



กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา

Strategies for Promoting Sustainable Gastronomy Tourism in Sakom Subdistrict, Chana District, Songkhla Province

ชญาน์ทัต เอียวเรืองสุรติ^{1*} และนธี เหมมันต์²

Chayathat Aiewruengsurat^{1*} and Natee Hemmant²

¹ อาจารย์, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Lecturer, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University.

² อาจารย์, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Lecturer, Hatyai Business School, Hatyai University.

*Corresponding author, E-mail: chayathat@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษากลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อสรุปผลการวิจัยและนำเสนอเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ การนำทรัพยากรที่มีในชุมชนมาผลิตเป็นอาหารให้กับนักท่องเที่ยวได้บริโภค 2) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ ได้แก่ บุคคลในชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับอาหาร 3) กลยุทธ์ด้านการบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี มีการบริการที่ดีกับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ 4) กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ การทำการตลาดออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสื่อสารข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวจะทำให้เห็นความแตกต่างของความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถนำกลยุทธ์ไปใช้ในการกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: กลยุทธ์, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร, สะกอม, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research aimed to study strategies for promoting sustainable gastronomy tourism in Sakom Sub-district, Chana District, Songkhla Province. The research methodology used qualitative research. Data were collected through in-depth interviews, participatory observation, and data synthesis to summarize the research results and present them descriptively. The results of the study found that the strategies for promoting sustainable food tourism consisted of 4 strategies: 1) Tourism resource strategies, which include using resources in the community to produce food for tourists to consume; 2) Human resource



strategies, which include people in the community who have knowledge about food; 3) Tourism service strategies, which include being a good host and providing good service to tourists to impress them; and 4) Tourism marketing strategies, which include online and offline marketing to communicate tourist attraction information to tourists. The analysis will reveal the differences in the needs of tourist groups with different purposes of gastronomy tourism, which can be used to effectively determine the form of gastronomy tourism.

Keywords: Strategy, Food tourism, Sakom, Sustainable tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวมีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เป็นแหล่งรายได้หลัก เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้และความเจริญให้กับประเทศ และยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคม รวมถึงการขายสินค้าและบริการ เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังส่งผลต่อความสุขทางใจของนักท่องเที่ยวจากการเดินทางพักผ่อน การเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นจากการได้สัมผัสประสบการณ์จากการท่องเที่ยวสร้างความภาคภูมิใจ ตระหนักในคุณค่าและเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น สร้างจุดเด่นให้กับท้องถิ่นต่าง ๆ (เพ็ญศิริ สมารักษ์ และคณะ, 2567)

นโยบายการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570) มีเป้าหมายหลักด้านการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวไทยมีความเข้มแข็งและสมดุล (Thai Tourism is Strong and Balanced) การยกระดับความเชื่อมโยง และโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (Connectivity) การสร้างความเชื่อมั่นและการมอบประสบการณ์ท่องเที่ยวคุณค่าสูง (Entrusted Experience) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีทรัพยากรทางธรรมชาติ จึงเหมาะแก่การนำนโยบายเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารมากระตุ้นเศรษฐกิจ แสดงให้เห็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านเมนูอาหาร

ตำบลสะกอม เป็นตำบลหนึ่งในอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา ชื่อตำบลสะกอมมาจากคำว่า “สะออร์” เป็นคำภาษามลายูถิ่นมีความหมายถึงต้นไม้ที่มีผลสีแดงเป็นไม้พื้นถิ่นประจำพื้นที่ เมื่อเวลาผ่านไปคำว่า “สะออร์” มีการออกเสียงเพี้ยนเป็น “สะกอม” และใช้ว่า “สะกอม” เรียกชื่อตำบลนี้จนถึงปัจจุบัน การตั้งถิ่นฐานของชาวบ้านในตำบลสะกอมชาวบ้านหนีโรคหิวตอดโรคมาจากอำเภอนงนุช จังหวัดปัตตานี มาตั้งถิ่นฐานใหม่ที่บางพังกา ต่อมาเกิดภาวะฝนแล้งจนพรกระจุยแห้ง ผู้นำจึงได้ออกสำรวจสถานที่ จนพบคลองที่ไหลมาจากอำเภอนาทวีออกสู่อ่าวไทย ที่บ้านปากบางสะกอม ซึ่งเหมาะสำหรับตั้งถิ่นฐานและทำมาหากิน โดยเฉพาะการทำประมงจากนั้นจึงได้ชักชวนชาวบ้านที่อยู่บริเวณดังกล่าว สภากาแฟที่ทางภูมิศาสตร์ของตำบลสะกอมเป็นพื้นที่ราบชายฝั่ง มีเส้นทางน้ำและแหล่งน้ำกระจายทั่วพื้นที่กระจายทั่วพื้นที่ (ไชยา เกษารัตน์, ชาลี ไตรจันทร์, อิศริฐ์ รินไธสง และอาคม ใจแก้ว, 2557) ซึ่งเหมาะแก่การประกอบอาชีพเกษตรกรรมและบางหมู่บ้านอยู่ติดกับชายทะเลอ่าวไทย เหมาะแก่การส่งเสริมอาชีพประมง และได้มีการพัฒนาพื้นที่ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยนำทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่มีอยู่ในพื้นที่สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน



กระแสนิยมของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันมีเพิ่มขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวร้อยละ 53 เดินทางท่องเที่ยวโดยมีอาหารเป็นตัวขับเคลื่อนในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงอาหารกำลังเติบโตในด้านรายได้ที่สร้างให้กับชุมชน การพัฒนาโครงสร้างและเครือข่ายอุปโภคบริโภคจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว เป็นการปลูกกระแสให้ผู้คนกลับมาหาความเป็นท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากทุกชุมชนมีเอกลักษณ์ด้านอาหาร การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของชุมชนในการนำเสนอความแปลกใหม่ของวัตถุดิบหรือความโดดเด่นของอัตลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น (ศิริภรณ์ แพรกจินดา, 2559) สิ่งที่จะมีผลตามมาคือ ผลกระทบด้านเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของคนในชุมชน ก่อให้เกิดการจ้างงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา ให้เกิดการพัฒนายั่งยืนและพึ่งพาตนเองได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษากลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา สามารถเป็นข้อมูลให้กับชุมชนเพื่อการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารในแง่มุมอื่น ๆ ที่ยังไม่ได้นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรื่องกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา มีดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

Department of Local Administration, Ministry of Interior (2006) ให้ คำนิยามไว้ ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นหรือชุมชน และใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ของคประกอบของการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) ในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ (1) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (2) ด้านการบริการการท่องเที่ยว และ (3) ด้านการตลาดท่องเที่ยว ซึ่งในการดำเนินการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะมีหลักสำคัญ 5 ประการ คือ (1) พัฒนา บุธนะ พนฟู มรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (2) เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (3) เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัย และป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว (4) เร่งฟื้นฟูความร่วมมือกับท้องถิ่นที่อยู่ใกล้เคียง และ (5) บริหารการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยสร้างใหม่กิจกรรมท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจ หรือกิจกรรมของชุมชน สำระสำคัญของมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ได้แก่ มาตรฐานโครงการ Clean Food Good Taste หรือ “โครงการอาหารสะอาด รสชาติอร่อย” สนับสนุนส่งเสริมให้ประชาชนมีการสร้างเสริมสุขภาพ และมีหลักประกันสุขภาพ โดยได้เชื่อมโยงโครงการนี้เข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้มีการกำหนด



กลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ไว้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) การสร้างพหุภาคี (2) การประกันคุณภาพ (3) การสร้างความยั่งยืน และ (4) การประชาสัมพันธ์ (Department of Health, Ministry of Public Health, 2013)

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

อาหารเป็นหนึ่งในเจ็ดกลุ่มเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก การร่วมมือกันระหว่างชุมชนและภาครัฐเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และอาหารยังสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวพบว่าอาหารเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ศรีบุญ จันทรวงศ์, พิมพ์พร เลิศอำไพ และปวีศา เทียนทอง, 2566)

การท่องเที่ยวเชิงอาหารคือ การผสมผสานธรรมชาติของท้องถิ่นเข้ากับทรัพยากรการท่องเที่ยว การเป็นเจ้าภาพที่ดี การบริการและเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น การใช้ประสาทสัมผัสในการลิ้มรสอาหาร ได้กลิ่นอาหาร เรียนรู้กรรมวิธีการปรุงได้ ทดลองทำอาหาร รวมเป็นประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ความบันเทิง ได้รับประสบการณ์นอกเหนือจากการรับประทานอาหาร การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ใหม่ ๆ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารที่แสดงอัตลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น (บัณฑิต อเนกพูนสุข, 2560) ประสบการณ์การท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้น อาหารที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยวจึงเป็นกลไกสำคัญ ที่ให้นักท่องเที่ยวมีภาพจำเชิงพื้นที่

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง ความพร้อมและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวที่เพียงพอที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว (เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อาทิตย์ แพชนะ, ดร.รัตน ชุนนัย และ อำนาจ รักษาพล, 2560) ได้สรุปเกณฑ์ในการพิจารณาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ดังต่อไปนี้ (1) ด้านพื้นที่ คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะหรือมีความเป็นเอกลักษณ์ประวัติศาสตร์ แหล่งโบราณวัตถุสถานที่มีความเกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น (2) ด้านการจัดการ คือ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (3) ด้านกิจกรรมและกระบวนการ คือ การพิจารณาถึงความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างจิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม (4) ด้านการมีส่วนร่วม คือ การพิจารณาว่าองค์กรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยวและประชาชนมีความพอใจที่จะให้แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนได้รับการพัฒนา เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่

แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นศัพท์ที่มีการบัญญัติใช้เมื่อปี พ.ศ. 2530 โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nation) ให้ความหมายว่าเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ การพัฒนาที่ยั่งยืน เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมีมาตรการแก้ไขข้อบกพร่องของตลาด การจัดสรรทรัพยากรอย่างมีระบบ มุ่งเน้นความสมดุล 3 มิติคือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมโดยการพัฒนาทุกมิติให้มีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน (สุภาสินี ต้นติศรีสุข, 2555) ดังรายละเอียด (1) การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน (Sustainable Economic Development) คือ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ และมีการกระจายรายได้เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในพื้นที่เพื่อความยั่งยืนในระยะยาว (2) การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน (Sustainable Social Development) คือการพัฒนาคนและ สังคมให้เชื่อมโยงกับการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลโดย พัฒนาคคนให้มีคุณภาพชีวิตที่



สูงขึ้น เรียนรู้ในการมีจิตสำนึกร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (3) การพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Sustainable Environmental Development) คือ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ รวมถึงการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างมีระบบเพื่อให้สังคมและชุมชนมีสิ่งแวดล้อมที่ดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธมกร ธาธาศรีสุทธิ (2555) ศึกษาเรื่อง แนวทางแก้ไขปัญหาผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม จากการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำท่าคา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และ สิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำท่าคา และเสนอแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ตลาดน้ำท่าคา ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลกระทบของภาพรวมในระดับปานกลาง โดยมี ผลกระทบทางบวกด้านเศรษฐกิจและสังคมในระดับสูง ผลกระทบด้านเศรษฐกิจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิสำเนา สำหรับแนวทางแก้ไขปัญหผลกระทบที่เกิดขึ้น ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งประโยชน์ ระยะยาว เน้นการมีส่วนร่วม สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถ พึ่งพิงตนเองด้วยการสร้างงาน สร้างอาชีพ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ขายสินค้าที่ผลิตได้ในชุมชน มีการกระจายรายได้ในชุมชนอย่างเป็นธรรม

พันธ์เทวีช ยังดี, ศิริวรรณ กวงแพ้ง และสมมาตร ผลเกิด (2558) ศึกษาเรื่องผลกระทบการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจชุมชนรอบปราสาทหินเขาพนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อชุมชน ผลการศึกษา พบว่า การท่องเที่ยวของปราสาทหินเขาพนมรุ้งและปราสาทหิน เมืองต่ำ มีผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อชุมชนรอบปราสาททั้งทางตรงคือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ธุรกิจอาหาร และเครื่องดื่ม มีการสร้างงาน สร้างรายได้ให้ชุมชน โดยมีการจ้างงาน กับสมาชิกในชุมชนและทางอ้อมคือ การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้และการสร้างงานแก่คนในชุมชนในหลายระดับ การมีรายได้จากการท่องเที่ยวยังสามารถกระจายไปสู่ท้องถิ่นได้ด้วย การใช้จ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงบริการในท้องถิ่น

Kaur, J., Dutt, A., Nagina, R., & Bhalla, P. (2025) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมที่ยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลก ซึ่งเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว เปิดโอกาสให้แสวงหาอัตลักษณ์ด้านอาหารแต่ละพื้นที่จึงก่อให้เกิดผลกระทบทางบวกและทางลบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ โดยระบุกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จและพื้นที่สำหรับการพัฒนา ภูมิภาคต่าง ๆ ส่งเสริมความยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างไร มีความท้าทายและโอกาสใดบ้าง แนวทางการส่งเสริมที่ดีที่สุดใดบ้างที่สามารถนำมาใช้ได้ ผลการศึกษาพบว่าแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมีหลากหลาย และข้อเสนอแนะที่จะได้ไปดำเนินการสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และนักวิจัย ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน

จากการศึกษางานวิจัยพบว่า สามารถนำข้อมูลผลกระทบและแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาศึกษากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ซึ่งในแต่ละพื้นที่มีบริบทที่แตกต่างกัน เพื่อให้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนง จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้



ขอบเขตเชิงพื้นที่

ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 30 คน ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ภาครัฐ คือ เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐผู้ทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจำนวน 10 คน กลุ่มที่ 2 ภาคเอกชนผู้ประกอบการ คือ ตัวแทนของผู้ประกอบการร้านค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอาหารอื่น ๆ ในพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลาจำนวน 10 คน และกลุ่มที่ 3 คือภาคชุมชน คือชาวบ้านและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชนพื้นที่ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลาจำนวน 10 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวกในเรื่องที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 30 คน เพื่อเก็บบันทึกและรวบรวมข้อมูล
2. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยเข้าไปมีส่วนร่วมกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการซักถามและจดบันทึกอย่างละเอียด

