

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

Model of gastronomy tourism management to promote sustainable tourism based on Chinese cultural capital in Thailand

นวลพรรณ วงษ์อาด^{1*} และนพพร จันทรานามชู²

Nuanphun Wongsard^{1*} and Nopporn Chantaranamchoo²

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ ดังนี้ 1) หมู่บ้านรักไทย จังหวัดแม่ฮ่องสอน 2) ชุมชนซากแก้ว จังหวัดชลบุรี และ 3) ชุมชนเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบการสุ่มเชิงทฤษฎี การรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การสร้างทฤษฎีฐานราก

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) เงื่อนไขการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน 4 ด้าน คือ ชุมชนท้องถิ่น เครือข่ายการท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว และอัตลักษณ์อาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน และ 2) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 5 ด้าน คือ การวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่ การวางแผนกำหนดทิศทาง การจัดการความรู้ชุมชน ทดลองนำร่อง และการประเมินผลร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน โดยผลที่ได้รับจากการจัดการเกิดขึ้นทั้งมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลจากการศึกษานี้สามารถใช้เป็นตัวแบบสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจีนในบริบทที่คล้ายคลึงกันต่อไป

คำสำคัญ: ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทุนทางวัฒนธรรมจีน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร วัฒนธรรมอาหาร

¹ สาขาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² รองศาสตราจารย์ ดร., สาขาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

* Corresponding author: e-mail wongsard_n@su.ac.th

Abstract

The objective of this study was to develop a tourism management model based on Chinese cultural capital to promote the sustainability of gastronomy tourism in Thailand. In this study, the qualitative research methodology was used. The sample of this study consisted of 30 key informants in 1) Ban Rak Thai in Mae Hong Son Province, 2) Ban Chak Ngaew in Chonburi Province, and 3) Songkhla Old Town in Songkhla Province, which were selected using the theoretical sampling method. The data collection tools included in-depth interviews, focus group discussions, and non-participant observation. The data was analyzed using the grounded theory study.

To achieve the development of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital, the factors considered in the development of the tourism management model in this study consisted of 1) conditions for gastronomy tourism based on Chinese cultural capital in 4 areas which were local communities, tourism networks, tourism services, and Chinese cultural capital-based food identity; 2) gastronomy tourism management in 5 areas which were potential analysis, strategic planning, community knowledge management, pilot tourism, and performance assessment with stakeholders. The implementation of this management model is expected to contribute to positive effects in economic, social, cultural, and environmental dimensions. In addition, the results of this study can be used as a management model of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital in a similar context.

Keywords: Gastronomy tourism management model, Chinese cultural capital, Gastronomy tourism, Food culture

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำเสนอฟิลิทัศน์ทางวัฒนธรรมและบริการ ซึ่งส่งเสริมเศรษฐกิจสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างครอบคลุมจนกลายเป็นวิถีชีวิตที่สำคัญของคนสมัยใหม่ ความต้องการด้านการท่องเที่ยวของผู้คนค่อยๆ เปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบทัศนอารมาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่ส่วนใหญ่เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อันมีมรดกและประเพณีท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของเส้นทางเหล่านี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสกับชุมชนอย่างใกล้ชิด โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังนำมาซึ่งโอกาสที่ดีต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ การสร้างงาน การเพิ่มขึ้นของธุรกิจขนาดเล็ก (Rowland & Apoorva, 2024)การคำนึงถึงประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การปลูกฝังความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรมและความนับถือตนเองของชุมชน ตลอดจนการเสริมสร้างประเพณี

วัฒนธรรมของจุดหมายปลายทางและเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่นในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง (Urapree, et al., 2018)

ทั้งนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องอาศัยนวัตกรรมและความร่วมมือด้วยการมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของรัฐบาล ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสังคม เตรียมพร้อมที่จะเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและโครงสร้าง การกำกับดูแลเพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ การเสริมสร้างความยั่งยืนและความยืดหยุ่น รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจะมีความสำคัญในระยะยาวตามหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Prince, 2022) ซึ่งมีหลักการที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) ที่เน้นให้คนในชุมชนคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรในท้องถิ่น และการดำเนินการพัฒนาควบคู่กับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยให้การพัฒนาตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบันและยุคต่อไปอย่างเท่าเทียมกัน และต้องมีการบริหารจัดการที่ดี (Justice, 2019)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในการส่งเสริมให้เศรษฐกิจทางการท่องเที่ยวเกิดการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและเกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจากวัตถุดิบต่างๆ (Sopha et al., 2022) โดยการท่องเที่ยวรูปแบบนี้มีรากฐานมาจากการพัฒนาทางประวัติศาสตร์ในท้องถิ่น ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ตามลักษณะเฉพาะของภูมิภาค และมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ตามทักษะที่แสดงออกทางความคิดที่เกี่ยวกับสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริง ทั้งการชิมอาหารท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร ร้านอาหาร เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับประวัติศาสตร์ โดยใช้ "วัฒนธรรมอาหาร" เป็นจุดขายในการท่องเที่ยวที่เล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น อันบ่งชี้บริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเป็นแกนหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงอาหาร คิดเป็นร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด (Office of Permanent Secretary, 2021) วัฒนธรรมอาหารเป็นการแทรกซึมทางวัฒนธรรมของพิธีกรรม วิถีชีวิต และความเชื่อ ทำให้อาหารมีความสำคัญมากในวัฒนธรรมจีน มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นสมบัติล้ำค่าที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวและตกผลึกภูมิปัญญาเป็นเวลาหลายพันปี (Meng, 2023) ชาวจีนโพ้นทะเลสืบทอดวัฒนธรรมอาหารของบ้านเกิดจากการปรับให้เข้ากับสภาพพื้นที่ ดิน ฟ้า อากาศ และผสมผสานองค์ประกอบของท้องถิ่นนั้น ผ่านการนำเสนอรูปแบบวัฒนธรรมอาหารจีนที่มีสีสันและสร้างลักษณะวัฒนธรรมอาหารประจำภูมิภาคที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นในทุกพื้นที่ โดยวัฒนธรรมอาหารจีนถูกฝังอยู่ในพฤติกรรมทางจิตใจของชาวจีนโพ้นทะเลที่สืบทอดจากบ้านเกิดและวัฒนธรรมที่สะท้อนความคิดถึง เอกลักษณ์ของบ้านเกิด สัญลักษณ์ ความทรงจำทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ กระบวนการสืบทอดวัฒนธรรมอาหารจีนชาวจีนโพ้นทะเลได้ปรับตัวเข้ากับชาวไทยด้วยการสร้างสรรค์จากการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นใหม่ ๆ และความยืดหยุ่นของวัฒนธรรมอาหาร อันเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาสืบทอดให้คงอยู่ (Yanagi, 2022)

