

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้

The Potential of Southern Local Food for Developing Gastronomy Tourism
in Southern of Thailandวันเพ็ญ คุรสमान (Wanphen Kuensman)¹ประภัสสร วิเศษประภา (Prapassorn Visespera)²ภูชิตต์ ภูริปานิก (Phuchit Phuripanik)³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้ประกอบการนำเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น หรือมีโปรแกรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ จำนวน 30 ราย ใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างง่าย และใช้วิธีการสนทนากลุ่มแบบบอลหิมะ โดยผู้วิจัยได้แบ่งศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นออกเป็น 5 ด้าน ผลการวิจัยพบว่า 1. ความยากง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารพื้นถิ่น อาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นมีความหลากหลาย และสามารถเข้าถึงได้ง่าย 2. โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว มีโอกาสเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก 3. การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่น เป็นวัฒนธรรมการกินที่สืบทอดกันมาอย่างต่อเนื่อง มีเอกลักษณ์ หลากหลาย และแตกต่างกันไปตามพื้นที่ 4. การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นอาหารพื้นถิ่นภาคใต้เป็นอาหารที่ใช้วัตถุดิบและสมุนไพรพื้นเมืองในพื้นที่มาประกอบอาหารจนกลายเป็นเมนูอาหารพื้นถิ่นมากมาย 5. เอกลักษณ์ของท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่นภาคใต้สะท้อนถึง อัตลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งด้านวัฒนธรรม วัตถุดิบ หรือรสชาติ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับโอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ พบว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็นที่ยึดของนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสสำคัญที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ให้สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในอีกด้านหนึ่ง รสชาติอันเป็นเอกลักษณ์นั้น กลับกลายเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ เนื่องจาก ภาพจำของรสชาติอันเผ็ดร้อนของอาหารใต้อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่างอาหารพื้นถิ่นกับอาหารใต้ ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งหลีกเลี่ยงที่จะลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดต่าง ๆ ในภาคใต้

คำสำคัญ: อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การพัฒนาการท่องเที่ยว

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต E-mail: kulsaman@hotmail.com

² สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง E-mail: prapassorn.v@gmail.com

³ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต E-mail: kulsaman@hotmail.com

Abstract

This research is qualitative research with the objectives to study the potential of southern regional food, opportunities, and obstacles in the development of southern regional food tourism. The main informants were 30 tour operators that organized local food tourism or tour programs related to local food activities in the southern region, using simple sampling and snowball sampling. The researcher divided the potential of local food into 5 aspects. The results were as follows: 1) In terms of accessibility, local food in the southern region is diverse and easily accessible, 2) The opportunity to use local food to attract tourists is very high due to its uniqueness and well-known, 3) The representation of local food culture has been continuously inherited, including a variety of characteristics, and various areas, 4) The use of local raw materials, local food in the South is food using ingredients and herbs from the area to cook until becoming a menu of many local dishes, and 5) In terms of local identity, Local Southern cuisine reflects the local cultural identity, raw materials or taste.

The research findings on the opportunities and threats in the development of local Gastronomy Tourism in the South of Thailand, it was found that Southern food has a distinctive identity, and is known to tourists, local food in the Southern region to be able to respond to Gastronomy Tourism. On the other side, the unique flavor has become a barrier to the development of local Gastronomy Tourism in the South, as the memory of the spicy flavors of Southern food. This is because the perception of the spicy flavors of Southern food can lead to misunderstandings between local and Southern food, which may lead some tourists to avoid trying the traditional food as the local food of the provinces of Southern Thailand.

Keywords: Southern Local Food, Gastronomy Tourism, Tourism Development

วันที่รับบทความ: 13 ตุลาคม 2565

วันที่แก้ไขบทความ: 30 พฤศจิกายน 2565

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 8 ธันวาคม 2565

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีอัตราการเติบโตที่รวดเร็วและเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ที่ออกเปิดรับประสบการณ์การท่องเที่ยว เสาะแสวงหาสถานที่ใหม่ ๆ

ที่ยังไม่เคยมีใครไปถึง (Off The Beaten Path) ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่งานเที่ยวอย่างเดียว แต่ยังมองหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ รสชาติที่แตกต่าง เสน่ห์เรื่องราวและค้นหาความสามารถของตัวเองผ่านการเรียนรู้ร่วมกับคนในท้องถิ่น (SME in focus, 2562) สัมผัสเมนูที่ไม่เคยสัมผัสจากชีวิตในเมือง บอกเล่าและแบ่งปันประสบการณ์

การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์จนกลายเป็นการท่องเที่ยวแบบ “วิถีเข้าใจกิน เข้าใจถิ่น” และดึงดูดให้ผู้คนหลงใหลเข้ามาเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงส่งเสริมให้การท่องเที่ยวท้องถิ่นและการท่องเที่ยวชุมชนเติบโตขึ้นตามไปด้วย (นริสา ลี, 2564)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของไทยออกเป็น 5 ยุทธศาสตร์โดยหนึ่งในนั้นคือ การกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) โดยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เนื่องจากอาหารไทยมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวนานาชาติ อาหารจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพื้นถิ่นอันเป็นอาหารที่มีลักษณะแตกต่างจากอาหารทั่วไป และมีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้น ๆ จากการนำความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นมาผสมผสานจนกลายเป็นอาหารพื้นถิ่น (พัชรีย์ ตั้งตระกูล และคณะ, 2561) สืบทอดต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะคนในท้องถิ่นนั้น (ปวีร์ ต้นสกุล, 2562; สุณี ศักดาเดช, 2549)

ผลการสำรวจของ CNN Travel เรื่อง Which country has the best food? พบว่า ประเทศไทยติดหนึ่งในประเทศที่มีอาหารที่ดีที่สุดในโลก เนื่องจากอาหารพื้นถิ่นไทยมีการผสมผสานรสชาติต่าง ๆ ไว้อย่างลงตัว (Li, 2021) สอดคล้องกับผลการสำรวจของ Chef's Pencil (2020) ในหัวข้อ Most Popular Ethnic Cuisines in America ที่ระบุว่า อาหารพื้นถิ่นของไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4 จากบรรดาพื้นถิ่นที่ได้รับความนิยมในประเทศสหรัฐอเมริกา (อังคณา สิทธิการ, 2565) สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นไทยที่

โดดเด่นในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยหนึ่งในอาหารพื้นถิ่นที่มีศักยภาพและเอกลักษณ์แตกต่างจากภูมิภาคอื่น ๆ คือ อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ที่มีจุดเด่นด้านความเผ็ดร้อนที่เป็นเอกลักษณ์จากสมุนไพรนานาชนิด อีกทั้งยังมีเมนูอาหารที่ขึ้นชื่อเป็นที่รู้จักทั้งแกงไตปลา ขนมลา แกงเหลือง ขนมจีนน้ำยาปู หมูฮ้อง น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่สะปำ ตลอดจนต้มช้ำ หรืออาหารซีฟู้ด และน้ำจิ้มรสเด็ด ที่พร้อมต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ รวมถึงโอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ผ่านการสัมภาษณ์บอกเล่าเรื่องราวของผู้ประกอบการนำเที่ยวพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีประสบการณ์จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติจากจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสงขลาที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของภาคใต้ฝั่งตะวันออก ภาคใต้ฝั่งตะวันตก และจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ โอกาส และอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ตัวแทนผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้จากจังหวัดภูเก็ต จังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ศักยภาพ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ปัญหาและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา มิถุนายน
2563-พฤษภาคม 2564