อุปกรณ์ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

อุปกรณ์บันทึกภาพ อุปกรณ์บันทึกเสียง และสมุดจดบันทึกข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย โดยการขออนุญาตบุคคลทุกคนที่มีส่วนร่วม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. สำรวจพื้นที่ในชุมชนเพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้น สํารวจข้อมูลเชิงเอกสารและสื่อออนไลน์ และดำเนินการสำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของพื้นที่ที่ศึกษา
2. ประสานงานกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่มในวันที่ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อลงพื้นที่ภาคสนาม เก็บข้อมูลจากการสังเกตสัมภาษณ์ จดบันทึก และเก็บภาพถ่าย
3. นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมทั้งหมด มาสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่การตอบคำถามการวิจัยในประเด็นกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา เพื่อสรุปข้อมูลผลการวิจัยและนำเสนอข้อมูลในเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา นำเสนอผลข้อมูลเชิงพรรณนาได้ผลการศึกษากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา 4 ด้าน คือ 1) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) 2) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) 3) กลยุทธ์ด้านการบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) 4) กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยสามารถเสนอผลได้รายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) พบว่าพื้นที่ ตำบลสะกอม มีความอุดมสมบูรณ์จากระบบนิเวศทางทะเล และทรัพยากรป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์มีคลองสะกอมไหลผ่านพื้นที่ภายในหมู่บ้าน เป็นคลองน้ำกร่อยจากทิศเหนือจรดทิศใต้ของชุมชนระยะทางยาวประมาณ 5.25 กิโลเมตร จึงเป็นคลองที่ช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนตำบลสะกอม ส่งผลให้ทรัพยากร

การท่องเที่ยวเชิงอาหารของตำบลสะกอม เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในชุมชน การประกอบอาชีพของคนในชุมชนจึงเป็นการทำประมงพื้นบ้าน ในลักษณะการสืบทอดกันรุ่นต่อรุ่น การสร้างอาชีพและสร้างรายได้จึงมาจากทะเลจนกลายเป็นการดำเนินชีวิตตามวิถีชาวเล สามารถสรุปได้เป็นตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนทรัพยากรทางทะเล ตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา

ประเภทของสัตว์ทะเล	จำนวน (ชนิดของสัตว์ทะเล)
หอย	60
ปู	31
กุ้ง	23
ปลา	13
หมึก	20

จากตารางจะเห็นได้ว่าทรัพยากรทางทะเลที่มีอยู่ในพื้นที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก เมื่อคนในชุมชนว่างจากการทำประมง จึงเกิดการรวมกลุ่มกันเพื่อการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชน ด้วยการนำทรัพยากรทางทะเลที่หามาได้เป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหารท่องเที่ยวเชิงอาหาร เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนให้เด่นชัดเพื่อให้เป็นที่รู้จักของคนนอกพื้นที่ รูปแบบของอาหารมีความหลากหลาย เช่น อาหารพื้นถิ่น อาหารที่มีความร่วมสมัย การเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารการกินตามวิถีของคนในชุมชน

การจัดการกับทรัพยากรทางทะเล เน้นการทำประมงพื้นบ้าน งดการใช้วนตาถี่ เพื่ออนุรักษ์สัตว์น้ำ มีธนาคารสัตว์ทะเล การส่งเสริมการให้ความรู้แก่ชาวประมงในพื้นที่ การจับสัตว์ทะเลตามหลักศีลธรรม และวิถีปฏิบัติที่สืบเนื่องมาจากบรรพบุรุษ จัดตั้งกลุ่มอนุรักษ์สัตว์ทะเล ปลูกฝังจิตสำนึกเด็กรุ่นใหม่เกี่ยวกับคุณค่าที่ยั่งยืนของท้องทะเลมากกว่าการเห็นคุณค่าของเงินตรา และจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนเพื่อให้อาหารของชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 อาหารจากทรัพยากรทางทะเลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

2) กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารประสบความสำเร็จ มีการให้ความสำคัญกับบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับชุมชนรวมกลุ่มกัน เพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเพื่ออธิบายความเป็นมาของท้องถิ่น ความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติในชุมชน และอธิบายเรื่องราวและที่มาของอาหาร รวมถึงเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการประกอบอาหาร เพื่อสาธิตการทำอาหารให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ทรัพยากรมนุษย์เหล่านี้ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำทางศาสนา ผู้นำท้องถิ่นและตัวแทนภาคเอกชน ต่างเข้ามามีส่วนในการขับเคลื่อน เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชน สร้างชุมชนเข้มแข็งกระทั่งเป็นที่รู้จักของบุคคลต่างถิ่น



2.1) ประชาชนชาวบ้าน หมายถึง บุคคลผู้เป็นเจ้าของภูมิปัญญาท้องถิ่น ตามวิถีของชาวบ้าน มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาดังกล่าวสู่รุ่นลูกหลาน เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้เป็นผู้มีความรู้ ประสบการณ์ในอาหารท้องถิ่น จึงสามารถนำองค์ความรู้มาต่อยอดเป็นกลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้

