นวัตกรรมการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ บนฐานซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น โดยการมีส่วนร่วมให้สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG Economy

The Innovative Management of Culinary Tourism Routes in a Commercially Creative Manner Based on the Soft Power of Local Foods, with Participation Aligned with the New BCG Economy Model

นิ่มอนงค์ ภูมิคอนสาร[1*], และ กาญจนา สุขบัว[2]

Nimanong Phumkhonsan[1*], and Kanjana Sukbua[2]

[1]สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะศิลปะศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

[2]สาขาวิชาเอกคหกรรมศาสตร์ คณะครุศาสตร์และการพัฒนามนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

[1]Department of Startup entrepreneurship in tourism and hotel, Faculty of Arts and Sciences, Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

[2]Department of Home economics, Faculty of Education and Human Development, Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author E-mail: Annarviya13@gmail.com

Received: July 15, 2026; **Revised:** August 5, 2026; **Accepted:** August 10, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการเส้นทางเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ และสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คณะครู และผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ จาก 8 ตำบล รวมจำนวน 50 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม แบบสนทนากลุ่ม และแบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการนำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาเอกสารและข้อมูลภาคสนามมาวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า อำเภอคอนสารมีทุนอาหารพื้นถิ่นและเรื่องเล่าวัฒนธรรมเด่น โดยเฉพาะ “คั่วเนื้อ คั่วปลา” เมนูปูนา และของหวานพื้นบ้าน สามารถเชื่อมกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม และธรรมชาติได้ดี แต่ยังขาดระบบเส้นทางเชิงพาณิชย์ กำลังคนรุ่นใหม่ และทักษะดิจิทัล การตลาด งานวิจัยจึงพัฒนาต้นแบบ 2 แพ็กเกจ (ทริป 1 วัน และ ทริป 2 วัน 1 คืน) เชื่อมฟาร์ม ครัวชุมชน กิจกรรมมีส่วนร่วม ตลาด พร้อมแนวปฏิบัติอาหารปลอดภัย ระบบบริหารแบบชุมชนเป็นเจ้าของ และการตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มรายได้ กระจายประโยชน์ และยั่งยืนตามโมเดล BCG Economy

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, ซอฟต์พาวเวอร์, อาหารพื้นถิ่น, BCG Economy

Abstract

The objective of this research is to study the potential of creatively managing food tourism routes commercially and to create innovative commercial food tourism management. The research employs a qualitative method, with the sample group consisting of community leaders, local administrative organizations, teachers, and individuals knowledgeable about tourist attractions in Kon Sarn District, Chaiyaphum Province, from 8 sub-districts, totaling 50 people, selected through purposive sampling. The research instruments included participant observation form, focus group guide, and field data recording form. The researchers analyzed and verified the data obtained from document analysis and field study data with content analysis. The research findings indicate that Kon Sarn has local food capital and prominent cultural stories, particularly "grilled meat and fish," mud crab dishes, and local desserts, which can be well-connected with cultural and natural tourist attractions. However, it still lacks a commercial route system, a new generation of the workforce, and digital marketing skills. Therefore, the research developed two prototype packages (1 Day Trip and 2 Days 1 Night) that connect farms, community kitchens, participatory activities, and markets, along with safe food practices, a community-owned management system, and digital marketing to increase income, distribute benefits, and ensure sustainability according to the BCG Economy model.

Keywords: Gastronomic Tourism, Soft Power, Local Food, BCG Economy

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นเครื่องจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวยังต่ำกว่าก่อนเกิดการระบาดโควิด แม้ในช่วงที่เหลือของปี พ.ศ. 2566 คาดว่าชาวต่างชาติที่นิยมเที่ยวประเทศไทยยังฟื้นตัวได้ดีต่อเนื่อง และทั้งปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนอยู่ที่ประมาณ 28.5 ล้านคน ส่วนการประเมินรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปี พ.ศ. 2566 อยู่ที่ประมาณ 1.33 ล้านล้านบาท แต่การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อทริปยังต่ำกว่าก่อนการระบาดของโรคโควิด ขณะที่การฟื้นตัวของธุรกิจยังไม่ทั่วถึงและยังกระจุกตัวอยู่ที่เมืองท่องเที่ยวหลักและต้นทุนการทำธุรกิจสูงขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2566) ขณะเดียวกัน ธุรกิจท่องเที่ยวต้องเผชิญต้นทุนสูงขึ้นและการฟื้นตัวที่ยังไม่ทั่วถึง ภายใต้บริบทนี้ “การท่องเที่ยวเชิงอาหาร” จึงเป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ในการเพิ่มมูลค่า เพราะกิจกรรมอาหารสามารถต่อยอด