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่น

อาหารพื้นถิ่นเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยอาศัยธรรมชาติและวัตถุดิบรอบตัวที่มีมาปรุงแต่งอย่างเรียบง่าย มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ และรสชาติเฉพาะตัว โดยอาหารพื้นบ้านเป็นการผสมผสานระหว่างวัตถุดิบ เช่น เนื้อสัตว์ ผักพื้นถิ่น และเครื่องปรุง ๆ ต่าง โดยมีรสชาติที่ไม่ตายตัว ซึ่งในแต่ละท้องถิ่นจะได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมาตั้งแต่วัยเยาว์ (Sapcharoen, 1997) ขณะเดียวกันอาหารพื้นถิ่นยังได้รับอิทธิพลจากอาชีพ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ประวัติศาสตร์หรือแม้แต่สภาพทางภูมิศาสตร์ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ลักษณะของอาหารในแต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างหรือคล้ายคลึงกัน (พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ, 2561) หรืออาจกล่าวได้ว่า อาหารพื้นถิ่นคือวัฒนธรรมอาหารที่คนในแต่ละท้องถิ่น นิยมรับประทานมาเป็นระยะเวลานาน โดยปรุงขึ้นจากวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในพื้นที่ สืบทอดต่อกันมาจนกลายเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างกันก็ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม (สุนี ศักดาเดช, 2549) ในทำนองเดียวกัน ปวิธ ต้นตสกูล (2561) เสนอว่า อาหารท้องถิ่นเกิดจากการลองผิดลองถูกซ้ำ ๆ ในสิ่งที่พอใจถ่ายทอดสู่ลูกหลานสืบทอดจนเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะของคนในท้องถิ่นนั้นด้วยสภาพแวดล้อมและภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกันจึงทำให้วัตถุดิบในพื้นที่แตกต่างกันตามไปด้วย

ทั้งนี้ จุดเด่นสำคัญของอาหารใต้คือ รสชาติเผ็ดร้อน ด้วยพริกแกงใต้สีเหลือง สมุนไพรและเครื่องเทศต่าง ๆ โดยสีของอาหารส่วนใหญ่เป็นสีเหลืองที่มาจากขมิ้น รสเค็มมาจากกะปิ รสเปรี้ยวมาจากมะนาวและส้มแขก

อาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียงเช่น แกงเหลือง แกงส้มอดิบ แกงหมูลูกเหียง คั่วกลิ้ง แกงไตปลา ผัดสะตอกะปิ น้ำพริกกระก่า น้ำพริกกุ้งเสียบ น้ำพริกมะม่วงเบา ข้าวยา ไก่ก้อแหละ ไก่ต้มขมิ้น และปลากระบอกต้มส้ม จะสังเกตได้ว่า แกงพื้นถิ่นภาคใต้จะนิยมใส่ผักเพื่อลดความเผ็ด และเน้นผักพื้นบ้านที่ทำได้ง่ายในแต่ละท้องถิ่น นอกจากนี้ อาหารชนิดเดียวกันยังมีรสชาติแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและบริบททางสังคมของแต่ละพื้นที่

2.2 แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จนั้นมสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ความต้องการของผู้ท่องเที่ยวมากขึ้น ความสามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่นั้น ๆ อันประกอบด้วย ความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคม และความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศ (มนัส สุวรรณ, 2545) สอดคล้องกับนิยามของ นิตา ชัชกุล (2550) ที่เสนอว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง การสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่น่าสนใจให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทั้งด้านกายภาพหรือภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้งหรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายออกไปสู่โลกภายนอก

ทั้งนี้ ในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวได้สนองต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) จนกลายเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission On Sustainable Development) ขององค์การสหประชาชาติ หลักการโดยทั่วไปของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ ต้องมีการอนุรักษ์ และการใช้ทรัพยากร

อย่างพอเพียง เพื่อให้สามารถนำทรัพยากรไปใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาว และมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ อีกทั้งก่อเกิดการมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับ 1. อนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2. ลดการบริโภคและใช้ทรัพยากรที่เกินความจำเป็นควบคู่กับการลดการก่อของเสีย 3. รักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติสังคมและวัฒนธรรม 4. ประสานแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว 5. นำการท่องเที่ยวขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น 6. การมีส่วนร่วมการสร้างเครือข่ายพัฒนาการท่องเที่ยวกับท้องถิ่น 7. จัดประชุมและปรึกษาหารือกับผู้เกี่ยวข้องที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน 8. การพัฒนาบุคลากร 9. การจัดเตรียมข้อมูลบริการข่าวสารการท่องเที่ยว และ 10. ประเมินผล ตรวจสอบ และวิจัย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2.3 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร คือ การเดินทางเพื่อได้สัมผัสถึงประสบการณ์ทางด้านอาหารในแต่ละพื้นที่โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือความบันเทิงและสุนทนาการ นอกจากประสบการณ์การรับประทานอาหารแล้ว การท่องเที่ยวเชิงอาหารยังรวมถึงการเยี่ยมชมสถานที่ทำอาหาร เทศกาลอาหาร ตลาด งานแสดงและสาธิตการทำอาหาร หรือกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับอาหาร นอกจากนี้ประสบการณ์การเดินทางประเภทนี้ยังเกี่ยวเนื่องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบลอง เรียนรู้ วัฒนธรรมใหม่ ๆ ในแต่ละท้องที่ การพัฒนาความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพและรูปลักษณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับสินค้าด้านการท่องเที่ยว รวมถึงอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคผ่านการบริโภค ดังนั้น ประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงสามารถเกิดขึ้นในสถานที่เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง หรือเกิดขึ้นบนวัตถุประสงค์ใดก็ได้จากที่กล่าวมาทั้งหมด (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560)

ทั้งนี้ ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร (2555) ได้เสนอว่าการท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว

เฉพาะที่มีวัตถุประสงค์หรือแรงจูงใจเกี่ยวกับอาหารเป็นหลัก หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นการเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์เกี่ยวกับกิจกรรมด้านอาหารควบคู่กับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ สอดคล้องกับรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2017) ที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ ปรากฏการณ์ “เที่ยวเพื่อกิน” ที่มีผู้คนนับล้านออกเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์การกินที่แปลกใหม่

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร (2560) กล่าวถึงแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้และมูลค่าเพิ่ม และการเชื่อมโยงรายได้สู่ระดับชุมชนและภาคเกษตร โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food/Gastronomic Tourism) เนื่องจากอาหารเป็นตัวแทนในการนำเสนอสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการแสดงออกว่ามาถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นจริง ๆ และการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้อาหารยังเป็นสื่อในการจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยวผ่านการแชร์ในสื่อออนไลน์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารในเขตภาคใต้ โดยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อเลือกจังหวัดตัวแทนภาคใต้ฝั่งตะวันออก ภาคใต้ฝั่งตะวันตก และจังหวัดชายแดนภาคใต้ อันประกอบด้วย จังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสงขลา ต่อมาจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบอลหิมะ (Snowball Sampling Technique) โดยให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารในแต่ละจังหวัดแนะนำผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเครือข่ายของตนเอง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ของการ