2.2) ผู้นำทางศาสนา หมายถึง บุคคลที่มีความน่าเชื่อถือในศาสนาต่าง ๆ กระทั่งถูกยกย่องจากชาวบ้านในชุมชนให้มีบทบาทสำคัญทางศาสนา เพื่อหล่อหลอมความเข้าใจและมีหลักปฏิบัติตามศาสนาของตน ชาวบ้านในชุมชนร้อยละ 99 นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 1 นับถือศาสนาพุทธ ในศาสนาอิสลามประกอบด้วยบาบหรือโต๊ะครู โต๊ะอิหม่าม กรรมการมัสยิด ครูสอนอัลกุรอาน และครูสอนศาสนา ในศาสนาอิสลามชุมชนมีวัดตั้งอยู่ชื่อวัดสะกอม มีเจ้าอาวาสและคณะสงฆ์เป็นผู้ประกอบศาสนกิจ และสัปเหร่อ ซึ่งล้วนมีความสำคัญกับชาวบ้านในชุมชนทั้งสิ้น

2.3) ผู้นำท้องถิ่น หมายถึง บุคคลที่เป็นผู้นำมีลักษณะโดดเด่นเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชนทำงาน เพื่อประโยชน์ของชุมชนและสังคมร่วมมือกับชาวบ้านในชุมชน เพื่อให้ชุมชนเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ประกอบด้วยผู้ใหญ่บ้าน ชูรักษาความปลอดภัย เครือข่ายนักรบผ้าถุง เป็นต้น

2.4) ภาคเอกชน หมายถึง หน่วยงานหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นเจ้าของหรือแหล่งที่มาของเงินทุน องค์การเอกชนที่พร้อมสนับสนุนหรือให้ความช่วยเหลือชุมชนและชาวบ้านในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ของชุมชน ภาคเอกชนมักเป็นกลุ่มคนในพื้นที่ เช่นชาวบ้านที่มีกำลังทรัพย์ กลุ่มคนที่ทำอาชีพค้าขาย และกลุ่มชาวประมง

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่ากลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ กำลังทรัพย์ แรงกายแรงใจ พร้อมในการเป็นผู้นำและผู้สนับสนุน นำความสามารถที่มีมาใช้ในการประกอบการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เช่น ประชาชนชาวบ้าน เป็นผู้ให้ความรู้ด้านอาหารในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว ผู้นำทางศาสนาเป็นผู้ให้ความรู้หลักปฏิบัติตามศาสนา การเรียนรู้วิถีด้านอาหารการกินและข้อห้ามตามหลักศาสนา ผู้นำท้องถิ่นเป็นผู้ให้ความรู้ที่ไปที่มาของแหล่งวัตถุดิบที่นำมาเป็นอาหาร เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ในการเปิดรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน มีการให้บริการที่ประทับใจและภาคเอกชนเป็นผู้ระดมเงินทุน เพื่อให้ชุมชนจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

3) กลยุทธ์ด้านการบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หมายถึง การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง นับเป็นการสร้างความประทับใจ หากมีความประทับใจมากก็เพิ่มโอกาสในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการหลากหลาย การบริการการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้

3.1) โครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่งมีให้นักท่องเที่ยวเลือกคือการเดินทางโดยทางรถยนต์ และการเดินทางโดยรถไฟ ระบบไฟฟ้าประปาของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว ระบบการสื่อสารมีคุณภาพและประสิทธิภาพ ระบบการสาธารณสุขที่ดีมีชุมชนให้ความสะดวก

3.2) กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีหลากหลายรูปแบบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเรียนรู้วิถีวัฒนธรรมด้านศาสนา เดินชมแหล่งโบราณสถานในพื้นที่ สัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านในชุมชน การนำทรัพยากรทางทะเลที่เหลือนำมาให้นักท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์เรียนรู้ด้วยตนเอง จัดทำเป็นของตกแต่งบ้าน นำพืชท้องถิ่นมาใช้เป็นสีและของประดับร่างกายจากภูมิปัญญาชาวบ้าน การให้ความรู้ด้านอาหาร มีประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวในการปรุงอาหารด้วยตนเองตามรสชาติที่ต้องการภายใต้วัตถุดิบในชุมชน

3.3) กลุ่มผู้ประกอบการในชุมชน เป็นกลุ่มที่จะสามารถแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านอาหาร สร้างความประทับใจด้านประสาทสัมผัสแก่นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองรสชาติอาหารที่ดี ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจ สร้างประสบการณ์แปลกใหม่ในด้านบวกและมีความโดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงอาหารในชุมชน คือการนำวัตถุดิบสดใหม่จากท้องทะเลมาเป็นอาหารจานหลักและอาหารจานรอง