เป็นประสบการณ์ เช่น ชิม เรียนทำ เยี่ยมแหล่งผลิต หรือซื้อของฝาก และเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้โดยตรง โดยมีหลักฐานเชิงแนวคิดว่า อาหารเป็นสัดส่วนรายจ่ายสำคัญของนักท่องเที่ยว และถูกใช้เป็นฐานพัฒนาเส้นทางหรือประสบการณ์ในหลายประเทศ ขณะเดียวกัน นโยบายท่องเที่ยวไทยช่วงหลังผลักดันซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เช่น 5F โดยเฉพาะอาหาร (Food) ควบคู่แนวคิด BCG Economy เพื่อยกระดับคุณค่าและความยั่งยืนของสินค้าและบริการท่องเที่ยว (กรมประชาสัมพันธ์, 2566) อย่างไรก็ตาม หลายพื้นที่ยังขาดระบบจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ขายได้ การคัดเลือกจุดร้อยเรียงเรื่องเล่า มาตรฐานบริการ สุขอนามัย กลไกมีส่วนร่วมและกระจายรายได้ ทำให้ศักยภาพอาหารท้องถิ่นยังไม่ถูกแปลงเป็นสินค้าท่องเที่ยวมูลค่าสูงได้เต็มที่ งานวิจัยนี้จึงเสนอการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนฐานซอฟต์พาวเวอร์อาหารพื้นถิ่นแบบมีส่วนร่วม ให้สอดคล้อง BCG เพื่อเป็นคำตอบต่อโจทย์ “เพิ่มมูลค่าต่อทริป กระจายรายได้ ลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม” โดยเลือกกรณีศึกษา อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งมีทุนวัฒนธรรม อาหารพื้นถิ่น และทรัพยากรท่องเที่ยวที่สามารถออกแบบเป็นเส้นทางเชิงพาณิชย์ และขยายผลได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น แบบมีส่วนร่วมของชุมชน ของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อสร้างนวัตกรรมการจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น แบบมีส่วนร่วมของชุมชน ของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาวิจัยเรื่อง นวัตกรรมการจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นโดยการมีส่วนร่วม ให้สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG Economy นี้ ใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบทบาททางสังคมและวัฒนธรรมของอาหารพื้นถิ่นตามวัตถุประสงค์ โดยนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2) ซอฟต์พาวเวอร์ 3) อาหารพื้นถิ่น 4) โมเดล BCG และ 5) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. **การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)** เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานประสบการณ์การเดินทางเข้ากับการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพักโฮมสเตย์ ทดลองปลูกพืชพื้นเมือง การประกอบอาหารพื้นบ้าน และการชิมอาหารจากตลาดหรือเทศกาลท้องถิ่น

2. **ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)** คือ ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งที่เราต้องการผ่านแรงดึงดูดมากกว่าการบังคับหรือการให้ผลตอบแทน โดยเกิดจากเสน่ห์ด้านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่ชอบธรรม ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองนักวิชาการไทยว่า เป็นการสื่อสารหรือครอบงำอย่างนุ่มนวล

ที่ทำให้ผู้อื่นร่วมมือโดยไม่รู้สึกถูกบีบคั้น และนำไปสู่การยอมรับเชิงบวก ทั้งนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์ผ่านการนำเสนออัตลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมประเพณี ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น รวมถึงอาหารพื้นถิ่น เพื่อสร้างการรับรู้ โน้มน้าว และดึงดูดความสนใจ โดยประเทศไทยมีศักยภาพสูงจากทุนวัฒนธรรม ความเป็นมิตร การยอมรับความหลากหลาย และทักษะการสื่อสารเชิงสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ในการผลักดันสู่เวทีโลก ขณะที่สังคมไทยตื่นตัวเรื่องนี้มากขึ้น แต่ยังขาดความเข้าใจและความร่วมมือบางส่วน

3. **อาหารพื้นถิ่น** คือ อาหารที่คนในท้องถิ่นนั้นนิยมรับประทานสืบเนื่องกันมาเป็นเวลานาน ลักษณะอาหารประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น จำพวกพืชและสัตว์ นำมาประกอบอาหารด้วยกรรมวิธีต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในธรรมชาติ โดยการลองผิดลองถูกและทำซ้ำ ๆ ในสิ่งที่พอใจ ถ่ายทอดสู่ลูกหลานสืบต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้น ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมและลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน จึงทำให้วัตถุดิบอาหารของมนุษย์มีความแตกต่างกันไปด้วย (International Culinary Tourism Association, 2006) นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นสามารถเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวสามารถเป็นสื่อในการบอกเล่าเรื่องราว การดำเนินชีวิตเอกลักษณ์ที่สืบต่อกันมา เช่น การเกษตร ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม ซึ่งอาหารแต่ละท้องถิ่นสามารถแสดงถึงความแท้ (Authenticity) ของตัวเอง หากมีการเชื่อมโยงระหว่างอาหารและการท่องเที่ยวแล้ว อาหารถือเป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการนำเสนออัตลักษณ์ (Identity) และวัฒนธรรมท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

