

ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

The Potential of Phuket Province as a Creative City of Gastronomy

รวีพรรณ กาญจนวัฒน์

นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, E-mail: raweeapan@vru.ac.th

ขวลิย์ ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, E-mail: ajarnchawalee@gmail.com

เสรี วงษ์มณฑา

รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว โรงแรม และธุรกิจบริการ
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา, E-mail: ajarnseri@gmail.com

ชุษณะ เตชะคนา

รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, E-mail: ellier38@gmail.com

Raweepan Kanjanawat

Ph.D. Candidate, Tourism, Hotel, and Service Business Management,
College of Management, University of Phayao

Chawalee Na Thalang

Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management,
College of Management, University of Phayao

Seri Wongmontha

Associate Professor, Tourism, Hotel, and Service Business Management,
College of Management, University of Phayao

Chusana Techakana

Associate Professor, Marketing Communication,
King Mongkut's University of Technology North Bangkok, ellier38@gmail.com

รับเข้า : 15 กรกฎาคม 2568 แก้ไข : 29 กรกฎาคม 2568 ตอรับ : 30 กรกฎาคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) โดยอิงกรอบแนวคิด VRIO และแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารโดยครอบคลุมสามมิติหลัก ได้แก่ การจัดการการท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างสรรค์ และความสามารถในการแข่งขันตามกรอบแนวคิด VRIO การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจาก 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคชุมชน รวมทั้งสิ้น 13 ราย ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง โดยจำแนกหมวดหมู่จากการสัมภาษณ์และสังเคราะห์เป็นประเด็นเชิงกลยุทธ์ในแต่ละมิติ เพื่อสังเคราะห์ข้อค้นพบที่สะท้อนถึงศักยภาพเชิงระบบของจังหวัด

ผลการวิจัย พบว่า ด้านการจัดการการท่องเที่ยว ภูเก็ตมีการใช้ทรัพยากรอาหารพื้นถิ่นอย่างมีอัตลักษณ์ แต่ยังขาดกลไกการบูรณาการและฐานข้อมูลกลาง ด้านกิจกรรมสร้างสรรค์ แม้มีความหลากหลาย เช่น เวิร์กช็อปทำอาหารและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงชุมชนกับนักท่องเที่ยว แต่ยังขาดความต่อเนื่องและระบบสนับสนุนในระยะยาว ด้านความสามารถในการแข่งขัน ทรัพยากรอาหารของภูเก็ตมีคุณค่า หายาก และยากต่อการเลียนแบบตามกรอบ VRIO แต่ยังคงการระบบการจัดการที่สามารถเสริมสร้างความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพโดดเด่นในการดำรงและต่อยอดสถานะของตนในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร โดยเฉพาะเมื่อมีการบูรณาการทุนวัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น และประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ศักยภาพของภูเก็ตออกเป็นห้าด้านหลัก ได้แก่ ศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและการออกแบบประสบการณ์ ศักยภาพด้านความร่วมมือเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมและความสมจริง ศักยภาพด้านความยั่งยืนในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และศักยภาพด้านการบริหารจัดการเชิงนโยบายอย่างเป็นระบบ ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึงความพร้อมของจังหวัดภูเก็ตในการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน ที่สามารถสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมควบคู่ไปกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างมีทิศทางและเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ภูเก็ต VRIO

Abstract

This study aimed to examine the potential of Phuket Province as a Creative City of Gastronomy by analyzing three key dimensions: tourism management, creative activities, and competitive advantage through the lens of the VRIO framework. This research employs

a qualitative methodology. Data were collected through in-depth interviews with 13 key informants representing four key stakeholder groups: the public sector, the private sector, academia, and the community sector. The informants were purposively selected. Data collection was conducted through face-to-face interviews, with audio recordings and systematic transcription to ensure data accuracy and completeness. The data were analyzed using content analysis, focusing on synthesizing findings and interpreting the data.

The research findings reveal that in terms of tourism management, Phuket utilizes local food resources in ways that reflect cultural identity. However, the study reveals a lack of integration mechanisms and the absence of centralized food tourism database, hindering effective collaboration. In terms of creative activities, although there is a variety of food-related events such as cooking workshops and cultural activities connecting tourists with communities, these activities still lack continuity, systematic promotion, and long-term support from the government. Regarding competitive advantage, Phuket's food resources are valuable, rare, and difficult to imitate according to the VRIO framework. However, they still require a management system that can enhance strategic and sustainable advantage. From the study, it can be concluded that Phuket Province has outstanding potential in maintaining and further developing its status as a Creative City of Gastronomy, especially when cultural capital, local identity, and creative experiences are integrated in ways that genuinely allow community participation. The researcher analyzed Phuket's potential into five main aspects: the potential in cultural and experiential design, the potential in creative collaboration within the community, the potential in participation and authenticity, the potential in sustainability within the creative economy dimension, and the potential in systematic policy-based management. All of these reflect Phuket's readiness to develop sustainable food tourism approaches that can create cultural value alongside while simultaneously enhancing culture value and promoting a strategically aligned and sustainable local economy.

