กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย

ภูริ ชุณห์ขจร[1,*], ชวลีย์ ณ ถลาง[2]

[1] สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและโรงแรม วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

[2] วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา

Received: 08 January 2021

Revised: 05 April 2021

Accepted: 08 April 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางของกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า แนวทางของกลยุทธ์ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่ 1) ด้านกลยุทธ์เชิงรุก ได้แก่ การมีนโยบายในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารทางการเกษตรปลอดภัย การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย การส่งเสริม ผลักดัน ยกระดับ เทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวการค้าชายแดนอย่างเต็มรูปแบบ การส่งเสริมพัฒนาสนามบินพาณิชย์ให้มีศักยภาพและมีการนำเสนอร้านของฝากท้องถิ่นภายในสนามบิน การส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 2) ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ การพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่ การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และระบบคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน การยกระดับเทศกาลประเพณีอาหาร การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำจังหวัด 3) ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ได้แก่ การพัฒนาระบบขนส่ง การสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ การวางแผนรองรับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวในอนาคต การเสริมสร้างพัฒนาทักษะการให้บริการแก่บุคลากรและประชาชนในพื้นที่ การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญา กระบวนการ กรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่น การสร้างโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ 4) ด้านกลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่งให้เข้าสู่พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่งเสริมด้านการตลาด การพัฒนาการบริการ การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารชุมชน

คำสำคัญ: กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ชายฝั่งทะเลตะวันตก

---

[*] ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: chefmungon@gmail.com

The Strategy for Promoting Gastronomy Tourism in Thailand Riviera

Puri Chunkajorn[1,*], Chawalee Na Thalang[2]

[1]Tourism and Hotel Management, College of Management, University of Phayao

[2]College of Management, University of Phayao

Received: 08 January 2021

Revised: 05 April 2021

Accepted: 08 April 2021

Abstract

This research study aims to study Strategy for Promoting Gastronomy Tourism on Thailand Riviera in using qualitative research. The result found that there are consists of 4 approaches: 1) Aggressive strategy; set a policy to develop infrastructure and transportation systems, to encourage of production for saving agricultural food products, to encourage gastronomy tourism activities in diversity areas, to encourage, to push and to enhance local food festivals, to encourage Full-scale border trade tourism, to develop commercial airports with potential and presenting local souvenir shops within the airport, to encourage investment of information technology 2) Defensive strategy; to develop local service processes, to develop logistics and transportation systems, to encourage investment in the area, to encourage food production and community agricultural tourism and upgrading food traditions, to establish a tourist service center specializing in food tourism in the province 3) Turnaround strategy; to develop transportation system, to support of public relations project, planning for the tourism service industry in the future, to enhance and develop service skills for personnel and people in the area, to establish a promotion center Conservation of wisdom, processes, local food processes and the modeling health food tourism activity 4) Retrenchment strategy; to develop transport infrastructure to enter the food tourism area, to organize gastronomy tourism activities by promoting marketing, developing of service, planning of the festival calendar, and establishing a community food distribution center.

Keyword: Strategy for Promoting Tourism, Gastronomy Tourism, Thailand Riviera

[*]Corresponding Author; E-mail: chefmungon@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกที่นักท่องเที่ยวยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยจะเห็นได้จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ พ.ศ. 2559 ได้คาดการณ์ไว้ว่าในปี พ.ศ. 2573 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,800 ล้านคน จากจำนวน 1,235 ล้านคน (UNWTO, 2017) และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่ หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด (Ministry of Tourism and Sports, 2015) ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น และจากการที่ประเทศไทยและประเทศ สมาชิกประชาคมอาเซียนได้เข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี พ.ศ. 2558 ได้ทำให้เกิดความร่วมมือทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น การลงทุนด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในอนาคตจะเอื้อประโยชน์ให้แก่ประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางความเชื่อมโยงและการกระจายนักท่องเที่ยวของภูมิภาคอาเซียน (Wisatmongkol and Nuntasan, 2015) อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย และโอกาสในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการท่องเที่ยวก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องมากมาย เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และก่อให้เกิดการลงทุนในด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานการคมนาคมขนส่ง การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตามแนวโน้มดังกล่าวได้ทำให้เกิดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (Thailand Riviera) พ.ศ. 2560-2564 โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ดำเนินการรวบรวมแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่มาตรการสำคัญ และแผนงานโครงการที่ความจำเป็นเร่งด่วนในการดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 เพื่อเสนอคณะรัฐมนตรี ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตก 4 จังหวัด ให้เต็มตามศักยภาพและเกิดการเตรียมความพร้อมของพื้นที่ รวมถึงโอกาสที่จะเกิดโครงการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานจากภาครัฐในอนาคต เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่เมืองรองและชุมชนตามนโยบายรัฐบาลต่อไป สำหรับมาตรการสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) การกำหนดเขตพื้นที่รองในเมืองหลักเพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้สู่เมืองรองตามนโยบายรัฐบาล (2) การประกาศกำหนดเขตพื้นที่ในท้องถิ่นหรือชุมชน (3) แนวทางการพัฒนาและปรับปรุงท่าอากาศยานหัวหิน (สนามบินบ่อฝ้าย) เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (4) การส่งเสริมธุรกิจสนามกอล์ฟเพื่อการท่องเที่ยว (5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ (6) โครงการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2016)

สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (พ.ศ. 2559-2563) ที่สำคัญได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มคุณค่าและมูลค่าของฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมตลอดจนการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพระดับโลก ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันทางตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ ยุทธศาสตร์ที่ 3 เร่งสร้างความเข้มแข็งกลไกการขับเคลื่อนเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก ระหว่างเขตพัฒนา และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์ ยุทธศาสตร์ที่ 5 เร่งสนับสนุนและ

ขับเคลื่อนมาตรการเยียวยา รักษาและแก้ไขประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ด้านคุณภาพแรงงาน ด้านสภาพแวดล้อม และด้านความปลอดภัย ทั้งนี้การดำเนินการเพื่อให้ยุทธศาสตร์ต่างๆ ดังกล่าวนี้ประสบผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการ โดยเฉพาะการนำจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ตามศักยภาพของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports, 2016)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะศึกษากลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งเป็นการกำหนดกลยุทธ์ที่เกิดจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยในด้านที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทั้งนี้เพื่อนำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่ใช้สำหรับสร้างกลยุทธ์ใหม่ขึ้นมาตามสภาพแวดล้อมปัจจุบันของพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองต่อยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตการพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย และเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารในเขตพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย อีกทั้งยังก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในการจัดการการท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารฝั่งทะเลตะวันตก และก่อให้เกิดแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารฝั่งทะเลตะวันตกสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงอาหารไปสู่ชุมชนและเป็นการกระจายรายได้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Department of Local Administration, Ministry of Interior (2006) ให้คำนิยามไว้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น หรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ใช้องค์ประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) เป็นหลักการในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว และมอบหมายงานให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนำไปเป็นแนวทาง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ด้าน คือ (1) การส่งเสริมด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ด้านบริการการท่องเที่ยว และ (3) ด้านการตลาดท่องเที่ยวซึ่งในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะมีหลักสำคัญอยู่ 5 ประการ คือ (1) พัฒนา บูรณะ ฟื้นฟู มรดกและสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ในทุกพื้นที่ เพื่อให้เกิด การท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว แต่ยังคงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตของชุมชนให้ยังคงอยู่ในสภาพเดิม (2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยให้ชุมชนเข้ามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

(3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบ นักท่องเที่ยว (4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นที่อยู่ใกล้เคียง โดยอาจมีการลงทุนร่วมกัน และ (5) บริหารการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างให้มีกิจกรรมท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจ หรือกิจกรรมของชุมชน

สาระสำคัญของมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ มาตรฐานโครงการ Clean Food Good Taste หรือ “โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย” ซึ่งเป็นโครงการที่จัดทำขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล โดยกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้ดำเนินการ ภายใต้นโยบายสนับสนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนมีการสร้างเสริมสุขภาพ และมีหลักประกันสุขภาพ โดยได้เชื่อมโยงโครงการนี้เข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว และมุ่งสนับสนุนนโยบายที่จะทำให้ประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว โดยใช้ปัจจัยด้านอาหารเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ทั้งนี้โครงการดังกล่าวได้มีการกำหนดกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ไว้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) การสร้างพหุภาคี (2) การประกันคุณภาพ (3) การสร้างความยั่งยืน และ (4) การประชาสัมพันธ์ (Department of Health, Ministry of Public Health, 2013)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ในอดีต “อาหาร” จัดว่าเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวตาม ร้านอาหาร โรงแรม หรือรีสอร์ท แต่ปัจจุบัน อาหารได้มีความสำคัญโดยเป็นตัวแทนที่จะนำเสนอ วิถีชีวิตของคนในสังคมนั้น ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นทั้งในอดีตและปัจจุบัน จากความสำคัญนี้สามารถสรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวจะระลึกถึงความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น (2) เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อนักท่องเที่ยว (3) เป็นส่วนสำคัญในการแข่งขันทางการตลาด (4) เป็นส่วนประกอบของการส่งเสริมการตลาดทางด้านการท่องเที่ยว (5) เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาด้านเกษตรกรรมและเศรษฐกิจของท้องถิ่น และ (6) เป็นตัวชี้วัดของความเจริญทั้งระดับโลก ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น (Hall and Sharples, 2003) ซึ่ง Punturee (2015) ได้กล่าวว่าอาหารเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมทั้งสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น “ความสนใจพิเศษ” โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้การสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

