

การพัฒนาารูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจาก สุรากลั่นชุมชน กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 21 ธันวาคม 2566

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 มีนาคม 2567

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 มีนาคม 2567

*ดวงกมล สุขมงคล**

จิตศักดิ์ พุฒจร และวงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การนำเสนอสุรากลั่นชุมชนผ่านเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ในการผลิตและวัตถุดิบที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ถ่ายทอดผ่านรูปแบบของกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อยกระดับและสร้างมูลค่าของสุรากลั่นชุมชนให้เกิดการรับรู้และเผยแพร่ในวงกว้าง บทความวิชาการนี้จึงเป็นการนำเสนอแนวคิดการพัฒนาารูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ผู้เขียนได้รวบรวมความรู้ในเรื่องสุรากลั่นชุมชนของจังหวัดสุโขทัยนำเสนอเป็นรูปแบบกิจกรรม 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมเยี่ยมชมแหล่งปลูกวัตถุดิบในการผลิต 2) กิจกรรมเรียนรู้วิถีในการผลิตสุรากลั่นชุมชน 3) กิจกรรมชิมสุรากลั่นชุมชนควบคู่กับมื้ออาหาร 4) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และ 5) กิจกรรมอื่นที่สร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ 4 ด้าน คือ 1) การได้รับความบันเทิง 2) การได้รับความรู้ 3) การเกิดสุนทรียศาสตร์ และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน บทความวิชาการนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพันธที่ช่วยให้ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับและเพิ่มการรับรู้ของสุรากลั่นชุมชนได้มากขึ้น ผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในอนาคตต่อไป

คำสำคัญ: ประสบการณ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวสุรากลั่นชุมชน สุรากลั่นชุมชน การเล่าเรื่อง

วิธีการอ้างอิง:

ดวงกมล สุขมงคล, จิตศักดิ์ พุฒจร และวงศ์ลัดดา วีระไพบุลย์. (2567). การพัฒนาารูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 6(3), 16-28.

*ผู้ประสานงานหลัก: duangkamol.su13@gmail.com

A Development of an Activity Model to Create Tourism Experience through Storytelling from Native Thai Craft Liquor: A Case Study of Native Thai Craft Liquor in Ban Kluai Sub-District, Mueang Sukhothai District, Sukhothai Province

Received: December 21, 2023

Revised: March 23, 2024

Accepted: March 25, 2024

*Duangkamol Sukmongkol**

Jittasak Putjorn and Wongladda Weerapaiboon

Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

Presenting native Thai craft liquor through historical stories, uniqueness in raw materials from local products through the activities that create experiences for tourists can boost and add value to local whisky. This academic article presents the concept of developing an activity model to create the tourism experience through storytelling from native Thai craft liquor in Ban Kluai Sub-District, Mueang Sukhothai District, Sukhothai Province. The author has gathered knowledge about native Thai craft liquor and presented it in 5 activities visiting the raw material growing area, learning methods for production, tasting, exchanging experience, and doing other activities to create travel experiences to achieve results in 4 areas: 1) entertainment, 2) education, 3) esthetics, and 4) escapism. This academic article submitted in fulfillment of the requirements for the Doctor of Philosophy Program can help tourism entrepreneurs organize tourism activities to raise the level and increase awareness of native Thai craft liquor. Entrepreneurs can prepare to be a part of tourism activities in the future.

Keywords: Travel Experience, Native Thai Craft Liquor Tourism Activities, Native Thai Craft Liquor, Story Telling

Cite this article as:

Sukmongkol, D., Putjorn, J., & Weerapaiboon, W. (2024). A Development of an Activity Model to Create Tourism Experience through Storytelling from Native Thai Craft Liquor: A Case Study of Native Thai Craft Liquor in Ban Kluai Sub-District, Mueang Sukhothai District, Sukhothai Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 6(3), 16-28.

* Corresponding Author: duangkamol.su13@gmail.com

บทนำ

การผลิตและการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (สุรา) มีมาตั้งแต่ 7,000 ปีก่อนคริสต์ศักราช ที่อ้างถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่เก่าแก่ที่สุดของโลกมีชื่อว่า “Wine-Mead-Sake” เป็นการผสมองุ่น น้ำผึ้งและข้าว จนมาถึงปัจจุบันที่มีวัตถุดิบหลากหลายและการพัฒนาวิธีการผลิตจนเกิดเป็นเครื่องดื่มประเภทไวน์ เบียร์ สุราหมักและสุรากลั่น (PennMuseum, 2020) การบริโภคสุราในประเทศไทยมีบันทึกทางประวัติศาสตร์มาตั้งแต่สมัยอยุธยา คนไทยรู้จัก “สุราแช่” ที่เป็นกระบวนการหมักข้าวตามธรรมชาติ จนกระทั่งถึงสมัยพระนารายณ์มหาราช การผลิตสุราเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในลักษณะการแปรรูปเป็นสุรากลั่นเรียกว่า “เหล้าโรง” และการได้รับวัฒนธรรมมาจากพ่อค้าชาวตะวันตกที่มีการนำไวน์ วิสกี้และบรันดีเข้ามาเผยแพร่ จนคนไทยเริ่มหมักสุราเองโดยการนำพืชผลการเกษตรมาเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เช่น ข้าวและผลไม้ รวมถึงการทำลูกแป้งที่เป็นหัวเชื้อสำหรับ (หัวเชื้อจุลินทรีย์) มาเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิต ลูกแป้งเกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่น มีสูตรการทำที่แตกต่างกันออกไปทำให้รสชาติของสุรากลั่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละพื้นที่