ทั้งนี้วัฒนธรรมอาหารจีนที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวจีนโพ้นทะเลนั้น ไม่เพียงแต่การสืบทอดมาที่บ้านเกิดตามวัฒนธรรมอาหารของบรรพบุรุษเท่านั้น แต่ยังมีการปรับให้เข้ากับสภาพท้องถิ่นด้วยรูปแบบที่หลากหลายจากองค์ประกอบและการพัฒนาใหม่ ๆ ภายใต้อิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ทางชาติพันธุ์ โลกาภิวัตน์และสร้างวัฒนธรรมอาหารของตนเองที่ได้จากการเรียนรู้จนเกิดเป็นภูมิปัญญาในการใช้ชีวิต การกิน และการผลิต จนหลอมรวมเกิดเป็นอัตลักษณ์ประจำถิ่นในประเทศไทยที่ยากจะแยกออกจากกัน ด้วยความเป็นเมืองพหุวัฒนธรรมที่หลอมรวมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ทั้งไทยและวัฒนธรรมจีนอย่างกลมกลืน จนเกิดเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาหารไทย ซึ่งมีวัฒนธรรมอาหารที่แสดงให้เห็นถึงการแทรกซึมทางวัฒนธรรมของพิธีกรรม วิถีชีวิต และความเชื่อ อันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวและปัญญาให้ได้เรียนรู้ ด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการขับเคลื่อนการเสริมสร้างของชุมชนให้มีความเข้มแข็งนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป (Igor, 2024)

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยมีหลายแห่งที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นให้ได้เรียนรู้ ซึ่งเต็มไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจทั้งความหลากหลายและความเฉพาะตัว อีกทั้งมีการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนที่มีรูปแบบเฉพาะถิ่น ทั้งการอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอเหมาะเพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรได้อย่างยั่งยืน และการร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Nuanphun & Narin (2023) ที่พบว่าชุมชนเจริญไชยเยาวราชเป็นชุมชนจีนเก่าแก่ที่เต็มไปด้วยอัตลักษณ์วัฒนธรรมจีน ทั้งวิถีการดำเนินชีวิต ประเพณีความเชื่อ วัฒนธรรมอาหาร และรูปแบบสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น แต่ในปัจจุบันพื้นที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวไปจากอดีตตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จากปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ค้นพบจึงได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนโดยให้ภาครัฐและภาคเอกชนส่งเสริมกิจกรรม เส้นทาง และเป็นสื่อกลางในการเร่งรัดการจัดกิจกรรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้เป็นชุมชนเป็นที่รู้จักในแง่ของอาหารเชิงวัฒนธรรมจีน และจากการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวของ Jajang & Annisa (2018) ที่อธิบายถึงการให้ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยว นับตั้งแต่การตัดสินใจในการวางแผนการดำเนินงาน การติดตาม การประเมินผลและการแก้ปัญหาโดยตระหนักถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การฝึกอบรมความสามารถให้กับคนในชุมชน การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการในการวางแผนการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น รวมถึงการทำงานร่วมกันของภาคเอกชนและภาคประชาชน จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้นส่วนใหญ่เป็นการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวในบางประเด็นเท่านั้น หากยังขาดข้อมูลของตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมที่ครอบคลุมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลากหลายมิติ อันนำไปสู่คำถามวิจัยว่า ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยเป็นอย่างไร

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมในประเทศไทย โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาจะก่อให้เกิดการเพิ่มความรู้ความเข้าใจที่เติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยเกี่ยวกับตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีกระบวนการความร่วมมือของคนในชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการจัดการการท่องเที่ยวและบริการ รวมถึงเกิดความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

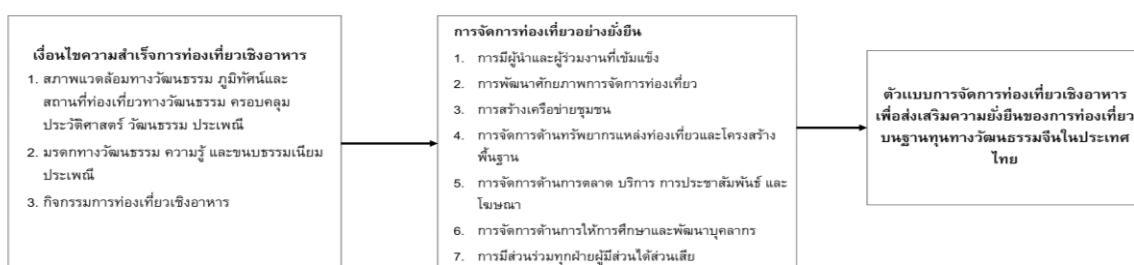
งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาตัวแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยนำแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้เข้าชมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มในจุดหมายปลายทางด้านอาหาร ทั้งเทศกาลการทำอาหาร งานแสดงอาหาร ร้านอาหาร ตลาดเกษตรกร การเยี่ยมชมสถานที่เกี่ยวกับอาหารและทัวร์ชิมอาหาร (Nika, R. V. & Blaz, K., 2021) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับอาหารที่ถูกดึงดูดจากอาหารและประเพณีวัฒนธรรม โดยการใช้อาหารเป็นตัวเชื่อมในกระบวนการท่องเที่ยวการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมอาหารและกิจกรรมการท่องเที่ยวจากการชิมอาหารและทำความเข้าใจวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเป็นผลกระทบเชิงบวกของการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคสามารถนำไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในอนาคตของผู้บริโภคนำไปสู่การกลับมาเยี่ยมชมสถานที่อีกครั้ง (Farah, L. et al., 2022) โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีทั้งหมด 7 ด้าน คือ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มรดกทางวัฒนธรรม ความรู้ และขนบธรรมเนียมประเพณี ความยั่งยืน คุณภาพการตลาดจุดหมายปลายทาง และการมีส่วนร่วมทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Guruge, 2020; Pavlidis & Markantonatou, 2020; Sthapit et al., 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกันในบริบททางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการเพิ่มความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจของการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความตระหนักในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม การปรับปรุงคุณภาพชีวิตของผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ต้อนรับการท่องเที่ยว ตลอดจนการปกป้องสิ่งแวดล้อมทางนิเวศวิทยาซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสังคมในอนาคต (Global sustainable tourism council, 2022) โดยมีองค์ประกอบสำคัญ คือ 1) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) การตระหนักรู้และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด 2) ความยั่งยืนทางสังคม (Social Sustainability) ด้วยการพัฒนาคนให้มีความรู้ การเคารพในสังคมวัฒนธรรมและประเพณีของประชาชนพื้นเมือง การรู้จักปรับตัวและเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณี และ 3) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Economics Sustainability) การเติบโตทางเศรษฐกิจต้องมีการบริหารจัดการที่ดี การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น (Iwona, N., 2021) โดยการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ดังนี้ 1) ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน 2) การจัดการด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และโฆษณา 3) การจัดการด้านการให้การศึกษาและพัฒนาบุคลากร 4) การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Kiran, K. 2020) จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded theory) ที่เป็นกระบวนการตีความนิยม (Interpretivism) เพื่อสร้างจากข้อมูลการทำความเข้าใจมุมมองของผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับเรื่องที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ และประสบการณ์ตรง เพื่อพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในประเทศไทย

พื้นที่ในการทำวิจัย

ในการคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษาผ่านเกณฑ์การคัดเลือกพื้นที่จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ 1) พื้นที่ที่มีการผลักดันส่งเสริมอัตลักษณ์เก่าแก่ของชุมชนในด้านวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร สถาปัตยกรรม การใช้ชีวิต การสืบทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง โดยเฉพาะด้านอาหารและเครื่องดื่ม และ 2) พื้นที่ที่มีความน่าสนใจบนรากฐานของอัตลักษณ์เฉพาะตัว มีการส่งเสริมให้นำอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาต่อยอดสนับสนุนทรัพยากรท้องถิ่น สร้างประสบการณ์ด้วยวัฒนธรรมในท้องถิ่น สร้างอาชีพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ นำไปสู่การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการส่งมอบสิ่งที่ดีขึ้นกว่าเดิมในทุกมิติ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น จากเกณฑ์การคัดเลือกดังกล่าว ทำให้ได้พื้นที่กรณีศึกษา 3 ชุมชน คือ หมู่บ้านรักไทย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ชุมชนชาวกะเหรี่ยง จังหวัดชลบุรี และชุมชนเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนของการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมอาหารตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การศึกษาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการเลือกเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ซึ่งไม่ได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักไว้ล่วงหน้า แต่เลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบค่อยเป็นค่อยไป พร้อมกับการวิเคราะห์ภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับปรากฏการณ์ ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 1) ผู้แทนจากเจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด 2) ผู้ประกอบการและเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ก่อตั้ง ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจ 5 ปีขึ้นไป และ 3) นักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนจาก 3 พื้นที่กรณีศึกษา พื้นที่ละ 10 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำตัวเองเข้าไปสัมผัสปรากฏการณ์เพื่อสร้างเป็นทฤษฎีฐานราก จากนั้นผู้วิจัยทำการบันทึกภาคสนาม (field notes) จดบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดรวมกับการบันทึกเสียง โดยแนวทางในการรวบรวมข้อมูลมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก จากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมาตรฐานการสัมภาษณ์ปลายเปิด (Standardized Open-Ended Interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลักและใช้เครื่องมือบันทึกภาพและเสียง เกี่ยวกับประเด็นด้านศักยภาพและเงื่อนไขความสำเร็จ แนวทางการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน 2) การสนทนากลุ่ม จากผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยคำถามปลายเปิดและแบบบันทึกการประชุมเพื่อเสนอตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวและจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยมีเครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกวิดีโอ และเลขานุการผู้จดบันทึกการประชุมกลุ่มย่อย 3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ของผู้ให้ข้อมูลหลักพร้อมทั้งอัดเสียงและจดบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างครบถ้วน การตรวจสอบความสอดคล้อง

ของข้อมูลเพื่อให้ข้อมูลมีความแม่นยำตรง น่าเชื่อถือ และป้องกันความผิดพลาดจากการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ที่พิจารณาจากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้มีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ประกอบด้วย

1) การวิเคราะห์เนื้อหา โดยผู้วิจัยเป็นผู้ตีความ การสกัดเนื้อหาสาระจากการสื่อความหมายของผู้ให้ข้อมูลทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งคำพูด ข้อเขียน การพูดจาและภาษาท่าทาง

2) การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded theory) ผู้วิจัยจะดำเนินการเป็นระยะ ๆ ในช่วงการเก็บข้อมูล และอาศัยความไวเชิงทฤษฎี (Theoretical sensitivity) ในการทำความเข้าใจและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ 1) การเปิดรหัส (Open coding) เป็นการนำเอาข้อมูลที่ได้จำแนกเป็นหมวดหรือกลุ่มที่มีความหมาย 2) หาแก่นของรหัส (Axial coding) เป็นการเลือกหมวดหลักจากหมวดใดหมวดหนึ่งเพื่อกำหนดให้เป็นปรากฏการณ์หลัก จากนั้นกำหนดความสัมพันธ์ของหมวดหลักอื่น โดยเน้นเงื่อนไข กลยุทธ์ ที่นำมาใช้เพื่อจัดการและผลลัพธ์ที่เกิดจากการใช้กลยุทธ์ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสลับไปมาระหว่างการรวบรวมข้อมูล การเปิดรหัส และการหาแก่นของรหัส 3) การเลือกรหัส (Selective coding) และ 4) การพัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุผลหรือแผนภาพของทฤษฎี (Development of logic paradigm or picture of theory generated) เป็นการเขียนทฤษฎีจากความสัมพันธ์ระหว่างเงื่อนไข กระบวนการ และผลที่ติดตามมา

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินในประเทศไทยจากพื้นที่กรณีศึกษาได้ผลการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 การถอดบทเรียนพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินในประเทศไทย

1. ชุมชนบ้านรักไทย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นที่มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ส่วนใหญ่เป็นชาวจีนยูนนานที่ทำอาชีพการเกษตรโดยเฉพาะการปลูกชา และการถนอมอาหารซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่โดดเด่น ลักษณะของการท่องเที่ยวเป็นการเข้าไปเยี่ยมชมประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาเรื่องอาหารและการแปรรูปอาหารยูนนานที่มีรสชาติและจุดเด่นในสรรพคุณของอาหารบำรุงสุขภาพและผักปลอดสารพิษ วัฒนธรรมการดื่มชา และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

โดยมีการจัดการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 1) ผู้นำและองค์กร ที่เริ่มต้นจากการรวมตัวกันของชุมชน โดยผู้นำชุมชนและกลุ่มองค์กรชุมชนที่เข้มแข็ง ซึ่งมองเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมและสร้างภาพลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวทั้งในแง่วัฒนธรรมและธรรมชาติที่ผสมผสานกันอย่างลงตัว มีการฟื้นฟู อนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมยูนนาน รวมไปถึงการพัฒนาอาชีพ เพื่อส่งเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน 2) การสื่อสารการตลาด