นอกจากนี้ Mak (2012) ยังได้ระบุปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยว โดยการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากการบริโภคอาหาร การวิจัยทางสังคมวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวซึ่งมาจาก อิทธิพลทางวัฒนธรรม ศาสนา ปัจจัยทางสังคมประชากร การเรียนรู้ ประสบการณ์ที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว อีกทั้ง Phakdee-auksorn (2012) ยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการศึกษาแรงจูงใจนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร โดยนำเสนอแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความสัมพันธ์กับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 5 ประการซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับความต้องการทางกาย เชื่อว่าเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกาย อาหารสามารถกลายเป็นสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวได้ (2) การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับความต้องการความปลอดภัย การแสวงหาและเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้านอาหารปลอดภัยและสุขอนามัยที่ทันสมัยเป็นแรงจูงใจหลักสำหรับผู้ที่ใส่ใจด้านความปลอดภัยในอาหาร (3) การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับความต้องการเชิงสังคม แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งกลายเป็นหัวใจสำคัญของเทศกาล

หรืองานประเพณีที่สร้างแรงดึงดูดใจสำหรับคนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อเข้าร่วมเทศกาลและฉลองงานประเพณีเหล่านี้ เป็นการเปิดพื้นที่ปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม เช่น การพบปะ พูดคุยและทำความรู้จักระหว่างนักท่องเที่ยวด้วยกันหรือผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่มพื้นเมือง (4) การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับความต้องการการยอมรับและยกย่อง นักท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกสนใจและยอมรับอาหารที่มีความแตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง รวมไปถึงวัตถุดิบและเครื่องปรุงที่มีความเฉพาะในแต่ละพื้นที่ 5) การท่องเที่ยวเชิงอาหารกับความต้องการประสบความสำเร็จ การเดินทางเพื่อเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการประกอบอาหาร การเดินทางเพื่อเข้าร่วมงานอาหารต่างๆ ที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Phatcha, Phetchanchai and Kaosa-ard (2020) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่กลุ่มจังหวัดชายทะเลภาคตะวันออก พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในพื้นที่ Active Beach โดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีภูมิทัศน์ที่สวยงาม สะอาด อาหารสะอาดได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ราคาที่พักไม่สูงจนเกินไป

Naksawat (2019) ได้ทำการศึกษาการวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีศักยภาพด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ ด้านบริการ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ และการปลุกจิตสำนึก ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการจัดการทรัพยากรอาหาร อย่างยั่งยืน โดยมีวิสัยทัศน์ คือ สร้างแบรนด์ท่องเที่ยวอาหารใต้และอาหารเพื่อสุขภาพกายใจให้แก่ชาวโลก และเป็นเมืองนวัตกรรมอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีสร้างความมั่นคงด้านอาหารให้แก่ชาวไทยและแก่ชาวโลก และสร้างแบรนด์ท่องเที่ยว อาหารเกษตรอินทรีย์ วิถีธรรมชาติที่มีคุณภาพและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และเป็นศูนย์การศึกษาและพัฒนาระบบบริการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีโครงสร้างและประสิทธิภาพโดยการสร้างเครือข่ายการจัดการอาหารระดับ ครัวเรือน ระดับชุมชน ระดับชาติ ส่วนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงอาหารเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและพัฒนาจิตใจ มีกลยุทธ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และวิถีชุมชน

Chimbanrai (2015) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของอาหารพื้นเมืองน่าน พบว่า อาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด งานวิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง ด้านราคา ด้านการบริการ ด้าน ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด

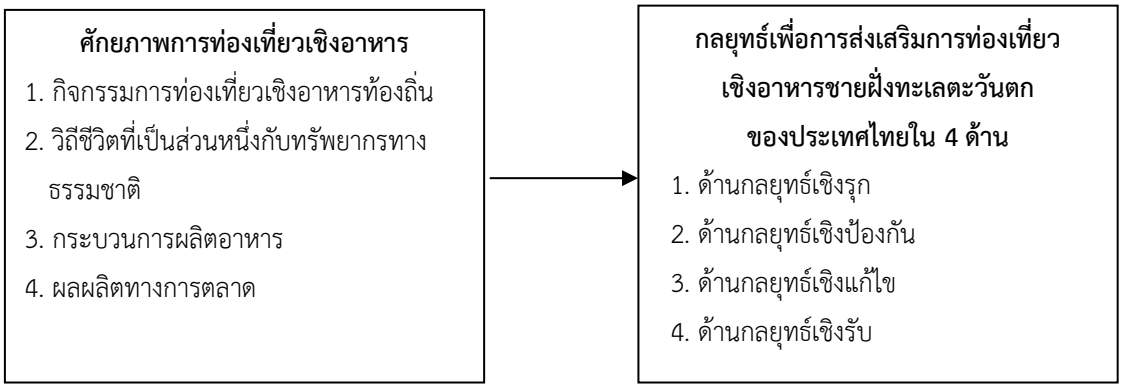
Chaichana (2005) ได้ทำการศึกษาศักยภาพภูมิปัญญาไทยด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนล่าง พบว่า อาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนล่างมีจำนวน 324 ชนิด แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ประเภทอาหารคาวร้อยละ 52.5 ประเภทอาหารถอนและแปรรูปร้อยละ 23.1 ประเภทอาหารหวานร้อยละ 18.8 และประเภทอาหารว่างร้อยละ 5.6

Puntien, Chantachon and Koseyayothin (2017) ได้ทำการศึกษาการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

จังหวัดสุมทรสงคราม และจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมาก และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ได้ เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยสามารถแบ่งออกเป็น กลุ่มเด็กและครอบครัว กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเพื่อการศึกษาเรียนรู้ และกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่น และวัยทำงาน โดย กิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เหล่านี้สามารถจัดขึ้นโดยภาคส่วนต่างๆ ทั้ง ชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ หรือใช้ความร่วมมือในการจัดการร่วมกัน อีกทั้งในส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของฝาก สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับแหล่งท่องเที่ยว โดยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ร้านขายอาหารใช้วัตถุดิบใน ท้องถิ่นในการประกอบอาหารให้เป็นเอกลักษณ์ หรือ สถานที่พักมีการประชาสัมพันธ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่มาพักถึงกิจกรรมด้านอาหารในท้องถิ่น และจัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบพักค้างร่วมกัน

Chang (2011) ได้ทำการศึกษารสชาติของการท่องเที่ยว: แรงบันดาลใจของผู้เข้าร่วมงานเทศกาลอาหาร เทศกาลอาหารสามารถนำเสนอประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส สำหรับผู้เข้าชมในจุดหมายปลายทาง การทำความเข้าใจแรงจูงใจของผู้เข้าชมในการเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารที่เฉพาะเจาะจงนั้นเป็นประโยชน์ต่อทั้งนักพัฒนาชุมชนและผู้เชี่ยวชาญด้านงานเทศกาล เมื่อใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมกิจกรรม การศึกษาครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดการสร้างแรงจูงใจในงานเทศกาลโดยผสมผสานองค์ประกอบที่มีปฏิสัมพันธ์ทั้งสาม เป็นรากฐานในการศึกษาแรงจูงใจของเทศกาลอาหาร ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเผยให้เห็นแรงบันดาลใจหกมิติที่สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เข้าชมงานเทศกาลอาหารระดับภูมิภาคในรัฐเท็กซัส

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแทนภาครัฐ ตัวแทนภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ ตัวแทนภาคชุมชน และตัวแทนนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร จำนวน 56 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1. ตัวแทนภาครัฐ ประกอบด้วย (1) ผู้เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน และ (2) ผู้เกี่ยวข้องจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 1 คน รวม 4 คน

2. ตัวแทนภาคเอกชน/ผู้ประกอบการ ประกอบด้วย (1) ผู้ประกอบการร้านอาหาร/ธุรกิจอาหาร ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 2 คน รวม 8 คน (2) ผู้ประกอบการขนส่ง ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 2 คนจำนวน 8 คน และ (3) ผู้ประกอบการร้านของฝาก/ของที่ระลึก ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 2 คน จำนวน 8 คน

3. ตัวแทนภาคชุมชน ประกอบด้วย ตัวแทนภาคชุมชน ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 3 คน รวม 12 คน

4. ตัวแทนนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ประกอบด้วย ตัวแทนนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร ในเขตพื้นที่การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันตก จังหวัดละ 3 คน จำนวน 12 คน

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางการส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก โดยผ่านการพิจารณาความเหมาะสมที่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษา และผู้เชี่ยวชาญ ผู้สัมภาษณ์จำเป็นต้องกำหนดประเด็นต่างๆ ไว้ล่วงหน้าว่าต้องการซักถามในเรื่องใด (Prasertrattasin, 2007)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