การยกระดับสุราชุมชนทั้งในรูปแบบสุราหมักและสุรากลั่นเกิดขึ้นอย่างชัดเจนช่วงปีพ.ศ. 2544 ยุคของรัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ที่มีนโยบายในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้มีจำนวนโรงกลั่นสุราชุมชนเพิ่มมากขึ้นกว่า 6,000 โรงกลั่น แต่ในปี พ.ศ. 2565 มีกลุ่มผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง ตามกฎหมายเหลืออยู่เพียง 569 โรงกลั่น (ข้อมูลจากไทย, 2564) สาเหตุที่ทำให้จำนวนลดลง อาทิเช่น การขาดทุนเพราะขาดความรู้ในเรื่องการคิดคำนวณต้นทุนและราคาขาย อัตราภาษีที่เพิ่มสูงขึ้น ขาดการรับรู้และการทำการตลาดที่เหมาะสมในการกระจายสินค้าไปสู่ผู้บริโภค (สาวิตรี อัญญากรณ์ชัย และวรานิษฐ์ ลำไย, 2562) จากสภาพปัญหาของผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนรวมถึงการรับรู้ในเรื่องของสุรากลั่นชุมชนที่ยังมีไม่มากนัก ทำให้ผู้เขียนเห็นถึงการสร้างมูลค่าและการยกระดับสุรากลั่นชุมชนเพื่อให้เกิดการต่อยอดจนเป็นที่รู้จักและเผยแพร่ในวงกว้างมากขึ้นโดยมีการนำรูปแบบกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนช่วยสนับสนุนในการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสุรากลั่นชุมชน รูปแบบกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวจะเป็นส่วนช่วยในการขับเคลื่อน เป็นการสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวให้กับชุมชน รวมถึงสามารถกลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวของชุมชนได้อีกด้วย (Ellis, Kim, & Yeoman, 2018) ผู้เขียนเลือกสุรากลั่นชุมชนของจังหวัดสุโขทัยเนื่องจากเป็นอันดับ 2 ของประเทศที่มีผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนมากที่สุดรองจากจังหวัดลำปางด้วยจำนวน 37 โรงกลั่น (ข้อมูลจากไทย, 2564) และยกกรณีศึกษาผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนในพื้นที่ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมืองเพราะในพื้นที่มีการจัดนำเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว Sukhothai Bicycle Tour ที่ติดอันดับ 1 ใน 8 บริษัทนำเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยในประเภทกิจกรรมกลางแจ้งจากเว็บไซต์ Tripadvisor (Sukhothai Bicycle Tour, 2021) การออกแบบการท่องเที่ยวของบริษัท Sukhothai Bicycle Tour จะเป็นรูปแบบการปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชีวิตท้องถิ่นผู้นำเที่ยวที่เป็นคนพื้นที่สามารถบรรยายถึงประวัติศาสตร์ เกร็ดความรู้และข้อมูลของชุมชนได้เป็นอย่างดีและบริษัท Sukhothai Bicycle Tour เป็นเพียงบริษัทเดียวที่มีการนำนักท่องเที่ยวแวะเยี่ยมชมการผลิตสุรากลั่นชุมชนโดยผู้ประกอบการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อรพรรณน้ำทิพย์ ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย ผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชนตราปราบจางอาจ (Traditional Thai Rice Whiskey) ที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสแวะชิม ดูวิธีการผลิตและพูดคุยกับเจ้าของโรงกลั่นสุราชุมชนที่มีการสืบทอดกิจการมากกว่า 20 ปี (Sukhothai Bicycle Tour, 2021) ผู้เขียนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในประเด็นของการศึกษาและรวบรวมความรู้ในเรื่องของสุรากลั่นชุมชน

และนำเสนอผ่านบทความวิชาการนี้ เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวที่เป็นเรื่องเล่าของสุรากลั่นชุมชนพร้อมนำเสนอรูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้ การศึกษาและทำความเข้าใจความเป็นสุรากลั่นชุมชนที่จะสามารถสะท้อนภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมของคนในท้องถิ่นได้อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการยกระดับสุรากลั่นชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสุรากลั่นชุมชน เกิดการพัฒนาในชุมชนและผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนอย่างต่อเนื่องต่อไป

เนื้อเรื่อง / เนื้อหาของบทความ

สุรากลั่นชุมชน

ตามประกาศของกระทรวงการคลัง เรื่องวิธีการบริหารงานสุรา พ.ศ.2546 เพื่อให้ความหมายของสุรากลั่นชุมชนหมายถึง สุรากลั่นชนิดสุราขาว ทำจากวัตถุดิบจำพวกข้าว หรือแป้ง หรือผลไม้ หรือน้ำผลไม้ หรือผลผลิตทางการเกษตรอื่น ๆ มีแรงแอลกอฮอล์เกินกว่า 15 ดีกรี แต่ไม่เกิน 40 ดีกรี โดยกฎกระทรวงการผลิตสุรา พ.ศ.2565 ได้แยกประเภทของโรงกลั่นสุราออกเป็น 2 ประเภทคือ โรงอุตสาหกรรมสุราขนาดเล็ก และโรงอุตสาหกรรมสุราขนาดกลาง รวมถึงการอนุญาตให้ผลิตสุราที่มีใช้เพื่อการค้าเป็นการบริโภคภายในครัวเรือน (หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ, 2565) การสำรวจตลาดของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2565 มีมูลค่าสูงถึง 490,680 ล้านบาท ขยายตัว 8.9% จากปีก่อน ในส่วนของสุรากลั่นชุมชนพบว่ามูลค่าการจำหน่ายรวมอยู่ที่ 182,404 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.2% จากปีพ.ศ.2564 (วรรณ ยงพิศาลภพ, 2565) ลักษณะของสุรากลั่นชุมชนในแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นที่แตกต่างกันในด้านของกลิ่น สี และรสชาติ ที่มาจากวัตถุดิบหลักในการผลิต ผู้เขียนได้แบ่งวัตถุดิบหลักในการผลิตสุรากลั่นชุมชนเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. พืชผลทางการเกษตร เช่น ข้าว ข้าวโพด อ้อย น้ำตาลโตนด น้ำตาลมะพร้าว ผลไม้ตามฤดูกาล เช่น สับปะรด วัตถุดิบเฉพาะ เช่น ไม้เคี่ยม ความแตกต่างของวัตถุดิบจะสร้างความโดดเด่นให้กับสุรากลั่นชุมชนในแต่ละพื้นที่ ผู้เขียนได้ลงพื้นที่และสอบถามเจ้าของโรงกลั่นสุรากลั่นชุมชนของจังหวัดสุโขทัยพบว่าส่วนใหญ่จะใช้ข้าวเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เช่น ข้าวเหนียวสันป่าตอง จากจังหวัดลำปาง ข้าวเหนียวหางดงจากจังหวัดเชียงใหม่ เพราะพื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดสุโขทัยปลูกได้แต่ข้าวเจ้า ซึ่งกลิ่น รส และคุณภาพของสุรากลั่นชุมชนที่ได้จากข้าวเจ้าไม่สามารถสู้กับการใช้ข้าวเหนียวเป็นวัตถุดิบหลักได้ เจ้าของโรงกลั่นสุรากลั่นชุมชนบางรายได้ทำการทดลองปลูกข้าวเหนียวในพื้นที่แต่เกิดปัญหาการผสมเกสรระหว่างข้าวเจ้าและข้าวเหนียวทำให้ข้าวเหนียวที่ได้คุณภาพไม่ดี ส่งผลต่อคุณภาพของสุรากลั่นชุมชนที่ได้ โดยข้าวเหนียวที่ใช้จะเป็นแบบข้าวหัก (Broken) เพราะราคาถูกกว่าข้าวเต็มเมล็ด น้ำหนักต่อกระสอบจะอยู่ที่ 45-50 กิโลกรัม ราคากระสอบละ 1,300-1,500 บาท