4. **โมเดล BCG** เป็นการพัฒนา 3 มิติแบบองค์รวม ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพ หรือผลผลิตทางการเกษตรต่อยอดพัฒนาความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คำนึงการหมุนเวียนนำกลับมาใช้ประโยชน์ของทรัพยากรให้คุ้มค่า โดยทั้ง 2 เศรษฐกิจจะอยู่ภายใต้เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) โดยเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ BCG 4 ด้าน คือ รักษาสมดุลทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพ ยกระดับมูลค่าเศรษฐกิจฐานรากด้วยอัตลักษณ์พื้นที่และความคิดสร้างสรรค์ ใช้เทคโนโลยี-นวัตกรรมยกระดับอุตสาหกรรม และเพิ่มความสามารถรับมือการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นหนึ่งในภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับบูรณาการผ่านแนวคิด AGFEC (เกษตร วัฒนธรรมอาหาร ความปลอดภัยอาหาร ประสบการณ์ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์) ร่วมกับการบริหารจัดการความยั่งยืน การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม กระจายรายได้สู่เมืองรอง หรือชุมชน และส่งเสริมเศรษฐกิจที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน

5. **การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง** จากการศึกษาของ ปรีชา ตั้งสุขขีย์ศิริ และคณะ (2565) กล่าวว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความคิดเห็นต่อประสบการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นมากที่สุด คือ สื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ทำกิจกรรมตลอดจนมาใช้บริการต่าง ๆ ในจังหวัดสุโขทัย สอดคล้องกับ Parasuraman et al. (1988) ที่กล่าวว่า ปัจจัยความคาดหวังด้านการบริการที่ดีต้องตอบสนองและสามารถรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการตามยุคสมัยได้เพื่อสร้างประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยว ในส่วนประเด็นที่รองลงมา คือ เรื่องความสามารถเข้าถึงวิถีชีวิตการกินการอยู่ของคนในชุมชนจังหวัดสุโขทัย ตลอดจนกิจกรรมการประกอบอาหารพื้นถิ่นของนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ Du Rand et al. (2003) ที่กล่าวถึงอาหารว่าเป็นสิ่งสนับสนุนของการท่องเที่ยว (Supportive Attraction) ที่ควรดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตรงกับ ฐิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2564) ที่กล่าวถึงศักยภาพ ด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งดึงดูดใจและเพิ่มการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการพัฒนาเส้นทางกิจกรรมและเทศกาลต่าง ๆ ให้เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว

ซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารและมรดกวัฒนธรรมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยว โดยกรณีสุโขทัยสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสื่อออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง รวมถึงการได้เข้าถึงวิถีชีวิตชุมชนและร่วมกิจกรรมทำอาหารพื้นถิ่น ตลอดจนการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานรัฐผ่านกิจกรรมเทศกาลและมาตรฐานความสะอาดอาหารเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ขณะเดียวกัน แนวทางพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอาหารควรมุ่งสร้างอัตลักษณ์สำรับอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล ให้หลากหลายทั้งรสชาติและโภชนาการ พร้อมอนุรักษ์องค์ความรู้ด้วยการรวบรวมสูตร ถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ส่วนกรณีภูเก็ตเน้นการพัฒนามรดกวัฒนธรรมหลายด้านให้เป็นซอฟต์พาวเวอร์ โดยอาศัยความร่วมมือรัฐกับเอกชนควบคู่การอนุรักษ์และในภาพรวมของไทย ซอฟต์พาวเวอร์ โดยเฉพาะอาหาร และการจัดเทศกาลสามารถสร้างการรับรู้ระดับสากล เชื่อมโยงมิติอื่น ๆ และขับเคลื่อนรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีพลัง

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสนทนากลุ่มผู้นำชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คณะครู และผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ จาก 8 ตำบล นำข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาเอกสารและข้อมูลภาคสนาม เป็นหลักในการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มเป้าหมายจำนวน 50 คน ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน ผู้บริหารจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น คณะครู และผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ใน 8 ตำบล อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ เป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นแหล่งข้อมูลบุคคล วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก มีประสบการณ์ในการบริหารหรือพัฒนา

ชุมชนไม่น้อยกว่า 3 ปี มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของชุมชน มีบทบาทในการถ่ายทอดองค์ความรู้หรือดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในชุมชน หรือปราชญ์ชาวบ้านด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 3 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยมีดังนี้ คือ แบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม แบบสนทนากลุ่ม แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ทั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือวิจัยจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และคู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แล้วนำมาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัย จากนั้น นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมของภาษา และความครอบคลุมของประเด็นศึกษา แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริง

สำหรับการตรวจสอบคุณภาพข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูล หลายวิธีการเก็บข้อมูล และหลายช่วงเวลา ประกอบกับการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลร่วมกับผู้ให้ข้อมูลในเวทีคืนข้อมูล และการสรุปผลร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับสภาพจริง และสะท้อนมุมมองของชุมชนอย่างรอบด้าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงลึกของศักยภาพด้านการท่องเที่ยว วิเคราะห์ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ร่วมกันวิเคราะห์โดยใช้คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหาร สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่ไปกับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และเวทีคืนข้อมูล มาตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของข้อมูล จากนั้น จึงจัดระเบียบข้อมูล จำแนกหมวดหมู่ของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา และวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้ววิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการตีความ สรุปสาระสำคัญ และสังเคราะห์เป็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับศักยภาพด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ศึกษา

ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธี การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งข้อมูล หลายวิธีการเก็บข้อมูล และหลายกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 ศึกษาศักยภาพด้านการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น แบบมีส่วนร่วมของชุมชนของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

ผลการศึกษาศักยภาพด้านการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น พบว่า อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ ถือเป็นประตูเข้าสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจากทางภาคเหนือ คอนสารเป็นเมืองเก่าแก่ตั้งแต่สมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น เมื่อปี พ.ศ. 2331 สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก รัชกาลที่ 1 มีนายภูมิ ชาวเมืองนครไทย เมืองพิษณุโลก ได้นำพรรคพวกมาเที่ยวป่า เห็นว่าบริเวณนี้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงได้ตั้งถิ่นฐานเป็นหัวหน้าหมู่บ้านอยู่ที่นี่ จึงเรียกหมู่บ้านว่า คอนสาร มาจนทุกวันนี้

ด้านศักยภาพด้านการจัดการเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารในเชิงพาณิชย์ อำเภอคอนสารมีหลายด้านที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ ศักยภาพด้านทรัพยากรอาหารพื้นถิ่น มีอาหารพื้นถิ่นที่ขึ้นชื่อ คือ คั่วเนื้อ คั่วปลา เป็นน้ำพริกที่ทำมาจากเนื้อสัตว์ย่างให้แห้งพอประมาณ แล้วนำมาโขลกกับส่วนประกอบสมุนไพร 7 ชนิด ได้แก่ พริก หอม กระเทียม ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด และขมิ้น ให้เข้ากัน แล้วนำไปคั่วใส่กะทิให้แห้งพร้อมปรุงรส ซึ่งเป็นอาหารพื้นถิ่นของชาวลาวเมืองหลวงที่มีการอพยพย้ายถิ่นฐานมาจากเมืองหลวงพระบางไชยะบุรี เวียงจันทน์ มาอาศัยอยู่ในบริเวณเมืองคอนสาร ปัจจุบัน กระทรวงวัฒนธรรม ได้ออกประกาศ ปี พ.ศ.2566 เรื่อง ผลการคัดเลือกกิจกรรม 1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น ประจำปีงบประมาณ 2566 รายชื่ออาหารถิ่น 77 จังหวัดของเมืองไทย ที่ผ่านการคัดเลือกจากแคมเปญ “1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น ภายใต้โครงการส่งเสริมและพัฒนาอาหารท้องถิ่นสู่มรดกทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thailand Best Local Food) รสชาติ...ที่หายไป The Lost Taste” นอกจากนี้ มีเมนูต่าง ๆ เช่น หมกปูนา แกงหัวพร้าว (แกงเด็ดปีกนางฟ้า) แกงขนุน (แกงบักมี่) แจ่วหอมแดง (แจ่วหัวผัก) แกงอ่อมปูนา ส่วนเมนูของหวาน ได้แก่ ข้าวหมาก ข้าวตอก ข้าวแต๋น (ข้าวเฮียง) ขนมฝักบัว ขนมปาด (ขนมโตย) เป็นต้น

ศักยภาพด้านโครงสร้างพื้นฐาน อำเภอคอนสารมีระบบคมนาคมที่สะดวกปลอดภัยระดับปานกลาง มีสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารในการรองรับท่องเที่ยว การบริการที่เป็นมิตร ระบบคมนาคมในการเดินทางด้วยรถยนต์ และระบบคมนาคม เดินทางด้วยรถโดยสารธรรมดาและปรับอากาศ และมีเส้นทางท่องเที่ยวในอำเภอคอนสารหลักเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในตำบลต่าง ๆ ได้แก่ วัดเจดีย์ (ตำบลคอนสาร) วัดถาวรชัยศิริ (ตำบลห้วยยาง) น้ำผุดทัพลาว (ตำบลห้วยยาง) สวนเกษตรพอเพียงของกลุ่มวิสาหกิจ (ตำบลห้วยยาง) เป็นต้น