ท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านทำเอกสารแผ่นพับ ส่งให้บริษัททัวร์ ประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดแม่ฮ่องสอน การติดป้ายโฆษณา และโซเชียลมีเดีย 3) ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว จากการที่อาหารยูนนานมีความเป็นอัตลักษณ์ในรสชาติและจุดเด่นทางสรรพคุณอาหารบำรุงสุขภาพ และผักปลอดสารพิษในพื้นที่ รวมถึงผลผลิตภัณฑจากชา ทำให้มีการนำเสนอวัฒนธรรมอาหารยูนนานและวัฒนธรรมชาอันเป็นเสน่ห์ที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์ที่ยาวนานที่เป็นจุดขายในการท่องเที่ยวของชุมชน และ 4) การสร้างคุณค่าอาหารผ่านวัฒนธรรมจีน เป็นชุมชนที่มีความสามารถในการแปรรูปอาหารเป็นอย่างดีและมีรสชาติที่อร่อย อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการสั่งสมภูมิปัญญาและถ่ายทอดไปยังคนรุ่นต่อ ๆ ไป และล้วนเป็นอาหารที่ไม่สามารถหาทานได้ในเมืองตัวเมืองแม่ฮ่องสอน เนื่องจากพืชผักบางชนิดมีตามฤดูกาลและไม่ได้มีการส่งเสริมการปลูกในเชิงการค้า 5) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชุมชนนำเอาทรัพยากรทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นไร่ชาหรืออ่างเก็บน้ำของหมู่บ้านมาผนวกกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหาร สร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นที่นักท่องเที่ยวจะต้องมาเข้าร่วม 6) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว การให้บริการการท่องเที่ยวจุดบริการนักท่องเที่ยวด้านที่พัก มีการให้บริการหลายรูปแบบ ทั้งแบบสโตร์ บูติกโฮเต็ลและบ้านพักธรรมดา ที่รองรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสอากาศหนาวเย็น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ จุดชมวิว การจัดการมัคคุเทศก์ โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม 7) การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดทำหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์น้อย การฝึกภาคสนามที่มีกิจกรรมการเสริมความรู้ในเรื่องของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและการปฏิบัติตัวเพื่อเป็นเจ้าบ้านที่ดี โอกาสเรียนรู้และฝึกพูดภาษาอังกฤษเพื่อการนำเที่ยว รวมถึง การอบรมความรู้เรื่องอาชีพเสริมเพื่อให้คนในชุมชนนำไปต่อยอดเป็นอาชีพหลัก และ 8) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีการสร้างให้คนในชุมชนเกิดความรักและหวงแหนชุมชน มีจิตอาสาร่วมพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็ง เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนอนุรักษ์วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม

2. ชุมชนบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี เป็นชุมชนที่มีวิวัฒนาการการตั้งถิ่นฐานของชุมชนของชาวจีนแต้จิ๋ว และได้รับการคัดเลือกเป็นหนึ่งในชุมชนต้นแบบของแหล่งท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชุมชนจีน ซึ่งยังคงรักษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีภูมิปัญญาที่โดดเด่น และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ได้แก่ อาหารจีนวัฒนธรรมประเพณี โดยมีการจัดการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 1) ผู้นำและองค์กร มีส่วนมุ่งเน้นผลประโยชน์ของท้องถิ่น และให้ความสำคัญของบทบาทของคนในชุมชนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านการท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกชุมชนทำหน้าที่ตามความถนัดและให้รับผิดชอบตามความสามารถและความเหมาะสม ด้วยการเปิดโอกาสให้องค์กรหรือสมาชิกชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ 2) การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว มีการพัฒนาและบูรณาการร่วมกับภาครัฐด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายโฆษณา โบรชัวร์ เสียงตามสายของชุมชน โซเชียลมีเดีย และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ อีกทั้งการผลิตหนังสือซึ่งเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจใหม่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน 3) ผลผลิตภัณฑการท่องเที่ยว มีอาหารจีนโบราณของชาวจีนแต้จิ๋วและบ้านแถวเรือนไม้เก่าที่สร้างความโดดเด่นและแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และ 4) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ระหว่างเจ้าของภูมิปัญญาอาหารจีนพื้นถิ่นกับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทำบ๊ะจ่างหรือฮ้อยจ้อ รวมถึงศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตคนในชุมชนชิมน้ำจิ้มเลี้ยงหรือน้ำถั่วปั่นแปดเซียนคลายร้อน หรือทำหน้าากากจีน ซึ่งเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นในเทศกาลประเพณีต่าง ๆ ที่สืบสานต่อกันมา 5) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว มีการจัดตั้งคณะกรรมการในชุมชนโดยแบ่งคณะกรรมการตามความถนัดของบุคคล การประชุมแบ่งงานให้ผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน การตั้งกฎเกณฑ์ที่ทุกคนในชุมชนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดและมีการจัดประชุมแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ซึ่งในทุกขั้นตอนการดำเนินงานทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วม 6) การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความร่วมมือกับหน่วยงานเข้าไปสนับสนุนให้ท้องถิ่นมีความรู้แก่ชุมชนทางด้านการจัดการโดยเฉพาะการนำ "แอปพลิเคชัน สมาร์ท พัทยา" มาส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 7) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การริเริ่มด้วยการระดมความรู้ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผ่านเวทีประชาคมรับฟังความคิดเห็นได้จัดเวที การวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนเพื่อบูรณาการความร่วมมือพัฒนาชุมชน และมีความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อร่วมแรงร่วมใจกันสนับสนุนให้เป็นชุมชนต้นแบบ

3. ชุมชนเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมมากมาย ทั้งความเป็นพหุวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม อาหารการกิน รวมไปถึงการร่วมแรงร่วมใจจากคนในชุมชนที่ต้องการเห็นบ้านเกิดได้รับการพัฒนา โดยเฉพาะเรื่องของเชื้อชาติที่มีทั้งคนไทย คนพุทธ คนจีน และคนมุสลิมที่อยู่ร่วมกันมายาวนาน สะท้อนให้เห็นผ่านวัฒนธรรมการกินและการออกแบบสถาปัตยกรรม โดยมีการจัดการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 1) ผู้นำและองค์กร มีการจัดการของกลุ่มภาคีที่เกิดจากการรวมกลุ่มจากคนในชุมชนที่อยากพัฒนาบ้านเกิด ทั้งการวางแผน การรวบรวม การประเมิน การติดตาม และการนำผลไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุดแก่ชุมชน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ โดยผู้นำเปิดเวทีประชุมและทำงานอย่างต่อเนื่องในการติดตามทำความเข้าใจให้เกิดความหวงแหนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ 2) การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว มีการนำศิลปะสตรีทอาร์ตมาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเพื่อสื่อถึงวิถีชีวิตชาวบ้านย่านเมืองและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ต้นทุนทางประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน จากองค์ประกอบหลักของเมือง ทั้งเป็นศาสนสถาน ชุมชน สถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ยังคงมีกลิ่นอายของชุมชนที่เลื่องลือร่อยทางประวัติศาสตร์ย่านการค้าสมัยโบราณ รวมถึงอาหารโบราณท้องถิ่น และ 4) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ด้วยการจัดทำแผนที่เที่ยวย่านเมืองเก่าสงขลาเพื่อเผยแพร่อาหารท้องถิ่นดั้งเดิม และโน้มน้าวให้ที่มีภูมิปัญญาทางด้านอาหารมีส่วนร่วมในกิจกรรม ซึ่งสามารถอนุรักษ์ให้อาหารดั้งเดิมไม่สูญหายและยังเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน 5) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการนำเสนอวัฒนธรรม และสถาปัตยกรรมย่านเมืองเก่าที่มีอายุ กว่า 200 ปี เป็นจุดขายดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว โดยการปรับภูมิทัศน์เมือง การจัดบริการที่จอดรถ จุดนั่งพัก ศูนย์ข้อมูลศูนย์ประชาสัมพันธ์ ร้านขายของที่ระลึก การจัดการขยะ การบริการรักษาความปลอดภัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถราง และป้ายสื่อความหมายให้ข้อมูลต่างๆ 6) การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการอย่างต่อเนื่องและมุ่งสร้างเยาวชนผ่านกระบวนการเรียนรู้ด้วยระบบคุณค่าเพื่อสื่อสารความเป็นพลเมืองรักษ์สงขลาอย่างสร้างสรรค์ และ 7) การมีส่วน

