก) ลูกจาก และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากต้นจาก ได้แก่

น้ำตาลจาก น้ำส้มจาก เป็นต้น ดังแสดงรายละเอียดในตารางที่ 3 ตัวอย่างอาหารและวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนชนานาบก จำแนกตามประเภทอาหาร

ตารางที่ 3 ตัวอย่างอาหารและวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนชนบทภาค จำแนกตามประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	รายการอาหาร	วัตถุดิบที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์
ต้ม	ต้มส้มปลาระบอก	น้ำส้มจาก, น้ำตาลจาก
	แกงเลียงผักสมรม	น้ำตาลจาก
ผัด	ผัดปูตำห้วยกะทิ	น้ำตาลจาก
	ผัดหอยนางรมกับใบโหระพา	น้ำตาลจาก
แกง	แกงคั่วปูตำห้วยลูกจาก	ลูกจาก, น้ำตาลจาก
	แกงคั่วหอยจากกับใบยอ	หอยจาก, น้ำตาลจาก
	แกงส้มปลาช่อนกับหัวลูกจาก	ลูกจาก
	แกงคั่วไก่บ้านนกจาก (ดอกจาก)	นกจาก
น้ำพริกเครื่องจิ้ม	น้ำซุบโจนกับหัวลูกจากหมก (เผาะ)	ลูกจาก, น้ำส้มจาก, น้ำตาลจาก
	หลนปูเปรี้ยวจาก	ปูจาก, น้ำตาลจาก
	หลนจิ้งจั้ง	น้ำตาลจาก
ขนมหวาน	ขนมจาก	ใบจาก, น้ำตาลจาก
	ลูกจากลอยแก้ว	ลูกจาก, น้ำตาลจาก
	นังหย่า (สังขยา)	น้ำตาลจาก

5.3 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนชนบทภาค

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการลงพื้นที่ศึกษาชุมชนชนบทภาค ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความพร้อมของชุมชนในการร่วมมือกันของประชาชนท้องถิ่นที่มีความเป็นมิตรไมตรีต่อผู้มาเยือนซึ่งถือว่าเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ประสบความสำเร็จ (Beaumont & Dredge, 2010; Richards & Marques, 2012) ผู้วิจัยจึงได้สังเคราะห์เป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจากภูมิปัญญาอาหารพื้นถิ่นชนบทภาคที่เหมาะสมดังนี้

5.3.1 ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่น โดยการสร้างสำหรับอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนโดยใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะถิ่นให้เหมาะสมกับฤดูกาลต่างๆ โดยในการสำหรับอาหารจะต้องประกอบไปด้วยอาหารประเภทต่างๆ ที่กินแล้วส่งเสริมกัน ไม่ควรมีวัตถุดิบหลักและรสชาติที่เหมือนกันในแต่ละรายการอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับ Phithakwapi (2013) ที่ให้ความหมายของการจัดสำหรับอาหารไทยการจัดอาหารหลายชนิดให้อยู่ในสำหรับเดียวกัน เช่น มีข้าว แกงเผ็ด แกงจืด น้ำพริก เป็นต้น สำหรับอาหารไทยในทุกมื้อจะถูกจัดขึ้นอย่างพิถีพิถัน กับข้าวทุกจานที่จัดขึ้นจะต้องมีความสัมพันธ์กัน คนไทยจึงมักจัดสรรสำหรับต่างๆ ให้มีความสมดุลกัน หากสำหรับใดมีอาหารหวานเปรี้ยว ก็ต้องมีอาหารจานหวานอีกอย่างหนึ่งสำหรับกินแก้รสกัน มื้อใดมีอาหารจานเผ็ดก็จะต้องมีอาหารจานเค็มและแกงจืดรวมอยู่ด้วย นับเป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของคนไทยในการสร้างสรรค์อาหารต่างๆ ให้มีความอร่อยน่ารับประทาน และยังอุดมไปด้วยคุณค่าทางสารอาหาร

สำหรับอาหารฤดูฝน ส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยวัตถุดิบที่มาจากระบบนิเวศน้ำจืดเนื่องจากเป็นช่วงที่น้ำหลากทำให้วัตถุดิบในลำคลองและพืชผักหาได้ง่าย ตัวอย่างสำหรับฤดูฝนประกอบไปด้วย แกงเลียงผักสมรม แกงส้มปลาช่อนกับนกจาก ปูตำผัดกะทิ น้ำซุบโจนกับนกจากหมกและลูกจากลอยแก้ว