Keywords: Gastronomy tourism, Creative City of Gastronomy, Phuket, VRIO

บทนำ

ภูเก็ตนับว่าเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่น ด้วยความหลากหลายของวัฒนธรรมและทรัพยากรอาหารพื้นถิ่นอันเป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้านวัตถุดิบเฉพาะถิ่น รสชาติอาหารพื้นเมือง และองค์ความรู้ด้านอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น ไทย จีนฮกเกี้ยน มุสลิม และเปอรานากันที่อยู่ร่วมกันในพื้นที่ อาหารในภูเก็ตจึงไม่เพียงทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นตัวแทนของอัตลักษณ์ท้องถิ่น และถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความภาคภูมิใจของผู้คนในชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง (Tourism Authority of Thailand, 2018) องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้ประกาศให้จังหวัดภูเก็ต เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (UNESCO Creative Cities Network) ในสาขาวิทยาการอาหาร (Gastronomy) เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2558 การได้รับการยกย่องนี้สะท้อนถึงศักยภาพและความสำคัญของอาหารในฐานะทุนวัฒนธรรมของเมืองที่สามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน (Creative Cities Network, 2015)

อย่างไรก็ตาม สภาพปัจจุบันของภูเก็ตในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารยังเผชิญข้อจำกัดหลายด้านในขณะเดียวกัน แนวโน้มของการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับประสบการณ์เฉพาะตัว และความยั่งยืนทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่ซับซ้อนและลึกซึ้งกว่าในอดีต (Pine & Gilmore, 1999; Richards, 2011) การพัฒนากิจกรรมที่มีความสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง และแนวทางการประเมินศักยภาพของเมืองในเชิงกลยุทธ์ เช่น การวิเคราะห์ความได้เปรียบด้วยกรอบ VRIO ซึ่งช่วยให้เห็นถึงคุณค่า ความหายาก ความสามารถในการลอกเลียนแบบ และโครงสร้างการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็นต่อการรักษาความได้เปรียบของเมืองในระยะยาว

จากข้อมูลข้างต้น แม้จะมีข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือจากแผนพัฒนาฯ แต่ยังคงขาดการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงกลยุทธ์ในมุมมอง VRIO ที่มีโครงสร้างชัดเจนและบูรณาการ 4 ภาคส่วนร่วมกัน ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษา ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผ่านการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อทำการประเมินความสามารถของภูเก็ตในการใช้วัฒนธรรมด้านอาหารเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การจัดการอย่างมีทิศทาง และการสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบ เพื่อสะท้อนให้เห็นทั้งศักยภาพ ปัญหา และข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนานโยบาย เพื่อให้ภูเก็ตรักษาและต่อยอดความเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ในมิติด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างสรรค์ และความสามารถในการแข่งขันตามกรอบ VRIO

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ได้นำเสนอองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 3 ด้าน ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นทรัพยากรหลักของอุปทานทางการท่องเที่ยว และสามารถแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ ความบันเทิง และแหล่งเฉพาะตัว 2) การบริการการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ของที่ระลึก โครงสร้างพื้นฐาน และบริการต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และ 3) การตลาดการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ แรงจูงใจ และกระบวนการส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการนักท่องเที่ยวในเชิงกลยุทธ์

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้นำเสนอหลักการจัดการการท่องเที่ยวโดยเน้นการมองอย่างเป็นระบบ ซึ่งประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ที่มีความเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) การบริการการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ระบบขนส่ง และบริการนำเที่ยว ที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และ 3) การตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งครอบคลุมถึงการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการบริหารความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมของพื้นที่ท่องเที่ยว

2. แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง รูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจหลักเพื่อสัมผัสประสบการณ์ด้านอาหารและวัฒนธรรมการกินของพื้นที่ ไม่ใช่เพียงเพื่อการบริโภค แต่รวมถึงการเรียนรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การทำอาหาร การชิมอาหาร การร่วมเทศกาลอาหาร หรือการรับฟังเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Ellis et al., 2018) กิจกรรมดังกล่าวช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านอาหาร และเป็นหนึ่งในแรงจูงใจสำคัญของการเดินทางในยุคปัจจุบัน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2017) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และสามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน ขณะที่ Fennell (2003) มองว่า อาหารสามารถเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่ Bramwell and Lane (2011) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยมองว่าการวางแผนและพัฒนาอย่างยั่งยืนควรเกิดจาก

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) พัฒนาขึ้นจากแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยรัฐบาลไทยเล็งเห็นถึงจุดอ่อนด้านนวัตกรรมและศักยภาพทางธุรกิจ จึงสนับสนุนอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เช่น อาหาร การท่องเที่ยว และบริการสุขภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) การท่องเที่ยวเชิงอาหารจึงกลายเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเน้นการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และประสบการณ์ที่ลึกซึ้งผ่านอาหารในรูปแบบต่าง ๆ (Ellis et al., 2018)

อาหารที่มีความคิดสร้างสรรค์และมีอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว (Richards, 2007) ขณะที่ Getz (2010) เน้นย้ำถึงการบูรณาการศิลปิน นักออกแบบ และผู้ประกอบการอาหารเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ด้าน Long (2004) มองว่าอาหารเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตของพื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง

Bessiere, J. (2012) บทบาทของอาหารในการสร้างความทรงจำและประสบการณ์ทางอารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยว อาหารยังมีบทบาทในการสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความทรงจำองค์ประกอบของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารสามารถอธิบายได้ผ่าน 4 เสาหลัก ได้แก่ 1) ระบบเกษตร (Farming Systems) ป็นจุดเริ่มต้นของวัตถุดิบที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเรียนรู้ ณ แหล่งผลิต เช่น สวนผลไม้หรือแปลงผัก 2) เรื่องราวของอาหาร (Story of Food) อาหารที่ถ่ายทอดผ่านเรื่องเล่าของชุมชนช่วยเพิ่มคุณค่าและความหมายทางวัฒนธรรม 3) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เช่น การจัดอาหารดนตรี การแสดง และบรรจุภัณฑ์ ช่วยเพิ่มมิติความประทับใจ 4) การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) มุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนอย่างมีความรับผิดชอบ

3. แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ตามกรอบ VRIO

Barney (1991) ได้เสนอแนวคิด Resource-Based View (RBV) ซึ่งมองว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนขององค์กรเกิดจากการครอบครองและใช้ทรัพยากรภายในที่มีลักษณะเฉพาะ โดยทรัพยากรเหล่านี้รวมถึง สิทธิบัตร ความสามารถ กระบวนการ ข้อมูล ความรู้ และคุณลักษณะอื่น ๆ ที่องค์กรสามารถควบคุมได้ และสามารถนำไปใช้ในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อสร้างมูลค่า Barney (1991) เพื่อประเมินศักยภาพของทรัพยากรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน Barney ได้เสนอกรอบแนวคิด VRIO Framework ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) Value (คุณค่า) คือ ทรัพยากรต้องสามารถช่วยให้องค์กรตอบสนองต่อโอกาสหรือรับมือกับภัยคุกคามได้ และสร้างมูลค่า

ให้แก่ลูกค้า 2) Rareness (ความหายาก) คือ ทรัพยากรต้องหายากหรือมีอยู่อย่างจำกัดในหมู่คู่แข่ง 3) Imitability (ความยากในการเลียนแบบ) คือ ทรัพยากรต้องมีลักษณะที่ยากต่อการลอกเลียนหรือได้มาโดยง่าย และ 4) Organization (การจัดการนำประโยชน์มาใช้) คือ องค์กรต้องมีโครงสร้าง ระบบ และ กระบวนการที่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรนั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Kao, Huang และ Lee (2015) ได้ใช้แนวคิดทรัพยากรเป็นฐาน (Resource-Based View: RBV) และ กรอบแนวคิด VRIO ในการพัฒนาตัวชี้วัดกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Culinary Tourism Strategy Indicators) โดยชี้ให้เห็นว่าทรัพยากรท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบ อาหารพื้นถิ่น สูตรอาหารดั้งเดิม ภูมิปัญญาชาวบ้าน และวัฒนธรรมการกิน มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน หากมีการบริหารจัดการอย่างเหมาะสม โดยมีองค์ประกอบต่าง ๆ สอดคล้องกับ 4 มิติของ VRIO ได้แก่ 1) มีคุณค่า ในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวและตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยว 2) มีความหายาก และ สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นเฉพาะถิ่น 3) ยากต่อการลอกเลียนแบบ โดยต้องอาศัยบริบทวัฒนธรรมและความรู้เฉพาะชุมชน และ 4) ต้องมีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถนำทรัพยากรเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ทางยุทธศาสตร์ได้อย่างเต็มที่

4. ข้อมูลเกี่ยวกับภูเก็ตเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร

อาหารภูเก็ต คือ มรดกทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างชาวจีนโพ้นทะเลกับคนพื้นถิ่นภูเก็ต ซึ่งเริ่มต้นขึ้นในยุคเหมืองดีบุก และสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิต ด้วยวัตถุดิบชั้นเลิศจากทะเลอันดามันอันอุดมสมบูรณ์ ทำให้อาหารภูเก็ตมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร จากความหลากหลายของอาหารและวัฒนธรรมพื้นถิ่นจึงทำให้จังหวัดภูเก็ตเป็นหนึ่งในเมืองที่ได้รับการคัดเลือกให้เข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหารระดับโลกจากองค์การยูเนสโก เมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นจังหวัดแรกในประเทศไทยและเป็นเมืองแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) และเป็น 1 ใน 18 เมืองของโลกด้านวิทยาการ องค์การยูเนสโกได้ประกาศให้ภูเก็ตเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร หรือ City of Gastronomy การได้รับเลือกในครั้งนี้ เป็นผลมาจากปัจจัยและความโดดเด่นหลายประการของภูเก็ต ดังนี้ 1) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม 2) ความสำคัญของอาหารในวิถีชีวิต 3) อัตลักษณ์ของอาหารที่ชัดเจน 4) ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และ 5) ความเป็นเจ้าบ้านที่ดี (เทศบาลนครภูเก็ต, 2559)

การได้รับเป็นเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกด้านอาหารในครั้งนี้ ทำให้ภูเก็ตมีโอกาสพัฒนาเศรษฐกิจการลงทุนต่อยอดจากธุรกิจการท่องเที่ยวไปได้อีกหลากหลายประเภท เช่น การเป็นเมืองที่ต้องมาชิมอาหาร มาซื้อของฝากประเภทอาหารที่เกิดจากนวัตกรรมใหม่ ๆ มาชมมาอุดหนุนสินค้าจากแหล่งเกษตรกรรม ประมงที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญในภูเก็ต รวมถึงต่อไปอาจมีสถาบัน โรงเรียนให้มาเรียนรู้

ด้านวิทยาการอาหาร เป็นต้น สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในส่วนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและประวัติศาสตร์วัฒนธรรม สอดคล้องกับที่ตนเองก็ได้รับนโยบายจากท่านนายกรัฐมนตรีให้ส่งเสริมการค้าการลงทุนและสร้างมูลค่าเพิ่มจากเมืองท่องเที่ยวเพื่อนำรายได้เข้าประเทศ

สรุปได้ว่า ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยว แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร และแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันตามกรอบ VRIO ในการประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการการท่องเที่ยว 2) กิจกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหาร และ 3) ความสามารถในการแข่งขันตามกรอบ VRIO มาทำการประเมินศักยภาพของจังหวัดภูเก็ต ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องโดยตรงกับการขับเคลื่อนด้านอาหารหรือการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ทั้งในระดับเชิงนโยบายและการปฏิบัติ รวมถึงผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานกับกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม อาหาร และการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย รวม 4 กลุ่ม จำนวนทั้งสิ้น 13 คน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ (รวมจำนวน 3 คน)

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนจากภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ (รวมจำนวน 5 คน)

กลุ่มที่ 3 ตัวแทนจากภาควิชาการ (รวมจำนวน 2 คน)

กลุ่มที่ 4 ตัวแทนจากภาคชุมชน (รวมจำนวน 3 คน)