2. น้ำ ถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบที่สำคัญเพราะจะส่งผลต่อคุณภาพของสุรากลั่น แหล่งน้ำที่ดีที่สุดคือน้ำจากต้นน้ำ หมู่บ้านที่ตั้งอยู่ใกล้ต้นน้ำ จะผลิตสุรากลั่นชุมชนที่มีคุณภาพดี สีใสบริสุทธิ์และรสชาตินุ่มละมุน

3. ลูกแป้งหรือที่เรียกว่าสาเหล้า กล้าเชื้อจุลินทรีย์ (Inoculum) ตามธรรมชาติในรูปแบบเชื้อจุลินทรีย์แห้ง ลูกแป้งจะมีรา (Fungi) ที่เปลี่ยนแป้งในข้าวเหนียวให้กลายเป็นน้ำตาล และยีสต์ (Yeast) จะเปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นแอลกอฮอล์ จากงานวิจัยของ อรอน จันทรประสาทสุข (2562) พบว่า เชื้อจุลินทรีย์ที่หลงเหลือในลูกแป้งจะมีสรรพคุณในการย่อยแป้งในข้าวเหนียวให้กลายเป็นน้ำตาล และยังมีฤทธิ์ในการยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อราและเชื้อจุลินทรีย์ในกระบวนการหมักข้าวเหนียว สูตรของลูกแป้งในแต่ละโรงกลั่นจะมีความแตกต่างกัน ผู้เขียนได้มีโอกาสลงมือทำลูกแป้งกับผู้ผลิตสุรากลั่นชุมชนตำบลบ้านกล้วย จังหวัดสุโขทัย ลูกแป้งที่ปั่นขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 4-5 เซนติเมตรจะถูกวางเรียงไว้บนแผ่นผ้าใบพลาสติก

การพัฒนาแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน กรณีศึกษาสุรากลั่นชุมชน ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย

ขนาดใหญ่ ในระหว่างที่ปั้นลูกแป้งก็จะทำการโรยผงลูกแป้งรองพื้น ก่อนจะวางลูกแป้งที่ปั้นลงไปเพื่อเป็นตัวช่วยให้เกิดปฏิกิริยาเชื่อมต่อเชื้อ เมื่อปั้นลูกแป้งเรียงบนผ้าใบพลาสติกเรียบร้อยแล้ว ก็จะนำผ้ากระสอบมาปิดทับไว้เพื่อให้เกิดความร้อนเป็นการบ่มเชื้อทิ้งไว้ 1 คืน หลังจากนั้นนำลูกแป้งไปตากแดดจนลูกแป้งแห้งสนิท ลูกแป้งที่ดีจะต้องมีความโปร่งเบา มีรูพรุน ไม่มีความชื้น เมื่อนำมาบดจะเป็นผงสีขาวนวลละเอียด มีกลิ่นสมุนไพรที่ฉุน ไม่มีกลิ่นเหม็นเปรี้ยว ใช้ในการหมักและการต่อเชื้อ ส่วนผสมหลักในการทำลูกแป้งของตำบลบ้านกล้วย จังหวัดสุโขทัย ได้แก่

3.1 แป้งข้าวเจ้า คุณภาพของลูกแป้งที่ใช้ข้าวเจ้าจะดีกว่าการใช้แป้งข้าวเหนียว แป้งข้าวเจ้าที่ใช้จะเป็นแบบแป้งสำเร็จรูปที่บรรจุถุงพลาสติกปิดสนิทเพื่อลดการปนเปื้อนของเชื้อจุลินทรีย์

3.2 น้ำปูนใส โดยผสมน้ำกับปูนแดง ใส่ลงขณะนวดลูกแป้งเพื่อยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อจุลินทรีย์และเชื้อราที่ทำให้เกิดการเน่าและเกิดกลิ่นเปรี้ยว การใส่น้ำที่พอดีจะเป็นการควบคุมความชื้นของลูกแป้งและทำให้ลูกแป้งมีคุณภาพที่ดี

3.3 สมุนไพรและเครื่องเทศ ลูกแป้งของจังหวัดสุโขทัยจะใช้สมุนไพรและเครื่องเทศ อาทิเช่น พริกจินดาแห้ง ขิงสด พริกไทยขาวป่น ชะเอมแห้ง กระเทียมสด วัตถุดิบในการทำลูกแป้งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละโรงกลั่น เช่น การใช้ชะเอมแห้งที่ทำซื้อได้ทั่วไปกับชะเอมป่าที่ต้องสั่งซื้อจากคนเก็บของป่าเท่านั้น ซึ่งชะเอมป่าจะทำให้สุรากลั่นชุมชนที่ได้มีความหอมเย็นและรสชาติละมุนขึ้น หรือการใช้สมุนไพรที่เก็บได้จากเขตพื้นที่ป่าเขาหลวง โดยสมุนไพรและเครื่องเทศที่ใช้ในการทำลูกแป้งจะต้องมีความสดใหม่เสมอ

เรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน

นอกเหนือจากวัตถุดิบในการทำสุรากลั่นชุมชนที่มีการสืบทอดต่อมาจากรุ่นสู่รุ่น เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์และประเพณีในการบริโภคสุรากลั่นชุมชน ก็ทำให้สุรากลั่นชุมชนของจังหวัดสุโขทัยมีมิติในการนำเสนอเพิ่มมากขึ้น เมื่อสอดแทรกประวัติศาสตร์ของการบริโภคและการผลิตสุรากลั่นชุมชนที่มีเรื่องเล่ามาอย่างยาวนานตามคำบอกเล่าของปราชญ์ชาวบ้านและผู้นำที่เกี่ยวข้องกันจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ มีความเพลิดเพลินและสนุกไปกับเรื่องเล่า (ณรงค์ชัย โตอินทร์, การสัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2566) เรื่องของสุรามีหลักฐานจารึกทางประวัติศาสตร์ในศิลาจารึกหลักที่ 2 วัดศรีชุมที่กล่าวถึงนิทานชาดกเรื่องที่ 143 วารุณทูสชาดกที่มีการพูดถึงอาชีวะต้มสุราขาย แสดงให้เห็นว่าสุราเป็นเครื่องดื่มที่นิยมบริโภคมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล รวมถึงการค้าขายและแลกเปลี่ยนสินค้าของพ่อค้าชาวจีนและชาวยุโรป เป็นจุดเริ่มต้นในการนำสุรากลั่นและกรรมวิธีในการผลิตสุรากลั่นเข้ามาเผยแพร่ในเมืองสุโขทัย (ตรงใจ หุตางกูร, วชรพร อังกูรชัยชัย และดอกกรักร พยัคศรี, 2562) ตามความเชื่อของคนสมัยก่อนจนถึงปัจจุบันสุรากลั่นชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องสังเวยสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่จะต้องมีในพิธีกรรม การบูชาเทพเจ้า การบูชาผีบ้านผีเรือน คนสมัยโบราณมีความเชื่อเรื่องผี พิธีกรรมการไหว้ผีหรือลัทธิผีมีการจารึกไว้ในศิลาจารึกวัดศรีชุมไว้ว่า “เบื้องหัวนอนเมืองสุโขทัย มีภูฎี พิศารูปครุอยู่ มีสรีดงส์มีป่าพร้าว ป่าลาง มีป่าม่วงป่าขาม มีน้ำโคก มีพระชะพุง ผีเทพดาในเข้านั้น เป็นใหญ่กว่าทุกผีในเมืองนี้ ขุนผู้ใดถือเมืองสุโขทัยนี้แล ไหว้ดีพลีลูก เมืองนี้เที่ยง เมืองนี้ดี ผีไหว้ดีพลีลูก ผีในเข้านั้นคุ้มบ่เกรง เมืองนี้หาย” การตีความหมายของหลักศิลาจารึกคำว่า “พลี” หมายถึงการบวงสรวง การเซ่นไหว้ การบูชา ในหลักศิลาจารึกจะหมายถึงการบวงสรวงผี การเซ่นผี “ไหว้ดีพลีลูก” หมายถึงกระทำการบวงสรวงถูกต้องตามพิธีการ โดยเครื่องพลีจะมี 2 ประเภทคือเครื่องบูชาประเภทดอกไม้ ธูป เทียน เครื่องหอม กับเครื่องสังเวย คือของกิน มีหัวหมู กล้วย อ้อย มะพร้าว สุรา เป็นต้น สุราที่อยู่ในพิธีกรรมถ้าไม่ริน

ใส่แก้วก็ต้องเปิดฝาขวดเพื่อเป็นการพลีให้กับเทพยดา ผีบ้านผีเรือนหรือผีบรรพบุรุษ เมื่อแสดงความเคารพ การใช้ชีวิตก็จะราบรื่นมีความสุข มีความเชื่อว่าถ้าพลีไม่ถูกวิธีหรือเตรียมของบวงสรวงไม่ครบจะทำให้ การงานติดขัด ไม่ราบรื่น จะเรียกว่าผีเข้าตำพลอย ซึ่งผีดำเป็นภาษาอีสานแปลว่าผีบรรพบุรุษ (ณรงค์ชัย โตอินทร์, การสัมภาษณ์, 8 กรกฎาคม 2566)

ส่วนหนึ่งของเรื่องเล่าที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมในการดื่มสุราคือการรินสุราเพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง เจ้าเมืองหรือเจ้าบ้านจะทำหน้าที่ในการรินสุราลงพื้นเพื่อเซ่นไหว้ผีบ้านผีเรือน เทวดาฟ้าดินก่อนแล้วจึงรินสุรา ให้แขก เจ้าเมืองหรือเจ้าบ้านจะต้องดื่มสุราก่อนแขกเสมอเพื่อเป็นการรับรองว่าสุราไม่มีพิษ เพราะคนสมัย โบราณวางยาพิษด้วยสุรา แก้วสุราที่ดื่มจะต้องเป็นแก้วเดิมเสมอ ห้ามเปลี่ยนแก้ว มารยาทในการรับแก้วสุรา ถ้าเป็นผู้น้อยกว่าทั้งวัยวุฒิและคุณวุฒิจะต้องรับแก้วสุราระดับต่ำกว่ามือผู้ใหญ่ คนที่ส่งแก้วสุราจะต้องทราบดีว่า จะต้องจับแก้วสุราให้เหลือพื้นที่ว่างตรงไหนเพื่อให้อีกคนจับแก้วได้ ผู้เขียนจึงกล่าวได้ว่าสุรามีบทบาทใน การขับเคลื่อนด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและความเชื่อ เป็นการให้เกียรติและบูชาผีบรรพชน และสุราที่ใช้จะต้องเป็นสุรากลั่นของชุมชนเท่านั้น

ผู้เขียนจึงเห็นว่าเมื่อนำเรื่องราวของสุรากลั่นชุมชนมาบอกเล่าทำให้สุรากลั่นชุมชนมีความน่าสนใจ มากขึ้น สอดคล้องกับ อภิสร่า กฤตาวาณิช (2564) ที่ให้ความสำคัญของการเล่าเรื่องว่าเป็นส่วนช่วยในการทำ ให้เอกลักษณ์ของสินค้าและบริการมีความโดดเด่นมากขึ้น การเล่าเรื่องที่เข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึกของผู้บริโภค จะทำให้เกิดความสนใจและอยากที่จะใช้สินค้าและบริการ ผู้เขียนจึงนำเรื่องราวที่เป็นเรื่องเล่าเหล่านี้มาเป็น ส่วนหนึ่งของกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว ช่วยสนับสนุนในเรื่องของการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาชาวบ้าน กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเรียนรู้ถึงคุณค่าทางศิลปะ วัฒนธรรมและ สังคมที่แฝงอยู่จนสามารถเปลี่ยนเป็นตราสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ (Hurst, Grimwood, Lemelin, & Stinson, 2021) โดยเฉพาะเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ที่มีประวัติศาสตร์และการบริโภคมายาวนาน มีขั้นตอนใน การผลิตที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้

