



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร
(*Local Wisdoms and Value Creation: Art of sustainable food tourism*)

โดย

ผศ. ดร. จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ

บริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

ตุลาคม 2561

เลขที่สัญญา RDG60T0048

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า
(*Thai Tourism Development: a Pathway to Value-driven Economy Approach*)

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผศ.ดร.จุฬามาศ วิชาลสิงห์

บริษัท เพอร์เฟคติกส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

อาจารย์ณัฐธานันท์ พงษ์สรนันทน์

มหาวิทยาลัยบูรพา

สมยศ แก่นหิน

บริษัท เพอร์เฟคติกส์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

คณะนักวิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ดังนี้ ดร.อนุชา เล็กสกุลติก ดร.เบญจวรรณ สร้างนิทร คุณสุเทพ เกื้อสังข์ คุณดวงกมล จันสุริยวงศ์ และคุณยุวดี นิรัตน์ตระกูล ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำอย่างดียิ่งในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัยนี้

ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน ทุกชุมชน และทุกหน่วยงาน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เข้าร่วมเป็นส่วนสำคัญของโครงการวิจัยนี้ นับเป็นจุดเชื่อมที่สำคัญที่ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ตระหนักว่าผลผลิตที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดมายังอนุชนรุ่นหลังอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของชาตินั้นสามารถนำมาพัฒนาต่อยอดเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้กลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจที่ช่วยสร้างโอกาสด้านต่าง ๆ ในการสร้างมูลค่าในสินค้าและบริการที่เข้าถึงตลาดในทุกระดับที่จะช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และความเข้าใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยมากขึ้น โดยมีจุดยืนบนความหนักแน่นของความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในวิถีความเป็นไทย ซึ่งจะนำไปให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นต่อไป

ทำร่วมกัน ทำพร้อมกัน ทำไปด้วยกัน
เพื่อนำสู่การสร้างเศรษฐกิจจากฐานรากที่แท้จริง

คณะนักวิจัย

2561

บทสรุปผู้บริหาร

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อมูล ผู้วิจัยจึงเลือกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังจากการระดมความคิดเห็นแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ สมาชิกและปราชญ์ชุมชน โดยใช้เทคนิคที่เป็นความเชี่ยวชาญจากตัวกระตุ้น (Catalyst) ซึ่งคือ Artisan chef และ/หรือ Chef ผู้ออกแบบอาหาร ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดในเชิงพื้นที่จากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น โดยในงานวิจัยนี้ได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ ๆ ละ 2 ชุมชน เบื้องต้นพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบมิติ มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งคือชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ (หมู่บ้านเจริญสุข และหมู่บ้านสนวนนอก) และชุมชนในจังหวัดกระบี่ (14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ และ บ้านหนองทะเล) สิ่งที่น่าสนใจทั้ง 2 ชุมชนมีความแตกต่างกัน มีความหลากหลายทางชีวภาพ ศิลปะและวัฒนธรรมที่โดดเด่น ซึ่งในผลที่ได้ตามวัตถุประสงค์นี้นั้น สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการนำวัตถุดิบทางเกษตร และสิ่งประดิษฐ์ งานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นมาเชื่อมโยงกับการเพิ่มมูลค่าคุณค่าทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารได้เป็นอย่างดี โดยที่นำมาสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ แบ่งตามพื้นที่ดังนี้

1. บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์ จากการสำรวจพบว่าบ้านสนวนนอกมีเครื่องจักสานและการทำภาชนะจากกะลา จึงควรนำผลิตภัณฑ์มาใช้เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า รวมถึงการใช้วัตถุดิบมาตกแต่งเพื่อให้รู้ที่มาของอาหาร สามารถนำผ้าขาวม้าหรือสินค้าอย่างอื่นมาประดับตกแต่งและสามารถเล่าเรื่องราวของหมู่บ้านผ่านการจัดสำรับอาหาร โดยต้องนำวัสดุที่ผลิตในชุมชนมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ควรมีที่มาและเรื่องเล่าที่สามารถสืบค้นได้ เช่น เครื่องจักสาน อีกทั้ง ให้ถ่ายทอดวิถีชีวิตการทำผ้าไหม การปลูกสมุนไพรในหมู่บ้าน

2. บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของการประดับตกแต่งสำรับ เนื่องจากที่บ้านเจริญสุขไม่ได้มีเครื่องจักสานของตนเอง จึงแนะนำว่าสามารถใช้เครื่องจักสานจากชุมชนข้างเคียงเพื่อเป็นการสร้างเพื่อร่วมทาง หรือพันธมิตรทางการท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอีกด้วย แต่สามารถนำผ้าภูอัคนีหรือวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมาตกแต่งเพื่อสร้างเรื่องราวสานต่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. 14 ชุมชนในเขตเทศบาลอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากการเป็นชุมชนที่รวมตัวจากหลายชุมชน ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สิ่งที่น่าสนใจ เช่น กระเป๋าผ้า พวงกุญแจที่ทำจากเศษผ้า กระเป๋าไข่มุก และสร้อยคอไข่มุก

4. บ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ความสามัคคีของชุมชนเป็นดังแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวได้อย่างดีที่สุด ร่วมกับความเข้มแข็งของชุมชนในการสร้างงานศิลปะสิ่งประดิษฐ์ ชุมชนมีทักษะความสามารถเป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถนำมาเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารได้ เช่น ผ้าปาเต๊ะ และกระดาดยาสับปะรด

ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้ สามารถเชื่อมโยงไปพัฒนาต่อยอดสู่งานผลิตภัณฑ์ด้านอื่นได้อีกมากมาย อีกทั้งถือเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบได้เป็นอย่างดี เช่น สมุนไพรในชุมชน โดยในโครงการวิจัยชุดต่อไปจึงสามารถนำสมุนไพรดังกล่าว มาเชื่อมโยงกับงานออกแบบ เช่น ประยุกต์เป็นโลโก้บนเสื้อผ้าที่ออกแบบ เช่น ยูนิฟอร์ม เป็นต้น อีกทั้ง สีสันของสมุนไพรจากเสื้อผ้าที่ออกแบบมา สีที่ได้ในการสร้างงานเกิดจากสีสันทาสมุนไพรที่อุดมของบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบด้านอาหารนั่นเอง หรือเครื่องประดับจากวัตถุดิบชุมชนที่สำคัญ ที่เป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร ยังได้ก็นำมาสร้างชิ้นงาน “ต่างหู” โดยที่โครงการวิจัยเล่มที่ 2 ในแผนงานวิจัยนี้จะบรรยายถึงรายละเอียดเพิ่มเติม

อีกทั้งงานวิจัยนี้ก็ได้พัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวผ่านรายการนำเที่ยวเส้นทางท่องเที่ยวอาหารเชิงศิลปะในพื้นที่วิจัย เพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ดังนี้

จังหวัดบุรีรัมย์ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร: สองแดนดิน ถิ่นบุรีรัมย์ “จากพื้นราบสู่สูง” (Buriram Gastronomy Tourism: Two Tones-Two Experiences “Flat to Plateau”)

- บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์: ไล่ผ้าไหม กินไหม บุกลาดโบราณ (From Farm to Folk)
- village walking tour, foraging and come to cook

- บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์: เข้าป่า เก็บเห็ด กินแกง (From Forest to Folk) - community forest trekking tour, foraging and come to cook

จังหวัดกระบี่ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร “เข้าหนอง คลองบ้าย สายๆ ทำกับข้าว” (Food-Feel-Fun: Exotic Gastronomy Tourism: Local Canal Foraging Tour)

- อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่: อาหารบำบัด - Body Detox (consult with healthy expert and herbal expert, site visit) thai herbal centre, slow tour, Thai herbal picking and come to cook

- บ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่: ธรรมชาติบำบัด - Mind Detox (Meditation amidst local calmness canal, canal kayak tour, foraging and come to cook)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีที่มาจากการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้จากผลการศึกษาในงานวิจัยแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในปีพ.ศ.2559 ซึ่งเป็นชุดโครงการวิจัยที่ผ่านมาของคณะนักวิจัยให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นแต่แตกต่างพื้นที่และภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น และเพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ อีกทั้งเพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า โดยเน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามรูปแบบการออกแบบบนฐานของชุมชน โดยนำวิถีไทย วิถีถิ่นมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ซึ่งมีอาร์ตชีนเซฟทำหน้าที่เป็นผู้เร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ช่วยกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชนได้ด้วย ดังนั้น รูปแบบใหม่ในการจัดวางอาหาร ที่ยังคงใช้วัตถุดิบท้องถิ่นแต่เพิ่มสไตล์ในการออกแบบทางศิลปะลงไปเพื่อเพิ่มมูลค่าอาหาร อีกทั้ง การใช้เหตุการณ์ท้องถิ่น เพื่อเป็นการเพิ่มคุณค่าศิลปะงานศิลป์ของพื้นที่ในการประยุกต์ให้เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร อีกทั้ง ผลการศึกษาในงานวิจัยนี้ได้นำเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารในพื้นที่ที่ทำการศึกษ เช่น จังหวัดบุรีรัมย์ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) สองแดนดิน ถิ่นบุรีรัมย์ “จากพื้นราบสู่ภูสูง” (Buriram Gastronomy Tourism: Two Tones-Two Experiences “Flat to Plateau”) และจังหวัดกระบี่ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) “เช้าหนอง คลองบ้าย สายๆ ทำกับข้าว” (Food-Feel-Fun: Exotic Gastronomy Tourism: Local Canal Foraging Tour) เพื่อให้ผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้นำไปพัฒนาต่อยอดให้กลายเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ต่อไป

คำหลัก ภูมิปัญญาไทย การเพิ่มมูลค่าคุณค่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

Abstract

This research is based on both spatial and thematic expansions to confirm the results of the latest research study on Mechanisms for Tourism with Thainess: a Multi-Stakeholder Participation and Community based Approach in 2016 to make findings of the research are clearer among different research area and regions. The research aims to study the model for increasing the value of tourism-related products and services by creating a collaborative process between Gastro Diplomats and local chefs. To study the prototyping process of art, Food and Agriculture, Smart Farmers and product design linkage into other forms of tourism. To apply the model of creativity to added value and the harmonization of Thai way and local wisdom at destination by various arts and folks way for creative economy by applying the community-based design model to introduce local Thai ways of life as a new tourism products: gastronomy tourism. The Ariston Chef acts as a catalyst to inspire and motivate at destination to create new things in the community, such as the modern food decoration layout and Gastronomic Tourism Trails. Food Stylist layout is included in this research while still using local ingredients. The researchers added fashion and style into the design of the decoration, while adding value to the food by local handicrafts decorated. In addition, the results of this research found the gastronomy tourism in the study areas such as Buri Ram Two Day One Night (2D1N) "From flat to high" (Buriram Gastronomy Tourism: Two Tones-Two Experiences "Flat to Plateau") and Krabi Two Day One Night (2D1N) "Food-Feel-Fun: Exotic Gastronomy Tourism: The Local Canal Foraging Tour" for local entrepreneurs to develop into a tourism product to new tourist market in the future.

Keywords: Thai wisdom, Value added and Gastronomy Tourism

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร.....	ข
บทคัดย่อ	ง
Abstract.....	จ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย	8
1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย	8
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	12
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	12
1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา	12
1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่	13
1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา.....	13
1.5.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	13
1.5.5 ขอบเขตด้านเครื่องมือวิจัย	13
1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล.....	13
1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ	14
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม.....	15
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	15
2.1.1 แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)	15
2.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)	20
2.1.3 แนวคิดเรื่องศิลปหัตถกรรม	23
2.1.4 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร.....	30
2.1.5 แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าคุณค่าเพิ่ม.....	35
2.1.6 แนวคิดเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม	39

2.1.7 แนวคิดเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR).....	45
2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	48
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	49
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	49
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	50
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	52
3.3.1 ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร	52
3.3.2 การศึกษาข้อมูลภาคสนาม (Field Research).....	52
3.4 การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล.....	54
3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย.....	56
3.6 การประเมินผลเพื่อหาแนวทางการออกแบบหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่ชุมชน.....	59
3.7 การจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ.....	59
3.8 กระบวนการทฤษฎี ยู (Theory U process)	60
3.9 สรุปข้อมูล	62
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย	63
4.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1	63
4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2	81
4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3	83
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	89
5.1 สรุปผลการวิจัย	89
5.2 อภิปรายผล	92
5.3 ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม.....	94
ภาคผนวก	98

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 เครื่องมือในการวิจัย.....	51
ตารางที่ 2 การเก็บข้อมูลงานวิจัย	53
ตารางที่ 3 ตารางแสดงการเพิ่มมูลค่าคุณค่าอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่ศึกษา.....	66
ตารางที่ 4 ตารางแสดงความเชื่อมโยงหัตถศิลป์ท้องถิ่นและสมาร์ตฟาร์มเมอร์สู่การท่องเที่ยวอาหารเชิงศิลปะ	82

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	9
แผนภาพที่ 2 กระบวนการเกิดและการสืบทอดภูมิปัญญาไทย	18
แผนภาพที่ 3 วงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์.....	21
แผนภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของการทำอาหารกับวิทยาศาสตร์อื่น.....	32
แผนภาพที่ 5 ประสพการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน.....	37
แผนภาพที่ 6 กรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ใน Tyler’s Creative Process	44
แผนภาพที่ 7 กรอบแนวคิด ทฤษฎีในงานวิจัย	48
แผนภาพที่ 8 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น.....	52
แผนภาพที่ 9 แนวทางการแปลผลข้อมูล.....	56
แผนภาพที่ 10 ทฤษฎี ยู.....	61
แผนภาพที่ 11 แนวคิดสมาร์ทฟาร์มเมอร์ในแบบขับเคลื่อนจากอุปทาน.....	92
แผนภาพที่ 12 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง	93

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารจากแนวคิดวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านไทย.....	42
รูปภาพที่ 2 วัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย จังหวัดบุรีรัมย์.....	64
รูปภาพที่ 3 วัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย จังหวัดกระบี่.....	65
รูปภาพที่ 4 ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์.....	84
รูปภาพที่ 5 ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์.....	86

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากงานวิจัยเรื่องแนวทางการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว (จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ, 2559) ภายใต้ชุดโครงการวิจัย “แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย” ซึ่งศึกษาพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการศึกษาเรื่องศิลปะอาหารไทยและห่วงโซ่อุปทานอาหาร เพื่อให้สอดคล้องต่อการท่องเที่ยววิถีไทยในปีที่ผ่านมา โดยจับคู่อาหารกับศิลปะการแสดง เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวระดับชาติเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพบนฐานของวัฒนธรรมไทย ทั้งอาหารและการแสดง งานวิจัยได้ชูเอกลักษณ์และความโดดเด่นในความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี และเสนอเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของพื้นที่วิจัยทั้ง 3 พื้นที่ ประกอบด้วย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม และชุมชนบ้านไร่กองขิง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวโลกที่ไขว่คว้าความเป็นของแท้ในความเป็นท้องถิ่น ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการเรียนรู้สิ่งใหม่ โดยเริ่มจากฐานแนวคิดด้วยเรื่องวิถีไทย ความเป็นไทย ที่หมายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ในชีวิตของคนไทย ใช้วิธีในการดำเนินการศึกษาโดยการสืบค้น จากธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ เพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยว เป็นงานวิจัยแบบกรณีศึกษาเชิงพื้นที่ ดำเนินการโดยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยเน้นการศึกษา วิเคราะห์ผลที่เกิดจริงจากการทดลองทำโดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) และจากการเข้าใจสถานการณ์และโอกาสในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยว โดยรวบรวมข้อมูลจากปราชญ์และผู้รู้เกี่ยวกับวิถีไทยและวิถีชุมชนที่ครอบคลุมทุกมิติ เช่น สังคม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศิลปะนำมาประกอบกับการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการทางอาหารในพื้นที่นั้น ๆ เกษตรกรท้องถิ่น นักปราชญ์ชุมชนหน่วยงานราชการหรือสมาคมทางการเกษตรและการท่องเที่ยวในระดับตำบล อำเภอ จังหวัด และคนกลางด้านสินค้าเกษตรกรรม ซึ่งนำมาสร้างกรอบแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอาหารเพื่อสร้างสรรค์อาหารและศิลปะ ที่สามารถนำเสนอให้เกิดคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้

ผลการศึกษาในงานวิจัยเรื่องแนวทางการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว ค้นพบว่า แนวทางการสวดประสานวิถีไทยเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าในสินค้าและบริการท่องเที่ยว สามารถทำได้โดยกระบวนการการออกแบบบนรากฐานชุมชน (Community-based Design) ซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การสืบค้น (Content) การร้อยเรียง (Concept) และการออกแบบ (Design) โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ คือ การออกแบบที่ควรทำให้การเล่าเรื่องราวมีชีวิต (Living interpretation) และหากเริ่มจากการสืบค้นที่มามีราก การออกแบบคือ การแสดงออกทางศิลปะที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น ๆ โดยต้องอาศัยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัสทั้งห้า เพื่อให้จับต้องได้ แนวทางดังกล่าวความสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติได้จริง ด้วยกระบวนการการออกแบบบนฐานราก

ของชุมชน (Tourism - Community-based Design) ซึ่งแสดงให้เห็นตัวอย่างโดยการหิบบกศิลปะอาหารไทย (Thai Gastronomy) มาเพิ่มมูลค่าด้วยวิถีไทยผ่านการจับคู่ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และอาหารเชิงศิลปะ (Artisan Food) เป็นตัวอย่างในการนำเสนอประสบการณ์การรับประทานอาหารที่สร้างความรู้สึก ความเข้าใจในรากของวิถีชุมชน โดยใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นมิติเชิงนโยบาย เชิงวิชาการ เชิงการพัฒนาสังคม และเชิงพาณิชย์ เนื่องจากการเน้นความเชื่อมโยงในการทำงานร่วมกันตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งประกอบด้วยภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงในระดับนโยบาย ระดับท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยอ้อมที่อาจไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง ผลการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนในกรอบแนวคิดของความยั่งยืนได้ทุกมิติ โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ รวมถึงการศึกษาแบบบูรณาการในการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีไทย และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร การสืบทอดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การแก้ไขปัญหาปากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และการสร้างเอกลักษณ์และข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในเชิงธุรกิจ เพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยวอีกด้วย

โดยในงานวิจัยนี้ ได้นำแนวทางและกระบวนการในการพัฒนาจากการค้นพบจากแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทย งานวิจัยเรื่องแนวทางการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว มาปรับประยุกต์ให้เกิดการกระจายขยายผลในพื้นที่วิจัยที่เป็นเมืองรองทางการท่องเที่ยว โดยจะมุ่งให้เกิดผลต่อความตื่นตัวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเชิงพื้นที่ เชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ และผู้ดำเนินงาน เช่นชุมชน ผู้ประกอบการในประเทศและคู่ค้าในตลาดต่างประเทศ โดยใช้ให้เห็นถึงศักยภาพในการสืบค้นวิถีไทยจากความหลากหลายของที่มาของรากทางวัฒนธรรมนำมาร้อยเรียงและออกแบบเป็นการท่องเที่ยวที่ร้อยเรียงจากเรื่องราวของอาหาร ถ่ายทอดให้เป็นเรื่องราวที่ประกอบกันเป็นกิจกรรม สินค้าของที่ระลึก และเส้นทางท่องเที่ยวที่มีคุณค่า โดยให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาความคิดทั้งกระบวนการ และสามารถนำวิถีไทยพื้นถิ่นมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่านการพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- value based economy) ให้มีความสอดคล้องเพื่อตอบรับนโยบายรัฐบาลชุดปัจจุบัน ที่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความเข้มแข็งภายในให้กับประเทศตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยเน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยการสร้างสรรค์นวัตกรรม องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มศักยภาพและต่อยอดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการบนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยมุ่งไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศรายได้สูงต่อไป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และได้พัฒนาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวนึกถึง และเลือกที่จะมาเยือน โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะและมีรายได้สูง ผ่านการส่งมอบประสบการณ์ของความเป็นไทย เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศสู่ความยั่งยืน โดยมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวระดับบนเข้าสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกรดดีในระยะยาว

อีกทั้ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดโครงการ เที่ยวไทยเท่ ภายใต้แนวคิด ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับ ซึ่ง ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ปี 2560 โดยมีวัตถุประสงค์ เปิดมุมมองใหม่ต่อการท่องเที่ยวไทย ที่สามารถสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ได้ไม่น้อยกว่าการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ กระตุ้นให้คนไทยเดินทางเข้าไปสัมผัสและมีส่วนร่วมับประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทยอย่างลึกซึ้งจนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย ให้สอดคล้องกับแนวคิด Thailand 4.0 เพื่อให้สอดคล้องกับทางหอการค้าไทย ที่ได้จัดโครงการไทยเท่ ทั่วไทย เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยอย่างเป็นรูปธรรมตามแนวทาง Trade and Services 4.0 เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศด้วยองค์ประกอบด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ผสมผสานกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยสร้างเป็นสินค้าและบริการที่แตกต่าง ต่อยอดจากวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักและสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย โดยหอการค้าไทยจะเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการของไทยในทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้เข้าร่วมโครงการไทยเท่ ซึ่งจะได้รับการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจให้มีความเข้มแข็งแตกต่าง เพื่อที่จะมีโอกาสขยายตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยวและขยายเศรษฐกิจท้องถิ่นได้ นับเป็นการบูรณาการภาคส่วนผู้ประกอบการและการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ภายใต้แนวคิด “เท่ SETTER” ออกแบบมุมมองเที่ยวเท่ในสไตล์ลึกลับซึ่งด้วยตัวนักท่องเที่ยวเอง ด้วยการเที่ยวเมืองไทย สร้างสรรค์กิจกรรมไทยเท่ ออกไปค้นหาและนำเสนอมุมมองความหลากหลายทั่วไทยในด้านการผสมผสานแฟชั่นผ้าถิ่นร่วมสมัย ไปท้องถิ่นไหนก็หยิบเสื้อผ้าท้องถิ่นมาประยุกต์ให้เข้ากับสไตล์ของตัวเอง (แต่งเท่) ด้านการกินนั้นให้เน้นการลิ้มลองอาหารถิ่นสูตรพิเศษที่ไม่ได้หากินที่ไหนก็ได้ (กินเท่) ด้านประสบการณ์ที่สร้างสรรค์ให้เที่ยวแบบลึกลับซึ่งต้องสัมผัสได้ถึงของดีภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมเรียนรู้ และลงมือทำด้วยตนเอง ได้สัมผัสเสน่ห์ความเป็นไทย พร้อมได้ของ D.I.Y. ขึ้นเดียวในโลกกลับบ้าน (ทำเท่) ด้านการเก็บภาพความทรงจำ นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มักสะพายกล้อง แบกเป้ ออกไปเปิดมุมมองใหม่ให้โลกรู้ (มูมเท่) ด้านการดื่มด่ำบรรยากาศเก๋ไก๋ ณ ร้านเท่ประจำถิ่น (ซิลล์เท่) ด้านการซื้อของที่ระลึกเนื่องจากเที่ยวเมืองไทยทั้งที ต้องซื้อของดีประจำถิ่น (ซ้อปเท่) ด้านการเลือกใช้พาหนะใดๆ เอกลักษณ์ท้องถิ่นไม่ซ้ำใคร (ไปมาเท่) ด้านการชิมซั่ววิถีชุมชนโดยการแฝงตัวไปสัมผัสประเพณีพื้นบ้านแบบคนถิ่น (เทศกาลเท่) ด้านการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มุมมองโลกทัศน์ จับเขาแลกเปลี่ยนมุมมองใหม่ กับปราชญ์พื้นบ้าน (แลกเปลี่ยนเท่) และด้านการรักในการเที่ยวเมืองไทย เที่ยวเมืองไทย ด้วยจิตใจรักเมืองไทย (ใจเท่) ซึ่งมีความหลากหลายความเป็นไทย ที่ “เท่” ไม่แพ้ใคร โดยใช้กลุ่มคนรุ่นใหม่ หรือเจนวาย (Gen Y) จุดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ผ่านพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