3.4) คุณภาพของสินค้าและบริการ สิ่งสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงอาหารได้รับความสนใจและประสบความสำเร็จ อาหารที่ได้มาตรฐาน สะอาด สด ใหม่ถูกต้องตามหลักสุขอนามัยและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสัมผัสรสชาติอาหาร ราคาได้มาตรฐาน มีการให้บริการตามหลักเจ้าบ้านที่ดี การให้ความรู้รายละเอียดของอาหารท้องถิ่นแต่ละรายการด้วยความสามารถ มีทักษะทางภาษาที่สามารถให้ข้อมูล มีใจบริการเป็นเจ้าบ้านที่ดี แนะนำวิธีการรับประทานอาหารตามลำดับขั้นตอน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสัมผัสรสชาติอาหารผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็นรูปลักษณ์อาหาร (Food Appearance) การลิ้มรส หรือรส (Taste) การได้กลิ่น หรือกลิ่น (Smell) การได้ยิน หรือเสียง (Hearing) สุดท้ายคือ การสัมผัส หรือสัมผัส (Touch) ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

4) กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เพื่อใช้กำหนดคู่ทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้เกิดนักท่องเที่ยว พบว่าการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร 2 รูปแบบคือการตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์และการตลาดการท่องเที่ยวออฟไลน์

4.1) การตลาดการท่องเที่ยวออนไลน์ มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อโปรโมตธุรกิจสินค้าและบริการให้น่าสนใจ และเป็นที่รู้จัก เช่น เว็บไซต์ขององค์การบริหารส่วนตำบลสะกอม เพจเฟซบุ๊กกลุ่มอาหารปันรัก เป็นต้น



ภาพที่ 2 แหล่งท่องเที่ยวตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา
ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลสะกอม อำเภोजะนะ จังหวัดสงขลา (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 3 การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านช่องทางออนไลน์
ที่มา: ศุภวรรณ ชนะสงคราม (2558)

4.2) การตลาดการท่องเที่ยวออฟไลน์ มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอาหารผ่านการจัดงานนิทรรศการในงานต่าง ๆ การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงอาหาร การติดป้ายประชาสัมพันธ์การจัดทริปการเดินทางให้นักท่องเที่ยวด้วยตนเองตามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ประสานงานเข้าไปในชุมชน และการบอกต่อแบบปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เคยไปสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารมาแล้วกระทั่งเกิดความประทับใจ



ภาพที่ 4 นักท่องเที่ยวทำข้าวดอกกราย อาหารท้องถิ่นตำบลสะกอม

จากภาพแสดงกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยตนเอง แบบออฟไลน์ด้วยวิธีการให้คำแนะนำขั้นตอนการทำอาหารโดยนักโภชนาการของชุมชน ระหว่างการทำอาหารพบการให้ความรู้สอดแทรกเกี่ยวกับวัตถุดิบในท้องถิ่น เรื่องที่มาของอาหาร คุณค่าทางโภชนาการ วิธีการทำข้าวดอกกรายที่ถูกต้อง และพบว่ามีข้าวดอกกรายแฝงไปด้วยคุณค่าด้านคติสอนใจในการรับประทานร่วมกันกับคนในครอบครัว ส่วนผสมที่หลากหลายมีรสชาติโดดเด่น เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในพื้นที่ เช่น อาหารทะเล และกะปิ วัตถุดิบไม่ผ่านการปรุงแต่งรสชาติจากเครื่องปรุงใด ๆ ดึงรสแห่งความเป็นธรรมชาติของทะเลสะกอมมาใส่ไว้ในอาหารที่แสดงอัตลักษณ์ของชุมชน เครื่องครัวที่ใช้เป็นครกชนิดพิเศษสำหรับตำข้าวดอกกรายเท่านั้น เป็นครกที่ใช้เฉพาะชุมชน สร้างอัตลักษณ์และภาพจำแก่นักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการบอกต่อและท่องเที่ยวซ้ำเพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างในพื้นที่อื่น ๆ นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้แหล่งที่มาของอาหาร เรียนรู้มรดกทางภูมิปัญญาจากมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน มีความเข้าใจความแตกต่างเชิงพื้นที่และความประทับใจในมิตรไมตรี

สรุปและอภิปรายผล

กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजสงขลา ประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านทรัพยากร โดยการนำทรัพยากรทางทะเลที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหารท่องเที่ยวเชิงอาหาร รูปแบบของอาหารมีความ การเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารการกินตามวิถีของคนในชุมชน กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ ชุมชนสามารถนำคนในชุมชนที่มีศักยภาพในด้าน การประกอบอาหารมาเป็นส่วนหนึ่งของการให้ความรู้และทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร กลยุทธ์ด้านการบริการการท่องเที่ยว คือการบริการที่ดีทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ จึงมีส่วนในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว คือวิธีการทำการตลาดสื่อสารข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวพบการสื่อสาร 2 รูปแบบคือออนไลน์และออฟไลน์ สรุปและอภิปรายผลการวิจัยเป็น 4 ด้านดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงอาหารของพื้นที่มีหลากหลาย เช่น อาหาร สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตคนสะกอม วัฒนธรรมการปฏิบัติตนที่มีความเป็นพหุวัฒนธรรม เป็นต้น เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่อยู่ในชุมชนผสมผสานกันลงตัวกระทั่งกลายเป็นจุดเด่นที่น่าสนใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน วิถีภูมิปัญญา แสดงให้เห็นความดั้งเดิม ความจริงแท้ของรสชาติอาหารในพื้นที่ต่างมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร เกิดการสร้างรายได้ สร้างงานให้ชาวบ้านในชุมชนและบุคคลทุกภาคส่วนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ เจือจัน (2555) ซึ่งกล่าวว่า หลักสำคัญของการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนตนเองเป็นทุนเดิม นำวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นพื้นฐานมาผสมผสานเข้ากับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สร้างความภูมิใจให้ผู้คนในชุมชน ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวจะมีความยั่งยืนและ