สำหรับอาหารฤดูร้อน ส่วนใหญ่ประกอบไปด้วยวัตถุดิบที่มาจากระบบนิเวศน้ำเค็มและน้ำกร่อย เนื่องจากเป็นช่วงที่ฝนแล้ง นำทะเลหนุนเข้าในคลอง ทำให้สัตว์ในระบบนิเวศน้ำกร่อยเจริญเติบโตและชาวบ้านสามารถทำประมงได้ ตัวอย่างสำหรับฤดูร้อนประกอบไปด้วย ต้มส้มปลาระบอก แกงคั่วไก่กับนกจาก ปลาแดงอบเกลือ หลนจิ้งจั้ง และขนมจาก

5.3.2 ด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกิจกรรมอย่างจริงจังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นในชุมชน การคัดสรรและหาวัตถุดิบจากชุมชนเพื่อประกอบอาหารทานเอง เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและเกิดความภูมิใจและการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

ตัวอย่างกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น: ขนมจาก

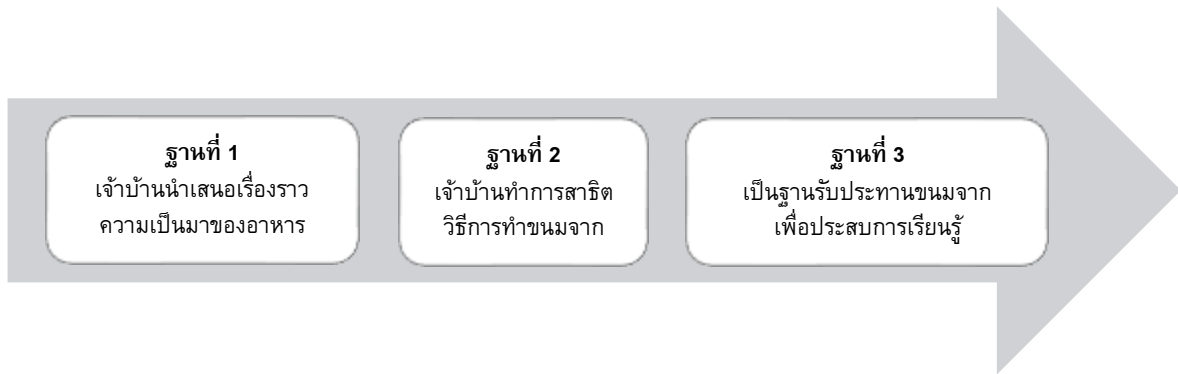
ขนมจาก เป็นอาหารที่มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของชุมชน ผู้วิจัยจะนำเสนอในรูปแบบการจัดกิจกรรมเป็นฐานการเรียนรู้ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ฐาน ตามลำดับขั้นตอนดังนี้

ฐานที่ 1 เจ้าบ้านนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของอาหาร พร้อมทั้งโชว์ตัวอย่างของวัตถุดิบที่นำมาทำขนมจากและบอกเรื่องราววิธีการได้มาซึ่งวัตถุดิบ อาจมีการให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและชิมรสวัตถุดิบต่างๆ เพื่อให้รู้รสชาติ

ฐานที่ 2 เจ้าบ้านทำการสาธิตวิธีการทำขนมจาก โดยเจ้าบ้านเป็นผู้สาธิตรายละเอียดต่างๆ ทั้งวัตถุดิบ ส่วนผสม และวิธีการทำ ในกระบวนการนี้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำ ร่วมแสดงความคิดเห็นสร้างสรรค์ในการดัดแปลงวัตถุดิบ ปรับส่วนผสม และปรุงรสเพิ่มเติมเพื่อเสริมรสชาติและสีสันให้เป็นที่ถูกปากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ฐานที่ 3 เป็นฐานรับประทานขนมจากเพื่อประสบการณ์เรียนรู้ เจ้าบ้านร่วมรับประทานกับนักท่องเที่ยวและมีกรพูดคุยเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ซึ่งเป็นการเผยแพร่ความรู้แก่นักท่องเที่ยวไปในขณะเดียวกันในทุกขั้นตอนของทั้ง 3 ฐาน มีกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน จึงทำให้อาหารยังคงความเอกลักษณ์ แต่มีการ