ประสบการณ์การท่องเที่ยว

การให้ความหมายของประสบการณ์เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1975 โดยนักจิตวิทยาชื่อ Mihaly Csikszentmihalyi เป็นเรื่องของความรู้สึกเบิกบาน เพลิดเพลินในช่วงระยะเวลาหนึ่งจนกลายเป็นความทรงจำ (Graef, Csikszentmihalyi, & McManama, 1983) การเดินทางท่องเที่ยวถือว่าการสร้างประสบการณ์ อย่างหนึ่งให้กับบุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยว จนเกิดความรู้สึก การจดจำเหตุการณ์จากการได้ยินเสียง การได้มองเห็นหรือลงมือปฏิบัติ (Lee, Scott, & Lohmann, 2019; นิमित ชื่นสั้น และอุมาภรณ์ สมกาย (2564) ให้ความสำคัญถึงประเด็นที่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสามารถ ตอบสนองและมอบประสบการณ์ที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ภายใต้รูปแบบหรือกิจกรรม การท่องเที่ยว

รูปแบบกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นกับ นักท่องเที่ยว นอกเหนือจากการเกิดภาพจำ ความประทับใจ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยว Pine & Gilmore (1998) ได้มีการศึกษาในประเด็น Experience Economy ที่นำเสนอ ผลลัพธ์ 4 ด้าน (4Es) ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเมื่อทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) การได้รับความบันเทิง (Entertainment) 2) การได้รับความรู้ (Education) 3) การเกิดสุนทรียศาสตร์ (Esthetics) และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน (Escapism) Rotariu (2007) นำเสนอแนวคิด

.....

การเปลี่ยนแปลงความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) จาก 3S ได้แก่ 1) แสงแดด (Sun) 2) ชายหาด (Sand) และ 3) ทะเล (Sea) มาเป็นการตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มย่อยเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่สร้างความพึงพอใจ 3 ด้าน (3 E) ได้แก่ 1) การได้รับความตื่นเต้น (Excitement) 2) การได้รับความบันเทิง (Entertainment) และ 3) การได้รับความรู้ (Education) ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการลงพื้นที่ตำบลบ้านกล้วย อำเภอเมือง ผู้เขียนได้ท่องเที่ยวโดยการปั่นจักรยาน (Bicycle Tour) กับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สิ่งที่ได้รับหลังจากจบทริปท่องเที่ยวของผู้เขียนและกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ การได้เรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียม การประกอบอาชีพและการประกอบกิจการสุรากลั่นชุมชน เส้นทางปั่นจักรยานรายล้อมไปด้วยทุ่งนาและธรรมชาติที่สวยงาม เกิดความรู้สึกผ่อนคลายและสงบ ผู้นำเที่ยวที่เป็นคนท้องถิ่นมีความคล่องแคล่วและชำนาญในเส้นทางปั่นจักรยาน สามารถเล่าเรื่องราวการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง สอดแทรกความเชื่อและประวัติศาสตร์ สร้างความน่าตื่นเต้นและสนุกสนานตลอดเส้นทาง จบทริปด้วยการแวะโรงกลั่นสุรากลั่นชุมชน นักท่องเที่ยวได้ลองลงมือทำ ได้ชิมสุรากลั่นชุมชนร่วมกับรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่ของนักท่องเที่ยว

ผู้เขียนจึงให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องเกิดภาพจำและความรู้สึกในการมีส่วนร่วมกับแหล่งท่องเที่ยว มีการถ่ายทอดประสบการณ์นั้นผ่านการบอกเล่าหรือการจดบันทึกผ่านสื่อโซเชียลต่าง ๆ แหล่งท่องเที่ยวจึงต้องออกแบบกิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถส่งผ่านองค์ความรู้ควบคู่กับการสร้างปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทำให้เกิดผลลัพธ์กับนักท่องเที่ยวใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การได้รับความบันเทิง 2) การได้รับความรู้ 3) การเกิดสุนทรียศาสตร์ และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน มีรายละเอียดดังนี้

การได้รับความบันเทิง (Entertainment) นักท่องเที่ยวจะได้รับความสุข ความสนุกสนานจากการมีส่วนร่วม ความรู้สึกตื่นเต้นจากการได้ลงมือปฏิบัติ (Knollenberg, Arroyo, Barbieri, & Boys, 2021) กิจกรรมที่สามารถทำได้ อาทิเช่นการนำดนตรีเข้ามาสร้างบรรยากาศการหรือการตั้งวงสนทนาเพื่อเปิดโอกาสให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กัน ความสนุกจากการได้ลงมือทำ ทำให้เกิดความบันเทิงจะเป็นช่องทางให้เจ้าของโรงกลั่นได้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น (Haller, Hess-Misslin, & Mereaux, 2021) การได้รับความบันเทิงจากการท่องเที่ยวจึงเป็นการสร้างประสบการณ์ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลายและสามารถซึมซับถึงสิ่งต่าง ๆ รอบตัว

การได้รับความรู้ (Education) นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่นอกเหนือจากการใช้ชีวิตประจำวันและสัมผัสถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างทั้งในด้านภาษา ศิลปะ สังคม และการเมือง (Kim & Jeong, 2018) นักท่องเที่ยวที่เกิดการเรียนรู้จะเกิดประสบการณ์ที่แท้จริง มีการเชื่อมโยงการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในวิถีชีวิตหรือลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว เกิดความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนหรือผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น (วรวิมล วชิรวงศ์ชัย และนพพร จันทรนาชู, 2561) การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้จากปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้นำเที่ยว รวมถึงได้ลงมือปฏิบัติในกระบวนการการผลิตสุรากลั่นชุมชนได้ลองชิม ลองสัมผัสจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดภาพจำที่ชัดเจนและลบเลือนได้ยาก

การเกิดสุนทรียศาสตร์ (Esthetics) สุนทรียศาสตร์สามารถวิเคราะห์คุณค่าที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและอารมณ์ของบุคคลนั้น หรือสามารถตัดสินความรู้สึกและรสนิยมของบุคคลนั้นได้ (Haller et al, 2021) การสร้างสุนทรียศาสตร์ในการท่องเที่ยวที่มีเครื่องดื่มเป็นองค์ประกอบ นักท่องเที่ยวจะได้ซึมซับในเรื่องของ