อย่างไรก็ดี พัฒนาการของอุตสาหกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยวนั้น อาจกล่าวได้ว่า มีทิศทางที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยมีความมากมาย หลากหลาย ซับซ้อน และมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมและบริการการท่องเที่ยวต้องมีการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ในรูปแบบใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา โดยนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการที่จะได้เรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์ใหม่ ซึ่งอยู่บนรากฐานของเอกลักษณ์เฉพาะและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่พวกเขาได้ไปเยือน รวมถึง อาหาร

ซึ่งเป็นเสมือนจุดเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และทิศทางการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่ที่เน้นการเรียนรู้และสร้างประสบการณ์ในด้านวัฒนธรรม การถ่ายทอดภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป

จากรายงานการท่องเที่ยวเชิงอาหารโลก ปี พ.ศ. 2555 ขององค์การการท่องเที่ยวโลก ได้กล่าวถึงปรากฏการณ์ เที่ยวเพื่อกิน หรือ การท่องเที่ยวเชิงอาหารว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มได้รับความนิยม และน่าจับตามอง โดยผลการศึกษาวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีการใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มค่อนข้างสูงถึงประมาณ 1 ใน 3 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่แหล่งท่องเที่ยว โดยกระแสการท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันยังมีความเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันนิยมแสวงหาอาหารท้องถิ่นที่มีความแปลกใหม่ในแต่ละจุดหมายที่เดินทางไป โดยถือเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ อาหารยังเป็นศิลปะ และศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีความผูกพันกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อีกด้วย

ในส่วนของประเทศไทยนั้น ข้อมูลจากรายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยวของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่า ในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 32.588 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 8.91 เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลจากการเติบโตของนักท่องเที่ยวเกือบทุกกลุ่ม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากจีน รัสเซีย เอเชียใต้ และอาเซียน ส่งผลให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้นเป็นมูลค่าสูงถึงกว่า 2.52 ล้านล้านบาท โดยการสำรวจทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2559 พบว่า การชิมอาหารเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมากที่สุด สูงถึงร้อยละ 87.6 ขณะที่รายงานโครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง เช่น ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ในปี 2559 ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดำเนินการศึกษาร่วมกับเอกชนเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับบน พบว่า อาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพสูงในตลาดที่ทำการการศึกษาทั้ง 3 ตลาด โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการชิมอาหารท้องถิ่นและมีการใช้จ่ายสูงสำหรับหมวดอาหารและเครื่องดื่ม สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวระดับไฮเอนด์ในประเทศไทย ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวระดับบนมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญและใช้จ่ายกับอาหาร หรือ Dining Experience มากกว่าสินค้าหรือกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยสถิติของค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวจำแนกตามสาขาบริการ ซึ่งค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในบริการอาหารและเครื่องดื่มมีมูลค่าสูงถึง 4.48 แสนล้านบาท คิดเป็นลำดับที่ 2 รองจากค่าบริการที่พัก โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 20 ของรายได้รวมจากการท่องเที่ยว และยังส่งผลในทางบวกต่อการจ้างงานภาคการท่องเที่ยวในสาขาบริการ อาหารและเครื่องดื่มสูงถึง 2.16 ล้านคน ทั้งนี้ คาดว่าการท่องเที่ยวของไทยในปี 2560 จะยังคงเติบโตต่อเนื่องตามแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก

จากทิศทางการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าวและแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับอาหารในฐานะองค์ประกอบหลักของกิจกรรมการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวรายสาขาด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารจะเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวและมีความสอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยเป็นสินค้าและบริการที่มีโอกาสและศักยภาพสูงในการส่งเสริมให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก อันนำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศผ่านการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมและวิถีอันเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวศักยภาพกลุ่มตลาดบนที่มีความสนใจด้านอาหารให้เดินทางเข้ามาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมใหม่ๆ ในแต่ละท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ นำมาสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตแก่คนในท้องถิ่นและเศรษฐกิจภาพรวม รวมทั้งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลกผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้านอาหาร

รัฐบาลปัจจุบันจึงได้มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยได้ดำเนินการขับเคลื่อนตามยุทธศาสตร์การยกระดับการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ส่งเสริมภาพลักษณ์ และพัฒนามาตรฐานอาหารไทยให้ก้าวไกลสู่ระดับสากล สร้างประเทศไทยให้เป็นแหล่งรวมอาหารและวัตถุดิบที่มีคุณภาพในระดับโลก โดยได้มีการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลก เช่น การจัดโครงการ Amazing Thai Taste เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวภายใต้โครงการประสานพลังประชารัฐ ร่วมกันสร้างภาพลักษณ์ของอาหารและผลไม้ไทยให้เป็นสินค้าเกรดดี โครงการอาหารถิ่นต้องห้าม...พลาด การจัดงานประกาศรางวัล 50 ร้านอาหารยอดเยี่ยมแห่งเอเชียประจำปี ซึ่งมีร้านอาหารของไทยติดอันดับหลายร้าน โดยหนึ่งในนั้นได้รับรางวัลชนะเลิศเป็นปีที่ 2 ติดต่อกันด้วย การเชิญเชฟชั้นนำระดับโลกร่วมทัศนศึกษาโครงการในพระราชดำริมาใช้ในการประกอบอาหารเพื่อกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น การสร้างการรับรู้ผ่านทางสื่อสาธารณะต่างๆ เช่น การนำเสนอสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย เรื่องผัดไทยภายใต้กรอบแนวคิด Discover Your Amazing Story in Amazing Thailand โดยร้อยเรียงเป็นเรื่องราวรายกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวในมุมมองของการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การจัดระเบียบอาหารริมทาง โดยล่าสุด กรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกให้เป็นเมืองอันดับหนึ่งที่มีร้านอาหารริมทางที่ดีที่สุดจาก 23 เมืองทั่วโลก สอดคล้องกับนโยบายด้านการตลาดของไทยที่เน้นประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น

ในปี 2560 ประเทศไทยได้ร่วมมือกับบริษัท มิชลิน ทราวเวล พาร์ทเนอร์ ซึ่งเป็นผู้ผลิตคู่มือแนะนำร้านอาหารที่มีชื่อเสียงระดับโลก ในนาม มิชลินไกด์ ในการดำเนินโครงการ The Michelin Guide Thailand โดยมีกำหนดระยะเวลาดำเนินการต่อเนื่อง 5 ปี เริ่มตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 จนถึง ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 เพื่อร่วมสนับสนุนการผลิตคู่มือแนะนำร้านอาหารในประเทศไทยที่ผ่านการคัดสรรตามมาตรฐานของมิชลิน ซึ่งจะช่วยพัฒนาและส่งเสริมอาหารไทย และความสามารถของเชฟในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ สร้างให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมและมีคุณภาพสำหรับนักท่องเที่ยว และ

นำเสนอประสบการณ์อันเป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ โดยเฉพาะทางด้านอาหาร ตามยุทธศาสตร์ที่จะยกระดับการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยให้มีคุณภาพในฐานะเป็นแหล่งรวมวัตถุดิบและอาหารเลิศรสระดับโลกในหลากหลายรูปแบบ ส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของไทยในภาพรวม นอกจากนี้ ไทยยังได้ลงนามความตกลงว่าด้วยการเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมท่องเที่ยวเชิงอาหารระดับโลก UNWTO World Forum on Gastronomy Tourism ครั้งที่ 4 ในปี 2561 ณ กรุงเทพฯ โดยมุ่งหวังว่าการเป็นเจ้าภาพการจัดงานในครั้งนี้จะเป็นโอกาสของประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นในเวทีโลก โดยเตรียมสร้างกลยุทธ์ใหม่ อาหารไทยเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจาก อาหารไทยมีชื่อเสียงทั้งในเรื่องของรสชาติ ความประณีตบรรจงในการคัดเลือกวัตถุดิบปรุงแต่งที่มีคุณภาพ และมีประโยชน์ทางโภชนาการ ความพิถีพิถันในการตกแต่งอาหารให้มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน ตามวัฒนธรรมและวัตถุดิบของแต่ละท้องถิ่น สะท้อนถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทย เป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ชุมชนต่างๆ ในท้องถิ่น

จะเห็นได้ว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารของไทยมีความสอดคล้องกับการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แนวทางการพัฒนาตามนโยบายประเทศไทย 4.0 รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งมีเป้าหมายในการยกระดับศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทยผ่านการปรับโครงสร้างการผลิตภาคเกษตรแบบ Smart Farming โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารร่วมไปกับการพัฒนากรรมวิธีการผลิตของภาคเกษตร โดยมุ่งเน้นประสบการณ์สัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารให้เติบโตต่อไปได้อย่างยั่งยืนนั้น หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรต้องมุ่งเน้นการบูรณาการขับเคลื่อนทั้งระบบ เพื่อให้การกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร รวมถึงการปรุง การบริโภค และการใช้ผลิตภัณฑ์อาหารไทยทั่วโลก ตลอดจนการพิจารณาหลักเกณฑ์และแนวทางการตรวจสอบรับรองร้านอาหารในประเทศไทย และร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีเกณฑ์มาตรฐานในด้านคุณภาพ รสชาติ ความสะอาด และประสิทธิภาพในการบริการที่เหมาะสมและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมผ่านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้านอาหารให้ประสบผลสำเร็จโดยเร็ว เช่น การพิจารณาสนับสนุนและส่งเสริมการจัดทำรายการโทรทัศน์สู่ช่องดิจิทัล ในด้านการท่องเที่ยวที่เน้นการแนะนำอาหารหรือศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แนวทางการส่งเสริมและการคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญาสำหรับอาหารไทยเพื่อดูแลรักษาภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของอาหารไทย ตลอดจนส่งเสริมประชาสัมพันธ์ ทั้งอาหารไทยแบบดั้งเดิม อาหารท้องถิ่น รวมถึงภัตตาคารและร้านอาหารต่างๆ ในฐานะเป็นแหล่งรวมวัตถุดิบและอาหารเลิศรสระดับโลกเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายต่อไป (สำนักการค้าบริการและการลงทุน, 2560)

นอกจาก การท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร ศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่นยังสามารถนำมาประยุกต์เพื่อพัฒนาต่อยอดตามแนวคิด **เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า** (Value-driven Economy) ได้อีกด้วย ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยคุณค่า คือเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้า นำมาเป็นปัจจัยในการกำหนดราคา

ผู้บริโภคยินดีจะจ่ายแพงกว่าเพื่อให้ได้สินค้าที่ถูกใจและมีคุณค่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่า ซึ่งมาจากนวัตกรรมที่ใช้ในการออกแบบให้เห็นความสวยงามจากใจ มีคุณลักษณะที่ดี ภาพลักษณ์ที่ดึงดูดให้เห็นถึงการรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นอยู่ของท้องถิ่นอย่างหลากหลาย การสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยมุ่งเป้าสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creativity-based Economy) เป็นหนึ่งในความสามารถที่เป็นจุดเด่นของคนไทยอันจะเห็นได้จากผลงานของคนไทยที่ได้สร้างชื่อเสียงระดับโลกมากมายโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นด้านการออกแบบสินค้าแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรได้รับการสนับสนุนให้เข้าใจการนำเสนอความโดดเด่นของความเป็นไทยและต่อยอดขึ้นไปจากรากวัฒนธรรม จากความเข้าใจที่มาของภูมิปัญญาท้องถิ่นและนำรากนี้ไปสร้างสรรค์สู่การพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอุตสาหกรรมการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design Industry) ควบคู่ไปกับการพัฒนาตลาดสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นและเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวต่อไป

เนื่องด้วยการท่องเที่ยวไทยเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจลักษณะดังกล่าวข้างต้น อีกทั้ง จากงานวิจัยเดิมที่สร้างองค์ความรู้ในการเชื่อมโยงอาหารไทยกับการท่องเที่ยวได้อย่างลงตัว และสร้างห่วงโซ่อุปทานที่มีคุณค่าที่สามารถพัฒนาได้สามารถนำมาสู่ความเป็นเลิศจากมิติการท่องเที่ยวได้ทั้งสิ้น และมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่นได้อย่างหลากหลาย การวางแผนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหารให้ยั่งยืน จึงควรอยู่บนฐานที่เข้มแข็งของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวจากความ เป็นของแท้ตามแบบวิถีถิ่น วิถีไทย และควรมุ่งเน้นให้เกิดการกระจายรายได้และประโยชน์อย่างสูงสุดและทั่วถึงทั้งในเชิงพื้นที่และในการสร้างความมั่งคั่งให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาคการเกษตร และ อุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดย่อม (SMEs) ประเทศไทยนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ และมีเจตจำนงแน่วแน่ที่จะคงไว้ในเอกลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อให้เกิดผลทางบวกต่อสภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมของคนในชาติ การก้าวสู่การพัฒนาประเทศไทยตามแบบ แนวทางเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่าจะเห็นผลได้จากการนำเรื่องราวอาหารท้องถิ่น และองค์ประกอบอื่นมา ประยุกต์ให้เกิดเป็นตัวอย่างในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

โครงการวิจัยนี้จึงขอเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทั้งในด้านศิลปหัตถกรรมและเกษตรปราชญ์ใน ลักษณะของการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร เพื่อเสริมศักยภาพ และขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ชุมชนให้พัฒนาสอดคล้องตามแนวทาง Thailand 4.0 เพื่อให้สอดคล้องกับโครงการไทยเท่ ทั่วไทย ของ หอการค้าไทย และเที่ยวไทยเท่ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อได้มาซึ่งผลผลิตและผลลัพธ์ของ งานวิจัยนี้ต่อไป โดยที่โครงการวิจัยนี้ขยายผลงานวิจัยที่ผ่านมาในสองมิติ คือ การขยายผลเชิงพื้นที่และการ ขยายผลเชิงประเด็นและสาขางานศิลป์ ในการทำการทดลองซ้ำเพิ่มเติมนี้จะทำให้ได้ทฤษฎีที่จะนำมาเป็น กรอบแนวทางในการสร้างเสริมการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่างๆ ที่สามารถ นำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การเกษตร งานหัตถกรรม พื้นบ้าน งานศิลปการแสดงและการออกแบบ เป็นต้น จากที่ได้ดำเนินการจับคู่อาหารและการแสดงนาฏศิลป์ ไทยไปแล้ว โดยเริ่มที่เรื่องราวการทำอาหารท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ร้อยเรียงอย่างมีศิลปะทั้งการผลิต

การใช้วัตถุดิบ และแหล่งที่มา ที่นำไปสู่เรื่องราวเส้นทางท่องเที่ยวเชิงคุณค่า และจะมีการศึกษาให้เห็นผลในแขนงศิลป์ด้านอื่นๆ โดยใช้ผลการศึกษาที่ชี้ว่าการประสานทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community based Design Model คือ การคิดจากความ เป็นชุมชน ออกแบบสร้างสรรค์ให้ทันยุคตามแนวทางคนรุ่นใหม่ให้เห็นคุณค่าของความเป็นไทยสามารถทำได้อย่างลึกซึ้ง

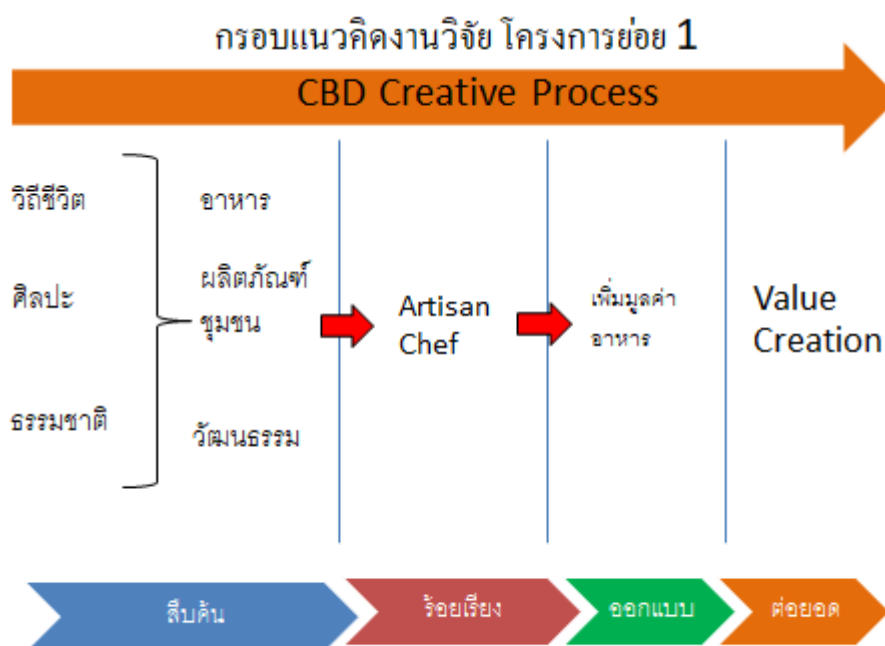
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการย่อย

- 1) เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น
- 2) เพื่อศึกษาต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยงเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ
- 3) เพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

1.3 กรอบขั้นตอนการวิจัย

ในโครงการวิจัยย่อยนี้ นอกจากการต่อยอดงานวิจัยเดิม ในแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การสืบค้นซึ่งครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ วิถีชีวิต และศิลปะ อันเป็นกรอบแนวคิดเรื่องวิถีไทยซึ่งสามารถเห็นการเชื่อมต่อของวัฒนธรรมไทยที่มีความเฉพาะตามวิถีพื้นถิ่น กับการดำรงชีวิตที่ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ซึ่งคนในพื้นที่พยายามเข้าใจและปรับตัวให้อยู่ร่วมกับสภาพแวดล้อมได้อย่างลงตัวสะท้อนออกมาในรูปแบบของวิถีชีวิต เช่น การแต่งกาย อาหารที่สะท้อนถึงสภาพความเป็นอยู่ของแต่ละท้องถิ่น ที่เป็นอยู่ตามลักษณะภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ความหลากหลายทางชีวภาพเหล่านี้ก่อให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สามารถแสดงออกมาในรูปแบบของศิลปะแขนงต่าง ๆ ซึ่งเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและธรรมชาติที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวของวิถีพื้นถิ่นที่แตกต่างกันออกไป กรอบแนวคิดงานวิจัยของงานวิจัยนี้มุ่งเน้นให้เกิดผลที่สำคัญคือ การนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยส่งเสริมการเพิ่มมูลค่าอาหารท้องถิ่น เพื่อสร้างคุณค่าของชุมชน ตามกระบวนการ Community based Design Creative โดยเริ่มจากการสืบค้นเรื่องราวมิติต่าง ๆ ของท้องถิ่น เพื่อร้อยเรียงเนื้อเรื่อง (Content) ร่วมกัน ให้เกิดแนวคิดที่น่าสนใจ (Concept) เพื่อพัฒนาการออกแบบที่สร้างคุณค่า (Design) ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและนักท่องเที่ยวจากภายนอกพื้นที่ ผ่านการศึกษาเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับฐานการเกษตร ผลิตภัณฑ์ และวัฒนธรรมของชุมชนร่วมกับอาร์ตชีฟ (Artisan Chef) เกิดเป็นอาหารที่มีมูลค่าเพิ่ม ดังนั้น งานวิจัยในโครงการย่อยนี้จึงมีการศึกษาผลิตภัณฑ์เกษตร ศิลปะการแสดงและงานศิลป์ท้องถิ่น เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจนนำไปสู่การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารในท้องถิ่นของประเทศไทยได้ต่อไป ซึ่งสอดคล้องตามวัตถุประสงค์งานวิจัย ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ตามกรอบขั้นตอนการวิจัย ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากงานวิจัย เรื่องแนวทางการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ห่วงโซ่อาหารเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยว ได้ศึกษาในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม และชุมชนบ้านไร่ทองขิง จังหวัดเชียงใหม่ แบ่งตามเกณฑ์ของการเข้ามาซึ่งทุนนิยมและระดับการพัฒนาการท่องเที่ยวพื้นที่ โดยในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ให้ความสำคัญใน เมืองท่องเที่ยวรอง ตามกลยุทธ์ด้านการกระจายทางการเจริญของการท่องเที่ยวจากรัฐบาล จึงได้เปลี่ยนพื้นที่วิจัยจากเมืองท่องเที่ยวหลักเป็นเมืองท่องเที่ยวรอง อีกทั้ง ในงานวิจัยเดิมนั้นได้ศึกษาพื้นที่ตัวอย่างในกลุ่มพื้นที่ ที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือ และภาคกลาง โดยในเล่มงานวิจัยนี้นั้น จักใช้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เพื่อแสดงตัวอย่างในแต่ละภูมิภาคในประเทศไทย ดังนี้ เหนือ กลาง อีสาน ใต้ ซึ่งเป็นส่วนพื้นที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ในแต่ละภูมิภาคได้อย่างชัดเจนอีกด้วย นอกจากนี้ประเภทแหล่งท่องเที่ยวและภูมิภาคของพื้นที่วิจัย การเลือกพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้ได้แบ่งตามเกณฑ์ความโดดเด่นในด้านวัฒนธรรม ศิลปะหัตถกรรมและอาหาร อีกด้วย ดังนั้น พื้นที่ในการศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นจังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดกระบี่ ที่เป็นพื้นที่ในการศึกษาและพัฒนาในงานวิจัยเล่มนี้

จังหวัดบุรีรัมย์

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญน่าเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งโบราณสถานศิลปะแบบขอมโบราณที่มีอยู่มากมายกระจาย

อยู่ในพื้นที่ทั้งจังหวัด อีกทั้งยังเป็นที่รู้จักในฐานะเมืองเกษตรกรรมและหัตถกรรม เพราะเป็นแหล่งปลูกข้าวหอมมะลิที่มีคุณภาพดี และเป็นแหล่งทอผ้าไหมที่สวยงามและมีชื่อเสียง นอกจากนี้ด้วยสภาพพื้นที่ตั้งมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน จึงทำให้มีความหลากหลายของเชื้อชาติซึ่งก่อให้เกิดความหลากหลายของประเพณีวัฒนธรรม จนทำให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไปดังคำขวัญของจังหวัดที่ว่า “เมืองปราสาทหิน ถิ่นภูเขาไฟ ผ้าไหมสวย รวยวัฒนธรรม” จึงจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางวัฒนธรรมที่สำคัญได้แห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จังหวัดกระบี่