ประยุกต์เพื่อให้รสชาติถูกปากและมีรูปลักษณะที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ตามภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนตัวอย่างกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น อีกทั้งยังสร้างประสบการณ์เรียนรู้ร่วมกัน และเสริมสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่อาหารท้องถิ่นอีกด้วย จากกิจกรรมที่ใช้แนวคิดขึ้นมาใหม่นี้นอกจากจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์นี้เนื่องจากจะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้เสริมให้แก่ชุมชนชนบทแล้ว นักท่องเที่ยวจะเกิดประโยชน์ด้านการจดจำ ประทับใจ และเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ตามคุณสมบัติหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีแนวคิดว่า *"I hear and I forgot, I see and I remember, I do and I understand"* (Hall & Mitchell, 2005; OECD, 2014; Raymond, 2010; Richards, 2012)



ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนตัวอย่างกิจกรรมการทำอาหารท้องถิ่น

5.3.3 ด้านการเผยแพร่ข้อมูล การนำข้อมูลและภาพกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการสื่อสารให้บุคคลภายนอกรับรู้ ทั้งที่เป็นภาพนิ่งและวิดีโอภาพเคลื่อนไหว โดยประชาสัมพันธ์ในช่องทางผู้บริโภครุ่นใหม่สามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น โซเชียลมีเดียต่างๆ การสืบค้นข้อมูลหรือเว็บไซต์ฐานข้อมูลของตำบลชนบทจากเว็บไซต์ www.khanabnak.go.th เป็นต้น หรือการจัดพิมพ์คู่มือท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น หรือตำรับอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ประโยชน์ในการถ่ายทอดความรู้เรื่องอาหารในท้องถิ่น เป็นการรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนชนบท ทั้งทางด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น วัตถุดิบ ตำรับอาหาร วิธีการปรุง พร้อมกับมีข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการและสุขภาพ (Wolf, 2002)

5.3.4 ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ยังไม่เป็นรูปธรรมชัดเจน และ

ยังขาดความร่วมมือบูรณาการร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ อีกด้วย ดังนั้นภาครัฐควรส่งเสริมการท่องเที่ยวของตำบลชนบทให้นักท่องเที่ยวรู้จักอาหารพื้นถิ่นมากขึ้น เช่น การจัดกิจกรรมเทศกาลอาหารพื้นบ้าน การนำอาหารพื้นบ้านมาจำหน่ายในตลาดร้อยปีปากพนัง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารพื้นถิ่นชนบทให้นักท่องเที่ยวได้เห็น ได้รับรู้ และได้มีโอกาสทดลอง เป็นต้น (Scarpato, 2002)

5.3.5 ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม ควรให้ความรู้แก่ประชาชนในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นชนบท เพื่อพัฒนาให้ผลิตภัณฑ์ด้านอาหารมีอัตลักษณ์ มีความแปลกใหม่ น่าสนใจโดยการต่อยอดพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์อาหาร และบรรจุภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อให้เป็นสินค้าท้องถิ่นและเป็นของฝากนักท่องเที่ยวต่อไป (Jalis, Zulkifly, Othman, & Zarari, 2007)

5.3.6 เชื่อมโยงสินค้าท้องถิ่นกับการจ้างงาน เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น การประมงพื้นบ้าน การเกษตร การแปรรูปอาหาร ทำให้เกิดการสร้างความหลากหลายและเข้มแข็งให้กับชุมชนเกิดการสร้างผู้ประกอบการรายย่อย จากความ

ร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่มีความเข้มแข็งจึงสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านอาหารและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทำให้ชุมชนมีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจากธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อไปได้ด้วย (Kivela & Crofts, 2006)

5.3.7 พัฒนาการประกอบอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสะอาด ความสะดวก ความเป็นสากล การให้บริการและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น รวมถึงสุขลักษณะและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น นอกเหนือจากรูปลักษณ์ รสชาติ บรรจุกุณณ์ที่สวยงาม ทันสมัย การเก็บรักษา ของสินค้าของฝากและของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว (Pearson & Pearson, 2016)