ศิลปะในการผลิต ความเพลิดเพลินในการชมวิว ทิวทัศน์หรือบริเวณรอบ ๆ ที่เป็นชุมชนในพื้นที่การผลิต หรือ การได้รู้ถึงศิลปะในการชมและรับรสชาติของเครื่องดื่มร่วมกับมื้ออาหาร (Thomas, Quintal, & Phau, 2018)

การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน (Escapism) ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกิดจากการทำ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผ่อนคลาย หลีกหนีจากความจริงและหลุดพ้นจากโลกของกิจวัตรประจำวันที่ซ้ำซาก จำเจเป็นการสร้างความแปลกใหม่ของประสบการณ์ ทำให้เวลาในการท่องเที่ยวผ่านไปอย่างรวดเร็ว (Tan, 2017) นักท่องเที่ยวจะเกิดการจดจ่อหรือฝังตัวอยู่ในกิจกรรมนั้นเช่น การปั่นจักรยานชมวิวทิวทัศน์ การเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการการผลิต การได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และพบปะนักท่องเที่ยวท่านอื่น เป็นต้น (Santos, Ramos, Almeida, & Santos-Pavon, 2019) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจึงเป็นเหมือน การก้าวผ่านโลกของความจริงไปสู่โลกที่นักท่องเที่ยวได้จินตนาการหรือคิดสร้างสรรค์ไว้ ทำให้ลืมเรื่องราวในชีวิตประจำวันได้ ณ ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ผู้เขียนจึงได้นำอัตลักษณ์ ความโดดเด่นหรือสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวต้องการที่จะนำเสนอในลักษณะของ สินค้าและบริการมาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งก็คือ การท่องเที่ยวแบบปั่นจักรยานและสุรากลั่นชุมชนเพื่อให้ได้รูปแบบกิจกรรมที่ประสบความสำเร็จ เป็นการสร้าง และการพัฒนาอย่างยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Ellis et al, 2018) การนำเสนอ เรื่องราวที่เป็นเรื่องเล่าของสุรากลั่นชุมชนจะทำให้สุรากลั่นชุมชนเกิดคุณค่าและมูลค่า สามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกพิเศษและความผูกพันกับชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว และเกิดเป็นผลลัพธ์ที่เกิดกับนักท่องเที่ยวใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การได้รับความบันเทิง 2) การได้รับความรู้ 3) การเกิดสุนทรียศาสตร์ และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน

กิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านเรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน

รูปแบบของกิจกรรมที่นำเรื่องเล่าและสุรากลั่นชุมชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบกิจกรรม ด้านการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้และเพิ่มมูลค่าให้กับสุรากลั่นชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Arroyo, Knollenberg and Barbieri (2021) ที่ได้สำรวจความสนใจเชิงลึกของ นักท่องเที่ยวในเรื่องของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในสหรัฐอเมริกา โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเรียนรู้และ มีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกวัตถุดิบมาผสม วิธีการผลิต การเข้าไปเยี่ยมชมโรงต้มเบียร์ (Breweries) การท่องเที่ยวไรไวน์ (Wineries) และโรงกลั่นสุรา (Distilleries) การที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม เปรียบเสมือนเป็นการสร้างประสบการณ์และเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว (Knollenberg, et al.) นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็กแต่ จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความภักดี เพราะวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยว มีความชัดเจน เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีจิตสำนึกใน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งจะจดจำถึงความประทับใจในกิจกรรมต่าง ๆ และนำไปเผยแพร่หรือถ่ายทอด ให้ผู้อื่นฟัง เป็นช่องทางในการทำการตลาดแบบบอกต่อ (ชลิดา แยมศรีสุข, จิรณา จินดาพล และอัญญาณี สีสลา , 2563) กิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสุรากลั่นชุมชนสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกช่วงของ การท่องเที่ยว ทั้งนี้การเรียนรู้และการมีประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับภูมิหลังหรือประสบการณ์ การดื่มของนักท่องเที่ยวแต่ละท่าน สภาพแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมในการดื่ม รวมถึงรูปแบบของกิจกรรม ในการสร้างประสบการณ์ที่จัดขึ้น ความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานที่ท่องเที่ยวจัดสรรไว้ให้

เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความทรงจำที่ดี เกิดการแนะนำต่อ จึงมีการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ จนเกิดเป็นความภักดีในแหล่งท่องเที่ยว

ผู้เขียนได้มีการลงพื้นที่เพื่อเรียนรู้การผลิตสุรากลั่นชุมชน ร่วมกับการท่องเที่ยวแบบการปั่นจักรยาน และสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นองค์ประกอบเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวจนได้ 5 กิจกรรมหลัก ได้แก่

1. กิจกรรมเยี่ยมชมแหล่งปลูกวัตถุดิบในการผลิตเครื่องดื่ม การได้สัมผัสถึงธรรมชาติและเข้าถึงชุมชนจะช่วยสร้างประสบการณ์และทัศนคติในเชิงบวกของการท่องเที่ยวได้มากขึ้น (Byrd, Canziani, Hsieh, Debbage, & Sonmez, 2016) ถึงแม้แหล่งปลูกวัตถุดิบจะไม่ใช่นักท่องเที่ยวที่เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตสุรากลั่นชุมชนแต่นักท่องเที่ยวจะได้ปั่นจักรยานผ่านบรรยากาศและธรรมชาติรอบชุมชน ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นจะบรรยายถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน ในเส้นทางการปั่นจักรยานนักท่องเที่ยวจะได้เห็นทุ่งนา พื้นที่ป่า หมู่บ้านที่อยู่อาศัย และเรียนรู้การประกอบอาชีพและเยี่ยมชมโรงกลั่นสุราชุมชน

2. กิจกรรมเรียนรู้วิถีในการผลิตเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์ที่ให้ความรู้และสร้างความพึงพอใจในเครื่องดื่มอย่างลึกซึ้งและเป็นองค์รวมทั้งหมด (Meier, Warde, & Holmes, 2018) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ เพราะจะฝังตัวอยู่ในกิจกรรมนั้น การเดินทางมาท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์แน่นอนและพร้อมที่จะเรียนรู้ (Haller et al, 2021) ผู้เขียนนำเสนอกิจกรรมการเรียนรู้ขั้นตอนการผลิตสุรากลั่นชุมชน ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การทำลูกแป้ง กระบวนการในการหมักและการกลั่นและขั้นตอนในการบรรจุ การให้ความสำคัญในการศึกษาและรวบรวมความรู้ในเรื่องของสุรากลั่นชุมชนเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดเป็นเรื่องราวให้นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติตามได้ง่ายและถูกต้อง โดยความรู้ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจะเป็นความรู้ในเรื่องของสาระทางวิทยาศาสตร์และความรู้ในเรื่องของเทคนิคในการปรุงผสมวัตถุดิบ การใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันจะทำให้สุรากลั่นชุมชนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สอดแทรกประวัติศาสตร์ความเป็นมาและวิถีชีวิตของคนในชุมชน