อิ่มตัวของข้อมูล (Theoretical Saturations) ซึ่งผู้วิจัยจะหยุดการสุ่มตัวอย่างเมื่อไม่พบประเด็นที่ต้องศึกษาเพิ่มเติม (Emerging Issues) ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวนจังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งสิ้น 30 ราย

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วย

1) การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) 2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เกิดจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เบื้องต้น และนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้คณะกรรมการควบคุมงานวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และความครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษาวิจัย แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำ โดยเชื่อมโยงประเด็นคำถามเข้ากับวัตถุประสงค์การวิจัย และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation)

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงประเด็นจริยธรรมการวิจัยในทุกขั้นตอนตั้งแต่ก่อนเก็บข้อมูลในพื้นที่ การออกแบบการวิจัย การเก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัยและหลักออกจากพื้นที่วิจัย โดยกระบวนการเก็บข้อมูลในพื้นที่ด้วยการสนทนากลุ่มได้ขอความยินยอม (Informed Consent) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ และชี้แจงถึงวัตถุประสงค์การวิจัย ขออนุญาตบันทึกเสียงตลอดจนชี้แจงว่าผู้ร่วมสนทนาสามารถหยุดการสนทนาได้ตลอดเวลาเมื่อรู้สึกไม่สะดวกใจหรือไม่อยากให้ข้อมูลต่อ

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสาร เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) โดยคณะผู้วิจัยได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวใน

3 จังหวัดภาคใต้ โดยใช้วิธีการสังเกตพฤติกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ตัวแทนผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้จังหวัดละ 10 ราย รวมทั้งสิ้น 30 ราย คัดเลือกจากผู้ประกอบการนำเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่น หรือมีโปรแกรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมด้านอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ซึ่งจะสามารถให้คำตอบที่ตรงประเด็นและวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด โดยมีนักวิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์ ถามคำถามตามประเด็นการวิจัย ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีอิสระในการให้ข้อมูล

4. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ศักยภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ได้ทำการศึกษากับกลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้จากจังหวัดนครศรีธรรมราช จังหวัดสงขลา และจังหวัดภูเก็ต ซึ่งมีความรู้ และประสบการณ์ในด้านการท่องเที่ยว และอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า

4.1 ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้

ศักยภาพของอาหาร หมายถึง ความสามารถ ความพร้อม หรือคุณสมบัติที่ดีของอาหาร โดยจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ศักยภาพของอาหารนั้นสามารถจำแนกได้ 5 ด้านคือ ความง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารพื้นถิ่น โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่น การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (อิทธิมย์ พรหมจรรยา และคณะ, 2547; ทิวาลัย รามรงค์ และคณะ, 2564) ประเด็นการพิจารณาดังกล่าว มีความครอบคลุมและสามารถตอบโจทย์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยจึงได้เชื่อมโยงประเด็นที่ศึกษาเข้ากับศักยภาพของผู้ประกอบการนำเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ จากการศึกษาเปรียบเทียบกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ มาเลเซีย และสิงคโปร์ และการพัฒนาระบบข้อมูลทางการตลาด

สำหรับผู้ประกอบการนำเที่ยว ของวันเพ็ญ ควรสมาน และภูษิตต์ ภูริปาณิก (2564) ที่ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ที่เกิดจากการหล่อหลอมของสังคมพหุวัฒนธรรม จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของรสชาติ และตำรับอาหารท้องถิ่นที่หลากหลาย โดยจำแนกเป็นประเด็นศักยภาพของอาหาร 5 ด้าน ได้ดังนี้

4.1.1 ความง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารพื้นถิ่น

อาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นมีความหลากหลายและส่วนใหญ่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เช่น แกงไตปลา ขนมลา แกงเหลือง ขนมจีนน้ำยาปู หมูฮ้อง น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่สะปำ ตลอดจนจิ้มตำ หรืออาหารซีฟู้ดที่ขึ้นชื่อเรื่องความสด และรสชาติน้ำจิ้มอันเผ็ดร้อนที่แตกต่างตามท้องถิ่น จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลจะพบว่า ร้านอาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นมีความหลากหลายและสามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยมีทั้งอาหารประเภท Street Food, Food Court, Lounge หรือร้านอาหารชื่อดังอย่าง หมี่ตันโพธิ์ จังหวัดภูเก็ต โชคดี แต่เดียม จังหวัดสงขลา หรืออ่าวขนอม ซีฟู้ด จังหวัดนครศรีธรรมราชอย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการนำเที่ยวมักยึดความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยอาจจำแนกความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติออกจากกัน ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“ลูกค้าเป็นกลุ่มคนไทย (Thai Group) เราจะทำการบ้านไม่ยากเพราะลูกค้าทานได้ทุกอย่่าง ยกเว้นประเภทตระกูลเนื้อ อาหารที่เรามีก็จะเป็นพวกอาหารทะเลเลือกทานซีฟู้ดของสดจากชาวประมงเลย”

(ตัวแทนของบริษัท ลิกอร์ ทัวร์, มีนาคม 2564)

“หลัก ๆ ลูกค้าภายในประเทศจะเน้นอาหาร Street Food (สตรีท ฟู้ด) มากกว่าเข้าร้านอาหาร นักท่องเที่ยวชอบเดินตลาดที่มีของหลากหลายของอาหาร ไม่ชอบทานอาหารบนโต๊ะ เช่น ไปตลาดนัด หรือ

ชอบทานใน Food Court Lounge นักท่องเที่ยวของเราชอบทานอาหารมากกว่าการท่องเที่ยว”

(ตัวแทนบริษัท ควินทัวร์พลัส, มีนาคม 2564)

แต่ในอีกด้านหนึ่ง ผู้ให้ข้อมูลบางส่วนเห็นว่า ร้านอาหารพื้นถิ่นในบางพื้นที่ของภาคใต้ยังเป็น “ระบบปิด” กล่าวคือ อยู่ในพื้นที่ห่างไกล และไม่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าถึง ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“ทำเลที่ตั้งของร้านอยู่ห่างไกลทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงลำบาก”

(ตัวแทนบริษัท Best Rafting 4U, พฤศจิกายน 2563)

“ในบางพื้นที่ยังไม่อำนวยความสะดวกในการเดินทาง ไม่เปิดโอกาสให้คนเข้าถึงพื้นที่ในบางพื้นที่”

(ตัวแทนจาก บริษัท CETUS TRAVEL AND TOUR, พฤศจิกายน 2563)

สรุปได้ว่า ร้านอาหารพื้นถิ่นภาคใต้สามารถเข้าถึงได้ไม่ยาก เนื่องจากมีความหลากหลายและผู้ประกอบการนำเที่ยวก็มีความพร้อมในการจัดหาและจัดเตรียมร้านอาหารไว้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน แต่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารพื้นถิ่นในบางพื้นที่ที่อาจเข้าถึงได้ยาก ห่างไกลชุมชน ต้องใช้เวลาในการเดินทาง และไม่เปิดรับคนภายนอกทำให้ยากต่อการเข้าถึง และเผยแพร่ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต้องเสียโอกาสในการรับประทานอาหารพื้นถิ่นเหล่านี้ได้