โดยผู้ให้ข้อมูลมีเพศ อายุ และตำแหน่งที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกและรอบด้าน ผู้วิจัยหยุดเก็บข้อมูลเมื่อพบว่าไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติม ซึ่งถือว่าเข้าสู่ภาวะข้อมูลอิ่มตัว (data saturation)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์เกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย วัน/เดือน/ปีที่สัมภาษณ์ ชื่อ-สกุลผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่ง และสถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 ศักยภาพในการจัดการของจังหวัดภูเก็ต ในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้านใหญ่ๆ คือ 1) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว 2) ด้านการบริการนักท่องเที่ยว และ 3) ด้านการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ศักยภาพของกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้านใหญ่ๆ คือ 1) การบูรณาการระบบการเกษตร 2) เรื่องราวอาหารท้องถิ่น 3) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ 4) การท่องเที่ยวยั่งยืน

ตอนที่ 4 ศักยภาพความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตามกรอบแนวคิด VRIO ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) คุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรและความสามารถในการอาหาร 2) ความโดดเด่นและหายากของทรัพยากร 3) ความท้าทายในการรักษาความได้เปรียบ 4) การจัดการเพื่อความได้เปรียบที่ยั่งยืน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยมีการหาคุณภาพของเครื่องมือโดยวิธีการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ว่ามีค่า ความสอดคล้องเชิงเนื้อหา ข้อคำถามครอบคลุม และครบถ้วนสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ได้อย่างครบถ้วน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) จำนวน 5 ท่าน ซึ่งทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Guba & Lincoln (1985) มาใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล ผ่านเกณฑ์ 4 ด้าน ได้แก่ Credibility (ความน่าเชื่อถือของข้อมูล) ตรวจสอบความถูกต้องผ่านการสรุปยืนยันกับผู้ให้สัมภาษณ์ (member checking) Transferability (ความสามารถในการถ่ายโอนผลการวิจัย) นำเสนอบริบทการวิจัยอย่างละเอียดเพื่อรองรับการประยุกต์ใช้ Dependability (ความเสถียรของข้อมูล) บันทึกกระบวนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และ Confirmability (ความเป็นกลางของผู้วิจัย) ใช้ข้อมูลจากหลายแหล่ง (data triangulation) ทั้งจากการสัมภาษณ์ การสังเกต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดอคติของผู้วิจัย และสนับสนุนการตีความด้วยหลักฐานที่ตรวจสอบได้ การผสมผสานกระบวนการวิเคราะห์และตรวจสอบคุณภาพเชิงระบบในลักษณะนี้ ช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ และสามารถสะท้อนศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตได้อย่างมีมิติและรอบด้าน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้

1. ผู้วิจัยลงพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยใช้เครื่องมือเชิงคุณภาพ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต โดยได้ข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวนทั้งสิ้น 13 คน โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลก่อนการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการ ภาคนักวิชาการ และภาคชุมชน ซึ่งขั้นตอนดังกล่าวทั้งหมดเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR)

2. ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลทุติยภูมิเชิงคุณภาพ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เว็บไซต์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของภูเก็ตในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

3. ผู้วิจัยใช้กระบวนการเชิงคุณภาพ เพื่อทราบถึงทรัพยากรท่องเที่ยว กิจกรรมสร้างสรรค์ด้านอาหารและความสามารถในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (VRIO) ของการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดภูเก็ต และทำการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเริ่มจากการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก แล้วจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามหัวข้อการวิจัย ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยถอดเทปข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก อ่านทวนหลายรอบเพื่อทำความเข้าใจบริบท และทำการเข้ารหัส (Coding) จากข้อความที่สะท้อนประเด็นตามวัตถุประสงค์วิจัย จากนั้นจัดกลุ่มรหัสเป็นประเด็นหลัก (Themes) เช่น อัตลักษณ์อาหาร การตลาด และการจัดการนโยบาย เพื่อสะท้อนศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในมิติต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ดำเนินโดยผู้วิจัยหลัก พร้อมการทวนสอบร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาและใช้โปรแกรม Microsoft Excel ในการจัดการข้อมูล จัดกลุ่มรหัส และเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่มีการใช้ซอฟต์แวร์วิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะทาง ผลการวิจัยศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร (Creative City of Gastronomy) จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 4 ภาคส่วน จำนวน 13 ราย พบว่า

ด้านที่ 1. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร สามารถสรุปได้ 3 ด้านสำคัญ ได้แก่

1.1 ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ทุกภาคส่วนเห็นตรงกันว่าภูเก็ตมีศักยภาพด้านอาหารพื้นที่ถิ่นที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เมนูอาหาร เช่น หมูฮ้อง โอวต้าว และขนมเต้าส้อ สะท้อนอัตลักษณ์หลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ทั้งจีนฮกเกี้ยน เปอรานากัน มลายู และไทยพื้นถิ่น อาหารจึงทำหน้าที่เป็นทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่าง

หลากหลายนอกจากนี้ ทรัพยากรเสริม เช่น ย่านเมืองเก่าภูเก็ต ชุมชนชายฝั่ง และภูมิทัศน์ธรรมชาติ ล้วนเอื้อต่อการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีเรื่องเล่าและประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงตลาดของผู้ผลิตต้นน้ำ และการขาดระบบเล่าเรื่องเชิงอาหารที่ต่อเนื่องและเป็นระบบ

1.2 ด้านการบริการนักท่องเที่ยว ภูเก็ตมีความพร้อมในการให้บริการที่มีคุณภาพ ทั้งในระดับร้านอาหาร โรงแรม และชุมชน โดยเฉพาะความสามารถด้านภาษาและการต้อนรับ อย่างไรก็ตาม ยังขาดมาตรฐานกลางด้านบริการอาหารในระดับจังหวัด และขาดภาคีเฉพาะทางด้านอาหาร ส่งผลให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวไม่สม่ำเสมอ นอกจากนี้ ปัญหาโครงสร้าง เช่น การเดินทาง ค่าขนส่งที่สูง และระบบขนส่งสาธารณะที่ไม่ทั่วถึง ยังเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชน

1.3 ด้านการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แม้ภูเก็ตจะมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง แต่ยังขาดแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดอาหารที่ชัดเจน และขาดแพลตฟอร์มกลางในการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการรายย่อย การสื่อสารอัตลักษณ์ของเมืองในฐานะเมืองอาหารสร้างสรรค์ยังไม่เข้มข้นเท่าที่ควร โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับเมืองต้นแบบในต่างประเทศ เช่น ปีนัง หรือโอซาก้าชุมชนยังเผชิญข้อจำกัดด้านภาษา เทคโนโลยี และงบประมาณในการทำตลาดด้วยตนเอง จึงเสนอให้มีการสนับสนุนเชิงเทคนิคและระบบกระจายข้อมูลอย่างมืออาชีพ พร้อมทั้งส่งเสริมแนวทางการเล่าเรื่องที่ลึกซึ้ง เช่น ที่มาของวัตถุดิบ ความเชื่อ และประวัติของอาหาร เพื่อสร้างแบรนด์เมืองในเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ด้านที่ 2. กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต สามารถสรุปได้ 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

2.1 การบูรณาการระบบการเกษตร แม้ภูเก็ตมีข้อจำกัดด้านพื้นที่เกษตรกรรม แต่ทุกภาคส่วนเห็นพ้องว่าควรส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างเกษตรกับการท่องเที่ยวในรูปแบบเกษตรเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนการทำอาหารจากวัตถุดิบท้องถิ่น กิจกรรม Chef's Table และกิจกรรม farm-to-table ซึ่งช่วยสร้างประสบการณ์ต้นทางให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ยังจำเป็นต้องมีการสนับสนุนด้านโครงสร้าง เช่น แพลตฟอร์มเชื่อมโยงตลาด แผนที่เส้นทางวัตถุดิบ และระบบราคาที่เป็นธรรม

2.2 เรื่องราวอาหารท้องถิ่น (Food Storytelling) ทุกกลุ่มยอมรับว่าเรื่องเล่าคือหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ตัวอย่างเช่น การเล่าเรื่องหม้อฮ้อง ขนมอาโป่ง ขนมฮังกู หรือขนมเปี๊ยะรอกันผ่านพิธีกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่น การเชื่อมโยงเมนูกับความเชื่อ ความทรงจำ และผู้ปรุงในครอบครัว การใช้สื่อดิจิทัลในการบันทึกสูตรอาหาร การออกแบบเมนูที่มีเรื่องราว และการให้ชุมชนมีบทบาทในการถ่ายทอด เป็นสิ่งที่สะท้อนคุณค่าของวัฒนธรรมผ่านอาหารได้อย่างลึกซึ้ง

2.3 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภูเก็ตมีศักยภาพในการพัฒนาอาหารให้มีมูลค่าเพิ่มผ่านงานออกแบบ เช่น การตกแต่งด้วยสถาปัตยกรรมท้องถิ่น การใช้เซรามิกท้องถิ่น ภาชนะสะท้อนวัฒนธรรม หรือฉลากอาหารหลายภาษา แนวคิดสร้างสรรค์ เช่น การสร้างแบรนด์ร่วมกับศิลปินท้องถิ่น การจัด chef's table หรือกิจกรรมที่ผนวกศิลปะเข้ากับอาหาร เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างภาพจำของเมืองในฐานะแหล่งวัฒนธรรมร่วมสมัยที่มีรากเหง้า

2.4 การท่องเที่ยวยั่งยืน ทุกภาคส่วนเห็นว่าความยั่งยืนคือหัวใจของการท่องเที่ยวระยะยาว มีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน เช่น การปลูกวัตถุดิบหมุนเวียน การจัดการขยะอาหาร และการใช้วัตถุดิบท้องถิ่นตามฤดูกาล นอกจากนี้ ยังมีความพยายามในการสร้างคุณค่าทางใจ ผ่านกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ เช่น เดินตลาด แยกขยะ บันทึกรสชาติอาหารโบราณ และการจัดการเดินทางแบบคาร์บอนต่ำ โดยยึดหลักมีส่วนร่วมของชุมชนและความจริงใจในการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่น

ด้านที่ 3. ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต ตามกรอบแนวคิด VRIO สามารถสรุปได้ 4 ด้านที่สำคัญ ได้แก่

3.1 คุณค่าและความสำคัญของทรัพยากรอาหาร (Value) อาหารภูเก็ตสะท้อนทุนทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และความเชื่อ โดยเฉพาะวัฒนธรรมเปอร์านากัน อาหารพื้นถิ่นอย่างหมูฮ้อง หมี่หุ่น และโอวต้าว ไม่เพียงเป็นสิ่งบริโภค แต่สามารถแปรเป็นประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมที่สร้างคุณค่า ทั้งผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเรียนทำอาหาร และการเล่าเรื่องวัตถุดิบ ซึ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่แสวงหาความแท้จริง (authenticity)

3.2 ความโดดเด่นและหายากของทรัพยากร (Rarity) ภูเก็ตมีวัตถุดิบเฉพาะถิ่นและระบบนิเวศวัฒนธรรมที่ไม่สามารถพบในพื้นที่อื่นได้ เช่น สับปะรดภูเก็ต ลีอบสเตอร์เจ็ดสี ขนมหันเมือง หรือเทศกาลถือศีลกินผัก ขณะเดียวกัน ความรู้ ทักษะ และบริบททางวัฒนธรรมที่สั่งสมในครัวเรือน เช่น สูตรอาหารดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ ถือเป็นมรดกที่มีคุณค่าและหายาก ทำให้อาหารภูเก็ตมีความเฉพาะตัวและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย

3.3 ความท้าทายในการรักษาความได้เปรียบ (Imitability) แม้ภูเก็ตมีความได้เปรียบเชิงวัฒนธรรมที่ชัดเจน แต่ยังเผชิญความท้าทายจากภายใน เช่น การขาดการสืบทอดสูตรอาหาร ความรู้ที่กระจุกกระจาย และการเปลี่ยนแปลงรสนิยมที่อาจลดทอนอัตลักษณ์ ขณะที่จากภายนอก เมืองอื่น ๆ อาจพยายามเลียนแบบแนวคิดเดียวกัน จึงจำเป็นต้องมีมาตรการป้องกัน เช่น การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) การจัดทำฐานข้อมูล และการสร้างกลไกรับรองความเป็นต้นตำรับ

3.4 การจัดการเพื่อความได้เปรียบอย่างยั่งยืน (Organization) การรักษาความได้เปรียบจำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่เป็นระบบในระดับเมือง ทั้งในดำนนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน และการมี

ส่วนร่วมของชุมชน แม้มีความพยายามในระดับท้องถิ่น เช่น เซฟเทเบิล ขนบโบราณ หรือบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก แต่ยังขาดการประสานในระดับมหภาค ขาดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ และยังไม่มีแผนยุทธศาสตร์วัฒนธรรมอาหารที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ศักยภาพของจังหวัดภูเก็ตในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหาร ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการวิจัยมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

ด้านที่ 1 การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ผลการวิจัยพบว่า ภูเก็ตมีศักยภาพด้านทรัพยากรอาหารพื้นถิ่นที่โดดเด่น ทั้งในแง่ของรสชาติและการสะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรม โดยเมนูอาหารท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สามารถนำไปต่อยอดในเชิงประสบการณ์ได้หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ศักยภาพเหล่านี้ยังไม่ถูกพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบ เนื่องจากขาดระบบเล่าเรื่องที่ เป็นระบบ และกลไกเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตต้นน้ำกับภาคการท่องเที่ยวยังไม่เข้มแข็ง

ด้านบริการนักท่องเที่ยว แม้ภูเก็ตจะมีโครงสร้างบริการรองรับในระดับหนึ่ง แต่ยังขาดมาตรฐานเฉพาะด้านอาหาร รวมถึงมัคคุเทศก์เฉพาะทางด้านวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานของ พรศักดิ์ ฌกมลนคร และคณะ (2556) พบว่าโครงสร้างการบริหารจัดการของจังหวัดยังมีข้อจำกัดเชิงระบบ ทั้งด้านขนส่งและการบริหารงานแบบบูรณาการ

ด้านการตลาด แม้จะมีความพยายามในการจัดกิจกรรมส่งเสริม แต่ยังไม่มีแผนการตลาดด้านอาหารที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยไม่สามารถเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ UNESCO (2019) ที่ระบุว่าความสำเร็จของเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การสื่อสารอัตลักษณ์ และระบบสนับสนุนที่ชัดเจนในระดับพื้นที่

ด้านที่ 2 การศึกษากิจกรรมสร้างสรรค์ ผลการวิจัย พบว่า กิจกรรมสร้างสรรค์คือหัวใจของการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของภูเก็ตจากการบริโภคสู่ประสบการณ์วัฒนธรรม

ด้านการบูรณาการระหว่างระบบการเกษตรและการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างจุดขายที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความเชื่อมโยงระหว่างอาหารและแหล่งผลิต เช่น เวิร์กช็อป Chef's Table และเส้นทางอาหารที่เชื่อมโยงผู้ผลิตและชุมชน สิ่งนี้สอดคล้องกับแนวทางที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวร่วมออกแบบประสบการณ์เชิงอาหาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของ Rachão et al. (2020) เรื่องการร่วมสร้างสรรค์ประสบการณ์การท่องเที่ยวด้านอาหารและไวน์ ที่ชี้ว่ากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมเชิงลึก (co-creational involvement) จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำ

ด้านเรื่องเล่าอาหาร (Food Storytelling) นับเป็นองค์ประกอบที่โดดเด่นของการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านอาหาร โดยเฉพาะอาหารที่มีรากเหง้าจากกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เปอรานากัน หรือฮกเกี้ยนในภูเก็ต การเล่าเรื่องผ่านเมนูสามารถเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมและสร้างความจดจำได้ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Long (2004) ที่กล่าวว่า อาหารไม่ใช่เพียงการบริโภค แต่คือเครื่องมือในการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความทรงจำทางวัฒนธรรม

ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พบว่า ภูเก็ตมีความพร้อมในการใช้ศิลปะและการออกแบบเข้ามายกระดับมูลค่าของอาหาร เช่น การใช้ภาชนะเซรามิกท้องถิ่น การออกแบบเมนูร่วมกับศิลปิน รวมถึงการสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์อาหาร ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Richards (2007) ที่เน้นว่า ความคิดสร้างสรรค์ในอาหารสามารถเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แสดงให้เห็นว่าการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล การลดขยะอาหาร และการส่งเสริมกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับพื้นที่ ล้วนเป็นแนวทางที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่ง UNESCO (2019) เน้นว่าเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารควรออกแบบกิจกรรมโดยยึดถือบริบทของสิ่งแวดล้อม ชุมชน และวัฒนธรรมร่วมกัน

ด้านที่ 3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดภูเก็ต

พบว่า ภูเก็ตมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน หากสามารถจัดการและเสริมสร้างศักยภาพอย่างเป็นระบบ

ด้านคุณค่า (Value) อาหารพื้นถิ่นของภูเก็ต เช่น หมูฮ้อง หมี่หุ่น และโอวต้าว ไม่ได้เป็นเพียงเมนูอาหารธรรมดา แต่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ของชุมชนหลากหลายชาติพันธุ์ โดยเฉพาะวัฒนธรรมเปอรานากัน กิจกรรมสร้างสรรค์ที่ออกแบบให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ หรือลงมือทำ ผ่านการเล่าเรื่องและการมีส่วนร่วม ช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับทรัพยากรอาหารในฐานะประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Barney (1991) ที่ระบุว่าทรัพยากรที่สร้างมูลค่าให้ลูกค้าและตอบสนองโอกาสในตลาดย่อมก่อให้เกิดความได้เปรียบที่ยั่งยืน