จังหวัดกระบี่ เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย ที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งทางธรรมชาติ เช่น หาดทรายขาว น้ำทะเลใส ปะการัง ถ้ำ และหมู่เกาะน้อยใหญ่กว่า 100 เกาะ สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดกระบี่ เป็นเทือกเขายาว ภูเขาสูงๆต่ำๆ สลับกันไป และเป็นพื้นที่ชายฝั่ง อีกทั้งมีหมู่เกาะน้อยใหญ่ประมาณ 130 เกาะ รวมอยู่ในจังหวัด ที่สำคัญบริเวณตัวเมืองมีแม่น้ำกระบี่ ยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ไหลผ่านลงสู่ทะเลอันดามัน ที่ตำบลปากน้ำ นอกจากนี้ยังมีคลองปากสีย คลองกระบี่ใหญ่ และคลองกระบี่น้อย ซึ่งมีต้นกำเนิดมาจากเทือกเขาพนมเบญจา ในการที่ผู้คนในจังหวัดกระบี่อาศัยอยู่ในสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตอิงธรรมชาติ ทำให้คนกระบี่มีจิตใจดี ดังคำขวัญ “กระบี่เมืองน่าอยู่ ผู้คนน่ารัก” จึงจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่น่าค้นหาและเดินทางไปรู้จักเป็นอย่างยิ่ง

การเลือกพื้นที่วิจัย

แผนงานวิจัยนี้เป็นการขยายผลทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาทำให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้นจากงานวิจัยที่ผ่านมา พัฒนาเป็นทฤษฎีที่จะนำไปเป็นกรอบแนวทางในการเสริมสร้างการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวและองค์ประกอบต่าง ๆ สามารถนำมาคิดให้มีความเชื่อมต่อกับระบบการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนมากขึ้น เช่น การเกษตร งานหัตถกรรมพื้นบ้าน งานศิลปะการแสดง และการออกแบบ เป็นต้น

การกำหนดเกณฑ์เพื่อนำมาพิจารณาเลือกพื้นที่ในการศึกษาได้กำหนดจากแนวทางการเลือกพื้นที่ตามแบบการใช้กรณีศึกษา (Case Study) ไม่ได้มุ่งให้เกิดตัวแทน (Representation) ของพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวโดยชุมชนของไทย จึงไม่จำเป็นต้องมุ่งเน้นปริมาณจำนวนที่เป็นตัวแทนพื้นที่ แต่เป็นการเลือกให้เกิดตัวแทนของหัวข้อ แนวทางทฤษฎีที่กำลังเป็นโจทย์การศึกษาวิจัย (Theory)

โดยได้คัดเลือกมาทั้งหมด 2 พื้นที่ เบื้องต้นพิจารณาเลือกพื้นที่ที่มีโครงสร้างการบริหารจัดการครบครัน มีคุณลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมที่โดดเด่น และเป็นพื้นที่ที่นอกเหนือจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ศึกษานำร่องที่เหมาะสม ดังนี้

พื้นที่ 1	พื้นที่ 2
การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับนานาชาติ (International Tourist Destination)	การพัฒนาการท่องเที่ยวอยู่ในระดับประเทศ (Domestic Tourist destination)
มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมีนัยสำคัญ	มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมีนัยสำคัญ
ฐานทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย	ฐานทรัพยากรทางศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย
มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน	มีต้นทุนเป็นวัตถุดิบที่มีอัตลักษณ์ของชุมชน
เมืองที่มีการนำเอาศิลปวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว	เมืองที่มีการนำเอาศิลปวัฒนธรรมมาเป็นกรอบในการพัฒนาเมืองด้านการท่องเที่ยว
การเข้าถึง (การเดินทาง)	การเข้าถึง (การเดินทาง)
ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า	ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เน้นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า
ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน	ฐานความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน
มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย	มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย
ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษางานวิจัย	ความพร้อมของภาคีเครือข่ายที่ให้ความร่วมมือในการศึกษางานวิจัย
มีชุมชนที่อยู่ในเขตเทศบาลเมือง	มีชุมชนอยู่นอกเขตเทศบาลเมือง
พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัดกระบี่ (๑๔ ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่ และชุมชนบ้านหนองทะเล)	พื้นที่ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนี้คือ ชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ (หมู่บ้านเจริญสุข และหมู่บ้านสนวนนอก)

การดำเนินงานวิจัยที่ใช้กรณีศึกษาจากข้อมูลเชิงลึกที่จำเป็นจากพื้นที่วิจัย มักมีข้อจำกัดหากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ไม่ให้ความร่วมมือมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงานร่วมกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยนี้เป็นการทดลองปฏิบัติจริง (Experimental Study) ที่มีงบประมาณและเวลาที่จำกัด แม้ว่าการกำหนดเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้มีพื้นที่ที่เข้าเกณฑ์อย่างหลากหลาย แต่เกณฑ์ที่จำเป็นที่สุดในการเลือกพื้นที่คือความร่วมมือของภาคีเครือข่าย และการสนับสนุนจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในเชิงนโยบาย และการนำไปสู่การปฏิบัติจริงในระดับชุมชน

ในกรณีนี้ โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดบุรีรัมย์ และ นายกเทศมนตรีเมืองกระปี่ (เอกสารผนวกที่ ๑) โดยมีนโยบายทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อของโครงการวิจัยนี้

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์เกี่ยวกับมรดกของท้องถิ่น (Local heritage) ผ่านการเรียนรู้โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นสื่อกลาง (Kesimoglu, 2015)

อาหารฟิวชั่น (Fusion food) ศิลปะการประกอบอาหารที่พัฒนามาจากการผสมผสานสองวัฒนธรรมและนำมาสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่โดยเน้นรสชาติใหม่ที่แตกต่างจากรสชาติต้นตำรับ ยกตัวอย่างเช่น อาหารฟิวชั่นที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก (บุรพารักษ์, 2556)

พ่อครัวอาร์ติชัน (Artisan Chef) พ่อครัวที่สร้างสรรค์อาหารอาร์ติชัน (Artisan food) อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ปลอดภัย และมีขั้นตอนวิธีการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมให้ออกมาเป็นอาหารรูปแบบใหม่ที่มีสีสันของอาหารและรสชาติในแบบฉบับของตนเอง

ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ของชาวบ้าน ซึ่งเรียนรู้มาจากพ่อแม่ ปู่ย่าตายาย ญาติพี่น้อง หรือผู้มีความรู้ในหมู่บ้านในท้องถิ่นต่างๆ ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาเป็นความรู้ที่มีคุณธรรม สอนให้คนเป็นคนดี สอนให้คนเคารพธรรมชาติ รู้จักพึ่งพาอาศัยธรรมชาติโดยไม่ทำลาย ให้เคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และคนที่ล่วงลับไปแล้ว

เกษตรกรปราดเปรื่อง เกษตรกรผู้ใช้รูปแบบการทำเกษตรแบบใหม่โดยนำเอาแนวคิดเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการดูแลการเพาะปลูก รวมไปถึงกระบวนการผลิต

งานศิลป์ ศิลปะและหัตถกรรมที่มีความงามความเรียบง่ายจากฝีมือของชาวบ้านทุกๆ ไปสร้างสรรค์ผลงานอันมีคุณค่าทางด้านความงาม และประโยชน์ใช้สอยตามสภาพของท้องถิ่น

ยุวนักวิจัย กลุ่มเยาวชนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่กำหนดเพื่องานวิจัยและการทดลอง ที่ผ่านการคัดเลือกเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย

เยาวชนท้องถิ่น กลุ่มเยาวชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง และเยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ

Catalyst หมายถึง ตัวเร่งปฏิกิริยา เป็นผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพที่มาจากนอกพื้นที่เพื่อเข้าร่วมในกระบวนการทดลอง ได้แก่ นักออกแบบแฟชั่น นักออกแบบอาหาร และนักออกแบบผลิตภัณฑ์

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ☐ การออกแบบจัดแต่งจานอาหารอย่างมีศิลปะและรักษาสิ่งแวดล้อมและเชื่อมโยงกับการเล่าเรื่องวิถีถิ่นชุมชน

- ☐ การออกแบบการสร้างต้นแบบ (Prototype) ของการสร้างสรรค์ชิ้นงานประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร วิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติ ของชุมชนท้องถิ่น
- ☐ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (Travel Route) ด้วยการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหารและเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (New/responsible forms of tourism)

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2 ชุมชน
 - ก. ชุมชนบ้านเจริญสุข
 - ข. ชุมชนบ้านสนวนนอก
- 2) ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ จำนวน 2 ชุมชน
 - ก. 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระบี่
 - ข. ชุมชนบ้านหนองทะเล

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา

12 เดือน (มิถุนายน 2560 - พฤษภาคม 2561)

1.5.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 1) กลุ่มกระบวนกร (ผู้มีทักษะในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม) และนักวิจัย เพื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรม เก็บข้อมูลและร่วมกิจกรรมเพื่อสังเกตการณ์
- 2) กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจและมีพื้นฐานดังต่อไปนี้
 - ก. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 เป็นต้นไป โดยอาจไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง
 - ข. เยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ
- 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ
 - ก. Artisan chef และ/หรือ Chef ผู้ออกแบบอาหาร
 - ข. สมาชิกและปราชญ์ชุมชน

1.5.5 ขอบเขตด้านเครื่องมือวิจัย

เกณฑ์ในการเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัย และแบบสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างเพื่อค้นหาวิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่น

1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล และการแปลผล

การดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมถึงมีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) และการตรวจสอบแบบย้อนกลับของผู้ให้ข้อมูล (Member Cross Check) โดยการให้ผู้มีส่วนได้เสียกับงานวิจัยได้ยืนยันข้อมูลย้อนกลับในผลการวิเคราะห์ที่ได้รับทุกกระบวนการ

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.7.1 แนวทางในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น

1.7.2 แนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตในชุมชนที่สามารถปลูกพืชผักผลไม้เพื่อการบริโภคและนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวพร้อมการพึ่งพาตนเองได้

1.7.3 รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (Travel Route) รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (New/responsible forms of tourism) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products/Interpretations) พร้อมสำหรับนำเสนอในงาน WTM ITB เป็นต้น

1.7.4 แนวทางการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

บทที่ 2

การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้ มีขึ้นเพื่อสร้างมูลค่าคุณค่าในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ทีมวิจัยจึงได้ศึกษาทบทวนที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดการที่จะทำให้เป็นไปอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงมีหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์
3. แนวคิดเรื่องศิลปหัตถกรรม
4. แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร
5. แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าคุณค่าเพิ่ม
6. แนวคิดเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม
7. แนวคิดเรื่องการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom)

ภูมิปัญญา คือ ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ เป็นเรื่องที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีต เป็นเรื่องการจัดความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม คนกับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยผ่านกระบวนการทางจารีตประเพณี วิถีชีวิต การทำมาหากินและพิธีกรรมต่าง ๆ ทุกอย่างเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความสัมพันธ์เหล่านี้ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่และได้แลกเปลี่ยนสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่น จากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กัน แล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น ภูมิปัญญาจึงมีทั้งภูมิปัญญาอันเกิดจากประสบการณ์ในพื้นที่ ภูมิปัญญาที่เกิดจากภายนอกและภูมิปัญญาที่ผลิตใหม่หรือผลิตซ้ำ เพื่อการแก้ไขปัญหาและการปรับตัวให้สอดคล้องกับความจำเป็นและความเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นผลึกขององค์ความรู้ที่มีกระบวนการสั่งสม สืบทอดกลั่นกรองกันมายาวนาน มีที่มาหลากหลายไร้เอกภาพ แต่ก็ได้ประสมประสานกันจนกลายเป็นภาพที่ชัดเจน

ความรู้ อาจไม่ได้เป็นเอกภาพ (Unity) แต่ภูมิปัญญาจัดว่าเป็น เอกลักษณ์ (Identity) รวมถึงประสบการณ์ในการประกอบอาชีพ ในการศึกษาเล่าเรียน การที่ชาวบ้านรู้จักวิธีการทำนา การไถนา การเอาควายมาใช้ในการไถนา การรู้จักนวดข้าว โดยการใช้ควาย รู้จักสานกระบุงตะกร้า เอาไม้ไผ่มาทำเครื่องใช้ไม่สอยในชีวิตประจำวัน จึงทำให้อาชีพ อาหาร งานศิลป์แต่ละท้องถิ่นมีความแตกต่างกันอย่างเป็นเอกลักษณ์ที่มีเสน่ห์น่าจับต้องซึ่งผ่านจากกระบวนการการแก้ไขปัญหาเป็นระยะเวลาานาน (สมฤทธิ์ ไซยมงคล, 2552: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541: ธีรช ภูณโณทก, 2531: พัทธรา อุตระกุล, 2531: ชลธิรา สัตยาวัฒนา)

การที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยนั้น ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้น จึงเรียกว่า **ภูมิปัญญาไทย** หมายถึงองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ของการดำรงชีวิตของคนไทยที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ประกอบกับ แนวความคิดวิเคราะห์ลักษณะของตนเองที่สามารถพัฒนาความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกาลสมัยในการแก้ปัญหาของการดำรงชีวิต ซึ่งภูมิปัญญาไทยนั้นด้านหนึ่งนอกจากจะเป็นเรื่องของพื้นภูมิธรรมแล้ว ยังหมายถึงศักยภาพในการประสานความรู้ใหม่มาใช้ประโยชน์ด้วย ซึ่งเอื้อให้เกิดทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะสากลและลักษณะเฉพาะของเราเอง โดยผลของประสบการณ์สั่งสมของคนที่ยอมรับจากปฏิสัมพันธ์ในกลุ่มชนเดียวกันและระหว่างกลุ่มชนหลาย ๆ ชชาติพันธุ์ รวมไปถึงโลกทัศน์ที่มีต่อสิ่งเหนือธรรมชาติ ภูมิปัญญาเหล่านี้เคยเอื้ออำนวยให้คนไทยแก้ปัญหาได้ดำรงอยู่ และสร้างสรรค์อารยธรรมของเราเองได้อย่างมีคุณภาพกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในระดับพื้นฐานหรือระดับชาวบ้าน ภูมิปัญญาในแผ่นดินนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นเอกเทศแต่มีส่วนแลกเปลี่ยนเลือกเฟ้น และปรับให้ภูมิปัญญาจากอารยธรรมอื่นตลอดมา (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2540: กุลวิตรรา ภัคคานนท์: เสรี พงศ์พิศ, 2536)

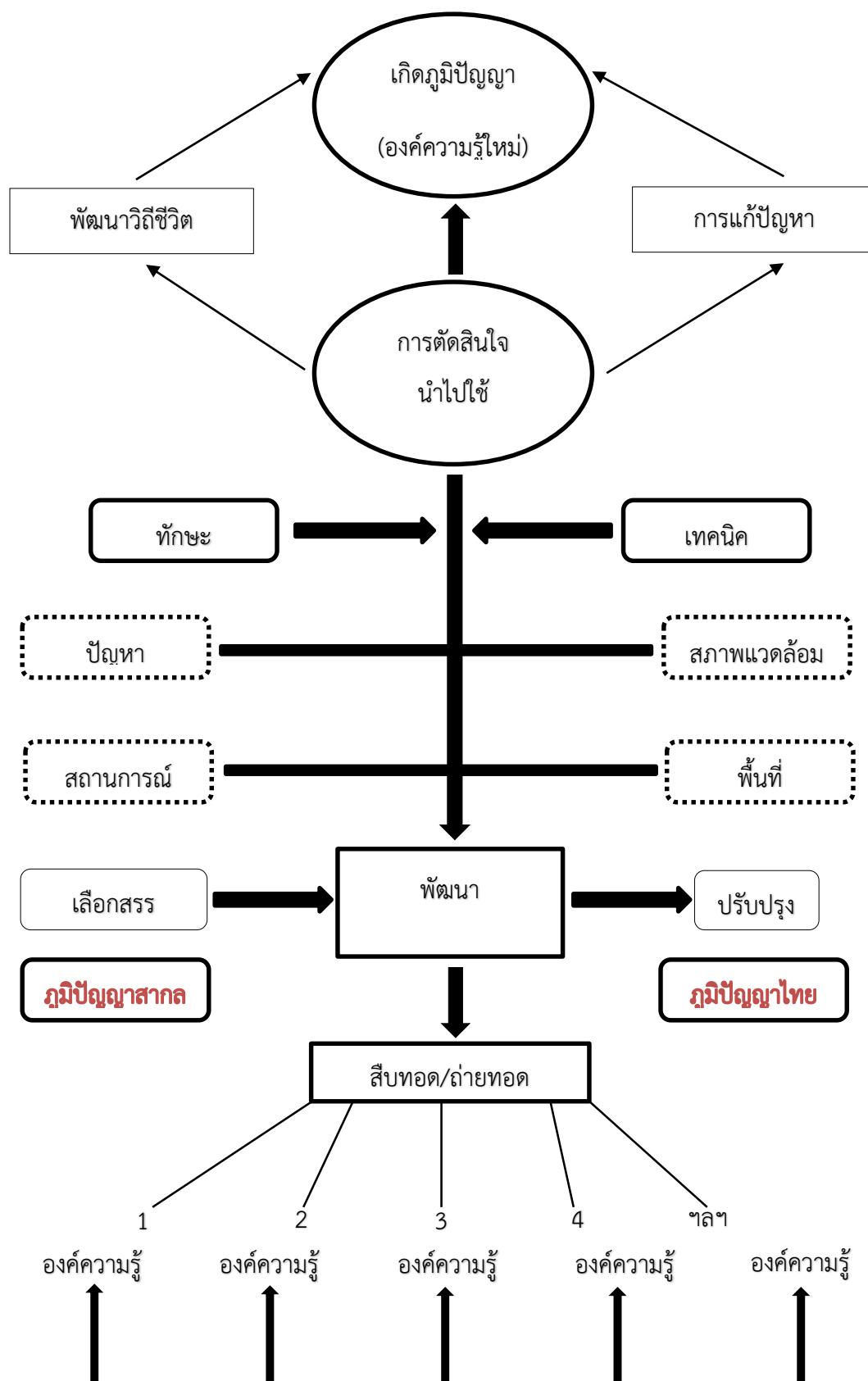
ภูมิปัญญาได้ถูกส่งผ่านมาหลายระดับ ส่งผ่านจากภาพใหญ่สู่ภาพเล็ก จากระดับภูมิภาคสู่ระดับประเทศชาติ จากภูมิปัญญาของชนชาวไทยสู่ภูมิปัญญาในระดับท้องถิ่นตามแต่ละภูมิภาค อีกทั้งสู่ระดับชุมชนอีกด้วย ซึ่งไม่ว่า คำว่า ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ภูมิปัญญาชาวบ้าน **ภูมิปัญญาท้องถิ่น** นั่นคือสิ่งที่งานวิจัยนี้จักทำการค้นหาตามหลักการสามเสา วิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติ ที่เป็นผลจากงานวิจัยเล่มเดิม ซึ่งหมายถึง พื้นเพรากฐานของความรู้ชาวบ้าน พื้นฐานความรู้ของชาวบ้านหรือ คือความรอบรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้และมีประสบการณ์สืบทอดกันมาทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือที่เป็นความรู้สะสมต่อกันมา เกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกันไปหมดในทุกสาขาวิชาไม่แยกเป็นวิชา ๆ แบบที่เราเรียน ฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเศรษฐกิจอาชีพ ความเป็นอยู่เกี่ยวกับการใช้จ่ายกับการศึกษา วัฒนธรรมมันจะผสมผสานกลมกลืนเชื่อมโยงกันไปหมด ทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เอง ที่นำมาในการแก้ปัญหา เป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ที่สั่งสมและสืบทอดกันมา อันเป็นความสามารถและศักยภาพในเชิงแก้ปัญหา การปรับตัวเรียนรู้และสืบทอดไปสู่คนรุ่นใหม่ เพื่อการดำรงอยู่รอดของเผ่าพันธุ์ จึงเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เผ่าพันธุ์ เผ่าพันธุ์หรือเป็นวิถีของชาวบ้าน เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้างทั้งลึกที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย (กฤษณา วงษาสันต์, 2542: ยิ่งยง เทาประเสริฐ , 2537: เสรี พงศ์พิศ, 2536: สามารถ จันทร์สุรย์, 2533: ประเวศ วะสี, 2533) งานวิจัยนี้เน้นการประยุกต์บูรณาการตามกรอบภูมิ

ปัญญา ศิลปวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น เพื่อประยุกต์จากอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีสู่เอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวชุมชนของตน

โดยภูมิปัญญานั้นสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างคนกับโลก สิ่งแวดล้อม สัตว์ พืช ธรรมชาติ ความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ที่ร่วมกันในสังคมหรือชุมชน และความสัมพันธ์กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สิ่งเหนือธรรมชาติ สิ่งที่ไม่สามารถสัมผัสได้ (เสรี พรศพิศ, 2529) รัตนะ บัวสนธิ (2535) ได้อธิบายว่ากระบวนการทัศน์ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นแบ่งออกเป็น ภูมิปัญญาเกี่ยวกับการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติแวดล้อม ภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบสังคมหรือการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ และภูมิปัญญาเกี่ยวกับระบบการผลิตหรือการประกอบอาชีพที่มีลักษณะมุ่งเน้นระบบการผลิตเพื่อพึ่งพาตนเอง โดยมณี พยอมยงค์ (2537) ได้ทำการศึกษาภูมิปัญญาตามความเชื่อของคนล้านนาว่าประกอบด้วย ความเชื่อทางพุทธศาสนา ความเชื่อทางไสยศาสตร์ และความเชื่อทางโหราศาสตร์ ซึ่งทีมวิจัยจะต้องค้นหาและเปรียบเทียบกับบริบทในพื้นที่วิจัยทั้ง 4 ชุมชน ตามมิติสามเสา ธรรมชาติ ชีวิต ศิลปะ ซึ่งเป็นกระบวนการในการค้นพบจากงานวิจัยที่ได้รับก่อนหน้านี้

แม้ภูมิปัญญาจะเกิดขึ้นเป็นระยะเวลานาน แต่นักวิชาการได้พยายามศึกษาถึงที่มาของภูมิปัญญา โดย เอกวิทย์ ณ ถลาง (2546) ได้ศึกษาการเรียนรู้ตามธรรมชาติที่ทำให้เป็นบ่อเกิดของภูมิปัญญา ไว้ว่า การเรียนรู้ที่จะดำรงชีวิตและรักษาเผ่าพันธุ์ของตนให้อยู่รอดด้วยการลองผิดลองถูก การเรียนรู้ด้วยการลงมือปฏิบัติ การถ่ายทอดความรู้และการเรียนรู้จากการทำจริงซึ่งรวมถึงการสาธิตวิธีการ การสั่งสอนด้วยการบอกเล่า และการสร้างองค์ความรู้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร อีกทั้ง การเรียนรู้โดยพิธีกรรม ศาสนา การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกันทั้งในชาติพันธุ์ ถิ่นฐาน การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม (Cultural Reproduction) รวมถึงครูพักลักจำซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้อีกวิธีหนึ่งที่มีมาแต่เดิมและยังมีอยู่ต่อไป เป็นการแอบเรียน แอบเอาอย่าง แอบลองทำดู ตามแบบอย่างที่ได้สังเกตเห็นอย่างเจียม ๆ แล้วรับเอามาเป็นของตน เมื่อสามารถทำได้จริง วิธีนี้ดูเหมือนการลักขโมยสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาของผู้อื่น หากแต่เป็นวิถีธรรมชาติธรรมดาของคนในการเรียนรู้จากผู้อื่น

โดยที่กระบวนการใน การเกิดภูมิปัญญา นั้น มีกระบวนการที่เกิดจากการสืบทอดถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ แล้วพัฒนา เลือกรองรปรับปรุงองค์ความรู้เหล่านั้นจนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย หรือ องค์ความรู้ใหม่ ที่เหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งแสดงได้โดยแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 กระบวนการเกิดและการสืบทอดภูมิปัญญาไทย

(ที่มา : กฤษณา วงษาสันต์, 2542)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถแบ่งประเภท ออกได้เป็น 9 ประเภท ดังนี้