นอกจากนี้ อำเภอคอนสารมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Heritage) ทั้งโบราณสถาน ได้แก่ วัดเจดีย์ พระพุทธรูปศิลาแลง พระธาตุแก้งกอย แหล่งขุดค้นประวัติศาสตร์ถ้ำวิมานนาคินทร์ อนุสาวรีย์หลวงพิชิตสงคราม เจ้าเมืองคอนสารคนแรก มีเครื่องแต่งกายเป็นชุดผ้าพื้นเมืองไทคอนสาร ผู้หญิงจะนุ่งผ้าซิ่นควบไหมคอนสาร ผู้ชายนุ่งโสร่งไหม เสื้อขาว ผ้าขาวม้าพาดบ่า มีความสวยงามเป็นอัตลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ได้แก่ ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นในเรื่องของกรรมวิธีสำหรับการรักษาโรค หรือส่วนผสมของยารักษาโรคที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษในชุมชน เช่น ลูกประคบ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ประเพณีบุญเดือนสี่ ประเพณีบุญเดือนสาม ประเพณีบุญเดือนหก พิธีกรรม พิธีบวงสรวงเจ้าพ่อปู่หมื่นอร่ามกำแหง (หลวงพิชิตสงคราม) ภาษาพื้นเมือง ภาษาท้องถิ่นของไทคอนสาร การละเล่นพื้นบ้าน ได้แก่ การเล่นสะบ้า เป็นการละเล่นที่มีมาแต่ดั้งเดิม แต่โบราณเชื่อกันว่าเจ้าเมืองคนแรกเป็นผู้นำการละเล่นนี้มาจากเมืองนครไทยหรือเมืองด่านซ้ายไม่ปรากฏชัดเจน จะนิยมเล่นกันอย่างจริงจังในเทศกาลบุญเดือนสี่ เทศกาลสงกรานต์ พิธีบวชต้นไม้ พิธีแห่นางแมวเป็นพิธีอ้อนวอนขอฝน ซึ่งจำจัดทำขึ้นในปีที่แห้งแล้ง ฝนไม่ตกต้องตามฤดูกาล สาเหตุที่ฝนไม่ตก มีความเชื่อกันว่าน้ำฝนนั้นเป็นน้ำของเทวดา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของอำเภอคอนสาร ได้แก่ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียว เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูผาผึ้ง สวนรุกขชาติน้ำผุดทัพลาว เขื่อนจุฬาภรณ์ จุดชมวิวปางม่วง สวนสัตว์ธรรมชาติทุ่งกะมัง สถานีเพาะเลี้ยงสัตว์ป่าภูเขียว ถ้ำประกายเพชร วัดถ้ำพญาช้างเผือก

ด้านศักยภาพด้านการสร้างประสบการณ์ พบว่า กลุ่มมีสมาชิกประมาณ 12 คน ซึ่งรวมตัวกันอย่างเข้มแข็งและมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเลี้ยงปูนา การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากปูนา การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ และการปลูกผักไฮโดรโปนิกส์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมทั้งในด้านองค์ความรู้ กิจกรรม และทรัพยากรในท้องถิ่นที่สามารถนำมาต่อยอดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ กลุ่มยังมีการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามแหล่งเรียนรู้ของสมาชิกแต่ละคน ซึ่งถือเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่น ตอบสนองต่อแนวคิดเศรษฐกิจ BCG ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ด้านศักยภาพด้านความยั่งยืน พบว่า ชุมชนมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมและยั่งยืน โดยมีการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในท้องถิ่นอย่างสมดุลไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต เช่น การทำการเกษตร การเลี้ยงสัตว์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายในพื้นที่และแหล่งท่องเที่ยว

ด้านศักยภาพด้านบุคลากรและเครือข่าย พบว่า ผู้ประกอบการและสมาชิกในชุมชนมีระดับความรู้และทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารในระดับปานกลาง ซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้เกิดความจำเป็นพัฒนาศักยภาพเพิ่มเติม โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการ ประสบการณ์ท่องเที่ยว และการออกแบบกิจกรรมที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

ด้านศักยภาพด้านการตลาด พบว่า ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังอยู่ในระดับปานกลาง แม้ว่าชุมชนจะมีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่น และความตั้งใจในการพัฒนา แต่ยังขาดความรู้และทักษะในด้านการตลาดยุคใหม่ โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านศักยภาพด้านการบริหารจัดการ พบว่า ยังไม่มีการวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้านการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งอาหารพื้นถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายและ

ต่อเนื่อง อีกทั้งยังขาดการบริหารจัดการเวลาและกิจกรรมในเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อสร้างนวัตกรรมการจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่น แบบมีส่วนร่วมของชุมชน ของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ ประกอบกับการวิเคราะห์ศักยภาพของอำเภอคอนสารจังหวัดชัยภูมิ อัตลักษณ์ที่โดดเด่นในด้านอาหารพื้นถิ่น และความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ สิ่งเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และนวัตกรรมเชิงอาหาร สามารถสร้างเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์บนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นที่มีศักยภาพให้กับอำเภอคอนสารจังหวัดชัยภูมิได้ เพื่อให้สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจใหม่ BCG ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์โดยใช้รูปแบบ Cooking Class Tour เพื่อการมีประสบการณ์ร่วมทำอาหารกับคนในชุมชน รวมถึง Food Walking Tour และการซื้ออาหารเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก ซึ่งใช้หลักแนวคิดเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับประทานอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว (Mak et al., 2012) ประกอบในการพิจารณาเลือกเมนูในการใช้เป็นข้อมูลในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งเส้นทางท่องเที่ยวสายอาหารนี้จะได้ว่าเป็นนวัตกรรมส่วนเพิ่ม (Incremental Innovation) คือ เป็นการพัฒนาต่อยอดจากนวัตกรรมที่มีอยู่แล้ว และเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยการนำเสนอเป็นนวัตกรรมการท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีนักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงในแหล่งอาหารพื้นถิ่นนั้น ซึ่งถ่ายทอดกระบวนการโดยชุมชนแต่ละหมู่บ้าน ทางผ่านการรับประทานอาหาร การทำอาหาร การร่วมงานเทศกาลท้องถิ่น การเยี่ยมชมสถานที่ปลูกผัก และการซื้อของฝาก ซึ่งมีศักยภาพในการมีเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่หาข้อมูลและพิจารณาคัดเลือกได้รายการอาหารที่ได้รับความนิยมและเป็นอาหารแนะนำของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ โดยกำหนดเส้นทางมีทั้งหมด 2 เส้นทาง คือ นวัตกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 1 Day Trip และนวัตกรรมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2 Days 1 Night Trip