3. กิจกรรมชิมเครื่องดื่มควบคู่กับมื้ออาหาร เป็นการสร้างประสบการณ์ด้วยการรับรสชาติการได้กลิ่นและการได้สัมผัสจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ (Güzel, Ehtiyar, & Ryan, 2021) นักท่องเที่ยวจะเกิดความสุนทรีย์ มีอารมณ์ร่วม รับรู้ถึงเอกลักษณ์และความโดดเด่นในเรื่องเครื่องดื่มเชื่อมโยงถึงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่นมากขึ้น (Knollenberg et al, 2021) การได้ชิมสุรากลั่นชุมชนร่วมกับอาหารท้องถิ่นจะเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสสุรากลั่นชุมชนผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น สูดดม ชิมรสหรือลิ้มรสสัมผัสที่มือและเรื่องราวของการได้ดื่มกลั่นที่เกิดจากลูกแป้งที่บ่งบอกถึงเครื่องเทศและสมุนไพรชนิดต่าง ๆ การชิมรสชาติ การได้ยินเสียงแก้วสุราและสัมผัสในการถือแก้วสุราชนกันเพื่อสร้างมิตรภาพ

4. กิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เป็นกิจกรรมในการสร้างเครือข่าย (Byrd et al, 2016) การตระหนักถึงการดื่มอย่างรับผิดชอบและบอกเล่าเรื่องราวความประทับใจในการท่องเที่ยวที่ได้รับ บทสนทนาที่เกิดขึ้นจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้ปลดปล่อยตนเอง เกิดความสบายใจ เจ้าของโรงกลั่นสุราชุมชนหรือผู้นำเที่ยวท้องถิ่นจะสามารถเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อเสริมในเรื่องราวที่เป็นเรื่องเล่าต่าง ๆ เป็นช่องทางในการส่งเสริมให้สุรากลั่นชุมชนเป็นที่รู้จักมากขึ้น

5. กิจกรรมอื่นที่สร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ไดวางแผนไว้ ผู้เขียนได้ท่องเที่ยวในเส้นทางการปั่นจักรยาน

ผ่านคลองชลประทานและได้เห็นชาวบ้านกำลังทอดแหจับปลา ผู้นำเที่ยวท้องถิ่นจึงมีการหยุดแวะพักและแนะนำวิถีชีวิตนี้ให้กับนักท่องเที่ยว สร้างความตื่นตายเป็นอย่างมาก หรือ การได้ลองชิมยาตอง โดยเป็นการนำสมุนไพรที่เก็บได้จากเขาหลวงมาแช่ในสุรากลั่นชุมชน พร้อมได้ฟังสรรพคุณที่บำรุงกำลัง รวมถึงการตั้งชื่อยาตองที่สอดคล้องกับสรรพคุณที่เกิดขึ้น

จากกิจกรรมทั้ง 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมเยี่ยมชมแหล่งปลูกวัตถุดิบในการผลิตเครื่องดื่ม 2) กิจกรรมเรียนรู้วิถีในการผลิตเครื่องดื่ม 3) กิจกรรมชิมเครื่องดื่มควบคู่กับมื้ออาหาร 4) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และ 5) กิจกรรมอื่นที่สร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้ผลลัพธ์จากการทำกิจกรรม 4 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างความบันเทิง 2) การเรียนรู้ 3) สนุกวิทยาศาสตร์ และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน (Pin & Gilmore, 1998) การนำรูปแบบของกิจกรรมไปปรับใช้กับแหล่งท่องเที่ยวที่มีการผลิตสุรากลั่นชุมชน เป็นการทำให้สุรากลั่นชุมชนเป็นที่รู้จักในวงกว้าง เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสุรากลั่นชุมชนทำให้เกิดการพัฒนาในชุมชนและผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนอย่างต่อเนื่องต่อไป

บทสรุป

บทความวิชาการนี้ผู้เขียนได้ศึกษาเกี่ยวกับสุรากลั่นชุมชน เรื่องเล่าของสุรากลั่นชุมชน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุรากลั่นชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว โรงกลั่นสุราชุมชนจะอยู่ในเส้นทางกระแวงเยี่ยมชมของการท่องเที่ยวแบบปั่นจักรยาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับสุรากลั่นชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากการใช้วัตถุดิบทางการเกษตร ลูกแป้งที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน กระบวนการผลิตที่สืบทอดกันมายาวนาน เรื่องราวทางประวัติศาสตร์และการนำสุรากลั่นชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของพิธีกรรมทั้งหมดนี้ถูกนำเสนอผ่านรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการสร้างความผูกพันระหว่างชุมชนที่เป็นผู้ประกอบการสุรากลั่นชุมชนกับนักท่องเที่ยว ผ่านการพบปะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การได้ลงมือปฏิบัติผ่านกิจกรรมที่สร้างองค์รวมของประสบการณ์ที่มีการใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ในลักษณะของการได้สัมผัส การได้ลงมือทำ การมองเห็น การได้สัมผัส การได้ดมกลิ่นและการได้เสียง จนเกิดเป็นการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมภายใต้รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ผ่านเรื่องเล่าจากสุรากลั่นชุมชน 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) กิจกรรมเยี่ยมชมแหล่งปลูกวัตถุดิบในการผลิตเครื่องดื่ม 2) กิจกรรมเรียนรู้วิถีในการผลิตเครื่องดื่ม 3) กิจกรรมชิมเครื่องดื่มควบคู่กับมื้ออาหาร 4) กิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และ 5) กิจกรรมอื่นที่สร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเมื่อทำกิจกรรมจะทำให้เกิดความพึงพอใจและผลลัพธ์ใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การได้รับความบันเทิง 2) การได้รับความรู้ 3) การเกิดสุนทรียศาสตร์ และ 4) การหลุดพ้นจากชีวิตประจำวัน