1. ด้านเกษตรกรรม เช่น การทำนาเปิด การใช้เปลือกไข่ไล่เพลี้ยไฟ ฉีควำจัดแมลง เป็นต้น
2. ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เช่น การจักสาน การทอผ้า เป็นต้น
3. ด้านการแพทย์แผนไทย
4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ถึงขยะยาง การเลี้ยงกุ้งกุลาดำระบบรีไซเคิล เป็นต้น
5. ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน เช่น การเพาะเห็ดฟางจากทะลายปาล์ม เป็นต้น
6. ด้านศิลปกรรม
7. ด้านภาษาและวรรณกรรม
8. ด้านปรัชญา ศาสนาและประเพณี
9. ด้านโภชนาการ (แหล่งที่มา : กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม)

ซึ่งในแต่ละชุมชนมีการตื่นตัวและนำความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ประยุกต์ใช้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ ทั้งธุรกิจบริการและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์และสร้างลักษณะเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำมาใช้ในการท่องเที่ยว แนวทางในการประยุกต์องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ สามารถศึกษาผ่านกระบวนการใน 1) การอนุรักษ์ คือการบำรุงรักษาความรู้ หรือสิ่งที่ดั้งเดิมไว้ เช่น ประเพณีต่าง ๆ งานหัตถกรรม เป็นต้น 2) การฟื้นฟู คือ การรื้อฟื้นความรู้ หรือสิ่งที่ดั้งเดิมต่าง ๆ ที่สูญหายไป เปลี่ยนไป เลิกไป หรือกำลังจะเลิกล้มให้กลับมาเป็นประโยชน์ให้ผู้คนสมัยนี้ 3) การประยุกต์ คือ การปรับ หรือการผสมผสานความรู้เก่ากับความรู้ใหม่เข้าด้วยกันให้เหมาะสมกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป และ 4) การสร้างใหม่ คือ การคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่สัมพันธ์กับความรู้อยู่เดิม (เสรี พงศ์พิศ, 2533) โดย กมลทิพย์ คงประเสริฐอมร (2548) เสนอเครื่องมือที่จะช่วยในการส่งเสริมการพัฒนางานความรู้ของชาวบ้าน ด้วยวิธีการแรกผ่านเผยแพร่ภูมิปัญญาชาวบ้านให้ชุมชนได้เข้าใจ โดยการจัดการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ความรู้ จัดประชุมชี้แจงหรือการแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น รวมทั้งการทัศนศึกษา และการอบรมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ หรือด้วยวิธีการในการพัฒนางานความรู้ สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ชาวบ้าน เพื่อจะได้นำประสบการณ์นั้นมาประยุกต์ใช้กับความรู้เดิมของตนเอง สร้างโอกาสในการนำความรู้ที่มีอยู่เดิมในพื้นที่บ้านมาใช้ให้เกิดประโยชน์ วิธีการสุดท้ายคือการให้คุณค่าภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นการสะท้อนองค์ความรู้ที่มีอยู่ในรูปของวิถีการดำเนินชีวิต

ส่วนการเรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยคนภายนอกที่มีความรู้ทางวิชาการ หลังจากเข้าใจแล้วก็จะดึงประโยชน์จากภูมิปัญญาชาวบ้านไปสู่เมืองหรือต่างประเทศ หรืออาศัยความเข้าใจนั้นไปพัฒนาตัวเขาให้ดีขึ้น ซึ่งมักจะทำลายอาชีพชาวบ้านไปทันที ดังนั้นการไปศึกษาชาวบ้าน เป็นการศึกษาเพื่อช่วยให้ชีวิตชาวบ้านดีขึ้น

การนำความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้มันสามารถปรับเข้ากันได้ดี ถ้าสามารถจับจุดให้ถูก ปัญหาต่าง ๆ ก็จะหมดไป เทคโนโลยีที่นำเข้ามา ต้องเข้าใจว่าไม่ใช่เครื่องจักรเพียงอย่างเดียว เทคโนโลยียังหมายถึงวิทยาการ ความรู้ต่าง ๆ ที่เอาไปประยุกต์ใช้เป็นส่วนที่เรียกว่า ซอฟต์แวร์ (Software) ซึ่งไม่ใช่วัตถุ อุปกรณ์ โดยการศึกษา ค้นคว้า ฟันฟู หรือประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ประโยชน์ เพื่อพัฒนาตนเอง พัฒนาเทคโนโลยี หรือสร้างเทคโนโลยีขึ้นมาเอง การที่จะก้าวไปนั้นควรมีขั้นตอนดังนี้

1. ต้องมีความเข้าใจ ว่าภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเรื่องสำคัญ เป็นความดีมีคุณค่าและสะสมกันมานาน เป็นเรื่องที่ผสมผสานทุกสิ่งทุกอย่าง เชื่อมโยงสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
2. ศึกษาชาวบ้านให้มากที่สุด ว่าทำอะไร เก่งอะไร มีอะไร
3. ต้องเอาข้อมูลมาหาความหมาย เพื่อจัดระบบขึ้นใหม่ แล้วเอาภูมิปัญญาอื่นเข้ามาเชื่อมโยงกัน เพื่อพัฒนาให้ดีขึ้น ความรู้ที่เชื่อมโยงกันได้ ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. การจัดศึกษาอบรมชาวบ้าน ควรมีหลายแบบ บนหลักการเคารพของชาวบ้าน พยายามเข้าถึงวิถีการถ่ายทอดความรู้ ศิลปวิทยาของชาวบ้าน โดยพาไปดูงานเพื่อให้เห็นของจริง การแลกเปลี่ยนความคิดในหมู่ชาวบ้านเอง หรือเชิญชาวบ้านที่เก่งในเรื่องต่าง ๆ มาเป็นวิทยากร

นอกจากนี้เรายังต้องสนใจปัญหาการเชื่อมโยงวิชาการสากลเข้ากับภูมิปัญญาชาวบ้าน เพราะช่วยให้วิชาการท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาก้าวหน้าต่อไป ขณะเดียวกันสิ่งที่ชาวบ้านทดลองว่าดีก็สามารถเข้าไปอยู่ภูมิปัญญาสากล (ประเวศ วะสี, 2533: 86-87)

2.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

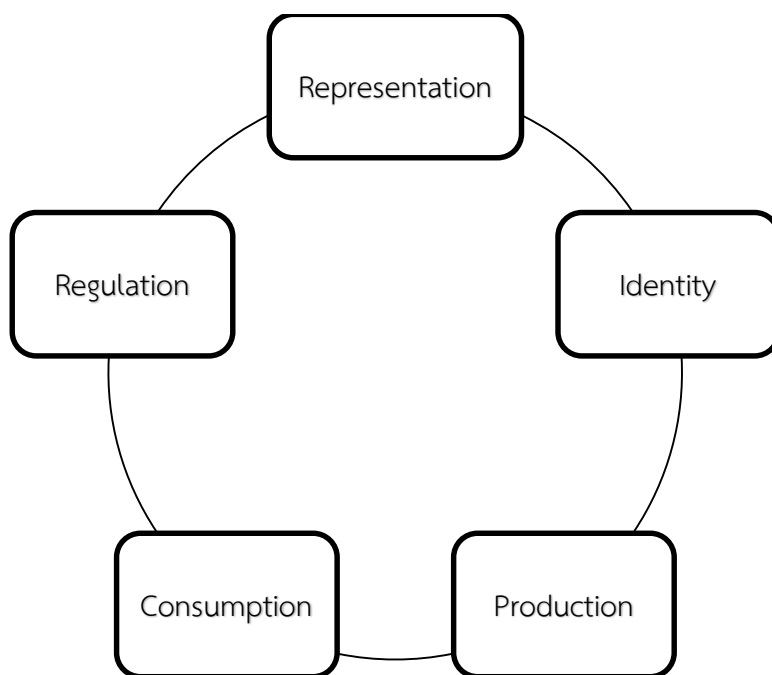
อัตลักษณ์ หมายถึง ความแตกต่างจากคนกลุ่มอื่น โดยแบ่งถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างไว้ 10 ประการ คือ 1. ระบบการสื่อสารและภาษา 2. ลักษณะท่าทางและการแต่งกาย 3. อาหารและนิสัยการบริโภค 4. เวลาและความสำนึก 5. การตอบแทนและการทักทาย 6. ความสัมพันธ์ 7. ค่านิยมและบรรทัดฐาน 8. ความรู้สึกเป็นตัวเองและระยะห่าง 9. การพัฒนาด้านจิตใจและการเรียนรู้ 10. ความเชื่อและทัศนคติ

ความหมายของอัตลักษณ์ได้แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา จากเดิมที่อัตลักษณ์ได้รับการนิยามว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะของคนหรือสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นความหมายเดียวกับคำว่า “เอกลักษณ์” นั้นในปัจจุบันนี้ มุมมองทางสังคมศาสตร์ได้ริ่สร้าง ความหมายเสียใหม่ให้เหมาะสมกับคำว่า “อัตลักษณ์” มากขึ้น ด้วยการพิจารณาความหมายของอัตลักษณ์ให้สัมพันธ์กับความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในบริบทของโลกาภิวัตน์ที่เน้นปรากฏการณ์ของการมีปฏิสัมพันธ์ในมิติของเวลาอันรวดเร็ว และมิติของพื้นที่ไร้ขอบเขตจำกัดรวมทั้งการเคลื่อนไหวในระดับการที่เป็นผลให้การก่อรูปของอัตลักษณ์เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับทิศทางใหม่ในเชิงสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ และปัจจัย ๆ มากขึ้น ไม่ใช่เป็นเพียงสิ่งที่กำหนดจากปัจเจกภาพของบุคคลอีกต่อไป

ตามมุมมองของ Hall (n.d. อ้างถึงใน จิรัฏฐ์ ศุภการ, 2545) นักทฤษฎีสาย Cultural study เชื่อว่าอัตลักษณ์เป็นเพียงสิ่งประกอบสร้าง โดยกล่าวว่า ความเป็นตัวตนนั้นเป็นเพียงชิ้นส่วนหลาย ๆ ชิ้น ที่ถูกประกอบรวมกันขึ้นมาเท่านั้นเอง และภายใต้บริบทของสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งนั้นอาจมีการเชื่อมต่อนั่นส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และส่งผลต่อการแสดงออกของบุคคลในลักษณะหนึ่ง แต่เมื่ออยู่ภายใต้บริบทที่แตกต่างออกไป อาจจะมีการเชื่อมต่อนั่นส่วนต่าง ๆ และส่งผลกระทบต่อการแสดงออกของบุคคลในรูปแบบหนึ่งก็ได้

การที่เราเลือกนิยามความหมายของตนเองและแสดงตนเองต่อบุคคลหรือสังคมว่าเราเป็นใครนั้น เป็นกระบวนการของการเลือกใช้และแสดงออกซึ่งจะทำให้รู้ว่าเราเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นหรือกลุ่มอื่นอย่างไร โดยผ่านระบบของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) หรือเครื่องหมายเชิงอัตลักษณ์ (Identity markers) ซึ่งเป็นสิ่งที่ประกอบกันทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึกภายในตัวเรา และกระบวนการของโลกภายนอกที่เราเกี่ยวพัน เพราะมนุษย์เลือกใช้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเองทั้งในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและในส่วนของตัวเองที่มันซ้อนทับกันอยู่ ดังนั้นจึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ในระดับบุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ในระดับสังคม (Social identity)

ฮอลล์ และดูกาย (Hall & Du Gay, 1996 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) อธิบายลักษณะของอัตลักษณ์ว่า ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติ หรือเกิดขึ้นลอย ๆ แต่ก่อรูปขึ้นมาภายในวัฒนธรรม ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยที่วัฒนธรรมก็เป็นสิ่งถูกประกอบสร้างทางสังคม (Social construct) และไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งตายตัว หากแต่เป็นวงจรซึ่งมีผู้เรียกว่าวงจรแห่งวัฒนธรรม (Circuit of cultural)



แผนภาพที่ 3 วงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์

(ที่มา : Hall & Du Gay, 1996 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

จากแผนภาพที่ 3 วงจรวัฒนธรรมกับการสร้างอัตลักษณ์ อธิบายได้ว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายมีกระบวนการถูกผลิต (Produced) ให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภค (Consumed) และถูกควบคุมจัดการ (Regulated) อยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น และทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายต่าง ๆ (Creating meaning) ผ่านระบบต่าง ๆ ของการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic systems of representation) ที่เกี่ยวกับตำแหน่งแห่งที่ต่าง ๆ ทางอัตลักษณ์หลากหลายที่เราเลือกใช้ หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา

ในการศึกษาอัตลักษณ์ของบุคคลหรือชุมชนน่าจะศึกษาได้จากภาพตัวแทนที่แสดงออกมาเป็นสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายอัตลักษณ์ซึ่งอาจจะแสดงผ่านสื่อต่าง ๆ หรือแสดงให้ผู้อื่นรับรู้ เช่น การใช้ภาษา ศาสนา เครื่องแต่งกาย และการบริโภค เป็นต้น ซึ่งนั่นก็เป็นสิ่งที่งานวิจัยเล่มนี้ค้นหา เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน เพื่อบูรณาการเชื่อมโยงต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

อัตลักษณ์ มีประเภทหนึ่ง ที่เรียกว่า อัตลักษณ์ร่วม (Collective identity) สารานุกรมสังคมวิทยาแบบลิเคเวล ได้นิยามไว้ว่า หมายถึงการมีความหมายร่วมกันของกลุ่ม ซึ่งความหมายร่วมเหล่านี้เกิดจากความสนใจและประสบการณ์ร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม เป็นการตอบคำถามว่าพวกเราเป็นใคร อัตลักษณ์ร่วมไม่ใช่สิ่งตายตัว เกิดขึ้นผ่านการต่อสู้ทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวทางสังคม ปฏิสัมพันธ์ และปฏิกิริยาทางสังคม (George, 2007 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ Littlejohn and Foss (2008 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) ได้อธิบายว่าเมื่อตั้งคำถามว่า “ฉันคือใคร” เรากำลังค้นหาภาพที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเรา ที่เรียกว่าอัตลักษณ์บุคคล (Personal identity) ทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์มีความหมายกว้างขวางไปถึงเรื่องวัฒนธรรมด้วย โดยลิตเติลจอร์นและฟอสส์กล่าวว่า เฮชท์ และคณะ (Hecht et al, n.d. อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551) ได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ (The Communication Theory of identity: CTI) ไว้ โดยอธิบายว่าอัตลักษณ์เป็นจุดเชื่อมกันระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual) และสังคม (Social) ส่วนการสื่อสารคือส่วนเชื่อมโยง จริง ๆ แล้วอัตลักษณ์คือรหัสที่อธิบายความเป็นสมาชิกของชุมชนของเรา รหัสเหล่านี้ประกอบด้วยสัญลักษณ์ เช่น เสื้อผ้า คำพูด เป็นต้น

การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์และเป็นกลไกที่ทำให้อัตลักษณ์เปลี่ยนแปลง ความรู้สึกต่ออัตลักษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ 1.การมองตนเอง (Subjective dimension) และ 2.คนอื่นมองเราอย่างไร หรือเป็นมุมมองตัวเรา ที่เราได้เรียนรู้จากผู้อื่น (Ascribed dimension) นั่นคือ ในงานวิจัยนี้ ได้คัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst) เพื่อร่วมสร้างมูลค่าคุณค่าในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารท้องถิ่นกับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่วิจัย จึงได้มุมมองของการที่ชุมชนมองชุมชนเอง และมุมมองของตัวกระตุ้นต่อชุมชน

สำหรับการศึกษานี้ ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนในพื้นที่วิจัยในมุมมองจากเชิงพื้นที่ ในลักษณะที่เป็นคนในชุมชน นอกจากนี้ยังศึกษาอัตลักษณ์คนในชุมชนในมุมมองของเซฟอาร์ติซันและนักออกแบบ ซึ่งคือตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยครั้งนี้ซึ่งคือคนจากนอกชุมชน รวมทั้งศึกษาอัตลักษณ์ทั้งเป็นผลผลิตและ

กระบวนการ โดยจะศึกษาผ่านเครื่องหมายอัตลักษณ์ ได้แก่ ความเชื่อ ภูมิปัญญา การละเล่น ประเพณี พิธีกรรม ศาสนา อาชีพ อาหาร การใช้ภาษา บุคลิกนิสัย การแต่งกาย ผ่านสามเสาจากงานวิจัยเดิม วิธีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติ

2.1.3 แนวคิดเรื่องศิลปหัตถกรรม

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2538 (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2538: 659) ให้ความหมายว่า ศิลปหัตถกรรม หมายถึง ศิลปวัตถุที่เป็นผลงานประเภทศิลปประยุกต์ มีจุดประสงค์และความต้องการในด้านประโยชน์ใช้สอย เช่น งานโลหะ งานถักทอ งานเย็บปักถักร้อย โดยทางสำนักส่งเสริมและพัฒนากิจการมนัสนาการ สำนักงานพัฒนากีฬาและนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547) ได้อธิบายถึงลักษณะสำคัญของศิลปหัตถกรรมด้านต่าง ๆ เช่น งานประดิษฐ์ งานทักษะ การประกอบอาหาร การวาดเขียน จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถศิลป์

จากที่ทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปหัตถกรรมในพื้นที่วิจัย พบว่ามีความเชื่อมโยงกับศิลปหัตถกรรม ดังนี้

1. เครื่องจักสานไทย

จัดเป็นงานหัตถกรรมที่เก่าแก่ที่สุดของโลกประเภทหนึ่ง ถือเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ที่สัมพันธ์ใกล้ชิดและผูกพันกับมนุษย์มาหลายพันปี สำหรับการทำเครื่องจักสานในประเทศไทย เชื่อว่ามีการทำสืบทอดกันมายาวนาน ตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ แต่ไม่ได้มีการกล่าวถึงในเอกสารประวัติศาสตร์ สมัยสุโขทัยราวพุทธศตวรรษที่ 18-20 มีบันทึกถึงเครื่องจักสานชนิดหนึ่ง คือ ครุหรือกระออม เป็นเครื่องจักสานขนาดใหญ่ ยาด้วยชั้นหรือน้ำมันยางไม้ ใ้ใส่น้ำแทนโอ่งหรือตุ่มดินเผา สามารถขนย้ายสะดวกและมีน้ำหนักเบาว่าดิน ครุหรือกระออมจึงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความนิยมอย่างมากในสมัยนั้น ที่สำคัญสมัยโบราณยังมีการทำเสื่อเกราะและโล่สานจากหวาย ให้นักรบไทยใช้เพื่อป้องกันอาวุธของมีคม เพราะวัสดุจากหวายมีความยืดหยุ่น คงทน และแข็งแรง

การทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน โดยทั่วไปหมายถึง สิ่งที่ผลิตขึ้นด้วยมือ ใช้วิธีจักสาน ถักและทอเป็นหลัก การจัก คือ การทำวัสดุให้เป็นเส้น เป็นริ้ว วัสดุที่นำมาใช้มักเป็นไม้ไผ่และหวาย เรียกว่า ตอก ส่วนการสานนับเป็นขั้นตอนสำคัญของการทำเครื่องจักสาน เพราะเป็นกระบวนการทางความคิดและฝีมือของมนุษย์ในการสร้างรูปทรงต่าง ๆ ขึ้นตามประโยชน์ใช้สอย ซึ่งได้รับการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

รูปทรงของเครื่องจักสานที่ทำมาจากวัตถุดิบธรรมชาติยุคแรกเป็นการสร้างรูปทรงง่าย ๆ ในลักษณะการขัดเป็นแผงหรือเป็นแผ่นเรียบ ๆ สำหรับปูลาดหรือใช้เป็นฝาบ้านเพื่อยู่ออาศัยก่อนที่จะพัฒนาให้มีรูปทรงและลวดลายที่สลับซับซ้อนขึ้น

“ไม้ไผ่” เป็นวัสดุที่นำมาทำเครื่องจักสานมากกว่าไม้ชนิดอื่น เพราะมีคุณสมบัติคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ สามารถรับแรงดึงและแรงกดดันได้ดี โดยไม่แตกหรือหักง่าย เมื่อเทียบกับพืชชนิดอื่น พบทุกภาคของ

ประเทศ คนไทยในชนบทนิยมปลูก เนื่องจากสามารถนำต้นไม้ไผ่มาใช้ได้ทุกส่วน ทั้งหน่อ ราก ลำต้นและใบ “ไม้ไผ่” จึงเป็นพืชที่ผูกพันกับวิถีชีวิตชาวไทยตลอดมา

ในประเทศไทยพบไม้ 50 ชนิด แต่มีการนำมาใช้งานประมาณ 32 ชนิด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของงาน แต่บรรดาไม้ที่พบ เรานิยมนำ “ไม้สีสุก” มาทำเครื่องจักสานมากที่สุด เพราะมีคุณสมบัติพิเศษหลายด้าน เช่น เมื่อต้นแก่จะมีสีเหลืองสวย เนื้อแกร่ง สามารถจักตอกให้เป็นเส้นได้ดี ง่ายต่อการดัดโค้งเพื่อขึ้นรูปและสานเป็นผลิตภัณฑ์ ในบรรดาจักสานทั้งหลายที่ต้องการให้ใช้งานได้ดี แข็งแรงและคงทน มักนิยมใช้หวายซึ่งสามารถใช้ผูกและมัดได้ดีเหมือนเชือกเป็นส่วนประกอบด้วยเสมอ โดยเฉพาะภาชนะที่ต้องรับน้ำหนักมาก ๆ เราจึงพบเห็นผลิตภัณฑ์จำนวนมากใช้ไม้ผสมผสานกับหวาย

จุดเด่นผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไทย

จากเครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้าน ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เมื่อสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของสังคมชนบทเปลี่ยนไป การผลิตเครื่องจักสานจึงเปลี่ยนรูปแบบจากผลิตภัณฑ์เดิมให้เข้ากับวิถีชีวิตแบบใหม่ของสังคม โดยมีทั้งการปรับขนาดและรูปแบบให้เข้ากับประโยชน์การใช้สอย เช่น กระติบข้าว กลายเป็นกระเป๋าส่งของที่ขายดีในประเทศและสามารถส่งออกญี่ปุ่นได้ นอกจากนี้ยังมีการนำวัสดุไม้ไผ่และหวายมาประกอบกับวัสดุอื่น ๆ เช่น ผ้า ไม้ และโลหะ เพื่อผลิตเครื่องเรือน เสน่ห์ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านสไตล์ไทยบรรยากาศตะวันออก ที่เริ่มได้รับความนิยมในต่างประเทศมากขึ้น

ปัจจุบันตลาดเครื่องจักสานที่สำคัญ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่นและยุโรป โดยการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกมีการผลิตเฉพาะบางพื้นที่ เช่น ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ผลิตที่ ต.บางเจ้าฉ่า อ.โพธิ์ทอง จ.อ่างทอง ส่วนผลิตภัณฑ์จากหวาย ขณะนี้เหลือเพียงแห่งเดียวในประเทศ คือที่ อ.บ้านหมี่ จ.ลพบุรี แต่การจำหน่ายทั้งหมดยังผ่านพ่อค้าคนกลาง ทั้งนี้ ตลาดหลักสินค้ากลุ่มจักสานยังเป็นการผลิตและจำหน่ายในระดับท้องถิ่นและทั่วประเทศเท่านั้น โดยแหล่งผลิตสินค้ากลุ่มนี้จะอยู่ในพื้นที่ภาคกลางมากที่สุด เพราะมีวัตถุดิบมากเพียงพอ