กลยุทธ์ในการเก็บข้อมูลไม่ได้มุ่งเน้นด้านวัตถุ แต่มุ่งความถูกต้องตรงประเด็นของข้อมูลในโลกและทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก โดยดำเนินการสอบถามในรูปแบบการสนทนา (Pothisita, 2011) ผ่านการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลที่ผู้สัมภาษณ์เป็นผู้เล่าประสบการณ์ ความคิด ความรู้สึก ความสนใจ ความเชื่อ มุมมองและความรู้ของตนเองในรู้แบบเรื่องเล่าในหัวข้อหรือประเด็นที่ผู้สัมภาษณ์สร้างขึ้นเพื่อเป็นหัวข้อสนทนาและเรียบเรียงออกมาเป็นเรื่องราวและความหมาย สะท้อนมุมมองภูมิหลัง แนวคิดทฤษฎีภูมิหลังของผู้ให้สัมภาษณ์ ความคิดเห็นการสัมภาษณ์เป็นการสร้างสิ่งที่กระจัดกระจายขึ้นมาใหม่ให้เป็นข้อมูลที่มีความหมาย โดยผู้วิจัยได้กำหนดแบบคำถามตามลักษณะกลุ่มผู้ให้ข้อมูลวิจัย ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญของคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัย ออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ (1) ประเด็นคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาครัฐ (2) ประเด็นคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนเอกชน /ผู้ประกอบการ (3) ประเด็นคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาคชุมชน และ (4) ประเด็นคำถามสำหรับผู้ให้ข้อมูลวิจัยจากตัวแทนภาคนักวิชาการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล (Janthawanich, 2016) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ ซึ่งวิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้น จะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ (1) เวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าข้อมูล ที่ได้รับในช่วงเวลาต่างๆ นั้นเหมือนกันหรือไม่ (2) สถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูล

ต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ และ (3) บุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นการจัดข้อมูลอย่างเป็นระบบอยู่ในสถานะที่พร้อมจะนำไปใช้งานได้ทันที โดยการจัดระเบียบข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพ และด้านเนื้อหา โดยจะมีการดำเนินการเป็นระยะๆ

1.1 ข้อมูลด้านกายภาพ ได้แก่ ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึก โดยมี การถอดข้อความและจัดระเบียบเก็บไว้ เนื่องจากหากจำเป็นต้องมีการแก้ไขขัดเกลาข้อมูล เพื่อความเหมาะสม และสละสลวยในภาษาก็สามารถแก้ไขได้ แต่ต้องยังคงความหมายเดิม และอารมณ์ของผู้ให้ข้อมูลไว้

1.2 ข้อมูลด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ จากเอกสาร แบบสอบถามที่ยังไม่ได้ตีความ หรือวิเคราะห์มาจัดเรียบเรียงจัดประเภท หรือเปรียบเทียบ เพื่อนำมาวิเคราะห์ว่าข้อมูลต่างๆ มีความหมายอะไรน่าจะตรงกับประเด็น กับเรื่องที่กำลังศึกษาวิจัย

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยมีการนำเสนอข้อมูลโดยวิธีการพรรณนา หลังจากขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูล และการเชื่อมโยงข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะทำการจัดกลุ่ม ข้อมูลและแสดงข้อมูลเป็นตาราง

3. การหาข้อสรุป ผู้วิจัยทำการสรุป ตีความ และการตรวจสอบความถูกต้อง ตรงประเด็นของผลการศึกษาวิจัย (Conclusion Interpretation Verification) โดยการบรรยายถึงข้อมูลที่ค้นพบ แล้วจึงนำมาตีความ และตรวจสอบก่อนที่จะเสนอผลการศึกษาต่อไป ซึ่งขั้นตอนในการตรวจสอบจะใช้วิธีการตรวจสอบภายในเพื่อทบทวนข้อมูล วิธีการได้มาของข้อมูล กระบวนการวิเคราะห์ ว่ามีความเหมาะสมถูกต้องมากน้อยเพียงใด แต่ในกรณีที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์หรือไม่ตรงประเด็น ผู้วิจัยได้มีการจัดเก็บข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์

เมื่อได้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลดังกล่าวมาสรุปเป็นกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทยต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า ทั้ง 4 จังหวัดในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตก ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง มีความโดดเด่นเรื่องวัฒนธรรมทางด้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และพร้อมบริการการท่องเที่ยว เรื่องราวของอาหารที่สามารถสร้างเป็นรูปแบบในการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่น ขยายตลาดการท่องเที่ยวในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกให้มีกิจกรรมเชื่อมโยงตลอดแนวชายฝั่งทะเลตะวันตกให้มีความน่าสนใจ มีกิจกรรมสำคัญที่มาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน สร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหาร มีนโยบายการสร้างศักยภาพใน 4 ด้าน