4.1.2 โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ภาคใต้นั้นมีความโดดเด่นในเรื่องวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่าง หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและดีกรามบ้านช่องสิ่งปลูกสร้างอันเป็นเอกลักษณ์ เช่น หาดป่าตอง แหลมพรหมเทพ ย่านเมืองเก่าโบราณ อาคารชิโนโปรตุกิส วัดฉลอง

วัดพระทอง (พระมุด) จังหวัดภูเก็ต เกาะยอ เขาควหา วัดราชประดิษฐาน (วัดพะโคะ) หาดสมิหลา ย่านเมืองเก่าสงขลา มัสยิดกลางสงขลา ตลาดกิมหยง จังหวัดสงขลา และหมู่บ้านคีรีวง วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร เกาะนุ้ยนอก ขนอม แหลมตะลุมพุก ศาลหลักเมืองนครบ้านขุนรัฐภูมิวิจารณ์ จังหวัดนครศรีธรรมราช รวมถึงอาหารพื้นถิ่นที่มีรสชาติโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ หารับประทานได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดภูเก็ต สงขลา และนครศรีธรรมราช ที่มีร้านอาหารพื้นถิ่นที่อร่อย ติดอันดับต้น ๆ ของภาคใต้ (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงดึงดูดให้ผู้คนจากทั่วสารทิศเข้ามาสัมผัสรสชาติอาหารอันเป็นเอกลักษณ์ พร้อมด้วยศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตามท้องถิ่น ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล ที่กล่าวว่า

“อาหารจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์ ความเป็นเอกลักษณ์ของหาดใหญ่ และมีความหลากหลาย”

(ตัวแทนจากหาดใหญ่ เจอร์นีทัวร์, มีนาคม 2564)

“มีตัวเลือกหลากหลายให้ลูกค้าได้เลือกรสชาติมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวของอาหาร รสชาติที่จัดจ้านสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี”

(ตัวแทนจาก บริษัท ขนอมทัวร์, มีนาคม 2564)

“อาหารพื้นถิ่นของจังหวัดภูเก็ตมีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีรสชาติที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ และอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดภูเก็ตเป็นการสืบทอดรุ่นต่อรุ่นจึงมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว”

(ตัวแทนบริษัท PHUKET HANA TRAVEL, พฤศจิกายน 2563)

สรุปได้ว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้เป็นอาหารที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ รสชาติจัดจ้าน และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว นับเป็นโอกาสที่ดีที่ผู้ประกอบการนำเที่ยวภาคใต้จะใช้อาหารพื้นถิ่นภาคใต้

ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้เดินทางเข้ามาในพื้นที่

4.1.3 การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่น

ความหลากหลายในด้านเชื้อชาติ และศาสนา แสดงถึงความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม (Multicultural Society) ของภาคใต้ ที่สะท้อนผ่านอาหารถิ่นที่มีให้เลือกมากมายถือเป็น มรดกทางวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน ผสมผสานความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม ทั้งจากอาหารจีน อาหารไทย (ภาคใต้) และ อาหารมุสลิม ที่กลืนกลายจนเป็นอาหารประจำถิ่นของภาคใต้ โดยอาหารพื้นถิ่นของภาคใต้จะมีรสชาติที่เผ็ดร้อนอันเป็นเอกลักษณ์จากเครื่องเทศ และสมุนไพรที่มีกลิ่นฉุนและรสชาติร้อนแรง ถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการนำเที่ยวอาหารพื้นถิ่นที่จะชูจุดเด่นดังกล่าวเพื่อการแข่งขัน ดังบทสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“โอกาสการแข่งขันด้านอัตลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นมีสูงมาก เพราะอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ มีความหลากหลาย อยู่ภายใต้วัฒนธรรมขมา มลายู ไทย มุสลิม มาเลเซีย ชาวจีนฮกเกี้ยนที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ และวัฒนธรรมพุทธ เครื่องเทศ สมุนไพร ที่โดดเด่น อาหารบางอย่าง ต้นตำรับของตระกูล สืบทอดกรรมวิธีในการผลิตตามแบบบรรพบุรุษ”

(ตัวแทนบริษัท C&P world Tour, มีนาคม 2564)

“อาหารพื้นถิ่นมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผสมผสานระหว่างอาหารแต่ละวัฒนธรรมมาผสมรวมกันจนเป็นจุดเด่นของอาหารพื้นถิ่น”

(ตัวแทนจาก TROPICAL VACATION, พฤศจิกายน 2563)

“อาหารพื้นถิ่นมีความโดดเด่นในส่วนของรสชาติกลิ่นอายความเป็นได้ ที่ผสมผสานกับอาหารจีนได้อย่างลงตัวและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดภูเก็ต”

(ตัว แทน จาก BEST WAY TRIP, พฤศจิกายน 2563)

“ลักษณะของอาหารพื้นถิ่นก็มีความเป็นดั้งเดิมที่ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นจึงมีโอกาสดิบโตได้ด้วยรสชาติแบบดั้งเดิมและรักษามาตรฐานของความเป็นท้องถิ่น”

(ตัวแทนจาก บริษัท จีที ทราเวล, พฤศจิกายน 2563)

สรุปได้ว่า วัฒนธรรมการกินพื้นถิ่นภาคใต้เป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ หลากหลาย และแตกต่างกันไปตามพื้นที่ อาหารบางอย่างมีความเป็นพื้นถิ่นหาทานได้ยาก รู้จักเฉพาะคนในพื้นที่ กลายเป็นตำนานมีชีวิตที่ช่วยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว ขณะที่อาหารบางอย่างก็สืบทอดมาเป็นระยะเวลาจนกลายเป็นอาหารขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวต่างถิ่นต้องหาโอกาสไปลิ้มลองสักครั้งชีวิต จึงมีโอกาสมากที่จะพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารที่จะเผยแพร่อัตลักษณ์ด้านอาหารเหล่านี้ไปสู่สาธารณชน

4.1.4 การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

ภาคใต้เป็นภาคที่มีความรุ่มรวยของวัตถุดิบทั้งด้านความสดใหม่ หลากหลาย และความเป็นเอกลักษณ์ เมื่อผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทำให้อาหารพื้นถิ่นภาคใต้มีความหลากหลายและแปลกใหม่แตกต่างกันไปตามพื้นที่ การหล่อหลอมทางวัฒนธรรมของอาหารพื้นถิ่นจึงเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมทั้งจากวัฒนธรรมจีน ขวา มลายู มุสลิม หลอมเข้ากับวัตถุดิบในท้องที่ จนกลายเป็นอาหารประจำถิ่น เช่น หมี่สะปำอาหารดั้งเดิมของชาวจีนฮกเกี้ยนที่อพยพเข้ามาทำงานในจังหวัดภูเก็ตตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 3 หรือไอ้เอ๋วของหวานระดับตำนานที่ทำจากลูกไอ้เอ๋ว วัตถุดิบพื้นถิ่นที่ว่ากันว่าชาวจีนผู้หนึ่งได้ถ่ายทอดไว้ให้กับ นายท้ายเอ็ง แซ่ตัน เจ้าของร้านไอ้เอ๋วแป๊ะหลี ร้านขนมหวานเจ้าดังในจังหวัดภูเก็ตก่อนกลับประเทศจีน (พาชิมพาส่อง, มปป.) รวมถึงอาหารพื้นถิ่นที่ทำจากวัตถุดิบจากทะเล และแม่น้ำ