2. กะลามะพร้าว

“มะพร้าว” หนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่ผูกพันกับชีวิตคนไทยมาช้านานโดยเฉพาะครอบครัวไทยเราจะเอาน้ำมะพร้าวใช้เป็นส่วนหนึ่งของอาหารคาวและหวานหลายชนิด ส่วน “กะลามะพร้าว” ซึ่งเป็นเปลือกแข็งด้านนอกที่ห่อหุ้มเนื้อมะพร้าวไว้ ในอดีตตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์มนุษย์รู้จักใช้กะลามะพร้าวมาใส่อาหาร ตักน้ำหรือใส่ของใช้เล็กน้อย

ต่อมาเมื่อมีการคิดค้นนำกะลามะพร้าวมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น เช่น ถ่านกะลามะพร้าว เชื้อเพลิงอย่างดีที่หาง่ายในท้องถิ่น รวมทั้งในอุตสาหกรรม ก็มีการทำกะลามะพร้าวมาใช้ด้วย เช่น บดผงใช้เป็นสารดูดกลิ่น บ่มเหล้าไวน์ ฟอกสีน้ำตาลทรายหรือแม้แต่ใช้กรองน้ำเสียจากโรงงาน ประโยชน์จากกะลามะพร้าวจึงเป็นวัตถุดิบที่สำคัญที่สามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้มากกว่าที่ชาวบ้านทั่วไปนำมาใช้เป็นเชื้อเพลิงจากธรรมชาติเท่านั้น

ยกเว้นมะพร้าวบางพันธุ์ เช่น มะพร้าวพันธุ์ขอ เรามีการนำมะพร้าวพันธุ์นี้มาทำซอด้วง เค็ลด์ลับที่ช่วยให้ซอมีเสียงไพเราะยิ่งขึ้นมากกว่าใช้วัสดุอื่น ซึ่งสืบทอดมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา แต่ซอด้วงมีตลาดไม่กว้างนักเพราะเป็นสินค้าเครื่องดนตรีไทยที่มีการซื้อขายเฉพาะกลุ่ม โดยแหล่งผลิตที่สำคัญในปัจจุบันอยู่ที่อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ทุกวันนี้แหล่งกะลามะพร้าวส่วนใหญ่ จะอยู่ในพื้นที่ที่ปักไต้และภาคตะวันออกของไทยรวมทั้งใน จ. สมุทรสงคราม ซึ่งมีการทำสวนมะพร้าวมากเช่นเดียวกับภาคใต้ จึงมีการพัฒนากะลามะพร้าวจากเดิมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติสำหรับใช้ในครัวเรือน

จุดเด่นผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

ปัจจุบันเรามีการนำกะลามะพร้าวมาทำเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านหลายประเภท แต่ส่วนใหญ่ยังเป็นวัตถุดิบที่ไม่ได้นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มในลักษณะงานหัตถกรรมเพื่อการส่งออกมากนัก จะมีเฉพาะผู้ผลิตบางกลุ่มที่เริ่มสนใจและพยายามศึกษาความต้องการของตลาด เช่น “กะลาบรรเลง” หนึ่งในผลงานที่เกิดขึ้นของนายบรรเลง ยัมบุณณะ ที่นำปรัชญาชีวิตมาถ่ายทอดเป็นศิลปะบนกะลามะพร้าว หัตถกรรมรูปแบบใหม่ที่ช่วยสร้างจุดขายให้กับสินค้าโดยมีการฉลุลายที่เข้าถึงอารมณ์และเอกลักษณ์ความเป็นไทย แต่โดดเด่นและทันสมัย มีความเป็นสากล ขณะนี้เริ่มได้รับความนิยมจากตลาดทั้งในและต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์จึงส่งเสริมให้มีการขยายรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้กว้างขึ้น โดยพัฒนาให้เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนและของตกแต่งบ้านในหลากหลายลักษณะ เช่น ถาดใส่ผลไม้ให้มีการวางสลักรูปส่วนของกะลามะพร้าวให้เกิดลวดลายที่เรียกว่า ลายสีก๊อต หรือลายหมากรุก ซึ่งเป็นลายที่มีความเป็นกลาง สามารถเข้ากับวิถีชีวิตของทุกสัญชาติได้ ตะเกียง ของตกแต่งบ้านที่ได้ผสมผสานลวดลายไทยเข้าไปเพื่อให้แสงที่ลอดผ่านมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น ซึ่งตลาดญี่ปุ่นให้ความสนใจ

“กะลาปักขี้” หรือกะลาลด จากกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว จังหวัดพัทลุง ซึ่งนำมาใช้เป็นที่ใส่ดอกไม้หอมและเทียน ของตกแต่งบ้านจากธรรมชาติที่ให้ประโยชน์ใช้สอยไปในตัว คือ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่ผสมผสานระหว่างความเป็นตะวันออกและตะวันตกอย่างลงตัว เป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศญี่ปุ่น นอกเหนือจากภาชนะและผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวประเภทที่ใช้ในครัวเรือนสำหรับงานหัตถกรรมจากกะลามะพร้าวที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุดโดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และยุโรป กลุ่มประเทศที่ประชาชนต้องการสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ กะลามะพร้าวไทยจึงได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องประดับ และสินค้าตกแต่งบ้าน เช่น จาน ชาม ช้อนส้อมสลัด โคมไฟ เติงเทียนและสินค้าอีกหลายประเภท ซึ่งเข้ากับวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบันที่ต้องการสินค้าจากธรรมชาติที่ไม่เป็นอันตรายต่อชีวิตและสิ่งแวดล้อม แต่ปัจจุบันยังมิได้ผลิตไม่เพียงพอ ในขณะที่ตลาดมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3. ผลิตภัณฑ์ผ้าไทย

“ผ้า” ผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมที่บ่งบอกถึงความเจริญรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชาติ คนไทยรู้จักการทอผ้าตั้งแต่ก่อนประวัติศาสตร์ ในสังคมชนบทไทย งานทอผ้าถือเป็นหน้าที่ของผู้หญิง ซึ่งมักทำกันช่วงยามว่างจากการทำไร่ทำนา รวพุทธศตวรรษที่ 20-21 ภาคเหนือของไทย ซึ่งเป็นอาณาจักรล้านนามีหลักฐานพบว่านอกจากจะมีการทอผ้าฝ้ายไว้ใช้เองแล้ว ยังสามารถส่งออกไปจำหน่ายยังอาณาจักรใกล้เคียงได้ด้วย โดยผ้าฝ้ายที่มีชื่อเสียงในยุคนั้น มีผ้าสีจันทร์ขาว ผ้าสีจันทร์แดง และผ้าสีดอกจำปา เป็นต้น นับจากนั้นมาผ้า ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ความเชื่อ ศาสนา และสังคมไทยเรื่อยมา

ความผูกพันระหว่างผ้ากับวิถีชีวิต สืบทอดผ่านภูมิปัญญาของบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคนภายใต้อาณาจักรต่าง ๆ เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ผ่านลวดลายผ้าที่แตกต่างกันตามกลุ่ม เช่น กลุ่มผ้าลาว กลุ่มผ้าไท กลุ่มผ้าเขมร กลุ่มผ้าล้านนา กลุ่มผ้าปักยี่ไต และกลุ่มผ้าภาคกลาง นอกจากนี้การเคลื่อนย้ายถิ่นของกลุ่มชนเชื้อชาติต่าง ๆ ยังส่งผลให้เกิดการผสมผสานอันเป็นลวดลายผ้าแบบใหม่ ๆ มากขึ้นจนถึงปัจจุบัน “ผ้าไทย” มีความสำคัญในทางการค้าและเศรษฐกิจของประเทศอย่างยิ่ง

สำหรับวัตถุดิบที่ได้รับความนิยมนำมาทอผ้ามากที่สุด ได้แก่ ไหม จัดเป็นแมลงชนิดหนึ่งประเภทผีเสื้อชอบกินใบหม่อน ที่สุดโดยส่วนใหญ่จะเลี้ยงในพื้นที่ภาคอีสานแต่ปัจจุบันมีปริมาณลดลงไปมาก ทั้งนี้ความนิยมในการนำไหมมาทอผ้าก็เพราะคุณสมบัติพิเศษของรังไหมที่สามารถสาวเส้นใยออกมาได้เป็นเส้นเล็ก ละเอียดเหนียวและมีความมันวาว โดยไหมที่เลี้ยงกันในประเทศไทย มีไหมพันธุ์ไทย ไหมพันธุ์ไทยลูกผสม และไหมพันธุ์ต่างประเทศลูกผสม

ส่วน “ฝ้าย” พืชเศรษฐกิจ ซึ่งถือกำเนิดมา 5,000 ปีก่อนคริสตกาล เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทอผ้าแหล่งปลูกฝ้ายมีอยู่หลายจังหวัด เช่น จังหวัดเลย เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ ลพบุรี ปราจีนบุรี นครราชสีมา และกาญจนบุรี เราจะใช้ดอกฝ้าย ส่วนที่เป็นเส้นใหญ่ขนปุยสีขาวมาใช้ในการทอ ชาวบ้านนิยมนำฝ้ายต้นซึ่งเป็นฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองมาทอด้วยมือแบบพื้นเมืองและฝ้ายพันธุ์อื่นจะนำไปใช้ในอุตสาหกรรมทอผ้า

จุดเด่นผลิตภัณฑ์ผ้าไทย

ปัจจุบันผ้าไทยส่วนใหญ่ ล้วนมีการพัฒนามาจากวัฒนธรรมของท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ ในอดีต เช่น “ผ้าทอลายน้ำไหล” จังหวัดน่าน สืบทอดมาจากชาวไทลื้อ เลียนแบบลวดลายของสายน้ำน่านด้วยวิธีการล้วงให้เส้นด้ายพุ่งย้อนกลับขึ้นมา หรือ “ผ้าขี้ดินจก” จังหวัดสุโขทัย เป็นภาพที่เกิดจากจินตนาการของชาวลาวพวนที่ถักทอขึ้นเพื่อใช้ในงานบุญ ด้วยความเชื่อว่าจะเสริมบารมีให้ผู้สวมใส่ หรือผ้าฝ้ายทอมือป่าแสงดา บันลือสิทธิ์ แห่งบ้านไร่ ไผ่งาม จังหวัดเชียงใหม่ ถ้าที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาชาวล้านนาที่สืบทอดมาถึงปัจจุบัน แม้วันนี้ป่าแสงดาศิลปินล้านนาจะจากไปแล้ว แต่คนรุ่นใหม่ก็สานต่อและพัฒนาจนผ้าฝ้ายทอมือป่าแสงดา ซึ่งมีจุดเด่นทั้งลวดลายและสีที่เลียนแบบธรรมชาติ สามารถพัฒนาจนสามารถส่งออกสู่ตลาดต่างประเทศได้

ส่วนผ้าที่ทำให้ทั่วโลกรู้จักประเทศไทยมากที่สุดคือ “ผ้าไหมไทย” ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก โดยผู้ปลูกกระแสมและรูกตลาดผ้าไหมไทยสู่สากลคือ จิม ทอมป์สัน ราชานไหมไทยชาวอเมริกัน ที่เข้าใจความต้องการของตลาดตะวันตกเป็นอย่างดี ส่วนผ้าไหมพื้นบ้านซึ่งเป็นที่รู้จักมากเช่นกัน ก็มีผ้าไหมของอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น เป็นผ้าที่มีการเลือกวัตถุดิบคุณภาพและสร้างเอกลักษณ์ให้โดดเด่น จึงเป็นผ้าไหมที่ละเอียดจนสามารถห่อน้ำแล้วไม่ไหลออก ซึ่งปัจจุบันมีการประยุกต์สีสันทัน และลวดลายให้ตรงกับค่านิยมของต่างชาติมากขึ้น

ส่วนผ้าไหมแพรวา จังหวัดกาฬสินธุ์ ผ้าและผลิตภัณฑ์จากไหมที่ได้รับการสืบทอดลวดลายมาจากชาวภูไท จนได้รับการยกย่องให้เป็น “ราชินีไหมไทย” โดยผู้ผลิตสามารถนำจุดเด่นของกระบวนการผลิตที่ไม่สามารถทำให้เกิดลวดลายและสีสันทันเดียวกันเป็นผืนที่สองได้มาเป็นจุดขายโดยเน้นว่า ไหมแพรวาแต่ละผืนเป็นสินค้าที่มีชิ้นเดียวในโลกเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีผ้าไหมบ้านแร่โขง จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นรูปแบบที่เกิดขึ้นจากจินตนาการของชาวส่วย แต่ปรับและพัฒนาเป็นสินค้าประเภทผ้าพันคอ เนคไท ฯลฯ มีการผสมสีธรรมชาติและสีสังเคราะห์ได้อย่างลงตัว จนได้รับการยอมรับจากสถาบันออกแบบชื่อดังของปารีสและมิลาน หรือผ้าไหมบ้านดอนหัน จังหวัดขอนแก่น ที่มีการนำเรื่องราวพระเวสสันดรมาเป็นลายพื้นบ้าน จนกลายเป็นจุดเด่นและจุดขายของสินค้าที่สำคัญ

สำหรับผ้ามัดหมี่ ซึ่งมีทั้งวัตถุดิบไหมและฝ้าย ก็ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมเขมรและลาว การมัดหมี่เป็นเทคนิคการผลิตเพื่อให้เกิดลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม แต่ที่สำคัญมีผ้ามัดหมี่ชาวไทยวน มัดหมี่ชาวลื้อ มัดหมี่ชาวลาวคลั่ง (ลาวกา) และผ้ามัดหมี่จากภาคอีสานทั้งตอนบนและตอนล่าง

4. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากไม้

“ไม้” ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญต่อทุกชีวิต มนุษย์และสัตว์ต่างต้องอาศัยและพึ่งพาไม้เพื่อการดำรงชีวิต โดยมีการใช้ประโยชน์จากไม้มาตั้งแต่ครั้งดึกดำบรรพ์ ในอดีตป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ ทำให้บรรพบุรุษไทยมีความพร้อมด้านวัตถุดิบ จึงสามารถพัฒนางานหัตถกรรมจากไม้ ที่นำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ตั้งแต่สร้างบ้านเรือนอาศัย พาหนะเดินทาง เช่น เรือ เกวียน ทำเครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตรและประกอบอาชีพ เช่น กระต่ายขูดมะพร้าว ครก กระเดื่อง เขียน หมาก ตู โตะ เติง ตลอดจนเครื่องดนตรีไทยหลายชนิด ทั้งหมดนี้จึงเป็นเสมือนเครื่องแสดงความผูกพันและพึ่งพาอาศัย “ไม้” ซึ่งเป็นวัตถุดิบประเภทหนึ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับมนุษย์ตลอดชีวิตจวบจนถึงปัจจุบัน ไม้ที่ใช้ในงานหัตถกรรมสามารถแบ่งตามประเภททางพฤกษศาสตร์ได้ 2 ชนิดคือ

ไม้เนื้ออ่อน แปรรูปมาจากต้นไม้ประเภทใบเรียวเล็กหรือกลม ขึ้นตามที่สูงและอากาศหนาวเย็นบริเวณภาคเหนือของไทย ได้แก่ ไม้สนชนิดต่าง ๆ โดยทั่วไปไม้เนื้ออ่อนมีคุณสมบัติน้ำหนักเบา ตบแต่งง่ายและแข็งแรง เหมาะสำหรับทำผลิตภัณฑ์เครื่องเรือนและเครื่องใช้ต่าง ๆ

ไม้เนื้อแข็งแปรรูปจากต้นไม้ที่มีใบกว้าง เช่น ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้ชิงชัน ไม้มะเกลือ ไม้มะม่วง ไม้โมก ไม้ขนุน ไม้ฉำฉา หรือจามจุรี และไม้ยางพารา คุณสมบัติของเนื้อไม้มีความแข็งแรงทนทานจึงเหมาะสำหรับใช้ทำเครื่องเรือน เครื่องมือเครื่องใช้

ปัจจุบันสภาพพื้นที่ป่าไม้ลดลง ทำให้วัตถุดิบประเภทไม้มีปริมาณน้อยลงไปด้วย หัตถกรรมจากไม้จึงต้องอาศัยวัตถุดิบที่ปลูกใหม่ ในลักษณะสวนป่า เช่น ไม้ยางพารา หรือพัฒนาเป็นไม้อัด เทคโนโลยีที่ทันสมัยช่วยให้รูปแบบผลิตภัณฑ์ไม้เปลี่ยนไปเป็นลักษณะเรียบง่ายและประหยัดเนื้อไม้มากที่สุด เช่น เฟอร์นิเจอร์ไม้ ซึ่งมีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์จากไม้

ภูมิปัญญาจากงานหัตถกรรมจากไม้ที่ถ่ายทอดกันมาตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์พัฒนามาเป็นผลิตภัณฑ์จากไม้ฝีมือประณีต ซึ่งมีจุดเด่นของลวดลายอันละเอียดอ่อน ที่ผ่านการสั่งสมประสบการณ์ด้านช่างแกะสลักไม้ต่างมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น เช่น งานแกะสลัก บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ มีรูปแบบงานศิลปะ ที่ผสมผสานระหว่างงานไม้แบบล้านนาโบราณและประยุกต์กับวิธีการลงรัก ปิดทอง กลายเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ตามความนิยมของตะวันตกที่ยังคงเอกลักษณ์ท้องถิ่นไว้ได้ หรืองานแกะสลักเฟอร์นิเจอร์ไม้ของสหกรณ์ไม้ดอนมูล จังหวัดแพร่ ซึ่งเดิมพื้นที่เป็นแหล่งไม้สักทองที่สำคัญของประเทศ วัตถุดิบชนิดนี้ได้สร้างช่างไม้ฝีมือดีผูกพันกับงานไม้มากกว่า 40 ปี จนสามารถพัฒนาสินค้าสู่ตลาดต่างประเทศทั้งอังกฤษและเนเธอร์แลนด์ เนื่องจากไม้สักทองมีจุดเด่นอยู่ที่เนื้อไม้ให้สีสวย มีลวดลายงดงาม และมีอายุการใช้งานนาน ทนทาน เหมาะต่อการทำเครื่องเรือน

ส่วนงานหัตถกรรมที่เรียกว่า “เครื่องเรือนสุขโขทัยแบบโบราณ” ของสหกรณ์บริการหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ไม้บ้านขวาง จังหวัดสุโขทัย เป็นศิลปะงานไม้ ซึ่งเดิมมีลวดลายและรูปแบบผลิตภัณฑ์เพียง 10 ชนิด แต่ความต้องการของตลาดที่เติบโต ทำให้วันนี้มีการพัฒนาแตกลายได้กว่า 100 รูปแบบ มีตลาดส่งออกที่สำคัญคือ เบลเยียม เยอรมัน สหรัฐอเมริกาและอิตาลี ซึ่งล้วนเป็นประเทศที่ต้องการสินค้าของฝีมือช่างชั้นสูง แต่ราคาไม่แพงมาก

ความงามและความโดดเด่นของงานไม้แกะสลักยังได้รับการพัฒนาในระดับบุคคล ผ่านความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะและความชำนาญอย่างลงตัว เช่น งานไม้แกะสลักด้านกระบวยของ คำจันทร์ ยาโน สล่าพื้นบ้าน แห่งบ้านถ้ำผาตอง จังหวัดเชียงราย ได้จินตนาการวิถีชีวิตไทยที่พบเห็น สร้างเป็นรูปแกะสลักเคลื่อนไหวได้ใส่ชีวิตและสีสนให้กระบวยตักน้ำ อุปกรณ์ตักน้ำดื่มของชาวล้านนา ของที่ระลึกมูลค่าสูง ที่ได้รับความสนใจจากตลาดทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีช่างบ้านบางพื้นที่ เช่น ที่หมู่บ้านเหล่า อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง ผลิตงานแกะสลักไม้จามจุรี โดยมีความโดดเด่นตรงที่เป็นงานแกะจากไม้เพียงท่อนเดียว ไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็ก เป็นเสน่ห์ที่สร้างความพอใจให้ผู้พบเห็น เพราะต้องใช้ความสามารถพิเศษ ขณะนี้สามารถส่งออกเป็นวัตถุดิบ เพื่อไปประกอบเป็นเฟอร์นิเจอร์รูปทรงใหม่ ซึ่งหากในอนาคตเราสามารถพัฒนารูปแบบได้ ตรงกับความต้องการของตลาดเอง ก็จะส่งออกเป็นงานฝีมือสู่ตลาดสากลได้โดยตรง

นอกจากนี้ยังมีงานไม้ที่ใช้วัตถุดิบที่ยังมีมากมายอยู่ เช่น เครื่องเรือนไม้จากยางพารา ผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหาร นับเป็นผลิตภัณฑ์แนวใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในตลาดต่างประเทศ ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ ผ่านการออกแบบเรียบง่าย ใช้สีธรรมชาติและให้ประโยชน์ใช้สอยด้วย แต่สินค้ากลุ่มนี้ผู้ผลิตไทยต้องตามรสนิยมตลาดต่างประเทศให้ทัน เพราะจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

5. หัตถกรรมกระดาษไทย

หัตถกรรมกระดาษไทย จัดเป็นงานหัตถกรรมจากธรรมชาติที่เกิดขึ้นด้วยการนำเส้นใยพืชชนิดต่าง ๆ ที่มีในท้องถิ่น ทั้งฟางข้าว หญ้าขจร ชานอ้อย เปลือกไม้เนื้ออ่อน ประเภทไม้สน ไม้ไผ่ ไม้ยูคาลิปตัส ปอแก้ว ปอสา และป่าน มาผลิตเป็นเยื่อเพื่อแปรสภาพให้เป็นกระดาษสำหรับนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ทั้งในรูปแบบของการเขียน การพิมพ์ นำมาหีบห่อ หรือการนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์

เป็นเวลากว่าศตวรรษที่บรรพบุรุษไทยริเริ่มคิดค้นกระดาษ จากการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกข่อย เราเรียกชื่อตามวัตถุดิบที่ใช้คือ กระดาษข่อย และกระดาษสา ซึ่งกระดาษทั้งสองชนิดนี้ใช้กรรมวิธีพื้นบ้านแบบเดียวกันในการผลิต เริ่มตั้งแต่การถูกตีเยื่อ และร่อนให้เป็นแผ่นบาง ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการทำกระดาษด้วยมือทั้งสิ้น

ทุกวันนี้กระดาษข่อย เหลือแหล่งผลิตอยู่น้อยมากเพราะวัตถุดิบหายากและอาจต้องสูญหายไป หากไม่มีการอนุรักษ์ ส่วนกระดาษสาทำขึ้นจากปอสา ซึ่งเป็นพืชประเภทเส้นใย อยู่ในตระกูล Moraceae มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า Broussonetia Papyrifera Vent เป็นไม้พุ่มชื้นชื้นที่สามารถขึ้นในทุกภาคของไทยและมีการเรียกชื่อที่แตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น เช่น คนไทยในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เรียกปอสา หรือ ปอกระสา ภาคตะวันตกเรียกว่า “หมอผี” หรือ “หมกผี” ในภาคใต้เรียกว่า “ปอฝ้าย” โดยแหล่งปอสามีกมากในภาคเหนือ เช่น จ.น่าน จ.ลำปาง จ.เชียงใหม่ จ.เชียงราย จ.พะเยา และจ.สุโขทัย