การสร้างศักยภาพในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารท้องถิ่น ให้กับชุมชนและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ โดยมาจากการกำหนดเส้นทางกิจกรรมการสาธิตเมนูอาหารจากชุมชน สร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวจากชุมชน ผู้ประกอบการอาหารในชุมชนต้องมีช่องทางการจำหน่ายได้เองโดยตรง แต่ยังคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ และเสน่ห์ของพื้นที่ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนมีการกำหนดกลยุทธ์ด้านการจัดการและการตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างแท้จริง สร้างองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การมีส่วนร่วมของชุมชนและเอกชนให้ร่วมมือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การสร้างศักยภาพด้านวิถีชีวิตที่เป็นส่วนหนึ่งกับทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยภาครัฐและภาคเอกชน สามารถส่งเสริมศักยภาพให้แก่ชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ทางด้านภาพลักษณ์และคุณภาพอาหารนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น จากการจัดงานเทศกาลอาหารในพื้นที่หรือถนนคนเดิน ที่จะนำนักท่องเที่ยวหรือ ยูทูปเปอร์ ได้สัมผัสกับอาหารท้องถิ่นของชุมชนอย่างแท้จริง

การสร้างศักยภาพกระบวนการผลิตอาหารในชุมชน เพื่อสร้างผลผลิตทางการตลาดอย่างยั่งยืน โดยชุมชนร่วมสร้างนโยบายเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการร่วมประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้เรื่องราวอาหารท้องถิ่นต่อสาธารณชนผ่านสื่อออนไลน์เพื่อนำนักท่องเที่ยวหน้าใหม่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน ลิ้มลองอาหารท้องถิ่น วัตถุดิบท้องถิ่น อย่างต่อเนื่อง

การสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก ให้มีความสอดคล้องกันทั้ง 4 จังหวัด การบริหารการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความต่อเนื่อง เพื่อให้ได้กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้มีการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่หลากหลายร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผสานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่จะสามารถเข้าถึงกิจกรรมจากชุมชนได้

เมื่อทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการวิเคราะห์ TOWS Matrix ต่อศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก พบว่า กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย ควรประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. ด้านกลยุทธ์เชิงรุก

1.1 รัฐบาลควรมีนโยบายในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคมขนส่งให้มีความพร้อมเพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

1.2 การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารทางการเกษตรปลอดภัย เพื่อแปรรูปเป็นอาหารด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ

1.3 รัฐบาลควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย

1.4 รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริม ผลักดัน ยกระดับ เทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่นให้มีความยิ่งใหญ่ระดับประเทศในแต่ละจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง

1.5 ส่งเสริมการท่องเที่ยวการค้าชายแดนอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร

1.6 ส่งเสริมพัฒนาสนามบินพาณิชย์ให้มีศักยภาพ และมีการนำเสนอร้านของฝากท้องถิ่นภายในสนามบิน

1.7 ส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้มีความเชื่อมโยงกัน

2. ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน

2.1 การพัฒนากระบวนการให้บริการในพื้นที่ การจัดการการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

2.2 การพัฒนาระบบโลจิสติกส์และระบบคมนาคมขนส่งภายในพื้นที่ จุดเชื่อมต่อของจังหวัด

2.3 การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ประกอบการในชุมชนเป็นอันดับแรก

2.4 การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชนให้มีประสิทธิภาพ

2.5 การยกระดับเทศกาล ประเพณีอาหาร ระดับท้องถิ่นให้เป็นประเพณีระดับจังหวัด และระดับประเทศ

2.6 การจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารประจำจังหวัด

3. ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข

3.1 การพัฒนาระบบขนส่งให้มีความเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร จุดต่างๆ ในพื้นที่ได้อย่างทั่วถึง

3.2 การสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก

3.3 การวางแผนรองรับธุรกิจอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวในอนาคตที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

3.4 การเสริมสร้างพัฒนาทักษะการให้บริการแก่บุคลากรและประชาชนในพื้นที่ เพื่อเตรียมการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

3.5 การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญา กระบวนการ กรรมวิธีการทำอาหารท้องถิ่น

3.6 การสร้างโมเดลกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพที่กำลังได้รับความนิยม

4. ด้านกลยุทธ์เชิงรับ

4.1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบบขนส่งให้เข้าสู่พื้นที่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

4.2 การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

4.3 การพัฒนาการบริการ ทักษะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับบุคลากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่