เช่น น้ำพริกกุ้งเสียบ หรือซีฟู้ดรสเลิศ กับน้ำจิ้มรสเด็ดที่จัดจ้านแตกต่างกันตามพื้นที่ ด้วยเหตุนี้ ผู้ประกอบการน่าจะหมั่นจัดให้อาหารพื้นถิ่นขึ้นชื่อเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของแผนการท่องเที่ยวเสมอ ดังเช่นบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า

“อาหารที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดภูเก็ตเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี เมื่อมาภูเก็ตนักท่องเที่ยวก็จะนึกถึงอาหารพื้นถิ่นอย่างหมี่ฮ้อง หมี่สะปำ หมี่ฮกเกี้ยน หมี่น้ำกุ้ง หรือจะเป็นของหวานอย่างไอ้เอ๋ว”

(ตัวแทนจาก บริษัท Best Rafting 4U, พฤศจิกายน 2563)

“การนำอาหารยอดนิยมของคนจังหวัดภูเก็ต ที่มีความโดดเด่นทางรสชาติ และวัตถุดิบที่มีคุณภาพของเฉพาะถิ่น น้ำพริกกุ้งเสียบ ที่มีความเป็นอาหารทางใต้ที่เน้นวัตถุดิบอย่างกะปิ ที่ต้องเป็นของท้องถิ่นในชุมชน”

(ตัวแทนจาก บริษัท BACKGROUND TRAVEL AND TRANSPORT, พฤศจิกายน 2563)

“อย่างเช่น นคร ทรูป ที่ไปนอนก็จะไปทานอาหารทะเล ตกหมึก ของเราจะมีเป็นในลักษณะของปิ้งย่างริมทะเล”

(ตัวแทนจากบริษัท นครฮอติเคย์ ทัวร์, มีนาคม 2564)

“เรื่องของวัตถุดิบ ถือว่าเป็นศักยภาพที่สูงของภาคใต้ มีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องของวัตถุดิบอาหารทะเลจะมีความสด”

(ตัวแทนจากบริษัท ดีทราเวล, มีนาคม 2564)

สรุปได้ว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้มีการนำวัตถุดิบภายในท้องถิ่นมาใช้ประกอบอาหาร เช่น อาหารทะเลสด ผลไม้ หรือสมุนไพรพื้นเมือง โดยผสมผสานกับวัฒนธรรมที่หลากหลายที่กลืนกลายมาจากวัฒนธรรมต่างชาติ ทั้งจีน ขวา มลายู มุสลิม และมาเลเซีย จน

กลายเป็นอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ โดยชูความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบในท้องถิ่นที่แตกต่าง และหลากหลายเป็นจุดเด่นสำคัญที่ผสมรวมอยู่ในทุกแผนการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการนำเที่ยวภาคใต้

4.1.5 เอกลักษณ์ของท้องถิ่น

เอกลักษณ์ในเรื่องอาหารการกินถือเป็นจุดขายสำคัญของภาคใต้ (กรุงเทพฯ, 2563) โดยแต่ละพื้นที่ต่างก็มีอาหารพื้นถิ่นขึ้นชื่อของตนเอง ตัวอย่างเช่น หมี่สะปำ หมูฮ้อย น้ำพริกกุ้งเสียบ และไอ้เอ๋ว ของจังหวัดภูเก็ต แกงไตปลา ปลาทอดขมิ้น และขนมลาของจังหวัดสงขลา หรือ แกงเผ็ดปลาดุกใบชะพลู แกงเหลียง ขนมจีนน้ำยาปู ของจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น ดังที่ได้กล่าวข้างต้น อาหารพื้นถิ่นของภาคใต้นั้นเป็นการผสมผสานระหว่างอาหารพื้นเมืองใต้ เข้ากับอาหารที่มาจากวัฒนธรรมต่างถิ่น จนกลายเป็นอัตลักษณ์ในแต่ละท้องที่ ทั้งนี้ การบริหารจัดการอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนในการท่องเที่ยวเชิงอาหารของผู้ประกอบการนำเที่ยวนั้นมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามพื้นที่ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“อัตลักษณ์คืออาหารพื้นถิ่นที่โดดเด่นหรือที่เป็นนิยมของคนภูเก็ตอย่าง หมูฮ้อย ความเป็นอัตลักษณ์ของหมูฮ้อย จะต้องเป็นหมูสามชั้นมีเครื่องเทศการปรุงสดใหม่ และการใช้คนในท้องถิ่นเป็นคนปรุงรสชาติก็จะมีความเป็นดั้งเดิมของท้องถิ่นแท้ ๆ”

(ตัวแทนจากบริษัท PHUKET HANA TRAVEL, พฤศจิกายน 2563)

“ความเป็นอัตลักษณ์ก็จะเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นที่หาที่ไหนไม่ได้ อาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตก็จะเป็นหมูฮ้อย น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่สะปำ หมี่ข้าวแกงปู ที่ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและยังคงความเป็นอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดภูเก็ต”

(ตัวแทนจากบริษัท BEST WAY TRIP, พฤศจิกายน 2563)

“หมูฮ้อย น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่สะปำ”

เป็นคำกล่าวที่คุ้นหูจากบทสนทนาของผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ที่เน้นย้ำเอกลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นภูเก็ตได้เป็นอย่างดี ในทำนองเดียวกับผู้ประกอบการนำเที่ยวจากจังหวัดนครศรีธรรมราช และจังหวัดสงขลา ที่เน้นย้ำถึงความเข้มข้น สดใหม่ของเครื่องเทศ และสมุนไพรอันเป็นเอกลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“เครื่องเทศ สมุนไพร ความหลากหลายทรัพยากรธรรมชาติ รสชาติโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะสะท้อนภาพลักษณ์ ความเป็นของแท้จริงพื้นถิ่น”

(ตัวแทนบริษัท สีนวลการท่องเที่ยว, มีนาคม 2564)

“อาหารรสเข้มข้น อาหารสดใหม่ เรื่องของพืชผักปลอดสารเคมีหาง่าย เราพานักท่องเที่ยวไปสัมผัสที่เป็นแหล่งอาหารเลย”

(ตัวแทนจาก บริษัท เจริญทัวร์, มีนาคม 2564)

สรุปได้ว่า อาหารถือเป็นเครื่องสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งอัตลักษณ์ในด้านวัฒนธรรม อัตลักษณ์ด้านวัตถุดิบ หรืออัตลักษณ์ด้านรสชาติ ที่เป็นเอกลักษณ์ของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ซึ่งผู้ประกอบการนำเที่ยวต่างพิถีพิถันในการคัดสรรและส่งมอบอาหารพื้นถิ่นที่แสดงถึงอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตน ตลอดจนมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบ Local Experience ที่ดีที่สุดที่ไม่สามารถหาได้จากพื้นที่อื่น ๆ ในประเทศไทย ให้กับนักท่องเที่ยว

4.2 โอกาสและอุปสรรค ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้

4.2.1 โอกาส

อาหารพื้นถิ่นนับเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ เนื่องจากความหลากหลายของอาหารในแต่ละพื้นที่ ความเป็นเอกลักษณ์ในด้านรสชาติ ตลอดจนความสดใหม่