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า สามารถสร้าง “นวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์” ของอำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ บนฐานซอฟต์พาวเวอร์อาหารพื้นถิ่นแบบ มีส่วนร่วมของชุมชน ให้สอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจ BCG ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยนวัตกรรมประกอบด้วย 1) การยกระดับทุนอาหารพื้นถิ่นให้เป็นจุดขายและเรื่องเล่าทางวัฒนธรรมผ่านเมนูอัตลักษณ์ เช่น คั่วเนื้อ คั่วปลา (เมนูเชิดชูอาหารถิ่นจังหวัดชัยภูมิ) หมกปูนา แกงหัวพร้าว และของหวานพื้นบ้าน เพื่อเพิ่มมูลค่าประสบการณ์ 2) การออกแบบเส้นทางต้นแบบเชิงพาณิชย์ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1 Day Trip และ 2 Days 1 Night ที่เชื่อมกิจกรรม “จากฟาร์มสู่จาน” (การเลี้ยงและแปรรูปปูนา) ครัวชุมชน การท่องเที่ยววัฒนธรรม–

ธรรมชาติ และตลาดชุมชน พร้อมกำหนดราคาและรายการบริการในแพ็กเกจชัดเจน 3) การพัฒนาองค์ประกอบเพิ่มมูลค่า AGFEC ครบทั้งเกษตร วัฒนธรรมอาหาร อาหารปลอดภัย ประสบการณ์ และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ และ 4) การกำหนดระบบบริหารจัดการแบบชุมชนเป็นเจ้าของ ผ่านข้อเสนอการจัดตั้งวิสาหกิจท่องเที่ยว กลไกการกระจายรายได้และกองกลางเพื่อพัฒนาคน–ดิจิทัล–สิ่งแวดล้อม ตลอดจนแนวทางการตลาดผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อแก้ข้อจำกัดด้านกำลังคนเยาวชนและทักษะการประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารของคอนสารมีความพร้อมต่อการนำไปทดลองดำเนินการจริงและขยายผลเพื่อสร้างรายได้ กระจายประโยชน์สู่ชุมชน และสนับสนุนความยั่งยืนตามแนวทาง BCG

อภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของอำเภอคอนสารมีความพร้อมเด่นด้านทรัพยากรอาหารพื้นถิ่นและเรื่องเล่า เช่น คั่วเนื้อ คั่วปลา หมกปูนา แกงหัวพร้าว ของหวานพิธีกรรม และสามารถต่อยอดเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมกับชุมชนได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มองว่าอาหารสามารถสร้างประสบการณ์เรียนรู้วัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นผ่านกิจกรรม เช่น โฮมสเตย์ ทดลองทำเรียนทำอาหาร ชิมอาหารจากตลาดหรือเทศกาล (ทศพร ลิ้มดำเนิน, 2560; Hall & Sharples, 2003) และสอดคล้องกับการจัดประเภทกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ครอบคลุมทั้งการเรียนรู้ศาสตร์การทำอาหาร (Culinary Tourism) การชิมอาหารชั้นเลิศ (Gourmet Tourism) และการสัมผัสวัฒนธรรมการกิน (Gastronomic Tourism) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ว่า มิติความแท้และอัตลักษณ์ (Authenticity and Identity) ของอาหารพื้นถิ่นเป็นทุนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดรับกับข้อเสนอว่า อาหารท้องถิ่นสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของพื้นที่ และเป็นเครื่องมือบูรณาการการพัฒนาท่องเที่ยวได้ และยังสอดคล้องกับมุมมอง จิตราภรณ์ เถรวัตร และคณะ (2568) กล่าวว่า ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้ายจังหวัดสุพรรณบุรีเป็นขั้นตอนสำคัญสำหรับวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางการวางแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน สอดคล้องกับข้อเสนอว่า กลุ่มคณะกรรมการท่องเที่ยวชุมชนควรมีการประสานงานภายในชุมชน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนเป็นหลักเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (ปัญจพร ธนาวชิรานันท์ และคณะ, 2566)

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยได้สะท้อนช่องว่างของศักยภาพเชิงพาณิชย์ ได้แก่ การบริหารจัดการเส้นทางอย่างเป็นระบบยังไม่ชัด ทักษะดิจิทัลและการตลาดยังมีข้อจำกัด และกำลังคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการใหม่ยังน้อย ทำให้ศักยภาพที่มีอยู่ยังไม่ถูกแปลงเป็นสินค้าการท่องเที่ยว (Route as product) ได้เต็มที่ ประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า สื่อออนไลน์มีผลสูงต่อการตัดสินใจเดินทาง และการประชาสัมพันธ์มาตรฐานบริการช่วยสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ท่องเที่ยว สอดรับกับข้อเสนอของ ปวิธ ตันสกุล (2563) ที่เน้นว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนควรพัฒนาอัตลักษณ์สำรับอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น