6. สรุปผลงานวิจัย

ชุมชนชนบท อำเภอบางแพ จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นชุมชนที่มีวิถีชีวิตและระบบนิเวศแบบ 3 น้ำ ได้แก่ น้ำจืด น้ำกร่อย และน้ำทะเล ชาวบ้านในพื้นที่มีการนำวัตถุดิบที่ได้ทั้งจากพืชและสัตว์ในพื้นที่ที่อยู่ตามธรรมชาติมาประกอบเป็นรายการอาหารต่างๆ ซึ่งมีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ต้นจาก ถือเป็นพืชที่อยู่คู่กับท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน ส่งผลต่อวิถีชีวิตและภูมิปัญญา ทั้งการประกอบอาชีพและการอุปโภคบริโภค ชาวบ้านชุมชนชนบทนิยมนำส่วนต่างๆ ของต้นจากมาประกอบเป็นอาหาร รวมถึงสัตว์น้ำต่างๆ มาประกอบอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ อาหารพื้นถิ่นในชุมชนชนบทเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างโดดเด่น การรักษาความอัตลักษณ์ของวิถีชีวิตด้วยการนำวัตถุดิบที่ได้จากต้นจาก อาทิ น้ำตาลจาก และน้ำส้มจาก มาเป็นส่วนประกอบของอาหารเกือบทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นอาหารคาวหรืออาหารหวาน เป็นเครื่องปรุงที่สามารถชูรสชาติอาหาร และบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน และด้วยจุดเด่นนี้อาหารหลายชนิดจึงเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนชนบทที่ควรส่งเสริมต่อไป

ทั้งนี้แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน สามารถส่งเสริมโดยการสร้างอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่น โดยการสร้างสำรับอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชนโดยใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะถิ่นให้เหมาะสมกับฤดูกาลต่างๆ ในการจัดสำรับอาหารจะต้องประกอบไปด้วยอาหารประเภทต่างๆ ที่กินแล้วเข้ากัน เสริมรสชาติ และสร้างคุณค่าทางโภชนาการ ไม่ควรมีวัตถุดิบหลักและรสชาติที่เหมือนกันในแต่ละรายการอาหาร นอกจากนี้ยังควรส่งเสริมและพัฒนาคนในชุมชนให้เห็นความสำคัญของทรัพยากรอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้รู้สึกหวงแหน และเห็นคุณค่าเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นและควรทำการรวบรวมสูตรอาหารพื้นถิ่นจากบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ทางด้านอาหารพื้นถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และฟื้นฟูอาหารพื้นเมืองให้มีอัตลักษณ์คงอยู่สืบต่อไป เนื่องจากผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ชุมชนชนบทมี

ชาวบ้านท้องถิ่นที่มีทักษะ มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้าน แต่ยังไม่มีความรู้หรือองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการรวบรวมตำรับอาหารไว้ ซึ่งทำให้อาหารพื้นบ้านบางชนิดอาจจะสูญหายไปในอนาคต หากไม่มีการถ่ายทอดไปสู่เยาวชนรุ่นใหม่การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมอย่างจริงจังและการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น อาทิ กิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหารท้องถิ่นในชุมชน เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและเกิดความภูมิใจ ยังถือเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนชนบทต่อไปอีกด้วย

7. ข้อเสนอแนะ

- 1) ชุมชนและภาคีส่วนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันสร้างคุณค่าให้กับชุมชนด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ขยายวงกว้างสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย
- 2) ควรมีการถ่ายทอดความรู้ สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องอัตลักษณ์อาหารของชุมชน ให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้าใจในแนวทางและเป้าหมายที่ตรงกัน
- 3) ควรศึกษาถึงความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนชนบท จากกิจกรรมที่ทางชุมชนได้จัดให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อวัดประสิทธิภาพของกิจกรรมว่าประสบผลสำเร็จหรือไม่

8. References

- Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: Travelling for food and drink*. Aldershot: Ashgate.
- Chamnancha, B. (2018). Gastronomy Tourism: Thailand's Competitiveness. *Apeit Journal*, 24 (1), 103-116.
- Chimbanrai, H., & Wongsarot, R. (2016). Potential of Local Food and Guidelines for Tourism Promotion through local food of Nan province. *International Thai Tourism Journal*, 11(1), 37-53.
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sport, Thailand. (2017). *Creative tourism destination management*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sport, Thailand.
- Designate Areas for Sustainable Tourism. (2016). *Gastronomy Tourism*. Bangkok: Cocoon and Co Ltd.