ของวัตถุดิบ ที่มีความเฉพาะตัว ช่วยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและต่างชาติให้หลงใหลเข้ามาในพื้นที่ ในอีกด้านหนึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหารยังเปิดโอกาสให้เกิด การเผยแพร่วัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ และ มุมมองใหม่ ๆ ที่มีต่ออาหารพื้นถิ่นภาคใต้ให้กับ นักท่องเที่ยว ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า

“โอกาสมีเยอะมาก ๆ อาหารถูก ผู้ประกอบการรายใหม่รายเก่าต้องพัฒนารูปแบบอาหาร ใหม่ ๆ ถือเป็นโอกาสในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของ ภาคใต้ อาหารในการรักษาโรคต่าง ๆ”

(ตัวแทนจากบริษัท NST Traveller, มีนาคม 2564)

“การสร้างเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ความเป็นท้องถิ่นและภูมิภาค สร้างประสบการณ์ให้กับ นักท่องเที่ยว เป็นแรงจูงใจในการเดินทาง”

(ตัวแทนจากบริษัท สีนวลการท่องเที่ยว, มีนาคม 2564)

นอกจากนี้ อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ยังมี ศักยภาพแฝงอื่นๆ อีกมากทั้งจากความเป็นอาหารพื้นถิ่น หาทานได้ยาก เป็นที่รู้จักเฉพาะคนในพื้นที่ กลายเป็น ตำนานมีชีวิตที่ช่วยสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับ นักท่องเที่ยว หรืออาหารบางอย่างก็สืบทอดมาเป็นระยะ เวลานานจนกลายเป็นอาหารขึ้นชื่อที่นักท่องเที่ยวต่างถิ่น ต้องหาโอกาสไปลิ้มลองสักครั้งชีวิต

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง อาหารพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีอาหารพื้นถิ่นเป็นแนวคิดหลักนั้น มีโอกาสที่จะเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เพราะอาหารพื้นถิ่น ภาคใต้นั้นถือเป็นอาหารถิ่นที่ขึ้นชื่อ อยู่ในความสนใจ และเป็นที่ยุติของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกัน การ เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเสาะแสวงหาอาหารรสชาติใหม่ ๆ ยังเป็นการตอบสนองการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ที่ นักท่องเที่ยวจำนวนมากหลงใหลไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเพื่อรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านอาหารพื้นถิ่น

4.2.2 อุปสรรค

ในอีกด้านหนึ่ง เอกลักษณ์ด้านรสชาติ ของอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ก็อาจกลายเป็นอุปสรรคต่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ได้เช่นกัน เนื่องจาก ภาพจำของอาหารใต้ คือ รสชาติที่จัดจ้าน และ เผ็ดร้อน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นบางส่วนที่อาจไม่คุ้น ชินกับรสชาติดังกล่าว หลีกเลี่ยงการลิ้มรสอาหารพื้นถิ่น ภาคใต้ ทำให้อาหารพื้นถิ่นในบางท้องที่มีรสชาติดีจัด เสีย โอกาสส่วนนี้ไป ดังบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลที่กล่าวว่า

“นักท่องเที่ยวมักเข้าใจผิดระหว่าง อาหารพื้นถิ่นกับอาหารภาคใต้ อาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ต จริงๆ มีรสชาติดกกลางๆ ไม่จัดจ้านจะออกเป็นจืดๆ ด้วยซ้ำ แต่อาหารของภาคใต้จะมีรสจัดจ้าน มีความเป็น เครื่องเทศ มีกลิ่นฉุน ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวบางคนคิดว่า อาหารของคนภูเก็ตต้องจัดจ้านแบบจังหวัดอื่นๆ”

(ตัวแทนจาก บริษัท A.K.E. STAR VACATION, พฤศจิกายน 2563)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหาร พื้นถิ่นในบางพื้นที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของรสชาติ อาหารพื้นถิ่นแบบดั้งเดิมจนไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ทำให้บางครั้งนักท่องเที่ยวต่างถิ่นไม่สามารถ รับประทานได้ ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“การยอมรับในการปรับเปลี่ยนความ เป็นดั้งเดิม บางร้านอาหารพื้นถิ่นจะไม่มี การปรับ ส่วนผสมให้รสชาติอ่อนลง จะใช้รูปแบบการปรุงแบบเดิม บางอย่างนักท่องเที่ยวทานไม่ได้เนืองจากรสชาติ เข้มข้น มาก”

(ตัวแทนจากบริษัท สีนวลการท่องเที่ยว, มีนาคม 2564)

ขณะเดียวกัน การเป็นอาหารระดับ ตำนานจากการหาทานได้ยาก และเป็นที่ยุติเฉพาะคน ท้องถิ่น ในอีกด้านหนึ่งก็สะท้อนถึงความยากลำบากใน การเข้าถึงทำเลที่ตั้งร้านอาหาร ตลอดจนบางพื้นที่ยังไม่เปิด

โอกาสให้บุคคลภายนอกเข้าถึง ซึ่งถือเป็นอุปสรรคสำคัญในการบุกเบิกเส้นทางอาหารพื้นถิ่นใหม่ ๆ ในภาคใต้

สรุปได้ว่า อุปสรรคสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ คือ รสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของอาหารถิ่นภาคใต้ ในมุมมองรสชาติที่เผ็ดร้อนของอาหารใต้ถือเป็นโอกาส และภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติต่างจดจำ แต่บางครั้งภาพจำดังกล่าวอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่างอาหารพื้นถิ่นกับอาหารใต้ โดยเฉพาะอาหารพื้นถิ่นจังหวัดภูเก็ตที่มีรสชาติดกลาง ๆ ค่อนข้างจืด และใกล้เคียงกับอาหารจีนมากกว่าอาหารใต้ต้นตำรับที่เน้นรสจัดจ้าน มีความเป็นเครื่องเทศ มีกลิ่นฉุน ในอีกมุมมองรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์นั้นก็ได้ถูกปากนักท่องเที่ยวทุกคน ขณะเดียวกันความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนรสชาติความจัดจ้านให้ลดน้อยลงของบริษัทนำเที่ยว มักถูกเพิกเฉยจากผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นที่ยังคงยึดมั่นรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ของตน นอกจากนี้ร้านอาหารพื้นถิ่นในบางพื้นที่ยังตั้งอยู่ห่างไกล และไม่เปิดรับคนภายนอก ทำให้ยากต่อการเผยแพร่ และนำเสนอสู่สาธารณชน

5. อภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับศักยภาพของอาหารพื้นถิ่น

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นประเด็นที่ 1. ความยากง่ายในการพบหรือเข้าถึงอาหารพื้นถิ่น เนื่องจากการเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติทั้งไทย มลายู ขวา มาเลเซีย และจีน ทำให้จังหวัดในภาคใต้มีร้านอาหารพื้นถิ่นหลากหลายรูปแบบนับตั้งแต่ร้านอาหารริมทางแบบ Street food จนถึงอาหารเหลาระดับภัตตาคาร ที่ได้รับรางวัลรับรองจากมิชลิน ไกด์ อย่างร้านตู้กับข้าว จังหวัดภูเก็ต หรือร้านตะโกลา จังหวัดพังงา (วรัญญู อินทรกำแหง, 2564) ตลอดจนร้านอาหารแนะนำอีกหลากหลายที่การันตีโดย