ตามฤดูกาล และต้องมีการอนุรักษ์องค์ความรู้ เช่น การรวบรวมสูตร ถ่ายทอดสู่เยาวชน ซึ่งเป็นจุดที่ผลการวิจัยของคอนสารพบเป็น “คอขวด” สำคัญเช่นกัน

ในมุมทฤษฎีอาหารพื้นถิ่น ผลการวิจัยยังสะท้อนปัจจัยกำเนิด ธำรงอัตลักษณ์อาหารท้องถิ่นหลายข้อ โดยเฉพาะวัตถุดิบท้องถิ่น วิธีปรุง การย้ายถิ่น ภูมิประเทศและภูมิอากาศ เช่น เรื่องเล่าการย้ายถิ่นและการถนอมอาหารที่ต่อยอดเป็น “คั่วเนื้อ คั่วปลา” จึงทำให้อาหารพื้นถิ่นของคอนสารมีฐานวัฒนธรรมภูมิปัญญารองรับการพัฒนาเป็นประสบการณ์ท่องเที่ยวได้จริง (International Culinary Tourism Association, 2006) และสอดคล้องกับงานวิจัยที่ค้นพบว่า การกวนกาละแมสูตรโบราณนี้สามารถเปิดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางภูมิปัญญาได้อีกแห่งหนึ่งของชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสได้ร่วมประสบการณ์ทำขนม (กวนกาละแม) และนำขนมฝีมือตนเองกลับไป ทำให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้และความสนุกสนานจากขั้นตอนการผลิต ซึ่งจะเพิ่มเสน่ห์ให้กิจกรรมท่องเที่ยวของเวียงสระได้มากขึ้น (วิชชุตา ให้เจริญ, 2565)

ขณะที่ผลการวิจัยได้พัฒนานวัตกรรมเป็นระบบเส้นทางที่ทำให้เกิดแรงดึงดูด (Attraction) จากอาหารและวัฒนธรรม โดยใช้การเล่าเรื่อง การมีส่วนร่วม และประสบการณ์ตรง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ของ Nye (2004) ที่เน้นการทำให้ผู้อื่นรู้สึกโดยไม่ต้องบังคับ แต่ใช้อิทธิพลจากวัฒนธรรม คุณค่า ความชอบธรรม สอดคล้องกับมุมมองว่า ซอฟต์พาวเวอร์คือการทำให้ผู้อื่นร่วมมือโดยไม่รู้สึกถูกบีบคั้น โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ซอฟต์พาวเวอร์ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสารภาพลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และบริการชุมชนเพื่อโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวอยากมาเยือน (ศิริพร พึ่งเพ็ชร์ และคณะ, 2566; จิรวรรณ ดีประเสริฐ และคณะ, 2567) ดังนั้น นวัตกรรมที่ออกแบบให้ชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมหลักและเป็นผู้เล่าเรื่อง (storytelling) เพื่อสื่อสารวัฒนธรรม จึงเป็นกลไกทำให้ซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารทำงานได้จริงผ่านการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เพียงการประชาสัมพันธ์จากแหล่งท่องเที่ยว

ด้านความสอดคล้องกับนโยบายและแนวคิดการพัฒนา ผลการวิจัยได้บูรณาการโมเดล BCG และ AGFEC เพื่อทำให้เส้นทางมีทั้งมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการใช้ทรัพยากรชีวภาพท้องถิ่นต่อยอดเป็นมูลค่าสูง (Bio) การหมุนเวียนใช้ทรัพยากร/ลดของเสีย (Circular) และลดผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Green) ซึ่งสอดคล้องกับกรอบ BCG ที่เน้นการยกระดับห่วงโซ่คุณค่าและความยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2563) และแนวทางการยกระดับท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่บูรณาการอัตลักษณ์และการจัดการความยั่งยืนรวมถึงการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ขณะเดียวกัน การพัฒนาองค์ประกอบ AGFEC (เกษตร–วัฒนธรรมอาหาร–อาหารปลอดภัย–ประสบการณ์–ผู้ประกอบการสร้างสรรค์) ทำให้นวัตกรรมมีองค์ประกอบสำหรับการเป็นแพ็กเกจเชิงพาณิชย์และการกระจายรายได้ตลอดโซ่คุณค่า ซึ่งสอดรับกับแนวคิดการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงอาหารยั่งยืนภายใต้ BCG ที่ต้องอาศัยศักยภาพพื้นที่ ความมั่นคงทางอาหาร การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน และปัจจัยสนับสนุน (ดารณี อาจหาญ และเกิดศิริ เจริญวิศาล, 2565)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรมีเจ้าภาพกลาง เช่น วิสาหกิจท่องเที่ยวเชิงอาหารคอนสารหรือคณะทำงานชุมชน เพื่อบริหารจัดการเส้นทางแบบเชิงพาณิชย์ให้เป็นระบบ ตั้งแต่การจอง ทริป ตารางกิจกรรม มาตรฐานความปลอดภัยอาหาร (Food Safety) การดูแลผู้แพ้อาหาร การบริการ และการจัดสรรรายได้