ร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การสร้างให้คนในชุมชนเกิดความรักในอัตลักษณ์วัฒนธรรมหรือทรัพยากรที่มีในชุมชน และมีความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในลักษณะของเครือข่ายทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

1. เงื่อนไขความสำเร็จการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่มีองค์ประกอบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 4 ด้านหลักและองค์ประกอบย่อย ดังนี้

1) **ชุมชนท้องถิ่น** มีวัตถุประสงค์ร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้คงอยู่และแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยการนำทรัพยากรท้องถิ่น วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นแนวทางในการพึ่งตนเอง ซึ่งสามารถแบ่งเป็นองค์ประกอบย่อย 2 ด้าน ได้แก่

ผู้นำ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้นำต้องทำให้การพัฒนาชุมชนประสบความสำเร็จ มีความมุ่งมั่นเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน มีความอดทน ไม่ย่อท้อ และพร้อมที่จะฝ่าฟันอุปสรรค โดยมีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน

คนในชุมชน มีจิตสำนึกในการพึ่งพาตนเอง เอื้ออาทร รักและห่วงใย ช่วยเหลือและร่วมกันแก้ไขปัญหาของตนเองและชุมชน

2) การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว

เครือข่ายภายในชุมชน โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมทำ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ดำเนินงานผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันเพื่อทำงานเป็นเครือข่ายภาคประชาชนที่เข้มแข็ง

เครือข่ายภายนอกชุมชน เครือข่ายภายนอกชุมชนให้การสนับสนุนทั้งด้านองค์ความรู้ งบประมาณและความช่วยเหลือตามความเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ หน่วยงานรัฐเพื่อส่งเสริมสนับสนุนทรัพยากรและความรู้ทางวิชาการต่อยอดการพัฒนา หน่วยงานภาคเอกชนเพื่อสนับสนุนการขายสู่ตลาด เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ นำไปสู่การทำงานร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยว

3) **การบริหารการท่องเที่ยว** การวางตำแหน่งของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่แข็งแกร่งและมีอัตลักษณ์โดดเด่นที่เหมาะสมกับบริบทและความพร้อมของชุมชน โดยองค์ประกอบย่อย 3 ด้าน ได้แก่

ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีศักยภาพความพร้อมของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อดึงดูดใจในท่องเที่ยว ได้แก่ สถาปัตยกรรมแบบจีนที่มีเอกลักษณ์ สภาพแวดล้อมที่สะท้อนความเชื่อของชาวจีนโพ้นทะเลในสังคมไทย ดังนั้นควรวางแผนงานจัดการสิ่งแวดล้อม ปรับปรุงภูมิทัศน์ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ทันสมัย และปลอดภัย

การตลาดการท่องเที่ยว โดยการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย นโยบายการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โครงสร้างและเงื่อนไขความต้องการของตลาดและกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว โดย

พิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมาย จำนวนนักท่องเที่ยวสามารถรองรับได้ การบริหารจัดการนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการจัดเก็บสถิติเกี่ยวกับความคิดเห็นและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์การตลาด

การสื่อสารการตลาด โดยการสร้างเนื้อหาเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยวและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ทันสมัย และตรงตามเป้าหมาย เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้สนใจและกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะเดินทางมาสัมผัสกับสถานที่จริงผ่านเรื่องราวของชุมชนที่แสดงถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ วัฒนธรรมที่มีค่านิยม ทศนคติและประเพณีท้องถิ่น อีกทั้งการเพิ่มช่องทางในการแสดงความคิดเห็นเพื่อความสะดวกในการติดต่อสอบถามของนักท่องเที่ยว

4) อัตลักษณ์อาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน การยกระดับศักยภาพชุมชนให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยอาศัยการมีส่วนร่วมที่เหมาะสมกับบริบท วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาดั้งเดิม รวมถึงทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพของชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย 2 ด้าน ได้แก่

อัตลักษณ์วัฒนธรรมอาหารจีน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยวัฒนธรรมจีนที่บรรพบุรุษให้ความสำคัญกับการบำรุงร่างกายผ่านอาหาร การคัดเลือกวัตถุดิบ วิธีการปรุง ความพิถีพิถัน และการจัดงานของอาหาร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีที่มีการสืบทอดมาช้านาน อีกทั้งการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากของชุมชน ดังนั้นสามารถประยุกต์วัฒนธรรมอาหารเป็นเครื่องมือเพื่อพัฒนาศักยภาพในการเพิ่มและกระจายรายได้สู่ชุมชน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจีน มีความสัมพันธ์กับประเพณีและพิธีกรรมอย่างแยกกันไม่ได้ จึงสามารถออกแบบกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่นำเสนอบรรยากาศ วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แสดงถึงรากเหง้าผ่านการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมจากการเข้าร่วมกิจกรรมในงานเทศกาล ประเพณี งานแสดงสินค้า ตลาดนัด และทัศนศึกษาตามรอยวัฒนธรรม

2. กระบวนการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน สามารถพัฒนาและปรับปรุงระบบการจัดการผ่านการประชุมหมู่บ้าน วางแผน ติดตามประเมินผล และร่วมใช้ผลประโยชน์จากการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชนจึงควรมุ่งเน้นการรับรู้ต้นทุนทางสังคมและทรัพยากรในชุมชนจาก ดังนี้

1) การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ กระบวนการจัดการต้องเข้าใจศักยภาพของพื้นที่ โดยการจัดประชุมระหว่างผู้นำในท้องถิ่นและคนในชุมชน เพื่อระดมความคิดเห็นวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน ทรัพยากรทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรม กำหนดอัตลักษณ์ของชุมชน การรวบรวมประวัติความเป็นมา อัตลักษณ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการตีความคุณค่าของอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมจีน

2) การวางแผนกำหนดทิศทาง ชุมชนท้องถิ่นควรดำเนินการโดยจัดตั้งคณะทำงานและจัดสรรหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดทิศทางการพัฒนาและเป้าหมายที่ชัดเจน

3) การจัดการความรู้ชุมชน ด้วยการแสวงหาความรู้ใหม่จากการจัดอบรมความรู้ทางวิชาการ เพื่อบริหารจัดการบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการและเตรียมความพร้อมให้กับผู้ประกอบการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับการท่องเที่ยว

4) **ทดลองนำร่องการท่องเที่ยว** มุ่งเน้นการปฏิบัติเพื่อใช้งานจริงจากการจัดโครงการนำร่องเพื่อประเมินระบบการจัดการการท่องเที่ยวและความสามารถของทรัพยากรในท้องถิ่น ตรวจสอบองค์ประกอบในสถานการณ์และประเมินระบบการจัดการและความสามารถของทรัพยากรในท้องถิ่น และ

5) **การประเมินผลร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย** ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินการทดลองนำร่อง โดยจะรายงานผลร่วมกับการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วเพื่อเพิ่มคุณภาพการท่องเที่ยวต่อไป

ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนนั้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญให้นักท่องเที่ยวเกิดความภักดีต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว การบอกต่อแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว และกลับมาใช้บริการซ้ำ โดยผลที่ได้รับจากการจัดการแบ่งเป็น 4 มิติ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 2 ดังนี้

1) มิติด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังท้องถิ่นเนื่องจากการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและยังก่อให้เกิดการสร้างงานในหลากหลายอาชีพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2) มิติด้านสังคม ก่อให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยความมั่นคงในชีวิต เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของสังคม รวมถึงสร้างโอกาสให้ผู้อาวุโสในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน อีกทั้งส่งผลกระทบต่อความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

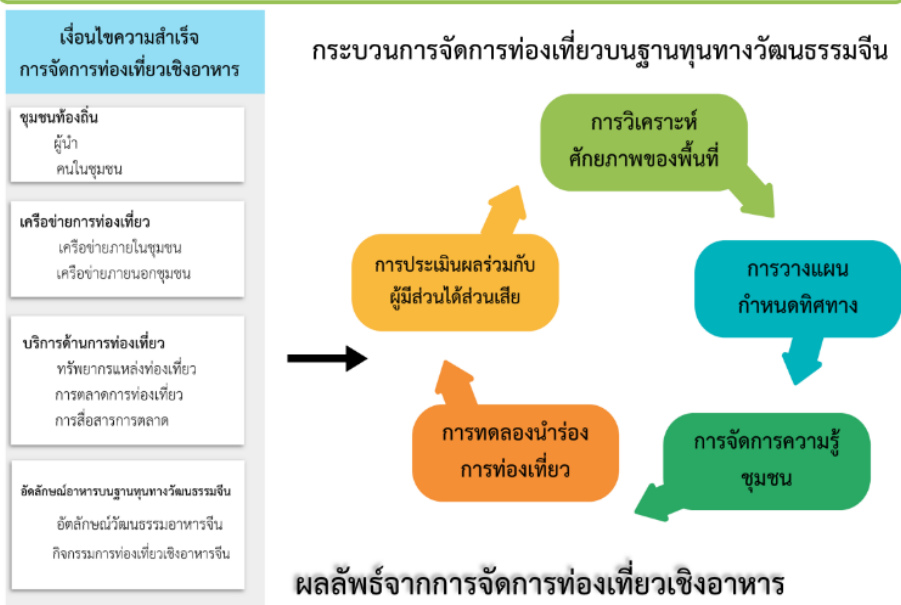
3) มิติด้านวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการต่อยอดทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาวัฒนธรรมอาหาร เผยแพร่อัตลักษณ์ชุมชน และเกิดการปลูกจิตสำนึกสร้างทัศนคติให้คนในชุมชนตระหนักเห็นคุณค่าความสำคัญของทรัพยากรท้องถิ่น

4) มิติสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไม่ใช้สารเคมี ให้อัตมคติที่ตรงตามฤดูกาล และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากอาหารเพื่อส่งเสริมการลดขยะจากอาหาร

**ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน
การท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย**

หลักการ : การส่งเสริมอัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรมจีนที่โดดเด่นของชุมชน โดยนำทรัพยากรและวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ในชุมชนมาบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วัตถุประสงค์ : การจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร



มิติเศรษฐกิจ	มิติสังคม	มิติวัฒนธรรม	มิติสิ่งแวดล้อม
- การกลับมาซ้ำของนักท่องเที่ยว - การกระจายรายได้ - การสร้างงาน	- การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน - การพัฒนาแบบสาธิตในชุมชน - การพัฒนาคุณภาพชีวิต	- การต่อยอดวัฒนธรรมอาหารจีนและภูมิปัญญา - การสืบทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมจีน	การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ภาพที่ 2 แสดงตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงอาหารในประเทศไทย

จากการถอดบทเรียนพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมในประเทศไทย พบว่าพื้นที่กรณีศึกษาทั้งชุมชนบ้านรักไทย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ชุมชนบ้านซอกแก้ว และชุมชนเมืองเก่าสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นชุมชนที่มีองค์ประกอบในการจัดการการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน สมบูรณ์สอดคล้องตามแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ทั้งผู้นำและองค์กร การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะดวกการท่องเที่ยว การพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบกับเมื่อวิเคราะห์ตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินในประเทศไทยค้นพบว่า ชุมชนท้องถิ่น เครือข่ายการท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว และอัตลักษณ์อาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินเป็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินจากกาวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ การวางแผนกำหนดทิศทาง การจัดการความรู้ชุมชน การทดลองนำร่องการท่องเที่ยว และการประเมินผลร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมให้เกิดประสบความสำเร็จจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดหลักการ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบ เงื่อนไขความสำเร็จ กระบวนการ และคำนึงถึงผลลัพธ์ในทุกมิติจากการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาตัวแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมเงินในประเทศไทยอย่างยั่งยืนขึ้นโดยมี **เงื่อนไขการท่องเที่ยวเชิงอาหาร** ที่ประกอบด้วย 1) ชุมชนท้องถิ่น ที่ประกอบด้วยผู้นำชุมชนที่สร้างประโยชน์และพร้อมร่วมกันแก้ปัญหาของตนเองและชุมชน ดังการศึกษาของ Strzelecka (2015) ที่ยืนยันว่า ผู้นำท้องถิ่นที่มีคุณภาพต้องสามารถกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างชัดเจนและเหมาะสมและมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และคนในชุมชนควรมีความสามัคคีร่วมแรงร่วมใจกันวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวอันเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จ 2) เครือข่ายการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและความร่วมมือกับคนภายนอก ดังการศึกษาของ Jennifer et al. (2021) เครือข่ายการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญเนื่องจากต้องมีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวและมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันเพื่อก่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการจัดการระยะยาว 3) การบริการท่องเที่ยว ประกอบด้วยทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและโครงสร้างพื้นฐานที่ได้มาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับ Delita et al. (2024) ที่ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพของสิ่งแวดล้อมความสะดวก และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มโอกาสในการจ้างงาน ปรับปรุงคุณภาพชีวิตและสร้างประโยชน์แก่ผู้อยู่อาศัยในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกของการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยวมีการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ชัดเจน นโยบายการตลาดเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน การบันทึกสถิติและ