ด้านความหายาก (Rarity) ภูเก็ตมีวัตถุดิบเฉพาะถิ่นและองค์ความรู้ด้านอาหารที่สั่งสมในครัวเรือน เช่น สับปะรดภูเก็ต ลิ้นจี่ภูเก็ต ผักพื้นถิ่น และสูตรอาหารท้องถิ่นดั้งเดิม ซึ่งไม่สามารถหาได้ง่ายจากที่อื่น ความพิเศษเหล่านี้จึงทำให้อาหารของภูเก็ตมีลักษณะเฉพาะตัวและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาความแตกต่าง สอดคล้องกับงานของ Kao, Huang และ Lee (2015) ที่พบว่า ความหายากของวัตถุดิบและภูมิปัญญาท้องถิ่นคือปัจจัยสำคัญในกลยุทธ์การสร้างจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

ด้านความยากต่อการเลียนแบบ (Imitability) แม้ภูเก็ตจะมีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมอาหาร แต่ยังคงมีความเสี่ยงจากการสูญหายของสูตรอาหารและการเปลี่ยนแปลงรสนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ รวมถึง

ความพยายามจากเมืองอื่น ๆ ที่อาจลอกเลียนแบบภาพลักษณ์ของเมืองอาหาร การปกป้องทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม เช่น การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) หรือการรวบรวมองค์ความรู้แบบเป็นระบบ จึงเป็นมาตรการสำคัญที่ช่วยเสริมความยากในการลอกเลียนแบบ และยืดอายุความได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับ Rasmi, Phuoc, Othman และ Azman (2022) ซึ่งให้เห็นว่า การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่เพียงแต่ช่วยคุ้มครองคุณลักษณะเฉพาะถิ่นของผลิตภัณฑ์อาหาร แต่ยังส่งเสริมศักยภาพในการสร้างแบรนด์และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ยังทำหน้าที่เป็นกลไกในการป้องกันการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง ช่วยให้เกิดตลาดตระหนักถึงคุณภาพ และอนุรักษ์อัตลักษณ์ของอาหารในแต่ละพื้นที่ต้นกำเนิดได้ในระยะยาว

ด้านการจัดการเพื่อใช้ประโยชน์ (Organization) แม้ในระดับท้องถิ่นจะมีความพยายามพัฒนาอาหารและกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น เชฟเทเบิล หรือขนมโบราณ แต่ยังคงขาดโครงสร้างการจัดการในระดับจังหวัดที่สามารถขับเคลื่อนอย่างยั่งยืน เช่น ศูนย์ประสานงาน การวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ด้านอาหาร หรือกลไกสนับสนุนธุรกิจรายย่อยอย่างมีทิศทาง ทำให้ศักยภาพที่มีอยู่กระจายตัวและไม่สามารถส่งผลเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเต็มที่ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565) ระบุว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดควรจะมีการบูรณาการกลไกจากทุกภาคส่วน และวางโครงสร้างพื้นฐานด้านการจัดการเชิงระบบให้ชัดเจน

จากการอภิปรายผลจึงเกิดคำถามสำคัญว่าจังหวัดภูเก็ตมีศักยภาพใดบ้างในการขับเคลื่อนสู่เมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารอย่างยั่งยืนในมิติทรัพยากร กิจกรรม และความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ออกมาเป็น 5 ศักยภาพหลักที่เชื่อมโยงกับจังหวัดภูเก็ต ได้แก่

1. ศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและการออกแบบประสบการณ์ (Creative Gastronomy Experience) อาหารพื้นถิ่นภูเก็ตทำหน้าที่เป็นทุนวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์สร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งและมีความหมายสำหรับนักท่องเที่ยว
2. ศักยภาพความร่วมมือเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน (Community Creative Engagement) การผนวกระบบเกษตร ชุมชน และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทำให้เกิดกิจกรรมเชิงอาหารที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม เช่น เวิร์กช็อป การทัวร์สวน และกิจกรรมแบบ farm-to-table โดยสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหารบนฐานชุมชนที่เน้นความร่วมมือและพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Sosa et al., 2021)
3. ศักยภาพการมีส่วนร่วมของชุมชนและความสมจริง (Authenticity & Participation) การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมท่องเที่ยวเช่น การถ่ายทอดเรื่องเล่า หรือสาธิตการทำอาหาร ช่วยสร้าง

ประสบการณ์ที่แท้จริงและความผูกพันกับสถานที่ (Della Lucia & Franch, 2017; Ferrari & Gilli, 2015)

4. ศักยภาพความยั่งยืนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Sustainability & Creative Economy) แม้ภูเก็ตมีความพยายามด้านความยั่งยืน เช่น ลดขยะและใช้วัตถุดิบหมุนเวียน แต่ยังคงขาดนโยบายที่ชัดเจน งานวิจัยระบุว่าความยั่งยืนต้องผนวกกับโครงสร้างระบบ (Cheer, 2021) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด New Phuket ที่เสนอโดย UNDP (2023) ซึ่งเน้นการใช้ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์เป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจจังหวัดภูเก็ตอย่างยั่งยืน

5. ศักยภาพการบริหารจัดการเชิงนโยบาย (Governance & Strategic Integration) การบริหารจัดการเมืองอาหารจำเป็นต้องมีกลไกนโยบายที่รวมศูนย์ มีแพลตฟอร์มกลาง และการพัฒนาบุคลากร งานวิจัยของ Pattanapokinsakul และคณะ (2567) ชี้ให้เห็นว่า การมีระบบคุณภาพและการจัดการที่มีประสิทธิภาพ เป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวให้มีคุณภาพในระดับสูง ทั้งในมิติของประสบการณ์นักท่องเที่ยวและความยั่งยืนในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลงานวิจัยไปใช้