2. ควรทดลองเดินทริป (Pilot) ก่อนขายจริงแล้วปรับเมนู เวลา กิจกรรม และราคาให้เหมาะสมกับฤดูกาลและต้นทุน พร้อมขับเคลื่อน BCG ด้วยการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ลดพลาสติก จัดการเศษอาหาร และเชื่อมเครือข่ายขายกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และบริษัททัวร์ โดยเน้นพัฒนาทีมเยาวชนด้านสื่อดิจิทัลเพื่อทำคอนเทนต์และระบบจองออนไลน์ให้เข้าถึงตลาดได้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาผลลัพธ์หลังการทดลองเดินเส้นทางแบบก่อนหลังในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม วิเคราะห์ต้นทุน กำไร และจุดคุ้มทุน และโมเดลกระจายรายได้ตามขนาดกลุ่ม ระดับราคา ทดสอบประสิทธิภาพการตลาดดิจิทัลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม

2. ควรศึกษาแนวทางสืบทอดภูมิปัญญาและการสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ตลอดจนการเชื่อมเส้นทางกับพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อสร้างคลัสเตอร์ท่องเที่ยวและเพิ่มการพักค้างให้เกิดรายได้ที่กระจายทั่วถึงและยั่งยืนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมประชาสัมพันธ์. (17 กรกฎาคม 2566). *ททท. ยกระดับการท่องเที่ยว ปี 2567 เร่งฟื้นฟูการท่องเที่ยวไทยเน้นคุณค่าสมดุลและยั่งยืน*. https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/198408

จิตราภรณ์ เถรวัตร, อุทุมพร เรืองฤทธิ์, ฐาปกรณ์ ทองคำนุช, และ เบญจรงค์ พื้นสะอาด. (2568) ศักยภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนของชุมชนบางแม่หม้าย จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ, 7*(1), 44-57.

จิรวรรณ ดีประเสริฐ, อุราเพ็ญ ยิ้มประเสริฐ, และ จักรกฤษณ์ สิริริน. (2567). ซอฟต์พาวเวอร์ของอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชน เขตเทศบาลเมืองไร่ขิง ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่าและความยั่งยืน. *วารสารศิลปการจัดการ, 8*(3), 231–251.

ฐิตาภา บำรุงศิลป์, รัตนะ ทิพย์สมบัติ, ขัติยาภรณ์ มณีชัย, ชญานี วีระมน, ทิวาทิพย์ บาศรี, อนงค์นาฏ โอมประพันธ์, กชนิภา จันทร์เทศ, และ รัชนีกร งีสันเทียะ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนบ้านวังรี จังหวัดนครนายก. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 3*(3), 1-14.

ดารณี อาจหาญ, และ เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2565). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 12*(2), 276–291.

ทศพร ลิ้มดำเนิน. (2560). *แนวทางการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาคลองดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี* [วิทยานิพนธ์บริหารมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].

ปรีชา ตั้งสุขขีย์ศิริ, ณภัทร สำราญราษฎร์, และ หงสกุล เมสนุกูล. (2565). แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของซอฟต์พาวเวอร์ด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 4*(2), 32-44.

ปวิธ ตันสกุล. (2563). แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร: กรณีศึกษาชุมชนขนาบนาก อำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารการจัดการ, 9*(1), 81–92.

ปัญจพร ธนาวชิรานันท์, สงกรานต์ กลมสุข, และ สุจิรา เมนัช. (2566). การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนภายใต้มาตรฐานความปกติใหม่ กรณีศึกษา ชุมชนตำบลสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 16*(1), 46–74.

วิชชุตา ให้เจริญ. (2565). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์อย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.กรุงเทพ, 4*(2), 106–120.

ศิริพร พึ่งเพ็ชร์, วิไลวรรณ ศิริประภาภูวดล, และ ไพโรจน์ ศรีคง. (2566). อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัยของชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5*(3), 533-542.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (31 พฤษภาคม 2566). *ในช่วงที่เหลือของปี 2566 ต่างชาติเที่ยวไทยเร่งตัว คาดทั้งปีมีจำนวน 28.5 ล้านคน... แต่ธุรกิจยังมีโจทย์ท้าทายโดยเฉพาะประเด็นต้นทุนแรงงานที่ต้องติดตาม.* https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Th-Tourist-Arrivals-CIS3416-Web-B-31-05-2023.aspx

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2563). *รายงานประจำปี 2563 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.*

Du Rand, G.E., Heath, 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*, 37-112.

Hall, C. M., & Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne (Eds.), *Food tourism around the world: Development, management and markets* (pp. 1–24). Oxford: Butterworth-Heinemann.

International Culinary Tourism Association. (2006). *What is food tourism?* http://www.worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism

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

Nye, J.S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, 16*(1), 12-37.