ยังสอดคล้องกับงานของ อนุวัฒน์ ชมภูปัญญาและธนิสสา โรจนตระกูล (2565) ซึ่งกล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จสามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน การอนุรักษ์และความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติในรูปแบบการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งและยั่งยืน

2. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ตัวบุคคลอันหมายถึง ประชาชนชาวบ้าน ผู้นำทางศาสนา ผู้นำท้องถิ่น ภาคเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าต่อชุมชนส่งผลให้การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความน่าสนใจ นักท่องเที่ยวจะมีความรู้เกี่ยวกับอาหารของชุมชนผ่านกลุ่มบุคคลที่มีความรักและห่วงแหนชุมชน การบริหารจัดการกิจกรรมใดก็ตามหากให้ความสำคัญไปที่ตัวบุคคลหรือกลุ่มคนงานนั้นจะสำเร็จตามเป้าหมายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรีดาพร คนทา และดารารัตน์ อินทร์คุ้ม (2559) ซึ่งกล่าวว่า ชุมชนหรือองค์กรหากมีทรัพยากรมนุษย์เป็นทุนจะมีข้อได้เปรียบในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การขับเคลื่อนโดยมนุษย์จะเกิดการพัฒนาร่างความเข้มแข็งให้ชุมชนและองค์กรสร้างพลังที่เข้มแข็งได้ ส่งผลต่อการดำเนินงานและการจัดการต่าง ๆ ในเชิงบวก

3. กลยุทธ์ด้านการบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดี ต่อแหล่งท่องเที่ยวและประทับใจเจ้าบ้านฐานะเจ้าบ้านที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิถีรัตน์ ทองใส และนพพล อัครชาติ (2566) ซึ่งกล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการร่วมมือกันหลายภาคส่วน การร่วมมือร่วมใจในการให้บริการด้วยไมตรีจิตนำไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืนได้

4. กลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เนื่องจากการตลาดการท่องเที่ยวจัดเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มเจ้าของพื้นที่หรือชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นธิ เหมมันต์ และชญาณ์ทัต เอียวเรืองสุริ (2566) ซึ่งกล่าวว่า การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมี 2 ช่องทางคือ การบอกผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์และการบอกปากต่อปากของนักท่องเที่ยว สื่อออนไลน์จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่ต้องการสื่อสารได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ไปยังเพื่อนหรือญาติที่สามารถเกิดขึ้นได้หลังจากได้รับประสบการณ์จากการไปท่องเที่ยว ทั้ง 2 วิธีการต่างมีส่วนช่วยทำการตลาดการท่องเที่ยวให้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับงานของ นิลุบล ประเคนภักธา และภุริ ชุมหะขจร (2567) ซึ่งกล่าวว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่มีการพัฒนาสนับสนุนโครงการการประชาสัมพันธ์โดยคนในพื้นที่เป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่

ที่ได้รับในงานวิจัยนี้คือ กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีปัจจัยหลายด้านในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมกัน ปัจจัยที่สำคัญคือ ตัวบุคคลที่อยู่ในชุมชนจะต้องมีจิตสำนึกที่ดีเกี่ยวกับชุมชนของตนเอง การเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน ร่วมมือกันในการอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นที่ มีกลุ่มนกออนุรักษ์ทรัพยากรทางทะเลที่เป็นคนในชุมชนชื่อกลุ่ม “นักรบผ้าถุง” เป็นกลุ่มที่มีอุดมการณ์และมีความพร้อมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านทรัพยากรทางทะเลของชุมชนสู่เด็กรุ่นใหม่ การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืน เพื่อให้เกิดการพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ในปัจจุบันให้คงอยู่เพื่อต่อยอดสู่อนาคตและตอบสนองต่อความต้องการของคนในปัจจุบัน



ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างยั่งยืนในพื้นที่มีกลยุทธ์การส่งเสริมที่ยังไม่ครบถ้วน หากแต่ยังต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในกลยุทธ์ด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นจากภาครัฐและเอกชน รวมถึงการนำความรู้ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่คนรุ่นใหม่ถนัดมาเสริมในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอาหารในพื้นที่และเพิ่มกิจกรรมเส้นทางตามลำหาวตฤติบ โดยให้นักท่องเที่ยวออกไปจับสัตว์ทะเลเป็นการสร้างประสบการณ์เพิ่มให้กับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ควรได้นำเสนออาหารประจำท้องถิ่น เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้ผู้สนใจได้เรียนรู้เมนูอาหารประจำท้องถิ่นควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารด้วยผ่านสื่อออนไลน์และสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ.2566-2570).