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ดังแนวคิดของ Shukla and Shamurailatpam (2024) ที่ว่าการตลาดที่หลากหลายช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางในระยะยาว และการสื่อสารการตลาดด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ดังแนวคิดของ Blanco-Moreno et al. (2023) ที่พบว่าการตลาดมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวและการสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย 4) อัตลักษณ์อาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ประกอบด้วย วัฒนธรรมอาหารสามารถสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและกระจายรายได้สู่คนในชุมชน ดังที่ Khoshkam et al. (2023) กล่าวว่าวัฒนธรรมอาหารส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ดังนั้น จุดหมายปลายทางควรมีทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมและคนในท้องถิ่นเป็นผู้ให้บริการ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร ที่นำศักยภาพของมรดกภูมิปัญญา วัฒนธรรมนิยมประเพณี วัฒนธรรมการกิน วิธีการนำเสนออาหารถ่ายทอดผ่านเรื่องเล่าและกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ และสอดคล้องกับ Park et al. (2023) ที่ว่าความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถถ่ายทอดความรู้และทักษะอันมีค่าให้กับนักท่องเที่ยวได้

กระบวนการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน ที่ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ จากการระดมความคิดเห็นด้านทรัพยากร จุดอ่อนจุดแข็ง กระบวนการแก้ปัญหาและการขับเคลื่อนกระบวนการพัฒนาชุมชน โดย Kritsana and Kampanart (2021) ชี้ให้เห็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต้องเริ่มจากคนในชุมชนระดมความเห็น ทำให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น 2) การวางแผนกำหนดทิศทาง เป็นการวางแผนเป้าหมาย วิสัยทัศน์ ทิศทางการพัฒนา คณะทำงาน และบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินงาน ตามที่ Ilenia, S. et al. (2023) เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน และร่วมกันปฏิบัติ รวมถึงการใช้ความรู้และกระบวนการที่มีประสิทธิภาพ 3) การจัดการความรู้ชุมชน เป็นองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จตามที่ Moraes et al. (2023) ได้ค้นพบ ทั้งความรู้ ทักษะ และกระบวนการแลกเปลี่ยน 4) การทดลองนำร่องการท่องเที่ยว เป็นการมุ่งเน้นการปฏิบัติเพื่อใช้งานจริงมากกว่าทฤษฎี และลดปัญหาความท้าทายในการจัดการท่องเที่ยวจากการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและคนในชุมชน และ 5) การประเมินผลร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการประเมินการจัดการ ทรัพยากรในท้องถิ่น กระบวนการดำเนินงาน ผลลัพธ์ และวิธีบรรเทาด้านลบอันเกิดจากการท่องเที่ยว ผ่านการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวโดยนำร่องในชุมชน (Ilenia, S. et al., 2023) ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวมีผลลัพธ์กับชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนโดยตรง ดังนั้นตัวแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีนในประเทศไทยอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความเข้มแข็งของชุมชน เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวนั้นจัดโดยคนในท้องถิ่นเป็นหลัก หากไม่มีพลังชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและบริหารจัดการก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมายที่เป็นประโยชน์กับทุกฝ่ายและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ดังที่ Supradith and Pooripakdee (2023) ชี้ว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในการบริหารการจัดการและทุนของชุมชนที่มีอยู่ควบคู่กับพื้นฐานความยั่งยืน โดยคำนึงถึงเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมของชุมชน และมี

กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ ผู้นำชุมชนการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน ทักษะความรู้ การสร้างเครือข่าย สิ่งอำนวยความสะดวก เศรษฐกิจแบบแบ่งปัน อัตลักษณ์ของชุมชน และการบริการ ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาคประชาชนควรให้ความสำคัญในประเด็นของชุมชนท้องถิ่นที่มีผู้นำและคนในชุมชนที่เริ่มจากการรวมตัวกันของชุมชนที่เข้มแข็ง ตระหนักถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ผ่านการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต อีกทั้งควรมีการส่งเสริมการจัดการองค์ความรู้ของท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ และส่งเสริมการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมผ่านสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารเช่น กิจกรรม อาหารและบริการ เพื่อคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชนและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะของเครือข่ายภายในชุมชน

2. ภาครัฐควรให้ความสำคัญและเข้าใจถึงบริบทพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว และร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวภายนอกชุมชน การจัดการบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนา ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้มีความสะดวกและปลอดภัย การวางแผนจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนา สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก การยกระดับความปลอดภัยของอาหาร การประยุกต์ใช้หลักสุขาภิบาลอาหารขั้นพื้นฐาน การให้ความรู้แก่บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะบุคลากรของท้องถิ่นจากการสร้างความร่วมมือกับสถาบันหรือองค์กรภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนการเข้าไปช่วยเหลือสนับสนุนเชิงนโยบายและเชิงวิชาการ

3. ภาคเอกชนควรให้ความสำคัญและเข้าใจถึงบริบทพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวเช่นเดียวกันภาครัฐ เพื่อทราบถึงศักยภาพและข้อจำกัดของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการรวมกลุ่มของธุรกิจเพื่อเป็นประโยชน์ในการประสานความร่วมมือกับภาครัฐ

4. การจัดการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบความร่วมมือของภาคประชาชน ภาครัฐ และภาคเอกชนที่มีรูปแบบการประสานงานกันทั้ง 3 องค์กร ทั้งการร่วมกันให้ข้อมูล การแก้ปัญหา การแสดงความคิดเห็น การร่วมตัดสินใจ ตรวจสอบ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน ด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพของพื้นที่ กำหนดรูปแบบแผนงาน การจัดการความรู้ของชุมชน การร่วมลงมือปฏิบัติและการประเมินผลร่วมกัน นำไปสู่ผลประโยชน์ของประชาชน รวมถึงสนองนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ซึ่งได้รับประโยชน์จากพัฒนาและปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวร่วมกันบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นผู้ที่สนใจวิจัยในหัวข้อที่เกี่ยวข้อง ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมจีน และค้นพบปัจจัยใหม่ ๆ ที่อาจส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต รวมถึงการนำตัวแบบสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารจีนในบริบทที่คล้ายคลึงกันต่อไป