เพื่อยกระดับภูเก็ตสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยเสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. จัดตั้งศูนย์บริหารจัดการเมืองอาหารสร้างสรรค์ ภายใต้ความร่วมมือระหว่างเทศบาลนครภูเก็ต สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) และภาคชุมชน เพื่อรวบรวมข้อมูลวัตถุดิบ เมนูพื้นถิ่น ร้านอาหาร และกิจกรรมอาหารสร้างสรรค์ พร้อมพัฒนาเป็นฐานข้อมูลดิจิทัลแบบเปิด
2. พัฒนาทุนมนุษย์ในระบบอาหาร โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยในพื้นที่จัดหลักสูตรอบรมเชฟพื้นถิ่น และมัคคุเทศก์ด้านอาหาร โดยเน้นอัตลักษณ์ วัตถุดิบท้องถิ่น และการเล่าเรื่องราววัฒนธรรม เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างมีคุณภาพ
3. สร้างกลไกอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาอาหาร เช่น การจดทะเบียนสูตรอาหารพื้นถิ่น การขึ้น GI เมนูท้องถิ่น และการใช้สื่อดิจิทัลร่วมกับชุมชนเพื่อบันทึกและถ่ายทอดองค์ความรู้
4. ออกแบบเทศกาลอาหารสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและเชื่อมโยงกับเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก เพื่อยกระดับการรับรู้ในระดับโลก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาศักยภาพในระดับเชิงพื้นที่อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น มีการวิจัยเชิงลึกในระดับพื้นที่ย่อย หรือ ชุมชนเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดภูเก็ต เช่น

ชุมชนชาวเล บ้านบางโรง หรือย่านเมืองเก่า เพื่อทำความเข้าใจความต้องการ ความพร้อม และแนวทางการพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างเหมาะสมกับบริบทเฉพาะถิ่น

2. ควรมีการศึกษารูปแบบกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยตรง ควรมีการศึกษาเชิงปฏิบัติ เพื่อเปิดโอกาสให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวได้ทดลองออกแบบกิจกรรมร่วมกัน เพื่อประเมินประสิทธิผลของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหารแบบมีส่วนร่วมจริง

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). *แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ.
- เทศบาลนครภูเก็ต. (2559). *รายงานข้อมูลเมืองสร้างสรรค์ด้านวิทยาการอาหาร*. สำนักงานเทศบาลนครภูเก็ต.
- มนัส สุวรรณ, วิทยา สุจริตรักษ์, & รัตนา ภูมิพัฒน์. (2541). *การจัดการการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). *แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2566–2570)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570): สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ*
- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Bessière, J. (2012). ‘Heritagization’, a challenge for tourism promotion and regional development: An example of food heritage. *Journal of Heritage Tourism*, 7(4), 275–291. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2012.664676>
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>

- Cheer, J. M. (2021). *Tourism recovery in post-COVID-19 Asia-Pacific: Sustainable pathways for people, planet, and prosperity*. *Tourism Geographies*, 23(3), 467–478. <https://doi.org/10.1080/14616688.2021.1900653>
- Creative Cities Network. (2015). *Phuket joins the UNESCO Creative Cities Network as a City of Gastronomy UNESCO*. Retrieved from <https://en.unesco.org/creative-cities/events/phuket-joins-unesco-creative-cities-network-city-gastronomy>
- Della Lucia, M., & Franch, M. (2017). *The effects of local community involvement in sustainable tourism development: A case study on Marettimo Island, Italy*. *Sustainability*, 9(3), 383. <https://doi.org/10.3390/su9030383>
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). *What is food tourism?* *Tourism Management*, 68, 250–263. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.03.025>
- Fennell, D. A. (2003). *Ecotourism: An introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Ferrari, G., & Gilli, M. (2015). *Local food festivals: A comparative study in Italy*. *Alma tourism*, 6(4), 1–18. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/5521>
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1–47.
- Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications
- Kao, H.-Y., Huang, L.-C., & Lee, T. S. (2015). Constructing indicators of culinary tourism strategy using the resource-based view. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(4), 86–92.
- Long, L. M. (2004). *Culinary tourism*. University Press of Kentucky.
- Pattanapokinsakul, K., Wongmontha, S., Pongponrat Chieochan, K., & Pariwongkhuntorn, N. (2024). The readiness for development Phuket as a world-class wellness tourism destination. *Arts of Management Journal*, 8(1), 155–181. Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/268496>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business Press

- Rachão, S., Breda, Z., Fernandes, C., & Joukes, V. (2020). *Food-and-wine tourism and co-creation: A stakeholder perspective in the Douro Valley, Portugal*. *Current Issues in Tourism*, 23(17), 2120–2138.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1678572>
- Rasmi, A.A., Phuoc, J.C., Othman, Z., & Azman, N. (2022). Geographical indication for gastronomy tourism: Maximising intellectual property value and branding. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(2), 1-13.
- Richards, G. (2007). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Tourism, Creativity and Development*, 1(1), 1–22.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: The state of the art*. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225–1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Sosa, M., Aulet, S., & Mundet, L. (2021). *Community-based food tourism as a driver for sustainable development in rural destinations: The case of Sierra Gorda, Mexico*. *Sustainability*, 13(13), 7013. <https://doi.org/10.3390/su13137013>
- Tourism Authority of Thailand. (2018). *Food on the move*. *Academic Journal of Tourism*, TAT, Q1 (January–March).
- UNESCO. (2019). *Creative tourism toolkit*.
https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/toolkit_creative_tourism.pdf
- United Nations Development Programme. (2023). *New Phuket: Creative Economy and Sustainable Recovery Strategy*. Bangkok: UNDP Thailand