- Donald, G., Richard, N., & Tommy, D. (2014). *Foodies and Food Tourism*. Oxford: Goodfellow Publisher Ltd.
- Fox, R. (2007). Reinventing the gastronomic identity of croatian tourist destinations. *International Journal of Hospitality Management*, 26(3) 546-559.
- Hall, C. (2003). *Wine, Food and Tourism Marketing*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Hall, C., & Mitchell, R. (2005). *Gastronomic tourism: Comparing food and wine tourism experiences*. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Hall, M., Shaples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- International Culinary Tourism Association. (2006). *What is food tourism?* Retrieved from <http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism>
- Jalis, M., Othman, Z., Zahari, M.S., & Zulkifly, M. (2007). Gastronomic product as tourist motivation factors: An opportunity to Malaysia. *Tourism Educators of Malaysia Conference*, 25-45.
- Kivela, J., & Crofts, R. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy's Influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality and Tourism*, 30(3), 354-377.
- Long, L. (2004). *Culinary Tourism*. Lexington, KY: The University Press of Kentucky.
- OECD. (2014). "Forward", in *Tourism and the Creative Economy*. Paris: OECD Publishing.
- Pakdeepinita, P. (2010). The Potentiality of Community Tourism Interpretation: Rong Hai Community, Phayao Province. *Nasesuan University Journal*, 18(2), 82-90.
- Pearson, D., & Pearson, T. (2016). Branding food culture: UNESCO creative cities of gastronomy. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 28(2), 164-176.
- Phakdee-auksorn, P. (2012). Tourism Motivation Theory and Food Tourism. *Journal of Management Sciences*, 29(2), 129-148.
- Phithakwapi, K. (2013). *Type of Thai Cuisine*. Retrieved from http://krukaewthaicooking.blogspot.com/2013/06/blog-post_231.html
- Rand, G., Health, E., & Alberts, N. (2003). The role of local and regional food in destination marketing: a South African situation analysis. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 14(3-4), 97-112.
- Raymond, C. (2010). *What's in a Name? The Origins of the Term 'Creative Tourism'*. Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, A., & Hjalager, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. London: Routledge.
- Richards, G. (2012). *Global Report on Food Tourism: volume four*. Spain: World Tourism Organization.
- Richards, G., & Marques, L. (2012). Exploring Creative Tourism: Editors Introduction. *Journal of Tourism Consumption and Practices*, 4(2), 1-11.
- Robinson, M., & Novelli, M. (2005). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Robinson, P., & Heitmann, S. (2011). *Research themes for tourism*. Oxfordshire, UK: CABI International.
- Sakdadech, S. (2006). *Ahan Thongthin (Local Cuisine)*. Chanthaburi: Rambhai Barni Rajabhat University.
- Scarpato, R. (2002). *Gastronomy as a tourist product: The perspective of gastronomy studies*. London: Routledge.

Shalini, D., & Duggal, S. (2015). A review on Food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-12.

Suwannarat, S. (2018, September 15). Personal interview on Guidelines to Promoting Local Cuisines for Gastronomy Tourism.

Telfer, D., & Wall, G. (1996). Linkages between tourism and food production. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 635-653.

Thongoupragarn, B. (2018). Local Food: Food Security in the Cultural Dimension: A case study of Baan Taling Daeng Community, Kanchanaburi Province. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(special), 107-109.

Tilden, F. (1977). *Interpreting our heritage*. United States of America: University of North Carolina Press.

Tourism Authority of Thailand. (2018). *Tourism Statistics in Thailand*. Retrieved from <https://www.tourismthailand.org/about-Thailand/About-TAT/TAT-informative>

Wolf, E. (2002). *Culinary tourism: A tasty economic proposition*. Portland: International Culinary Tourism Taskforce.