เว็บไซต์ด้านอาหารอย่างวงใน (Wongnai) จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสรรและเข้าถึงร้านอาหารได้ง่าย ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการนำเที่ยวยังร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นในท้องถิ่น การจัดเตรียมเมนูอาหารพื้นถิ่นที่มีชื่อเสียง ร่วมกับบุกเบิกร้านอาหารและเมนูอาหารใหม่ ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองรสชาติอาหารถิ่นทั้งแบบดั้งเดิมและแบบร่วมสมัยได้อย่างง่ายดาย สอดคล้องกับ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่อาศัยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการขยายฐานเศรษฐกิจในท้องถิ่น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นประเด็นที่ 2. โอกาสในการใช้อาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เนื่องจากอาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นเป็นอาหารที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ดังจะเห็นได้ว่า เมื่อมีการกล่าวถึงภาคใต้ คนส่วนใหญ่จะนึกถึง อาหารทะเลสด ๆ และน้ำจิ้มรสเด็ด ขณะเดียวกันในหลายพื้นที่ ยังมีอาหารท้องถิ่นขึ้นชื่อ อาทิ แกงเหลือง ขนมจีนน้ำยาปู หรือน้ำพริกกุ้งเสียบ ที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น ในทางกลับกัน อาหารพื้นถิ่นในหลายพื้นที่อาจไม่เป็นที่รู้จักเนื่องจากหาทานได้ยาก และเดินทางเข้าถึงได้ลำบาก แต่เมื่อนักท่องเที่ยวบางส่วนได้ลองชิมอาจทำให้เกิดการบอกต่อ หรือแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์จนกลายเป็นการท่องเที่ยวแบบ “วิถีเข้าใจกิน เข้าใจถิ่น” และดึงดูดให้ผู้คนหลังไหลเข้ามาเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่อาจไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน (นริสา ลี, 2564) ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการนำเที่ยวในท้องถิ่นยังพยายามส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นให้เป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับกระแสการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือกระแสเที่ยวเพื่อกินที่รายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (UNWTO, 2017) เผยให้เห็นว่า ในแต่ละ

ปีมีนักท่องเที่ยวกว่า 6 ล้านคนที่ออกเดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์การกินที่แปลกใหม่

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นประเด็นที่

3. การแสดงถึงวัฒนธรรมการกินอาหารท้องถิ่น
วัฒนธรรม การกินพื้นถิ่นภาคใต้เป็นวัฒนธรรมที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น เนื่องด้วยความเป็นพหุวัฒนธรรมอาหารพื้นถิ่นได้จึงมีความคล้ายคลึงกัน แต่ขณะเดียวกันก็มีความแตกต่างตามบริบทของพื้นที่ สอดคล้องกับ สุนี ศักดาเดช (2549) และปวิธ ต้นตสกุล (2561) ที่เสนอว่าอาหารพื้นถิ่นในแต่ละพื้นที่จะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นอาหารที่สืบทอดต่อกันมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์เฉพาะคนในท้องถิ่นนั้น โดยมีปัจจัยด้านอาชีพ ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ประวัติศาสตร์หรือสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ส่งผลให้อาหารในแต่ละท้องถิ่นมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน (พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ, 2561) ตัวอย่างของวัฒนธรรมที่เห็นเด่นชัดก็เช่น วัฒนธรรมการรับประทานต้มยำ หรือแต่เตี้ยม (โรงเตี้ยมน้ำชา) เป็นอาหารเช้า โดยทานคู่กับน้ำจิ้มสีออกแดงรสหวานนำเผ็ดที่เรียกว่า กำเจ็อง หรือค้อมเจ็อง ซึ่งเป็นน้ำจิ้มที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์และกระจายอยู่ทั่วไปตามร้านต้มยำ หรือแต่เตี้ยมทั่วภาคใต้ ถือเป็นกรกลืนกลายที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมพื้นถิ่นใต้ได้เป็นอย่างดี

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นประเด็นที่ 4. การ
ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น พื้นที่ภาคใต้นั้นเต็มไปด้วยวัตถุดิบมากมายทั้งวัตถุดิบจากทะเล แม่น้ำ หรือสมุนไพรท้องถิ่นที่มีรสชาติเฉพาะตัว นำมาประกอบกับวัฒนธรรมท้องถิ่นจนกลายเป็นอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในแต่ละพื้นที่ สอดคล้องกับ พัทรี ตั้งตระกูล และคณะ (2561) สุนี ศักดาเดช (2549) และปวิธ ต้นตสกุล (2561) ที่เสนอว่า อาหารพื้นถิ่นต้องเป็นอาหารที่ประกอบด้วยวัตถุดิบที่หาได้ง่าย และเป็นที่ยอมรับประทานในท้องถิ่นมาเป็นระยะเวลาอนาน ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ยังเป็นการท่องเที่ยววิถีใหม่ แบบเข้าใจกิน

เข้าใจถิ่น ที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากต้องการเดินทางเพื่อสัมผัสประสบการณ์ท่องเที่ยวผ่านเมนูพื้นบ้าน และฝึกท้องถิ่น (นริสา ลี, 2564)

ศักยภาพของอาหารพื้นถิ่นประเด็นที่ 5.
เอกลักษณ์ของท้องถิ่น เมื่อก้าวถึงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้คงหลีกเลี่ยงไม่พ้นรสชาติเผ็ดร้อน ตลอดจนเครื่องแกงและสมุนไพรพื้นถิ่นที่มีกลิ่นฉุน แต่นั่นเป็นเพียงมุมมองส่วนหนึ่งของอาหารใต้ ที่เมื่อเจาะลึกลงไปจะพบว่า แต่ละท้องถิ่นนั้นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไป ดังเช่นอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่เน้นเครื่องเทศที่มีความเผ็ดร้อนจัดจ้าน อย่างแกงเผ็ดปลาตุ๋นใบชะพลู แกงเหล็อง หรือกุ่มผัดกะปิสะตอ หรืออาหารพื้นถิ่นสงขลาที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย จีน อิสลาม เข้าด้วยกันผ่านอาหารขึ้นชื่ออย่างต้มยำ บักกุดเต๋ หรือไก่ทอดหาดใหญ่ ตลอดจนอาหารพื้นถิ่นภูเก็ตที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมจีนที่ฝังรากลึกผ่าน หมี่สะปำ หมี่ยกเกียน หมูฮ้อง และโอ้แอ่ว จึงเห็นได้ว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้นั้นมีศักยภาพที่สะท้อนถึงตัวตนอันเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี

5.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับโอกาสและอุปสรรค

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ พบว่า อาหารพื้นถิ่นภาคใต้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และเป็นที่ยึดถือของนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสสำคัญที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ให้สามารถตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ซึ่งนับวันจะมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับข้อมูลจาก Allied Market Research ในปี 2020 ที่ประเมินว่า มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยในปี 2027 จะมียอดค่าเท่ากับ สองหมื่นสี่พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเกือบ 8 แสนล้านบาท ซึ่งการเติบโตดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบต่อนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารในแต่ละท้องถิ่น (อังคณา สิทธิการ, 2565) ความโดดเด่นของ

อาหารพื้นถิ่นภาคใต้จึงเป็นโอกาสอันดีที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวและเม็ดเงินจำนวนมากเข้ามาในพื้นที่