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์กระดาษไทย

กระดาษสา เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสำคัญของไทยมาหลายร้อยปี ตั้งแต่การทำสมุดไทย เพื่อใช้เป็นตำราเรียนพุทธศาสนา และใช้บันทึกตำรายาโบราณของไทย การทำร่มกระดาษสาที่มีอายุการใช้งานนานนับร้อยปี จากผลิตภัณฑ์ประเภทร่มของพระอู่ดงค์ และได้พัฒนาเรื่อยมาจนเป็นร่มใช้ของคนทั่วไป แม้แต่หัตถกรรมเครื่องเล่นของไทยคือ ว่าว ก็ทำจากกระดาษสามารถรวมกว่า 700 ปี ด้วยคุณสมบัติพิเศษ คือ ความเหนียวนุ่ม มีอายุการใช้งานนานนับร้อยปี โดยไม่มีการผุกร่อน แมลงจำพวก มด ปลวก ไม่มาทำลาย ทำให้กระดาษสามีความทนทาน

วันนี้ผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาจึงเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้าน จากอาชีพเสริมกลายเป็นอาชีพหลัก พร้อมทั้งมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เช่น ใช้เครื่องจักรตีเยื่อปอสาช่วยให้ผลิตกระดาษสาได้เร็วขึ้น และมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับยุคสมัยมากขึ้น เช่น โคมไฟ ซองจดหมาย กระดาษบันทึก กระดาษห่อ

ของขวัญ และยังมีการนำมาผสมผสานกับเส้นใยประเภทอื่น เพื่อให้เป็นลวดลายจากธรรมชาติที่มีตลาดรองรับทั้งในและต่างประเทศ

ขณะเดียวกันบางแห่งมีการปรับปรุง โดยนำเส้นใยธรรมชาติชนิดอื่นมาผสมกับเยื่อกระดาษสา เพื่อเพิ่มความเหนียวและทน นอกจากนี้ไทยยังมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเส้นใยพืชหลายชนิดที่มีคุณสมบัติพิเศษเฉพาะด้าน เช่น กระดาษจากใยไหมมีคุณสมบัติคืนตัวง่าย กระดาษใยมะพร้าวสามารถเก็บเสียงได้ดี กระดาษใยกล้วยช่วยให้กระดาษมีความขาวขึ้น และกระดาษผสมเยื่อสับปะรด จะช่วยเพิ่มเส้นใยและความเหนียวทนทานให้กับกระดาษมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์กระดาษเช่นนี้ จะเป็นจุดเด่นของกระดาษไทยที่ช่วยสร้างตลาดกลุ่มใหม่ในอนาคต

2.1.4 แนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร

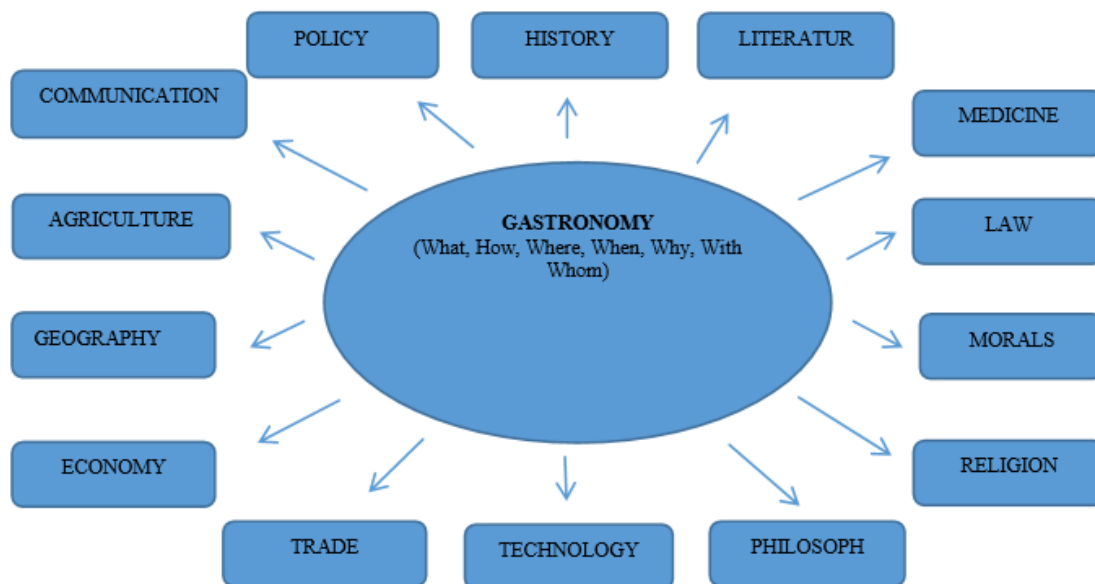
คำว่า "gastronomy" เกิดจากการรวมคำกรีก "gaster" (stomach) และ "nomas" (law) อย่างไรก็ตามมีประโยชน์และมีความสำคัญมากขึ้นในการตีความว่าหมายถึงอะไรและครอบคลุมมากกว่าความหมายของพจนานุกรมแทนที่จะเป็นเพียงความหมายของพจนานุกรมเท่านั้น (Altinel, 2014) ถึงแม้ว่า "การทำอาหาร" หมายถึงศิลปะการกินและการดื่มในหลาย ๆ แห่ง แต่ในความเป็นจริงนั้นเป็นสาขาวิชาศิลปะและวิทยาศาสตร์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับวิชาเคมีวรรณคดีชีววิทยาธรณีวิทยาประวัติศาสตร์ดนตรีปรัชญาศาสนาจิตวิทยาสังคมวิทยาโภชนาการและการเกษตร (Kivela & Crofts, 2006) หัวข้อนี้เกี่ยวกับการกินและดื่มสิ่งนี้ครอบคลุมประเด็นต่างๆเช่นวิทยาศาสตร์ด้านโภชนาการความรู้สึกรสชาติและสรีรวิทยาการผลิตไวน์การทำงานขององค์ประกอบทางโภชนาการในร่างกายมนุษย์การระบุคุณสมบัติในการเลือกวัตถุดิบอาหารและการพัฒนากระบวนการผลิตตามสุขอนามัย และมาตรฐานการสุขาภิบาลเพื่อป้องกันไม่ให้อาหารไม่ให้เป็นทางร่างกายทางเคมีและทางชีววิทยา (Shenoy, 2005) วัตถุประสงค์ของการทำอาหารคือการรักษาสุขภาพของมนุษย์ด้วยโภชนาการที่ดีที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้และสร้างความมั่นใจในการเพลิดเพลินกับชีวิตและการรับประทานอาหาร อาหารและเครื่องดื่ม 'ที่ผลิตในสภาพแวดล้อมที่ถูกสุขลักษณะและพร้อมที่จะบริโภคในลักษณะที่จะตอบสนองต่อความสุขของเพดานปากและภาพรวมอยู่ในหัวข้อการศึกษาของการทำอาหาร

การท่องเที่ยวในโลกปัจจุบันเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุดและกิจกรรมการใช้จ่ายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจและข้อเท็จจริงที่ว่ามีผลคูณที่ดีทางเศรษฐกิจและอาจทำให้การเปิดใช้งานในหลายภาคส่วนย่อยทั้งทางตรงและทางอ้อมทำให้เกิดการพัฒนาที่เหมาะสม (Cagli, 2012) การท่องเที่ยวที่มีบทบาทในการพัฒนาสังคมเป็นแหล่งรายได้สำหรับผู้ให้บริการเมื่อประชาชนใช้จ่ายเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเมื่อเดินทาง เมื่อความต้องการของผู้คนเพิ่มมากขึ้นภาระผูกพันในการผลิตและการเสนอขายสินค้าและบริการมากขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มการผลิตการลงทุนและรายได้ในสังคม (Akgoz, 2003) การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อประเทศผู้คนและประเทศต่างๆในการสร้างความสัมพันธ์กับประเทศอื่น ๆ และรวมถึงปรากฏการณ์ของวัฒนธรรมมรดกเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการกำหนดทิศทางการพัฒนาและการประสานงานและการควบคุมเป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่ง (Cagli, 2012) แม้ว่าจะมีการใช้คำว่า "การทำอาหารการท่องเที่ยว", "การท่องเที่ยวด้านการทำอาหาร", "การท่องเที่ยวทางเดินอาหาร", "การท่องเที่ยวเชิงไวน์", "การท่องเที่ยวด้าน

อาหาร" และ "การท่องเที่ยวแบบกูร์เมต์" ในวรรณคดีเพื่อกำหนดคำว่า "gastronomic" การท่องเที่ยว "หมายถึง" การแสวงหาประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครในการกินและดื่ม "การท่องเที่ยวทางด้านการทำอาหารซึ่งโดยทั่วไปหมายถึงความคิดริเริ่มของงานและการเป็นชนพื้นเมืองในสถานที่ภูมิภาคหรือประเทศครอบคลุมพื้นที่หลักของชนพื้นเมือง อาหารและการท่องเที่ยวทางไวน์ (Hall & Mitchell, 2000; Groves 2001, Green & Dogherty, 2008; Cagli 2012, URL 2014)

การท่องเที่ยวด้านอาหาร ได้แก่ การเยี่ยมชมผู้ผลิตอาหารการกินเทศกาลร้านอาหารและสถานที่พิเศษที่เกี่ยวข้องกับอาหารพิเศษบางอย่างร่วมกับการชิมงานพิเศษสังเกตกระบวนการผลิตและการเตรียมอาหารหรือการรับประทานอาหารงานพิเศษจากมือเชฟที่โด่งดังและเห็นว่า (Hall et al. 2003 Hall & Mitchell, 2005) มีการเตรียมอาหารงานหนึ่ง นอกจากนี้แทนที่จะจัดเตรียมอาหารที่ร้านอาหารและโรงแรมให้นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ด้านอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นอยู่ในขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Akgol 2012) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบ gastronomic ซึ่งไม่ได้ประกอบด้วยเพียงคู่มืออาหารและภัตตาคารครอบคลุมประสบการณ์การทำอาหารประเภทใด ๆ ภายในสาขานี้มีโรงเรียนสอนทำอาหารร้านขายหนังสือทำอาหารผู้ประกอบการด้านการทำอาหารและไกด์นำเที่ยว สื่อที่เกี่ยวข้องกับการทำอาหารรายการโทรทัศน์และนิตยสารและกิจกรรมผู้ผลิตไวน์โรงุ่นโรงเบียร์โรงกลั่นเจ้าของสนามและผู้ผลิต (Cagli, 2012) จุดสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านอาหารคือการปกป้องผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของภูมิภาคซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของภูมิภาค บางส่วนของผู้ถือหุ้นของการท่องเที่ยว gastronomic เป็นผู้ปลูกองุ่นแต่ละโรงแรมร้านอาหารผู้ประกอบการท่องเที่ยวทัวร์แพคเกจหรือนักท่องเที่ยวแต่ละรายและธุรกิจท้องถิ่น (Alonso & Yiliu, 2011) วัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวด้านอาหารโดยทั่วไปจะแสดงออกด้วยความเต็มใจภายในของผู้คนในการทำความรู้จักรับกับวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Kozak, 1997; Akgol, 2012) นอกจากการท่องเที่ยวทางด้านการทำอาหารแล้วยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจด้วยการเรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะทางวัฒนธรรมของพื้นที่เจ้าภาพด้วยอาหารท้องถิ่นในพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวจากสถานบริการด้านอาหารก็เป็นนักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในเวลาเดียวกัน (Akgol, 2012) การรับประทานอาหารที่จัดไว้เพื่อนำเสนออาหารในภูมิภาคและวัฒนธรรมอาหารที่มีบทบาทสำคัญในการเลือกและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีได้ในภูมิภาคนี้สามารถประกอบไปด้วยภูมิภาค บางภูมิภาคเหล่านี้ ได้แก่ ฝรั่งเศส ออสเตรเลียแอฟริกาใต้อิตาลีอเมริกาอังกฤษ ฯลฯ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงไวน์ได้รับการพัฒนามากขึ้น แคนาดากับการท่องเที่ยวเบียร์และอิตาลีด้วยอาหารที่มีชื่อเสียงเช่นพาสต้าและพิซซ่า นอกจากนี้สถานที่เหล่านี้ทั้งหมดพร้อมกับภูมิภาคทัสคานาในอิตาลีหุบเขาเนเปอเลียในแคลิฟอร์เนียสหรัฐอเมริกาแอฟริกาใต้ออสเตรเลียแซมเบียและดินแดนเบอร์กันดีในสวิตเซอร์แลนด์เป็นที่ยอมรับว่าเป็นจุดหมายปลายทางด้านการทำอาหารเป็นเวลาหลายปีมาแล้ว สำหรับไก่วงมีชื่อเสียงในเรื่อง Kebab and Doner Kebab (Acar, 1996; Charters & Knight; 2002 Plummer et al. , 2005; Getz & Brown, 2006, Sparks, 2007; McKercher et. al. , 2008) ในแง่ของการศึกษาที่ได้ดำเนินการมาจนถึงปัจจุบันมีการระบุว่าความปรารถนาที่จะทำความรู้จักและลิ้มรสอาหารจากอาหารตุรกีถือเป็นอันดับที่ห้าในเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต่างชาติชอบตุรกี (Akman, 1998; Arslan, 2010) นอกจากนี้ยังพบว่าการศึกษาและการท่องเที่ยวเพื่อดูและลิ้มรสอาหารงานพิเศษจากอาหารตุรกีเป็นอันดับที่

สามที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมากที่สุด (Akgol, 2012) และนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างพิจารณาอาหาร ตูร์ก็อร่อยและน่าสนใจ, ไขมันและเผ็ด (Sanlier, 2005) สาขาการทำอาหารสาขาใหม่ในภาคการท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับการรับประทานและการดื่มไม่เพียง แต่ยังเกี่ยวข้องกับสาขาวิทยาศาสตร์และศิลปะอื่นอีก หลายแห่ง (Sahin, 2015) ตามแผนภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของการทำอาหารกับวิทยาศาสตร์อื่น (Zahari et al., 2009)



แผนภาพที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ของการทำอาหารกับวิทยาศาสตร์อื่น

(ที่มา : Zahari et al., 2009)

การทำอาหารสำหรับจุดหมายปลายทางมีความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะการตลาดปัจจุบันที่มีการแข่งขันที่รุนแรง การตลาดปลายทางเป็นปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนเนื่องจากมีปัญหาและความคาดหวังแตกต่างกันไป และอาหารท้องถิ่นเป็นแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกลักษณ์ในการพัฒนาแนะนำและทำการตลาดปลายทาง (Uner, 2014) เมื่อพิจารณาว่าการท่องเที่ยวด้านอาหารเป็นส่วนที่ขาดไม่ได้และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาและการตลาดปลายทางนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวควรจะรวมอยู่ในวัฒนธรรมระดับภูมิภาคในทุกด้าน กิจกรรมการท่องเที่ยวด้านอาหารที่สามารถดำเนินการได้ในจุดหมายปลายทางให้การจ้างงานทางตรงและทางอ้อมและรายได้ทางการเงิน (Sahin, 2015) การท่องเที่ยวด้านอาหารถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ไม่เหมือนใครช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจในหมู่คนอื่นรวมทั้งแสดงให้เห็นว่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มมีความหมายเชิงสัญลักษณ์นอกเหนือจากการเป็นเพียงสรีรวิทยาต้องการ (Caliskan, 2013) ด้วยมุมมองนี้การท่องเที่ยวด้านอาหารเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของสถานะของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เมื่อใดและกับใครที่พวกเขากิน ดังนั้นการศึกษาภาพจึงควรดำเนินการด้วย

ความระมัดระวังเป็นพิเศษให้ความสนใจเป็นพิเศษกับรายละเอียดเหล่านี้เนื่องจากมีความสำคัญในแง่ของกิจกรรมการตลาด (Karim, 2006; Sahin, 2015)

อาหารและการท่องเที่ยวเป็นสองสิ่งที่ไม่สามารถที่จะแยกออกจากกันได้ ไม่ว่าจะด้วยความจำเป็นในความอยู่รอด หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สร้างเป็นจุดขายของจุดหมายปลายทางได้เช่นกัน (Chen, 2013) การรับประทานอาหารถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินและเวลามากที่สุดประมาณ 1 ใน 3 ของการใช้จ่ายเงินทั้งหมดสำหรับการเดินทาง (Harrington & Ottenbacher, 2010; Chen 2013) จากสถิติต่าง ๆ พบว่านักท่องเที่ยวเกินกว่า 30% ที่มองหาอาหารการกินดี ๆ รับประทานระหว่างการท่องเที่ยว และกว่า 85% ของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่งต้องการได้รับประสบการณ์จากการรับประทานอาหารในร้านอาหารที่แปลกใหม่ ซึ่งถือเป็นความต้องการมากที่สุดอันดับหนึ่งของทุกกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีฐานะมั่งคั่ง (Miller & Washington, 2014) แสดงให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารให้เป็นโอกาสในการประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางที่จะสามารถบรรจุเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ (Harrington & Ottenbacher, 2010) รวมถึงใช้เป็นตัวช่วยในการทำตลาดและประชาสัมพันธ์ หรือการสร้างแบรนด์สำหรับจุดหมายปลายทาง และขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ไม่กระจุกตัวได้อีกด้วย (Chen, 2013) การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงควรนำอาหารมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ดังเช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร หรือ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

ท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร (Gastronomic tourism) เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดจากการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ไขว่คว้ามองหาประสบการณ์ที่แตกต่างมากขึ้น ซึ่งเกิดจากแนวคิดที่ว่าอาหารประจำท้องถิ่นเป็นหนึ่งในส่วนประกอบที่สำคัญมากที่สุดในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้ (Herrera et al., 2012; Chen, 2013) นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการเยี่ยมชมสถานที่หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาหาร เช่น แหล่งผลิตอาหาร เทศกาลอาหาร งานแสดงอาหาร ตลาดการเกษตร งานแสดงการประกอบอาหาร กิจกรรมชิมอาหาร เป็นต้น (Hall et al., 2003) โดยได้มีการกล่าวถึงแนวคิดต่างๆ อย่างหลากหลายในการนำมาประยุกต์ใช้และพัฒนาให้เกิดเป็นสินค้าและบริการท่องเที่ยวได้ เช่น Art of Food หมายถึง ศิลปะการนำเสนอมิติเชิงสุนทรีย์ของอาหารผ่านทัศนศิลป์ (Visual art) รูปแบบต่างๆ เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย คลิปวิดีโอ ศิลปะของอาหารมีมุมมองต่ออาหารในฐานะผลงานทางศิลปะรูปแบบใหม่ (food is the new art) ไม่ได้แตกต่างจากศิลปะภาพถ่ายแฟชั่น หรือภาพวาดทิวทัศน์อันสวยงาม (Sharma 2015) ศิลปะของอาหารยังหมายถึงการทำให้การกินอาหารเป็นประสบการณ์เชิงผัสสะ (eating is a sensuous experience) ที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ประสบการณ์ด้านรสชาติอาหารเพียงอย่างเดียว หากขยายสู่การผสมผสานประสบการณ์เชิงผัสสะอันหลากหลายอื่นๆ ของการกินอาหารร่วมด้วย เช่น ความสวยงามการตกแต่งอาหาร กลิ่นของอาหาร บรรยากาศขณะกินอาหาร และศิลปะการแสดงการประกอบอาหารของพ่อครัว การออกค้นหาอาหาร (Food foraging, Hall (2013)) มีที่มาจากศาสตร์ทางด้านนิเวศวิทยาเชิงพฤติกรรมในเรื่องของการออกหาอาหารหรือล่าเหยื่อของสัตว์เพื่อความอยู่รอดและการสืบพันธุ์ (Danchin et al., 2008) ซึ่งสามารถนิยามในเชิงมนุษยศาสตร์และ

สังคมศาสตร์ได้ว่า การกระทำเพื่อค้นหาและรวบรวมหรือเก็บเกี่ยวอาหารป่า ซึ่งสามารถเกี่ยวโยงกับกิจกรรมการไต่เขา (Hiking) เพื่อไปเก็บวัตถุดิบต่าง ๆ ในท้องถิ่นเพื่อการประกอบอาหาร โดยส่วนใหญ่วัตถุดิบที่ได้มักจะเกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือถูกปลูกขึ้นโดยปราศจากสารพิษ กิจกรรมการออกค้นหาอาหารโดยทั่วไปอาจหมายถึง การออกหาเห็ด ซึ่งจำเป็นต้องใช้ทักษะและความรู้ทางด้านพฤกษศาสตร์และโภชนาการเพื่อระบุคุณลักษณะของเห็ดชนิดต่าง ๆ เป็นต้น (Watson, 2015) ไม่เพียงแต่เห็ดเท่านั้น ในการนำผลผลิตพื้นถิ่น หรือสินค้าทางการเกษตรที่พบได้ในท้องถิ่นของแต่ละชุมชน สามารถนำมาพัฒนาให้สอดคล้องต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารทั้งนั้น ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในงานวิจัยของโครงการย่อยนี้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกษตรปราดเปรื่อง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลผลิตจากเกษตรท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ในรูปแบบของอาหารมิติใหม่ เช่น อาหารฟิวชั่น เป็นต้น

การนำเสนอแบบอาหารฟิวชั่น หรือการประกอบอาหารแบบฟิวชั่น (Fusion food/cooking) หมายถึง ศิลปะการประกอบอาหารที่พัฒนามาจากการผสมผสานสองวัฒนธรรม และนำมาสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่โดยเน้นรสชาติใหม่ที่แตกต่างจากรสชาติต้นตำรับ ยกตัวอย่างเช่น อาหารฟิวชั่นที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกเข้าด้วยกัน เช่น ฝรั่งทอดลาว ปลาตอลี่ทอดเครื่องเทศล้านนา ลาบปลาแซลมอน เป็นต้น (บุรพารศรี, 2556) ในปัจจุบันมีการนวัตกรรมสร้างสรรค์เป็นอาหารอาร์ติชัน (Artisan food) หมายถึง อาหารที่ถูกผลิตขึ้นโดยวิธีการที่ไม่ใช่ในเชิงอุตสาหกรรม รสชาติและกระบวนการประกอบอาหารจะพัฒนาโดยวิถีธรรมชาติและใช้เวลามากกว่าการผลิตอาหารจำนวนมาก (Mass production) ที่ใช้ระยะเวลาสั้น อาหารอาร์ติชันให้ความสำคัญกับวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร รวมถึงแหล่งที่มา คุณค่าทางโภชนาการ ศิลปะการประดิษฐ์อาหาร และการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการผลิตอาหารอีกด้วย (The School of Artisan Food, 2015) นอกจากนี้อาหารอาร์ติชันยังรวมถึงอาหารที่ผลิตออกมารอบละจำนวนน้อย โดยช่างฝีมือในการประกอบอาหาร (von Biel, 2011)

รูปแบบแนวคิดต่างๆข้างต้น เป็นส่วนหนึ่งในการนำมาประยุกต์ให้เป็น Gastronomy tourism หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นประสบการณ์เกี่ยวกับมรดกของท้องถิ่น (Local heritage) ผ่านการเรียนรู้โดยใช้อาหารท้องถิ่นเป็นสื่อกลาง (Kesimoglu, 2015) และเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาประสบการณ์การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่แตกต่าง ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางระยะใกล้หรือไกล (World Food Travel Association, 2015)

โดยงานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับ Artisan Chef หมายถึง พ่อครัวที่สร้างสรรค์อาหารอาร์ติชัน (Artisan food) อาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น ปลอดสารพิษ และมีขั้นตอนวิธีการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมให้ออกมาเป็นอาหารรูปแบบใหม่ที่มีสีสันของอาหารและรสชาติในแบบฉบับของตนเอง และนำเสนอความเป็นตัวตนในรูปแบบ Chef Table หมายถึง รูปแบบการรับประทานอาหารในสถานที่ที่จัดไว้เป็นพิเศษ หรือสถานที่ส่วนตัวของพ่อครัว เช่น บนโต๊ะที่อยู่ในครัวของร้านอาหาร หรือที่บ้านของพ่อครัว ความพิเศษของมืออาหารแบบนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของพ่อครัวในการเลือกปรุงอาหารมือพิเศษแต่ละเมนูสำหรับลูกค้าแต่ละรายหรือกลุ่ม และลูกค้าที่ได้พูดคุยสนทนอย่างเป็นกันเองกับพ่อครัวขณะปรุงอาหารจนรู้สึกเหมือนเป็นเพื่อน