4.4 การวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาล ฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้

4.5 การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าอาหารชุมชนที่มีความทันสมัยในเส้นทางสายหลักของการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก

อภิปรายผล

1. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงรุก ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐบาลควรมีนโยบายในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคมขนส่งให้มีความพร้อมเพื่อเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม การส่งเสริมการผลิตสินค้าอาหารทางการเกษตรปลอดภัย เพื่อแปรรูปเป็นอาหารด้านสุขภาพตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงอาหารสุขภาพ รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่ที่มีความหลากหลาย รัฐบาลควรมีนโยบายส่งเสริม ผลักดัน ยกระดับ เทศกาลประเพณีอาหารในท้องถิ่นให้มีความยิ่งใหญ่ระดับประเทศในแต่ละจังหวัด ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จังหวัดชุมพร และจังหวัดระนอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Naksawat (2019) ได้ศึกษาเรื่อง การวางแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารภาคใต้เชิงสร้างสรรค์ แบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี และนำแผนยุทธศาสตร์ไปดำเนินการโครงการนำร่องในชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาและทำการประเมินผลการดำเนินงานกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัด ส่งเสริมการท่องเที่ยวการค้าชายแดนอย่างเต็มรูปแบบเพื่อความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chimbanrai (2015) พบว่า หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัด เพื่อให้กลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัด การส่งเสริมพัฒนาสนามบินพาณิชย์ให้มีศักยภาพ และมีการนำเสนอร้านของฝากท้องถิ่นภายในสนามบิน รวมถึงการส่งเสริมการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้มีความเชื่อมโยงกัน

2. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน ประกอบด้วย การเพิ่มมาตรการความปลอดภัยในอาหารต่างๆ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการปลูกจิตสำนึกในเรื่องเอกลักษณ์และคุณค่าของอาหารไทย การส่งเสริมและการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหารสอดคล้องกับงานวิจัย Chaichana (2005) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพภูมิปัญญาไทยด้านอาหารพื้นบ้านภาคเหนือตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของอาหารพื้นบ้านและศักยภาพของแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การผลิตในเชิงพานิชย์ การเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ และการถ่ายทอดภูมิปัญญา

3. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข ประกอบด้วย สร้างมาตรฐานอาหาร ความปลอดภัยในอาหาร การเพิ่มสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็น การบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของชุมชน การยกระดับคุณภาพการบริการของบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารอย่างมีมาตรฐาน การพัฒนาระบบขนส่งให้มีความเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร จุดต่างๆ ในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง การสนับสนุนโครงการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตก จัดตั้งศูนย์ส่งเสริม อนุรักษ์ภูมิปัญญากรรมวิถีการทำอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิม สอดคล้องกับงานวิจัย Puntien, Chantachon and Koseyayothin (2017) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารไทยโดยใช้ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตจังหวัดลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จังหวัดสุมทรสงคราม และจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การท่องเที่ยวที่ใช้อาหารเป็นจุดดึงดูดในการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ได้ เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารไทย กิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เหล่านี้สามารถจัดขึ้นโดยภาคส่วนต่างๆ ทั้ง ชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ หรือใช้ความร่วมมือในการจัดการร่วมกัน อีกทั้งในส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของฝาก สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกับแหล่งท่องเที่ยว โดยให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

4. แผนพัฒนาศักยภาพจากด้านกลยุทธ์เชิงรับ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยส่งเสริมด้านการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัย Chimbanrai (2015) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของอาหารพื้นเมืองน่าน และเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออาหารพื้นเมืองน่าน และเพื่อพัฒนาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่าน อาหารพื้นเมืองจังหวัดน่าน พบว่า อาหารพื้นเมืองน่านส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นักท่องเที่ยวพึงพอใจในด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมืองมากที่สุด งานวิจัยได้เสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารพื้นเมืองของจังหวัดน่าน 6 ด้าน คือ (1) ด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นเมือง (2) ด้านคุณภาพของอาหารพื้นเมือง (3) ด้านราคา (4) ด้านการบริการ (5) ด้านลักษณะของร้านอาหารพื้นเมือง และ (6) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด สำหรับการวางแผนการจัดทำปฏิทินเทศกาลฤดูกาลของวัตถุดิบที่ผลิตได้ในพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถกำหนดวางแผนการเดินทางมาเยือนได้ สอดคล้องกับงานวิจัย Chang (2011) ได้ศึกษาเรื่อง รสชาติของการท่องเที่ยว: แรงบันดาลใจของผู้เข้าร่วมงานเทศกาลอาหาร เทศกาลอาหารสามารถนำเสนอประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส สำหรับผู้เข้าชมในจุดหมายปลายทาง การทำความเข้าใจแรงจูงใจของผู้เข้าชมในการเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารที่เฉพาะเจาะจง เมื่อใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารชายฝั่งทะเลตะวันตกที่มุ่งเน้นพัฒนาผู้ประกอบการ ชุมชน และพัฒนาทักษะองค์ความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารในพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย

2. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจอาหารขนาดเล็ก ที่มีงบประมานจำกัดและไม่มีความรู้ในการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ ให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีเป้าหมายในการใช้เทคโนโลยีขายสินค้าและการบริการภายใต้ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน

3. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรกำหนดให้มีการส่งเสริมเส้นทางกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารในรูปแบบที่ชัดเจน เช่น การกำหนดปฏิทิน ฤดูกาล เทศกาลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาหารในพื้นที่ และทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

4. ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ควรกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นสินค้าอาหารท้องถิ่น เรื่องคุณภาพและมาตรฐานการผลิตเพื่อส่งผลให้กลุ่มลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า (Group Loyalty) และเกิดพฤติกรรมการกลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำ ทั้งนี้เพื่อเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้มีคุณภาพ มาตรฐานและคุ้มค่ากับราคา

5. หน่วยงานภาครัฐควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นในการรวบรวมองค์ความรู้ด้านอาหารท้องถิ่นและพัฒนากิจกรรมหลักสูตรการประกอบอาหารให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

Chaichana, S. (2005). *Potential of Thai wisdom on local food in the lower north.* Bangkok: Kasetsart University.

Chang, W. (2011). A Taste of Tourism: Visitors' Motivations to Attend a Food Festival. *Event Management*, 15(2), 151-161.

Chimbanrai, H. (2015). Potential of Local Food and Guidelines for Tourism Promotion through local food of Nan Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 11, 37–53.

Department of Health, Ministry of Public Health. (2013). *Food sanitation requirements for food stalls*. [Online]. Retrieved from: http://foodsan.anamai.moph.go.th/main.php?filename=stand.

Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2016). *The Second National Tourism Development Plan (2017-2021)*. Bangkok: The Office of Printing Affairs, the War Veterans Organization of Thailand.

Department of Local Administration, Ministry of Interior. (2006). *Standard of Tourism Promotion*. [Online]. Retrieved from: http://www.dla.go.th/work/e_book/eb1/std210550/22/22.htm.

Hall, C. M., and Sharples, L. (2003). The consumption of experiences or the experiences of consumption? An introduction to the tourism of taste. In C. M. Hall, E. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis and B. Cambourne (Eds.), *Food Tourism Around the World: development, management and markets* (pp. 1-24). Oxford: Butterworth-Heinemann.

Janthawanich, S. (2016). *Qualitative research methods*. 23th ed. Bangkok: Chulalongkorn University.

Mak, A. H.N. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management,* 31, 928-936.

Ministry of Tourism and Sports. (2015). *Tourism Development Action Plan Within the West Coast Tourism Development Zone 2016–2020*. [Online]. Retrieved from: https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11583.

Naksawat, N. (2019). Strategic plan for sustainable integrated creative southern food tourism development in Suratthani, Thailand. *Sisaket Rajabhat University Journal*, 13(1), 17-28.

Phakdee-auksorn, P. (2012). Tourism Motivation Theory and Food Tourism. *Journal of Management Sciences*, 29(20), 129–148.

Phatcha, P, Phetchanchai, C and Kaosa-ard, C. (2020). Factors affecting tourists' decision on health tourism in the area Eastern Seaside Province Group. *Journal of Innovation and Management Suan Sunandha Rajabhat University*, 5, 87–102.

Prasertrattasin, S. (2007). *Research Methods in Social Science*. Bangkok: Feangfar.

Pothisita, C. (2011). *Science and Art of Qualitative Research*. 5th ed. Bangkok: Amarin.

Puntien, S., Chantachon, S. and Koseyayothin, M. (2017). Thai Culinary Tourism: An Approach to the Development and Troubleshooting for Tourism Management in Watershed Provinces of Thailand Central Region Based on Creative Economy. *Princess of Naradhiwas University Journal of Humanities and social sciences*, 5(2), 184-195.

Punturee, P. (2015). Tourist Experience: The Creation of Food Tourism Activities in Thailand. *Journal of southern technology*, 8(2), 27-37.

UNWTO. (2017). *Annual Report 2016*. [Online]. Retrieved April 2, 2020, from: http://www2.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016-0.

Wisatmongkol, C. and Nuntasan, A. (2015). *Tourism Economic Review, No.2 October–December 2015.* [Online]. Retrieved from: https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7534.