สืบค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567 จาก https://province.mots.go.th/ew-tadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf.

จุฑารัตน์ เจือจั่น. (2555). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ไชยา เกษารัตน์, ชาลี ไตรจันทร์, อิศรภักดี รินไธสง และอาคม ใจแก้ว. (2557). ความไม่สมดุลระหว่างผลประโยชน์สาธารณะของรัฐกับประชาชนอันเกิดจากการดำเนินโครงการหรือกิจการที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน: ข้อมูลเชิงคุณภาพจากโครงการถมที่ดินในทะเลและการก่อสร้างหรือขยายสิ่งก่อสร้างบริเวณหรือในทะเลพื้นที่ ตำบลสะกอม อำเภोजะนง จังหวัดสงขลา. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 7(1), 33-40.

ฐิติรัตน์ ทองใส และนพพล อัคราต. (2566). แนวทางการพัฒนาความร่วมมือในการจัดบริการ สาธารณะด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารนโยบายและกิจการสาธารณะ, 3(1), 59-75.

อมร ธาราศรีสุทธิ. (2555). แนวทางแก้ไขปัญหาลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำท่าคา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่วมพลัง มหาววิทยาลัยเกริก, 30(2), 98-116.

นธิ เหมมันต์ และชฎานันท์ เอี้ยวเรืองสุริ. (2566). การสื่อสารวัฒนธรรมอาหารท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาตลาดใต้โหนด ตำบลดอนทราย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง. ใน ทศนีย์ ประธาน (ประธาน), การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 15. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.

นิลบล ประเคนภักธา และภุรี ชุนห์ขจร. (2567). กลยุทธ์เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศไทย. วารสารวัฒนธรรมอาหารไทย สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 6(1), 60-69.



- บัณฑิต อเนกพูนสุข. (2560). Food on the move. จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 3(1), 8-19.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อาทิตย์ แพชนะ, ดรลรัตน์ ขุนน้ย และอำนาจ รักษาพล. (2560). การท่องเที่ยวเชิงอาหารตลาดใต้เคี่ยม จังหวัดชุมพร. ใน ทศนีย์ ประธาน (ประธาน), การประชุมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- ปรีดาพร คนทา และดารารัตน์ อินทร์คุ้ม. (2559). ทูมนุชย์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แนวคิดใหม่. วารสารนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 1(1), 62-70.
- พันธ์เทวชัย ยั่งดี, ศิริวรรณ กวงเพ็ง และสมมาตร ผลเกิด. (2558). การศึกษาผลกระทบการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจชุมชน รอบปราสาทหินเขาพนมรุ้งและปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์. รมยสาร, 13(3), 123-135.
- เพ็ญศิริ สมารักษ์, นันทกัศ บุษจรกุล และเปรมปรีดา ทองลา. (2565). ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลบางสระแก้ว อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 16(1), 46-57.
- ศรัญญู จันทร์วงศ์, พิมพ์พร เลิศอำไพ และปวีศา เทียนทอง. (2566). ทิศทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารในจังหวัดเพชรบุรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน, 7(1), 61-74.
- ศิริภรณ์ แพรกจินดา. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาร่วมงานเทศกาลอาหารทะเลเช้าของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรสาคร (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- ศุภวรรณ ชนะสงคราม. (2558). อาหารปันรัก. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2567 จาก https://www.facebook.com/savefood4saveworld/?locale=th_TH
- สุภาสินี ตันติศรีสุข. (2555). การพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน. วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมาธิราช, 6(2), 9-12.
- องค์การบริหารส่วนตำบลสะกอม อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา. (ม.ป.ป.). แหล่งท่องเที่ยวตำบลสะกอม อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.sakomchana.go.th/travel>
- อนวัณณ์ ชมพูปัญญา และธนัสสา โรจนตระกูล. (2565). การพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบมีส่วนร่วมสู่ชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. วารสารการพัฒนาศึกษาเรียนรู้สมัยใหม่, 7(8), 414-430.
- Department of Health, Ministry of Public Health. (2013). Food sanitation requirements for food stalls. Retrieved from <http://foodsafety.anamai.moph.go.th/main.php?filename=stand>.
- Department of Local Administration, Ministry of Interior. (2006). Standard of Tourism Promotion. Retrieved from http://www.dla.go.th/work/e_book/eb1/std210550/22/22.htm
- Kaur, J., Dutt, A., Nagina, R., & Bhalla, P. (2025). Gastronomic Tourism and Sustainability Strategies: Challenges and Future Directions. In Global Sustainable Practices in Gastronomic Tourism (pp. 1-24). IGI Global Scientific Publishing.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (1997). International tourism : a global perspective. Madrid: UNWTO.