2. การศึกษาครั้งนี้ ศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยเริ่มจากการ ระดมความคิดหาจุดแข็ง จุดอ่อน การจัดการความรู้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน การระดมความคิดแผนพัฒนาชุมชน การวัดประเมินผลและการปรับปรุงแก้ไข ดังนั้น งานวิจัยต่อไปควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยใหม่ๆ เช่น การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research-PAR) เพื่อปรับปรุงและพัฒนาต่อยอดการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนต่อไป

3. งานวิจัยต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในฐานะกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างฐานในการปรับและพัฒนานโยบายซอฟต์แวร์ (soft power) ของประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Blanco-Moreno, S., González-Fernández, A. M., & Muñoz-Gallego, P. A. (2023). Big data in tourism marketing: past research and future opportunities. **Spanish Journal of Marketing-ESIC**. (ahead-of-print).
- Delita, F., Berutu, N., Tanjung, F., & Rambe, T. (2024). Resident's Attitudes Toward Tourism Development in Simanindo Subdistrict Samosir Regency. **KnE Social Sciences**, 1165–1180-1165–1180.
- Farah, L. et al. (2022). The influence of food tourism behavior on visitor intent to purchase local food: A study in Serang, Banten, Indonesia. **Current issue in tourism, gastronomy, and tourist destination research**, 1, 1-8.
- Global Sustainable Tourism Council. (2022). **What is sustainable tourism?**. Retrieved from <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>
- Guruge, M. (2020). Conceptual Review on Gastronomy Tourism. **International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)**, 10(2), 319-325.
- Igor, M. (2024). European capital of culture and sustainable tourism: challenges, trends and perspectives. **An international interdisciplinary journal**, 72(1), 20-34.

- Ilenia, S. et al. (2023). Stakeholder participation in planning of sustainable and competitive tourism destination: the Genoa integrated action plan. **Sustainability journal**, 15(6), 1-32.
- Iwona, N. (2021). Sustainable Tourism Development. **Regional Formation and Development Studies**, 3(8), 157-166.
- Jajang, G. & Annisa, P. (2018). How local community could contribute to the tourism development in rural area?. **KnE social sciences**, 3(11), 826-834.
- Jennifer, K. L. C., Karmarul, M. M. & Tini, M. M. (2021). Local community participation and responsible tourism practices in ecotourism destinations: A case of Lower Kinabatangan, Sabah. **Sustainability journal**, 13(23), 1-30.
- Justice, M. (2019). Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action: Literature review. **Cogent social sciences**, 5(1), 1-21.
- Kiran, K. (2020). Sustainable developments in management. **Journal of Management and Science**, 12(20), 73-76.
- Khoshkam, M., Marzuki, A., Nunkoo, R., Pirmohammadzadeh, A., & Kiumarsi, S. (2023). The impact of food culture on patronage intention of visitors: the mediating role of satisfaction. **British Food Journal**, 125(2), 469-499.
- Kritsana, N. & Kampanart, W. (2021). Community-Based Cultural Tourism Management. **Journal of Roi Kaensarn Academi**, 6(11), 350-363. (In Thai)
- Meng, J. (2023). Chinese cultural symbols and the spread of Chinese culture. **Education and teaching research**, 2, 22-28.
- Moraes, A., Farinaci, J., Prado, D., Araujo, L., Dias, A. C., Ummus, R., & Seixas, C. (2023). What comes after crises? Key elements and insights into feedback amplifying community self-organization. **Ecology and Society**, 28(1).
- Nika, R. V. & Blaz, K. (2021). Gastronomy tourism: A brief introduction. **Acta geographica slovenica**, 61(1), 95-105.
- Nuanphun, W. & Narin, S. (2023). Guidelines for the development of gastronomy tourism based on Chinese cultural capital of the area of Charoen Chai alley, Yaowarat. **Journal of sustainable tourism development**, 5(1), 55-70. (In Thai)
- Office of Permanent Secretary. (2021). **Summary Report of the National Accounting of Tourism for Fiscal Year 2020 Development and Preparation of National**

- Accounting in Tourism.** Bangkok: Tourism and Sports Economy Division, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports. (In Thai)
- Pavlidis, G., & Markantonatou, S. (2020). Gastronomic tourism in Greece and beyond: A thorough review. **International Journal of Gastronomy and Food Science**, 21(20) , 2-10.
- Park, E., Muangasame, K., & Kim, S. (2023). ‘We and our stories’: constructing food experiences in a UNESCO gastronomy city. **Tourism Geographies**, 25(2-3), 572-593.
- Prince, S. (2022). World Tourism Organization (UNWTO). In **Encyclopedia of Tourism Management and Marketing**. Edward Elgar Publishing.
- Rowland, L. & Apoorva, H.(2024). Impacts of cultural events and festivals on cultural tourism. **Journal of advance zoology**, 45(4), 174-179.
- Sopha, C., Suanpang, P., Boonchua, T., Siripanwattana, C., Saengrungrueang, T., Buntham, P., Chysirichote, T., & Seedaluang, B. (2022). The Development of Gastronomy Tourism Manpower to Support the Gastronomy Tourism Village in Secondary Cities of Active Beach. **Sripatum Review of Humanities and Social Sciences**, 22(2), 129-142.
- Sthapit, E., Piramanayayagam, S., & Björk, P. (2020). Tourists' motivations, emotions, and memorable local food experiences. **Journal of Gastronomy and Tourism**, 5(1), 17-32.
- Strzelecka, M. (2015). The prospects for empowerment through local governance for tourism- the LEADER approach. **Journal of Rural and Community Development**, 10(3), 78-97.
- Shukla, P. S., & Shamurailatpam, S. D. (2024). **Effects and Implications of Event Tourism on Sustainable Community Development: A Review**. Event Tourism and Sustainable Community Development, 31-49.
- Supradith, S., & Pooripakdee, S. (2023). The First Step Of Social Enterprise Operation Of Sustainable Community-Based Tourism. **Latin American Journal of Pharmacy**, 42(3), 264-274.
- Urapree, P. et al. (2018). Cultural tourism behaviors: Enhancing the influence of tourists’ perceptions on local Thai food and culture. **The open psychology journal**, 11(1), 184-197.
- Yanagi, M. (2022). Analysis of the path and mode of tourism resources innovation in Japan. **Geographical Research Bulletin**, 1, 2-13.