ในกระแสวิชาการที่มีทั้งการยอมรับและการต่อต้านการบริโภคสุรา บทความวิชาการนี้ไม่ได้เป็นการสนับสนุนให้เกิดการบริโภคสุรากลั่นชุมชนมากขึ้น แต่เป็นการนำเสนอสุรากลั่นชุมชนในแง่ของการสร้างคุณค่าและมูลค่าที่แฝงไว้ด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ผ่านการใช้กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเรียนรู้ รวมถึงตระหนักถึงการบริโภคสุราอย่างรับผิดชอบ เพื่อให้สุรากลั่นชุมชนเป็นที่รู้จักและยอมรับในวงกว้างมากขึ้น เกิดการพัฒนาทั้งในด้านผลิตภัณฑ์สุรากลั่นชุมชนและการพัฒนาเพื่อให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ข้อมูลจากไทย. (2564). รายชื่อผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการผลิตสุรากลั่น. สืบค้น 1 ตุลาคม 2566, จาก <https://www.dataforthai.com/business/objective/11011>
- ชลิดา แยมศรีสุข, จิรณา จินดาพล และอัญญาณี สีลา. (2563). กระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมืองภูเก็ตสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 9(1), 142-153.
- ตรึงใจ หุตางกูร, วรพพร อังกูรชัย และดอกรัก พัคศรี. (2562). *จารึกวัดศรีชุม*. สืบค้น 1 ตุลาคม 2566, จาก <https://db.sac.or.th/inscriptions/inscribe/detail/177>
- นิมิต ชื่นสัน และอุมาภรณ์ สมกาย. (2564). ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่ส่งผลต่อการแบ่งปันประสบการณ์: การศึกษาตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 43(3), 40-63.
- หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ. (2565). ส.ส.ก้าวไกลเฮลั่นสภาฯ ไหว้ผ่านร่าง พ.ร.บ.สุรากลั่น 178 ต่อ 137 เสียง. สืบค้น 31 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2414125>
- วรวิทย์ วชิรวรกุลชัย และนพพร จันทรนาชู. (2561). การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทยมุสลิม: การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารไทยมุสลิม. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 16(2), 129-139.
- วรรณ อยพิศาลภพ. (2565). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมปี 2565-2567: อุตสาหกรรมเครื่องดื่ม. สืบค้น 15 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/food-beverage/beverage/io/io-beverage-2022>
- สาวิตรี อึ้งฉางค์กรชัย และวารานิชฐ์ ลำไย. (2562). *สุรากลั่น สถานการณ์ปัญหาในสังคมไทย*. สืบค้น 18 มิถุนายน 2566, จาก <https://cas.or.th/wp-content/uploads/2019/06/%E0%B8%AA%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%8A%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%E0%B8%9B%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%AB%E0%B8%B2%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2-1.pdf>
- อรอน จันทรประสาทสุข. (2562). *การคัดแยกและจำแนกจุลินทรีย์จากลูกแป้งเป็นกล้าเชื้อสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ข้าวหมัก* (รายงานวิจัย). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อภิสร กฤตวาณิช. (2564). การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์กาแฟอาข่าปางขอนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีกาแฟ. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(43), 197-210.
- Arroyo, C. G., Knollenberg, W., & Barbieri, C. (2021). Inputs and outputs of craft beverage tourism: The Destination Resources Acceleration Framework. *Annals of Tourism Research*, 86, 103102.
- Byrd, E. T., Canziani, B., Hsieh, Y. C. J., Debbage, K., & Sonmez, S. (2016). Wine tourism: Motivating visitors through core and supplementary services. *Tourism Management*, 52, 19-29.

-
- Ellis, A., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism?. *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Graef, R., Csikszentmihalyi, M., & McManama Gianinno, S. (1983). Measuring intrinsic motivation in everyday life. *Leisure studies*, 2(2), 155-168.
- Güzel, Ö., Ehtiyar, R., & Ryan, C. (2021). The Success Factors of wine tourism entrepreneurship for rural area: A thematic biographical narrative analysis in Turkey. *Journal of Rural Studies*, 84, 230-239.
- Haller, C., Hess-Misslin, I., & Mereaux, J. P. (2021). Aesthetics and conviviality as key factors in a successful wine tourism experience. *International Journal of Wine Business Research*, 33(2), 176-196.
- Hurst, C. E., Grimwood, B. S., Lemelin, R. H., & Stinson, M. J. (2021). Conceptualizing cultural sensitivity in tourism: A systematic literature review. *Tourism Recreation Research*, 46(4), 500-515.
- Kim, H. J., & Jeong, M. (2018). Research on hospitality and tourism education: Now and future. *Tourism Management Perspectives*, 25, 119-122.
- Knollenberg, W., Arroyo, C. G., Barbieri, C., & Boys, K. (2021). Craft beverage tourism development: The contributions of social capital. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100599.
- Lee, D., Scott, N., & Lohmann, G. (2019). *Applying experiential marketing in selling tourism dreams*. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 220-235.
- Meier, P. S., Warde, A., & Holmes, J. (2018). All drinking is not equal: how a social practice theory lens could enhance public health research on alcohol and other health behaviours. *Addiction*, 113(2), 206-213.
- PennMuseum. (2020). *The Earliest Alcoholic Beverage in the World*. Retrieved December 1, 2023, from <https://www.penn.museum/research/project.php?pid=12>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. Retrieved December 14, 2023, from <https://www.penn.museum/research/project.php?pid=12>
- Rotariu, I. (2007). *The new tourism communication: from 3S to 3E with case study on Romania*. University Library of Munich: Germany.
- Santos, V. R., Ramos, P., Almeida, N., & Santos-Pavón, E. (2019). Wine and wine tourism experience: a theoretical and conceptual review. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 11(6), 718-730.
- Sukhothai Bicycle Tour. (2021). *Full Day Sukhothai's Countryside*. Retrieved December 20, 2023, from https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303921-d3675300-Reviews-Sukhothai_Bicycle_Tour-Sukhothai_Sukhothai_Province.html
-

Tan, W.-K. (2017). Repeat visitation: A study from the perspective of leisure constraint, tourist experience, destination images, and experiential familiarity. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(3), 233-242.

Thomas, B., Quintal, V. A., & Phau, I. (2018). Wine tourist engagement with the winescape: Scale development and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(5), 793-828.