อย่างไรก็ตาม รสชาติอันเป็นเอกลักษณ์นั้นกลับกลายเป็นอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ เนื่องจาก ภาพจำของรสชาติอันเผ็ดร้อนของอาหารใต้อาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดระหว่างอาหารพื้นถิ่นกับอาหารใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารพื้นถิ่นของจังหวัดภูเก็ตที่มีรสชาติกลาง ๆ ไม่จัดจ้านใกล้เคียงกับอาหารจีน ซึ่งความเข้าใจผิดดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติหลายรายหลีกเลี่ยงที่จะลิ้มลองอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ โดยเฉพาะชาวต่างชาติที่บางส่วนนิยมรับประทานอาหารที่งดเว้นการปรุงแต่งรสชาติ ก็อาจไม่คุ้นชินกับรสเผ็ดร้อนจัดจ้าน (คมชัดลึก ออนไลน์, 2564) ทำให้เสียโอกาสที่จะได้รับประทานอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีหลากหลายรสชาติทั้งเปรี้ยว หวาน มัน เค็ม ไม่ใช่มีแต่เพียงรสเผ็ดเท่านั้น ขณะเดียวกัน การยึดติดกับรสชาติจัดจ้านอันเป็นเอกลักษณ์ยังทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายเลือกที่จะเพิกเฉยต่อคำร้องขอของนักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการนำเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งความยึดมั่นดังกล่าวถือเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มุ่งตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ด้านรสชาติใหม่ ๆ เป็นสำคัญ

6. ข้อเสนอแนะ

6.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากการศึกษาพบว่า ภาคใต้มีศักยภาพทางด้านอาหารพื้นถิ่นที่สามารถพัฒนาต่อยอดไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นได้ เนื่องจาก มีอาหารพื้นถิ่นที่หลากหลาย และเป็นที่รู้จักในหมู่นักท่องเที่ยว แต่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงอาหารพื้นถิ่นในบางพื้นที่ ตลอดจนความเข้าใจผิดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารใต้ และอาหารพื้นถิ่นที่มีความแตกต่างกัน จึงควรดำเนินการดังนี้

6.1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรพัฒนาการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ที่มีความแตกต่างและหลากหลาย โดยชูความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารถิ่นในแต่ละพื้นที่ เช่น หมูฮ้อง น้ำพริกกุ้งเสียบ หมี่สะบ้า แกงเหลือง ปลาทอดขมิ้น ตลอดจนอาหารซีฟู้ดที่ขึ้นชื่อเรื่องความสด และรสชาติอันเผ็ดร้อนของน้ำจิ้มที่มีรสชาติแตกต่างกันตามท้องถิ่น ตลอดจนหารีอกับผู้ประกอบการนำเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นในการเปิดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบ Unseen ในพื้นที่ภาคใต้

6.1.2 การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือการผสมผสานประสบการณ์การท่องเที่ยวเข้ากับวัฒนธรรมการกินในแต่ละท้องถิ่น หารกึ่งดี รากเหง้าของอาหารพื้นถิ่นใต้คือวัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งไทย จีน ชาว มลายู ด้วยเหตุนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตพื้นถิ่น ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในแต่ละท้องถิ่นของภาคใต้

6.1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาเมนูอาหารหรือปรับปรุงรสชาติอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อาจไม่คุ้นเคยกับรสชาติเผ็ดร้อนของเครื่องเทศ และสมุนไพร โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกระดับความเผ็ดได้ด้วยตนเอง หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวในอีกทางหนึ่งด้วย

6.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ในจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดตรัง จังหวัดพัทลุง หรือจังหวัดนราธิวาส เป็นต้น หรือในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น

ภาคเหนือ หรือภาคอีสาน ที่มีอาหารพื้นถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ขณะเดียวกัน ควรมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาประจำจังหวัด ผู้ประกอบการร้านอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ รวมถึงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ เพื่อให้ได้แง่มุมที่ครบถ้วนและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

7. เอกสารอ้างอิง

กอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร.(2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 4. ค้นเมื่อ 18 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.thansettakij.com/content/77043>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก

คมชัดลึก ออนไลน์. (2564). ทำไมฝรั่งชอบสั่งอาหารแบบ “เผ็ดนิดหน่อย”. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก <https://www.komchadluek.net/kom-lifestyle/484020>

นิตา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นริสา ลี. (2564). Gastronomy Tourism เที่ยวไปกินไป...ทำไมไม่เคยเอาท์. ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2565, จาก <https://onceinlife.co/gastronomy-tourism>

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บัณฑิต อเนกพูนสุข.(2560). Food on the move. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 3(1), 8-19.

ปวิศ ดันตสกุล. (2561). แนวทางการส่งเสริมอาหารพื้นถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กรณีศึกษาชุมชนชนบทมาก อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารการจัดการมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 9(1), 81-92.

พัชรี ตั้งตระกูล และคณะ. (2561). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารท้องถิ่นของ จังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ:คณะสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พาชิมพาส่อง. (มปป.). กิน “หมี่สะป้า” แบบไม่ตั้งใจที่ภูเก็ต. ค้นเมื่อ 12 สิงหาคม 2565, จาก https://www.matichonacademy.com/content/review/article_31017

ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร. (2555, กรกฎาคม – ธันวาคม). ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร. วารสารวิทยาการจัดการ. 29, 129-146.

มนัส สุวรรณ. (2549). แนวทางการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง. ในเอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย หน่วยที่9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วรัญญา อินทรกำแหง. (2564). 9 อาหารใต้จานเด็ดห้ามพลาด แนะนำโดยเชฟและเจ้าของร้านปักษ์ใต้ในคู่มือ ‘มิชลิน ไกด์’. ค้นเมื่อ 23 สิงหาคม 2565, จาก <https://guide.michelin.com/th/th/article/travel/9-must-try-southern-thai-dishes-recommended-by-michelin-restaurant-chefs>

วันเพ็ญ ควรสมาน และภูษิตต์ ภูริปาณิก. (2564). การศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยว

- เชิงอาหารพื้นถิ่นภาคใต้ มาเลเซียและสิงคโปร์ และการพัฒนาระบบข้อมูลทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการนำเที่ยว. หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. ทุนอุดหนุนวิจัยเพื่อเผยแพร่จากหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.)
- สุนี ศักดาเดช. (2549). **อาหารท้องถิ่น**. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- อภิรมย์ พรหมจรรยา ชูติมา ต่อเจริญ และปทุมมาลัย พัฒโร. (2547). **รายงานการวิจัยเรื่องศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา และภูเก็ต**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อังคณา สิทธิการ. (2565). **Ethnic Foods แรงขับเคลื่อนการท่องเที่ยวไทยหลังเปิดประเทศ?** ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/980167>
- SME in focus. (2562). **Food Tourism กินเพื่อเข้าใจวิถีพื้นเมือง**. ค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/food-tourism-lifestyle>
- Chef's Pencil. (2020). **10 Most Popular International Cuisines in America**. Retrieved August 14, 2022, from <https://www.chefspencil.com/web-stories/most/>
- Li, Z. (2021). **Which country has the best food?** Retrieved August 14, 2022, from <https://edition.cnn.com/travel/article/world-best-food-cultures>
- Sapcharoen, P. (1997). **Local Food of Four Regions**. Bangkok: Office of the War Veterans Organization of Publishing House.
- UNWTO. (2017). **Second Global Report on Gastronomy Tourism**. Retrieved August 14, 2022, from <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418701>