หรือสมาชิกในครอบครัว (Brown 2000) ตลอดจนอาหารลูกค้าจะได้เห็นทุกขั้นตอนของรายละเอียดวิธีการปรุงอาหารและส่วนผสมของแต่ละเมนูอย่างใกล้ชิด พร้อมกับคำอธิบายกรรมวิธีในการปรุงอาหารแต่ละเมนู และความรู้เรื่องอาหารจากพ่อครัว

ไม่ว่า อาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหาร พ่อครัวที่สร้างสรรค์อาหารอาร์ตชิ้น ทั้งหมดล้วนคือ การสร้างสรรค์มูลค่าในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ซึ่ง **การสร้างมูลค่า** คือกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ด้วยการเพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยม การยอมรับจากผู้บริโภค

2.1.5 แนวคิดเรื่องการสร้างมูลค่าคุณค่าเพิ่ม

คุณค่า Laurence G. Boldt (2009) (อ้างถึงใน พรชัย จิตติวสุรัตน์, 2558) ได้แบ่งระดับของระบบคุณค่า (Value System) เป็น 3 ระดับ ได้แก่

1. คุณค่าระดับสากล เป็นระดับที่เปิดเผยถึงธาตุแท้ของความเป็นมนุษย์ เช่น ความรัก ความสงบ ความเป็นเอกภาพ เป็นต้น ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลได้ ดังนั้นจึงไม่มีสิ่งใดที่จะเป็นอุปสรรคในการให้คุณค่า ไม่ว่าจะเป็นภาษา วัฒนธรรม เวลาหรือสถานที่ที่ไม่อาจเป็นอุปสรรคได้ การให้คุณค่าในระดับสากลนี้เป็นการที่เราให้ตระหนักว่าสิ่งนั้นเหนือกว่าตัวเรา เราให้ความเคารพสิ่งนั้นและสิ่งนั้นก็อยู่ในใจเรา

2. คุณค่าทางวัฒนธรรม มีหน้าที่ในการสร้างและตรงกฎระเบียบของสังคมไว้ ไม่ว่าจะเป็นจริยธรรม ธรรมเนียมประเพณี ความถูกต้อง ดีเลวในสังคม ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับและยึดถืออยู่ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยจะสะท้อนออกมาจากความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็น การต่อต้านหรือยอมรับ ซึ่งเมื่อเวลาเปลี่ยนไปก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งหากต้องการเข้าใจวัฒนธรรมใดๆ ก็จำเป็นต้องเรียนรู้ในวัฒนธรรมนั้นๆ

3. คุณค่าส่วนบุคคล เป็นคุณค่าที่เกิดขึ้นจากอุปนิสัยและประสบการณ์ส่วนตัวของแต่ละคน ประสบการณ์ที่ต่างกันจึงทำให้เกิดคุณค่าที่ต่างกัน นำมาสู่พลังและความอ่อนแอที่เกิดขึ้นในบริบทต่างกัน สะท้อนออกมาในเป้าหมายของชีวิตที่ต่างกัน และทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิตต่างกันด้วย

การสร้างมูลค่าเพิ่ม สินค้าหรือบริการในปัจจุบันนี้มีให้เลือกอยู่มากมายจึงส่งผลให้มีการแข่งขันเกิดขึ้นสูง สินค้าหรือบริการต่างๆ จะต้องแข่งขันด้วยคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าและบริการเอง แต่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการนั้นกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สินค้าหรือบริการต่างๆ เหล่านั้นประสบความสำเร็จได้มากขึ้นและง่ายขึ้น

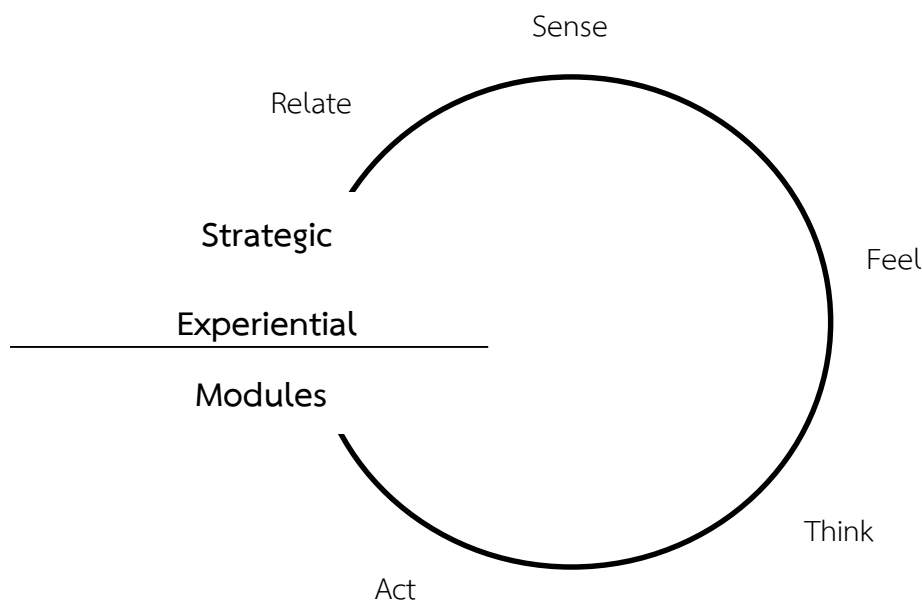
ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าให้ดีขึ้นโดยเพิ่มคุณภาพการผลิต หรือบริการที่ดีกว่าซึ่งจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า นำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อความได้เปรียบ

ทางการแข่งขันทางธุรกิจ และเพื่อการสร้างแตกต่างและเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้นๆ (ปัทมา เลหาสินณรงค์, 2555) นอกจากนี้ Nilson (1992) ยังได้ให้ความหมายของการสร้างมูลค่าเพิ่ม ว่าเป็นการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ผู้บริโภคได้มีความพึงพอใจอย่างสูงสุด และเกินความคาดหมาย นอกจากนี้มูลค่าเพิ่มอาจเกิดจากการเพิ่มสิ่งทีนอกเหนือไปจากสิ่งที่ผู้บริโภคคาดว่าจะได้รับ

ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างมูลค่าเพิ่มมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ (พินพัสนีพรหมศิริ, 2547) (อ้างถึงใน ปัทมา เลหาสินณรงค์, 2555) ดังต่อไปนี้

1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ที่มากกว่าคู่แข่ง จะสามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มความพอใจให้ผู้บริโภคได้มากขึ้น
2. การสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจจากผู้บริโภคที่ดีที่สุด
3. การสร้างมูลค่าเพิ่ม ช่วยให้ธุรกิจสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในภาวะที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงได้ และได้เปรียบทางการแข่งขัน

ทางการท่องเที่ยวนั้น การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง การสร้างประสบการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เป็นการจัดการประสบการณ์วิธีหนึ่ง เป็นการสร้างอารมณ์ ความรู้สึกให้กับลูกค้าโดยให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าหรือ บริการนั้นมีความโดดเด่นน่าสนใจและสัมผัสได้ เป็นการสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ น่าจดจำ น่าประทับใจและมีเอกลักษณ์ซึ่งการจัดการ ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ได้ ประยุกต์ใช้แนวคิดของ Schmitt (1999) ที่ สามารถสร้าง “องค์รวมแห่งประสบการณ์ (Total Experience)” ที่นำไปสู่การสร้างความประทับใจที่ ดีให้กับลูกค้าได้อย่างเป็นขั้นตอนดังแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 5 ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน

(ที่มา : Schmitt, 1999)

Schmitt ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับชุดการจัดการ ประสบการณ์เชิงกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การรับสัมผัส (SENSE) คือ ส่วนประกอบหนึ่งในกลยุทธ์ การจัดการประสบการณ์ ซึ่งการสัมผัสในความหมาย ของการตลาด เสริมสร้างประสบการณ์นี้มุ่งเน้น การรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของนักท่องเที่ยวด้วย วิธีการสื่อสารด้วย ภาพ เสียง การสัมผัส จับต้อง กลิ่น และรสชาติในหลายรูปแบบที่ แตกต่างกันไป เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ามีความสนใจและ เปิดใจรับสิ่งที่นำเสนอ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2548) อารมณ์ความรู้สึก (FEEL) คือ การจัดการที่ มุ่งเน้น สร้างประสบการณ์ในด้านความรู้สึก และ อารมณ์ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างทัศนคติด้าน บวก และความรู้สึก ที่ดีต่อสินค้า นักท่องเที่ยวมีความภาคภูมิใจเมื่อได้ใช้บริการ เกิดความ ประทับใจและเผยแพร่กันไปแบบปาก ต่อปาก สู่ นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่และนักท่องเที่ยวเดิมกลับมา ใช้บริการซ้ำ การคิด (THINK) คือ การสร้าง ประสบการณ์เพื่อสร้างความคิดให้กับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการหาความรู้และคำตอบ สามารถใช้การ นำเสนอกลุ่มสินค้าและบริการเข้าสู่ ตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจใน สินค้า บริการ และ องค์กร การกระทำ (ACT) คือ การส่งเสริมประสบการณ์การบริโภคสินค้าและการ บริการของกลุ่มเป้าหมาย โดยนำเสนอทางเลือก ใหม่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น การ อ้างอิงและการสื่อสารผ่านบุคคลที่ เป็นแบบอย่าง และเป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น นักแสดง นักร้อง นักกีฬา นักธุรกิจ เป็นต้น อาจใช้เป็น หลักการ เหตุผลและแรงจูงใจที่ส่งผลให้ลูกค้าเปลี่ยนวิถีชีวิต และพฤติกรรมบริโภคใหม่ได้ การเชื่อมโยง (RELATE) คือ การสร้างความสัมพันธ์จาก องค์ประกอบของประสบการณ์ 4 ด้าน คือ การรับ สัมผัส อารมณ์ ความรู้สึก การคิด และการกระทำ โดยนำประสบการณ์เฉพาะด้านในแต่ละส่วน มา ผสานเกี่ยวโยงกัน จนทำ ให้ประสบการณ์เฉพาะ บุคคลขยายผลสู่กลุ่มคนในระดับต่าง ๆ การ ท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นรูปแบบการ ท่องเที่ยวที่ รับรู้และสร้างประสบการณ์ได้โดยผ่านประสาท สัมผัสทั้ง 5 ได้อย่างชัดเจนที่สุด นอกจากนี้ยังมี

นักวิชาการด้านการจัดการประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว ได้ให้ความเห็นที่เกี่ยวข้องกับการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ดังนี้ Kivela & Crotts (2006) กล่าวว่า “การทำอาหารและการ ชิมไวน์เป็นศิลปะอีก รูปแบบหนึ่งที่มีผลต่อประสาทสัมผัสทั้งห้าของมนุษย์ ทั้งการมองเห็น ได้ยินเสียง ได้กลิ่น ได้ลิ้มรส และได้สัมผัส” Smith, et al. (2010) ได้กล่าวถึงประเทศไทยว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารที่มีวัฒนธรรมการกินที่แปลกใหม่ อาหารเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยว มีความรู้สึกที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น เนื่องจากอาหารสามารถบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยว ต้องการได้รับการมาท่องเที่ยวในแหล่งนั้น

โดยการสร้างมูลค่านั้น ควรคำนึงถึงเรื่องการสื่อความหมาย แม้ส่วนมากจะถูกใช้บ่อยในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น สวนพฤกษศาสตร์ ป่า พื้นที่สงวนรักษาพันธุ์พืชและสัตว์ สวนสัตว์ และอุทยานแห่งชาติ หรือพบในพิพิธภัณฑ์ แกลอรี ศูนย์วิทยาศาสตร์ แต่ในปัจจุบันมีการนำแนวคิดการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยวมาประยุกต์ใช้มากในการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ กลุ่มของงานมรดกเทศก์ ผู้จัดการรายการนำเที่ยว องค์การอนุรักษ์ และกลุ่มประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การสื่อความหมาย ถือเป็นกุญแจที่จะทำให้เข้าใจสิ่งที่กำลังศึกษา เป็นสิ่งที่แสดงถึงวิถีชีวิต ระบบ และโครงสร้าง การสื่อความหมายต้องเข้าใจความต้องการ ความสนใจของนักท่องเที่ยว และรู้วิธีการสื่อสารระหว่างคนกับสถานที่ อดีตกับปัจจุบัน คนกับคน และรู้วิธีตอบคำถามแก่ผู้มาเยือน โดยการสื่อความหมายมีประโยชน์เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ที่มีความหมายและสนุกสนานแก่ผู้มาเยือน และช่วยให้ผู้มาเยือนระวังซาบซึ้งและเข้าใจประสบการณ์ที่ได้รับ ทฤษฎีทางการสื่อความหมายนั้น ในปี พ.ศ. 2500 ฟรีแมน ทิลเดน ได้เริ่มให้คำจำกัดความไว้ว่า คือ การสื่อความหมายมรดก คือ กิจกรรมการศึกษาซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะสะท้อนให้เห็นความหมายและความสัมพันธ์ผ่านการใช้วัตถุต้นแบบ โดยประสบการณ์ตรง โดยสื่อ ซึ่งจะสื่อสารได้เข้าใจง่ายกว่าข้อเท็จจริง เครือข่ายการสื่อความหมายสกอตต์ได้ให้ความหมายเพิ่มเติมว่า การสื่อความหมายคือ กระบวนการสื่อสารข้อความและเรื่องราวเกี่ยวกับมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ ไปยังผู้ชมด้วยแรงบันดาลใจและการเข้าใจอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของชุมชน กล่าวโดยสรุป คือ การสื่อความหมาย คือ การเล่าเรื่อง เป็นสิ่งที่สำคัญ

อีกทั้ง การศึกษาครั้งนี้ได้ประมวลแนวคิด เกี่ยวกับการจัดการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยใช้ประสาทสัมผัสทั้ง 5 มาสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ให้สอดคล้องตามลักษณะของประสาทสัมผัสทั้ง 5 อย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้

1. รูป หมายถึง รูปร่างลักษณะหน้าตา ของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร หรืออาหารที่ปรุงเสร็จเรียบร้อยแล้ว และนักท่องเที่ยวรับรู้ได้ จากการมองเห็น ไม่ว่าจะเป็นสีสันทันของอาหาร ความสดใหม่ มีควันขึ้นร้อน ๆ หรือแม้แต่การ ตกแต่งอาหารจานนั้น

2. รส หมายถึง รสชาติที่สัมผัสได้จากการ ชิมอาหาร เช่น เปรี้ยว หวาน มัน เค็ม เผ็ด หรือ ขม ของอาหารแต่ละประเภทที่มีความเป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัวของอาหาร ไม่ว่าจะเป็น เอกลักษณ์จากเครื่องเทศหรือ

ส่วนผสมอื่น ๆ ไม่จำเป็นต้องเป็นรสใดรสหนึ่ง อาจจะเป็นรสชาติที่กลมกล่อมหรือรสชาติเฉพาะของอาหารจานนั้นก็ได้

3. กลิ่น หมายถึง กลิ่นของอาหารที่ นักท่องเที่ยวสัมผัสได้เป็นอันดับแรก เริ่มตั้งแต่การปรุงอาหาร การยกมาเสิร์ฟ กลิ่นของอาหารเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถดึงดูดและกระตุ้นให้เกิดความ ต้องการที่จะลองลิ้มชิมรสในทันที

4. เสียง หมายถึง กระบวนการในการ ปรุงอาหารเริ่มตั้งแต่การเตรียมวัตถุดิบ การเตรียม เครื่องปรุง เสียงกระทบกันของครกกับสาก เขียงกับมีด กระแทกกับตะหลิว แสดงถึงความ ทะมัดทะแมงของผู้ปรุงอาหาร ทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความรู้สึกกระหายที่จะลิ้มลองอาหารจานนั้น

5. สัมผัส หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการประกอบอาหารจานนั้น อาจจะเริ่มต้นจากการเลือกวัตถุดิบ เตรียมวัตถุดิบ หรือ เพียงแค่ชมกรรมวิธีในการทำอาหารจานนั้น และ เมื่อได้ชิมอาหารแล้ว สิ่งที่ได้จากการชิมคือรสสัมผัส ของอาหาร ความพึงพอใจที่ได้ลิ้มรสอาหารที่ไม่ใช่ แค่เพียงความอร่อย ยังรวมถึงความรู้สึกภาคภูมิใจ ที่ได้ลิ้มลองอาหารจานพิเศษนั้นในแหล่งท่องเที่ยวจริง

โครงการวิจัยย่อยนี้ ได้นำกระบวนการของการสื่อความหมายผ่านวัตถุและการเล่าเรื่อง ตามคำนิยาม และแนวคิดของการสื่อความหมายดังที่ได้ทบทวนมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มผ่านกระบวนการสื่อความหมายทั้งในงานศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น และผลผลิตทางการเกษตรท้องถิ่น เชื่อมโยงต่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

2.1.6 แนวคิดเรื่องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

คำว่า Design มาจากรากศัพท์ภาษาละตินคือคำว่า Designare หมายถึง กำหนดออกมาจะหรือ ชีตหมายไว้ เป้าหมายที่จะแสดงออกซึ่งหมายถึงสิ่งที่อยู่ในอำนาจความคิด (Conscious) อันอาจเป็นโครงการ รูปแบบ หรือแผนผังที่ช่างหรือศิลปินกำหนดขึ้นด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี เสียง รูปแบบ โครงสร้าง และวัสดุต่าง ๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ทางความงามหรือสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle) ดังนั้น จะพบว่าสรรพสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ทำขึ้นนับจากสิ่งง่ายที่สุดจนถึงสิ่งที่ยากสลับซับซ้อนไม่ว่าจะเป็นงานหัตถกรรม ศิลปกรรม จนถึงการออกแบบยานอวกาศ ล้วนต้องมีการออกแบบทั้งสิ้น ตามความหมายของการออกแบบจากแนวคิดของบุคคลหลายฝ่ายซึ่งพอสรุปได้ว่า การออกแบบเป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ตลอดเวลาที่มีชีวิตอยู่มนุษย์ต้องการใช้การออกแบบทุกกระยะเพื่อกำหนดการดำรงชีวิต เพราะการวางแผนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นสุดท้ายของชีวิตในทุก ๆ ด้าน ย่อมขึ้นอยู่กับในวิธีการออกแบบทั้งสิ้น จะเห็นได้ว่ามนุษย์ใช้การออกแบบเป็นองค์ประกอบในการดำรงชีวิตในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สิ่งที่ต้องนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม คือการนำหลักพื้นฐานในการออกแบบผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ประกอบด้วยหลักการ 10 ข้อ มาเป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมให้มีรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งมีแนวทางการวิเคราะห์ดังนี้

1. ประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (Functions)
2. ความปลอดภัยในการใช้งาน (Safety)
3. ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ (Durable)
4. ความสะดวกสบายหรือความถูกต้องตามหลักสรีรศาสตร์ (Ergonomics)
5. ความงามของผลิตภัณฑ์ (Aesthetic)
6. ราคา หรือต้นทุนในการผลิตกับการจำหน่าย (Cost)
7. การดูแลและบำรุงรักษาง่าย (Maintenance)
8. วัสดุ (Material)
9. กรรมวิธีการผลิต (Production)
10. การขนส่ง (Transportation)

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 10 ข้อดังกล่าวถือเป็นหัวใจของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบวัฒนธรรมเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งนำมาใช้จะแตกต่างกันไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบ เช่น การออกแบบเครื่องประดับ ผู้ออกแบบมุ่งที่ประเด็นความงามเป็นสำคัญ หรือการออกแบบของตกแต่งเล่น ควรเน้นที่ความปลอดภัยของผู้เล่นเป็นประเด็นหลัก เป็นต้น ดังนั้นผู้เขียนจึงได้แสดงรายละเอียดของหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกับการแสดงภาพประกอบและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ จากทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ตามลำดับหัวข้อเพื่อให้เข้าใจยิ่งขึ้น ในงานวิจัยนี้เช่นกัน

บทบาทของวัฒนธรรมกับความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์สำคัญในการนำมาเป็นต้นแบบของความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมอื่น ๆ ที่เป็นการแสดงออกของมนุษย์ หรืออาจเกี่ยวข้องกับสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตขึ้นจากระบบค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อของมนุษย์ ในขณะที่เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ก็เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับคน สังคม สิ่งแวดล้อมหรือสิ่งที่มนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุง หรือผลิตขึ้นเช่นกัน โดยพิจารณาได้จากรูปแบบของการสร้างสรรค์ การบริการที่ตอบสนองความต้องการใช้สอยในชีวิตประจำวัน ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นการออกแบบที่ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาผลิตภัณฑ์หรือบริการต่าง ๆ ให้สามารถตอบสนองการใช้งานได้อย่างสะดวกสบายและยังเป็นการออกแบบที่เน้นในเรื่องของการทำให้สิ่งนั้น ๆ มีความสวยงามร่วมด้วย ดังนั้นผู้เขียนจึงได้กล่าวถึงความสำคัญของการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามหลักปัจจัย 4 เพื่อให้เข้าใจง่ายตามปัจจัยความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งเมื่อนำปัจจัยดังกล่าวมาเป็นแนวคิดในการ

สร้างสรรค์หรือพัฒนาตามกระบวนการของการพัฒนาวัฒนธรรมเป็นสินค้า สามารถสร้างสรรค์เป็นสินค้า วัฒนธรรมและสินค้าเชิงอุตสาหกรรมจากโครงสร้างด้านรูปแบบของมรดกทางวัฒนธรรมเอกลักษณ์ในการ ดำรงชีพต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านร่วมกัน เช่น ปัจจัยสี่ การศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณี การศึกษา วิธีการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญา เป็นต้น โดยเฉพาะปัจจัยสี่ที่ประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และ ยารักษาโรค จัดเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สามารถทำให้เกิดโรงงานสินค้าทางวัฒนธรรมได้อย่างมหาศาล ซึ่งสามารถ อธิบายแนวทางการสร้างสรรค์จากปัจจัยวัฒนธรรมดังกล่าวให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางวัฒนธรรมได้ ดังนี้

1. วัฒนธรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร

อาหารเป็นสิ่งบริโภคที่สำคัญที่สุดในการทำให้ร่างกายมนุษย์เจริญเติบโต โดยในประเด็นนี้วัฒนธรรมที่ เกี่ยวข้องด้านอาหารได้เข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของการผลิตและสร้างสรรค์องค์ประกอบร่วมของอาหาร เช่น ภาชนะ ใส่อาหาร บรรจุภัณฑ์อาหาร อุปกรณ์ทำอาหารต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการปรุงอาหารเพื่อให้รสชาติ สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่นั้น ๆ ดังนั้นองค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าว จึงสามารถนำส่วนที่เป็น วัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องได้โดยตลอด ซึ่งหากวัฒนธรรมใดเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวหรือคุ้นเคยกับผู้บริโภค ยิ่งทำให้ การเข้าถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น ในขณะเดียวกันนักออกแบบผลิตภัณฑ์ได้เข้ามามี บทบาทในส่วนที่ต้องคิดในขั้นตอนของการออกแบบองค์ประกอบของอาหารเหล่านั้น ทั้งในส่วนของภาชนะ ต่าง ๆ สิ่งอำนวยความสะดวกในการห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์อาหาร ให้สามารถเก็บอาหารได้โดยปลอดภัยจาก การเก็บเพื่อโซว หรือในบ้านพักอาศัย รวมทั้งเก็บเพื่อกันกระแทกในการเคลื่อนย้ายในระหว่างขนส่งด้วย โดยสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์นั้นนั้นต้องสามารถแสดงตัวตนของผลิตภัณฑ์และป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ ดี จึงจะแสดงถึงประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ได้

นอกเหนือจากการปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในแล้ว บรรจุภัณฑ์ยังต้องสามารถกระตุ้นความรู้สึกให้ ผู้บริโภคเกิดความต้องการด้วยองค์ประกอบของความงามจากภายนอก และเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้าง แรงกระตุ้นทางอารมณ์ให้ผู้คนเกิดความสนใจ เกิดความต้องการในตัวผลิตภัณฑ์ ที่สามารถดึงดูดใจ และ นำเชื่อถือต่อผู้ที่พบเห็นด้วย ในขณะเดียวกันหากเชื่อมโยงเนื้อหาวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเภทของ ผลิตภัณฑ์อาหารผสมผสานบรรจุภัณฑ์ด้วยยิ่งทำให้เกิดคุณค่าที่แสดงเอกลักษณ์ได้ดี ดังนั้นนักออกแบบจึงต้อง คิดโจทย์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเพื่อให้เป็นสิ่งปกป้อง แสดงความแตกต่าง แสดงความงามที่สื่อ เอกลักษณ์เชิงวัฒนธรรมและมีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารแต่ละประเภทด้วย

ในประเด็นดังกล่าว ทำให้บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์มากขึ้น จึงทำให้บรรจุภัณฑ์มี อัตราการเติบโตรวมกับการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารและยังส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศด้วย โดยเฉพาะการมีบทบาทในการส่งเสริมด้านการตลาด กล่าวคือ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ยังสามารถใช้เป็นสื่อ โฆษณาที่แสดงเอกลักษณ์ร่วมกับการแสดงเนื้อหาทางวัฒนธรรมให้กับสินค้าเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่าย ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์จึงต้องออกแบบให้สวยงามเหนือกว่าคู่แข่งอื่น ๆ จึงสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้ อาจกล่าวได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์อาหารมีความเกี่ยวข้องกับ

ภาชนะใส่อาหาร และบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนใหญ่ โดยรูปแบบของภาชนะบรรจุภัณฑ์มักมีความสัมพันธ์กับ ศิลปวัฒนธรรมของคนในประเทศนั้น ๆ ซึ่งมีตัวอย่างให้เห็นจากบรรจุภัณฑ์ที่สื่อวัฒนธรรมพื้นถิ่นซึ่งอาจสื่อจาก วัสดุที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เช่นไม้ ไม้ไผ่ ใบตอง ใบกล้วย ใบบัว ฯลฯ หรือเรื่องราว และการผลิต โดยการทำ บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ นอกจากเพื่อปกป้องสินค้าแล้ว ยังจัดเป็นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวัฒนธรรมอีกประเภท หนึ่งที่แฝงไว้ด้วยเนื้อหาเชิงศิลปวัฒนธรรมที่ได้สืบทอดกันมานาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับใส่อาหาร (ภาชนะใส่อาหาร) เป็นภาชนะออกแบบที่สื่อวัฒนธรรมบน ตัวผลิตภัณฑ์โดยการนำรูปแบบใบบัว ใบกล้วย ที่เป็นวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านของไทยมาเป็นแนวคิดในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารเพื่อแสดงเอกลักษณ์ร่วมกัน เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสื่อ วัฒนธรรมบนตัวผลิตภัณฑ์ด้วยรูปแบบของพืชพื้นบ้านไทย โดยเริ่มจากกำหนดแนวคิดของรูปแบบจากพืช พื้นบ้าน ร่างรูปแบบหลักเพื่อให้เกิดรูปทรงตามแนวคิด และกำหนดรายละเอียดของรูปทรง



รูปภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์ภาชนะใส่อาหารจากแนวคิดวัฒนธรรมพืชพื้นบ้านไทย

(ที่มา : B2Bthai.com)

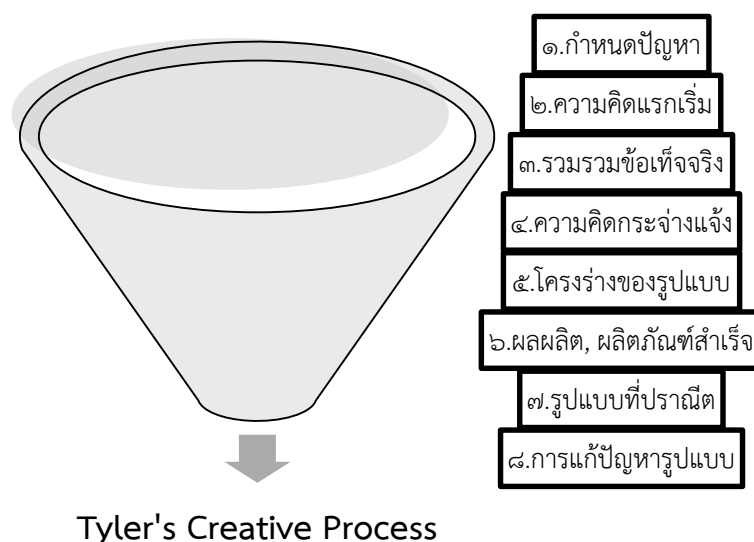
2. วัฒนธรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่ม

เครื่องนุ่งห่มที่นำมาใช้ร่วมกับวัฒนธรรมเพื่ออธิบายถึงความสอดคล้องกัน ได้กำหนดจากประเภท เสื้อผ้า หรือ เครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์ โดยมีหน้าที่หลักคือการใช้สวมใส่เพื่อปกป้อง ร่างกายจากสภาวะอากาศ สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย ความสะอาดสบาย ความสุข และเพื่อสะท้อนถึง สังคม วัฒนธรรม รวมถึงรสนิยมเฉพาะบุคคลด้วย ซึ่งเมื่อมนุษย์มีความต้องการด้านเครื่องนุ่งห่มต่าง ๆ ที่ ประกอบไปด้วย เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับที่เป็นองค์ประกอบร่วมรายการทำให้เกิดความ สวยงาม ทำให้เกิดความสุขทางใจ และผลจากสิ่งเหล่านี้จึงทำให้มีผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความสวยงาม ความสุภาพในการสวมใส่ ซึ่งอาจพิจารณาได้จากการแต่งกายที่เหมาะสมกับสรีระของร่างกาย เหมาะสมกับ โอกาส และสถานที่ เช่น การสวมใส่ที่ไม่รัดแน่นจนเกินไป หรือสวมกระโปรง กางเกงที่ไม่สั้นมากนัก หรือการ เข้าไปในสถานที่ควรแก่การสักการะบูชา ได้แก่ ศาสนสถาน วัด โบสถ์ หรือสถานที่ราชการ สถานศึกษา ฯลฯ

ดังนั้นการแต่งกายให้ถูกกาลเทศะจึงเป็นเรื่องสำคัญที่มนุษย์ทุกคนควรปฏิบัติให้ถูกต้องตามหลักขนบธรรมเนียมประเพณี และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นด้วย และในปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มกลายเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในโครงการของรัฐบาล จึงเป็นสิ่งยืนยันถึงการเพิ่มจำนวนของเสื้อผ้า และมีรูปแบบของเสื้อผ้าที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นด้วย เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญของมนุษย์อีกประการหนึ่ง ดังนั้นคนในสังคมจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับข้อปฏิบัติที่เหมาะสมในการสวมใส่ เพื่อให้เกิดเป็นสังคมที่ดีงามต่อไป วัฒนธรรมการแต่งกายที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นไทยล้านนาและแสดงรสนิยมเฉพาะบุคคลโดยวัฒนธรรม การทอผ้าที่มีลวดลายต่าง ๆ ได้แสดงผ่านการนุ่งผ้าของสตรีและส่งผ่านวัฒนธรรมสู่ลายผ้าทอในปัจจุบัน

เช่น วัฒนธรรมล้านนาจากรูปแบบการแต่งกายและลวดลายของเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าทอมือที่จัดเป็นศิลปะแห่งภูมิปัญญาพื้นถิ่นที่สร้างสรรค์จากองค์ความรู้ของคนสมัยก่อน ลวดลายต่าง ๆ มีความผูกพันเชื่อมโยงกับวิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมของไทย ดังนั้นทั้งศาสตร์และศิลป์แห่งการทอผ้าจึงได้รับการถ่ายทอดและสืบสานสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบัน จึงส่งผลให้เครื่องนุ่งห่มที่มาจากผ้าทอในหลายพื้นที่ยังคงรักษารูปแบบอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนได้เป็นอย่างดี ผ้าทอจึงเป็นมรดกทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาในอดีตและเชื่อมโยงเรื่องราวของลวดลาย รูปแบบการนุ่ง การประยุกต์เพื่อสวมใส่ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบันตามรูปแบบสมัยนิยม และยังมีการนำผ้าทอต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการเป็นภาพตกแต่งอาคาร บ้านเรือน สำนักงาน เพอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้าน ฯลฯ จึงจะเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมด้วยการผลิตงานวัฒนธรรม ซึ่งคล้ายกับกระบวนการเดียวกับการผลิตสินค้าที่มีองค์ประกอบหลายอย่างร่วมกัน ซึ่งวัฒนธรรมการแต่งกายเป็นเครื่องแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นถิ่น

กรอบของการสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการสร้างสรรค์ผลงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์นอกจากพิจารณาจากการออกแบบที่คำนึงตามสัดส่วนทองคำแล้วยังสามารถสร้างสรรค์ตามกรอบแนวคิดการสร้างสรรค์จากกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่มีผู้รู้ได้สร้างไว้เป็นแนวทางเพื่อให้ง่ายต่อการทำงานด้านอื่น ๆ ในขณะเดียวกันการสร้างสรรค์ คือการสร้างสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ทั้งทางจิตใจและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสร้างสรรค์ ดังนั้นในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จึงเป็นลักษณะที่สร้างสรรค์สิ่งใหม่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงสามารถประยุกต์ใช้แนวทางการสร้างสรรค์ตามแผนภูมิต่าง ๆ ที่มีผู้รู้ได้ศึกษาไว้ เพื่อใช้เป็นแบบอย่างในการคิดกระบวนการสร้างสรรค์งานให้ผลงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ดังนี้



แผนภาพที่ 6 กรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ใน Tyler's Creative Process

(ที่มา : www.artd.wordpress.com/class-11/)

ซึ่งถือเป็นกรอบของการสร้างสรรค์เพื่อให้สามารถสร้างแนวความคิดเริ่มต้นและสามารถใช้กำหนดปัญหา ที่นำมาสู่การแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น จากแผนภาพที่ 6 เป็นตัวอย่างของกรอบแนวคิดของกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบ “ Tyler's Creative Process ” ซึ่งได้นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานต้นแบบในงานวิจัยในครั้งนี้ ด้วยกระบวนการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

1. การกำหนดปัญหา โดยในการสร้างสรรค์งานออกแบบต่าง ๆ ให้ระบุลักษณะและขอบเขตของปัญหาด้านต่าง ๆ ให้ชัดเจน โดยอาจจัดกลุ่มของปัญหา เป็นหัวข้อต่าง ๆ เพื่อจะได้สร้างสรรค์ตามแนวทางของปัญหาแต่ละด้านได้ง่ายขึ้น และยังสามารถลดระยะเวลาการสร้างสรรค์ให้สั้นลงด้วย
2. ความคิดแรกเริ่ม เกิดจากการที่ได้รับรู้ในปัญหานั้น ๆ แล้วกล่าวคือ ในขั้นตอนนี้ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้โดยง่าย โดยสืบเนื่องจากการที่ได้รับรู้ปัญหาจากการที่ได้กำหนดกรอบของปัญหาเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนไว้แล้ว จึงทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ผลงานได้ง่ายขึ้นด้วย
3. การรวบรวมข้อเท็จจริง โดยอาจทำในรูปแบบของการวิจัยทุกแง่มุมของปัญหา โดยในกระบวนการดังกล่าวอาจเริ่มจากการเริ่มค้นคว้าและดำเนินการในทุก ๆ ด้านอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้น
4. การมองเห็นปัญหา หรือการรับรู้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นขั้นตอนของความคิดที่มองเห็นแนวทางแล้ว โดยเป็นการมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นหลังจากที่ได้ดำเนินการค้นคว้าหาสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ ไว้แล้ว

5. กำหนดเค้าโครง ในขั้นตอนนี้จะสามารถกำหนดเค้าโครงของรูปแบบผลงานสร้างสรรค์ต่าง ๆ ได้ตามจินตนาการจากผลของการรับรู้ปัญหานั้น ๆ แล้ว โดยโครงร่างของรูปแบบเริ่มที่จะมีเค้าโครงของรูปแบบที่สามารถมองเห็นได้ และสามารถวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ ได้จากการที่ได้เห็นรูปแบบคร่าว ๆ แล้ว
6. การผลิต ในขั้นตอนนี้เป็นกระบวนการที่ได้ดำเนินการในขั้นของกระบวนการการผลิตแล้วจึงมีผลิตภัณฑ์จริงให้เห็นได้
7. ความปรานี เป็นขั้นตอนที่สามารถเห็นรูปร่างที่แท้จริงของผลงานนั้น ๆ โดยเมื่อทำการผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถจับต้องได้ สัมผัสได้ จะทำให้เห็นปัญหาจากการที่ได้สัมผัสสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้เห็นปัญหาที่ชัดเจนยิ่งขึ้น
8. การแก้ปัญหา เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากได้เห็นรูปแบบที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หรืองานสร้างสรรค์ต่าง ๆ แล้ว ซึ่งการได้เห็นปัญหาจากการใช้งานผลิตภัณฑ์จึงทำให้สามารถแก้ปัญหาได้ตรงประเด็น

ดังนั้นกระบวนการดังกล่าวจะมีการดำเนินไปตามกรอบแนวคิดของกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ไปอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เห็นปัญหาและนำมาแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้ได้ผลงานสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ นอกจากกรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์ดังกล่าวแล้ว ยังมีกรอบของการสร้างสรรค์จากกระบวนการสร้างสรรค์อีกหลายแนวทาง ทั้งรูปแบบที่เป็นการกำหนดกรอบแบบองค์รวมจากมุมมองของสิ่งใดสิ่งเล็ก ที่สามารถส่งเสริมแนวคิด และนำมาใช้ในการพิจารณาแนวทางการสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี

2.1.7 แนวคิดเรื่องการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR)

เป็นกระบวนการของการทำงานร่วมกัน ต้องอาศัยการสืบค้นหาปัญหาและข้อโต้แย้งร่วมกัน เป็นกลุ่มวิเคราะห์สาเหตุแห่งปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองการปกครอง วัฒนธรรม ส่วนบุคคล ร่วมกันเป็นกลุ่ม และเหนือสิ่งอื่นใด ต้องปฏิบัติงานร่วมกันอย่างเป็นกลุ่ม ในการแก้ปัญหานั้น ๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม หมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ถูกวิจัยเข้ามามีส่วนร่วมวิจัย เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์โดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการวิจัย นับตั้งแต่การระบุปัญหาการดำเนินการ การช่วยให้ข้อมูลและช่วยวิเคราะห์ข้อมูลตลอดจนช่วยหาวิธีแก้ไข ปัญหาหรือส่งเสริมกิจกรรมนั้น ๆ ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมข้อมูลในการวิจัยทุกขั้นตอน ผู้วิจัยหรือชาวบ้านจะมีส่วนร่วมด้วย เริ่มตั้งแต่ชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกำหนดปัญหาของชุมชนและหาช่องทางในการแก้ปัญหา กระบวนการวิจัยดำเนินไปในลักษณะการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างชาวบ้านกับผู้วิจัย เพื่อให้ข้อมูลสรุปเป็นขั้น ๆ กระบวนการสังเคราะห์ข้อสรุปเชิงภาษาวิธี (Dialects) ชาวบ้านจะค่อย ๆ เรียนรู้ด้วยตนเองด้วยวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมนี้ ข้อมูลที่ได้จะมีความชัดเจน สะท้อนความคิดอ่านของชาวบ้านตลอดจนนิสัยใจคอ ความต้องการและแบบแผนการดำเนินชีวิตของเขา ซึ่งการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เป็นวิธีสนับสนุนให้ชาวบ้านตัวแทนในชุมชนเป็นคนสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้ตนเองและชุมชน โดยการศึกษา

เรียนรู้ การหาข้อมูล การศึกษาวิเคราะห์ปัญหา รวมถึงการแก้ไขปัญหที่กำลังประสบอยู่ โดยร่วมกันวางแผน และกำหนดแผนและโครงการ พร้อมทั้งปฏิบัติตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการแก้ปัญหา โดยจัดทำโครงการหรือกิจกรรมใด ในสิ่งที่ตนคิดว่าสามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหได้ถูกต้องตามความต้องการ ประกอบกับการใช้ภูมิปัญญาและทุนทางสังคมที่มีอยู่ (สุรางค์ แก้วสุข อ่างในปัญญา แก้วโพธิ์และคณะ, 2550)

สุนันทา แก้วสุข และคณะ (อ่างใน ปริญญา แก้วโพธิ์และคณะ, 2550) ได้กล่าวถึงการกำหนดขั้นตอน ในการดำเนินงานการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม 5 ขั้นโดยแบ่งเป็น 5 ระยะดังนี้

ขั้นที่ 1 ระยะก่อนทำการศึกษาวิจัย มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การคัดเลือกชุมชนและการเข้าถึงชุมชน
2. การบูรณาการนักวิจัยเข้ากับชุมชน
3. การศึกษาสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของชุมชน
4. การเผยแพร่แนวความคิดแก่ชุมชน

ขั้นที่ 2 ระยะดำเนินการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การศึกษาวิเคราะห์ปัญหาร่วมกับชุมชน
2. การฝึกอบรมทีมวิจัยของชุมชน
3. การวิเคราะห์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นและกำหนดแนวทางแก้ไขปัญหา
4. การออกแบบการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอข้อมูลต่อที่ประชุมของชุมชน

ขั้นที่ 3 ระยะการจัดทำแผนงาน มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การฝึกอบรมทีมงานวางแผนชุมชน
2. การกำหนดโครงการหรือกิจกรรม
3. การศึกษาความเป็นไปได้ของแผนงาน
4. การแสวงหางบประมาณหรือหน่วยงานที่สนับสนุน
5. การวางแผนเพื่อติดตามและประเมินผล

ขั้นที่ 4 ระยะเวลาปฏิบัติงานตามแผน มีขั้นตอนดังนี้ คือ

1. การกำหนดที่ปฏิบัติงานในรูปของอาสาสมัคร
2. การฝึกอบรมทักษะในการปฏิบัติงานให้กับทีมงาน

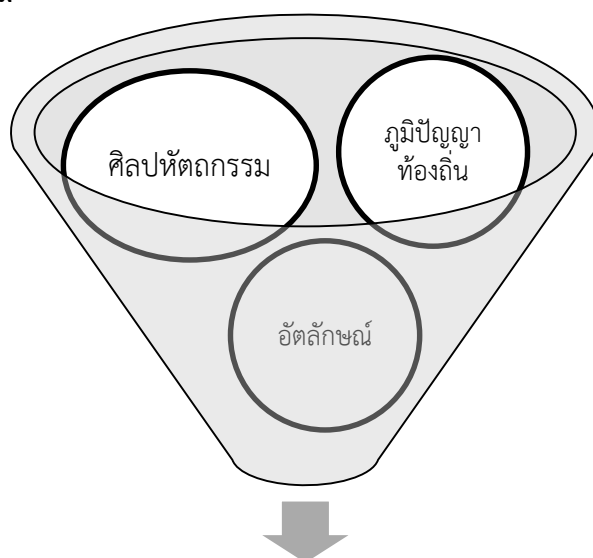
ขั้นที่ 5 ระยะเวลาติดตาม และประเมินผลการปฏิบัติงาน

1. การกำหนดทีมติดตาม และประเมินของชุมชน
2. การฝึกอบรมความรู้ เทคนิคในการติดตามและประเมินผลงาน
3. ติดตามดำเนินงานของฝ่ายปฏิบัติงานทุกระยะ
4. นำข้อมูลเสนอต่อที่ประชุมของชุมชน เพื่อรับทราบและให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ทำให้เป็นผลงานที่

เกิดจากความพยายามร่วมกันศึกษา วิเคราะห์ และแก้ปัญหาโดยคนในชุมชนทุกกลุ่มทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการพัฒนา

การทบทวนวรรณกรรมในเบื้องต้นของโครงการวิจัยย่อยนี้จึงได้ศึกษาถึงองค์ประกอบตามทฤษฎีในแต่ละตัวแปร เพื่อหาความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหารและความเป็นอัตลักษณ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งศึกษาถึงโอกาสในการเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหารและงานศิลป์ในท้องถิ่นตามภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสกัดรูปแบบกิจกรรมและวิธีในการดำเนินงานวิจัยขั้นต่อไป เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยมูลค่า

2.2 กรอบแนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย



การสร้างมูลค่าคุณค่าในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร

แผนภาพที่ 7 กรอบแนวคิด ทฤษฎีในงานวิจัย

(ที่มา : คณะวิจัย, 2561)

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธี ใช้รูปแบบการวิจัยแบบ Experimental study โดยมีการประยุกต์ในการยืนยันโมเดลของโครงการงานวิจัยเดิม (Confirmatory model) แต่มีมิติที่กว้างกว่า ไม่เพียงแต่ศาสตร์ทางนาฏศิลป์ โดยจะศึกษาว่าหลักการดังกล่าวสามารถนำไปสร้างการออกแบบชุมชน (CBD) และนำไปสู่ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ต่อไป โดยมีขั้นตอนกระบวนการศึกษา ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การตรวจสอบข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนไทยที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านเจริญสุข และชุมชนบ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์ และ 14 ชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกระปี่ และชุมชนบ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่ โดยกลุ่มตัวอย่างสุ่มแบบเจาะจง

- 1) กลุ่มกระบวนการ (ผู้มีทักษะในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม) และนักวิจัย เพื่อดำเนินการออกแบบกิจกรรม เก็บข้อมูลและร่วมกิจกรรมเพื่อสังเกตการณ์
- 2) กลุ่มเยาวชนในพื้นที่ ที่มีความสนใจและมีพื้นฐานดังต่อไปนี้
 - ค. กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 เป็นต้นไป โดยอาจไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในชุมชนที่กำลังศึกษา แต่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง
 - ง. เยาวชนที่อยู่ในชุมชน ไม่จำกัดอายุหรือคุณสมบัติ
- 3) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ
 - ค. Artisan chef และ/หรือ Chef ผู้ออกแบบอาหาร
 - ง. สมาชิกและปราชญ์ชุมชน

โดยมีสรุปจำนวนผู้เข้าร่วมแยกตามพื้นที่ได้ดังนี้

พื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ	ชุมชนบ้านเจริญสุข จำนวน 3 คน ชุมชนบ้านสนวนนอก จำนวน 2 คน ชุมชนบ้านโคกเมือง จำนวน 3 คน
นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น (ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เลือกนักออกแบบอาชีพตามกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้)	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน	นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) จำนวน 1 คน Artisan Chef จำนวน 2 คน อาจารย์นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน

พื้นที่จังหวัดกระบี่

กลุ่มตัวอย่าง	คุณสมบัติ	จำนวนผู้ร่วมทำการทดลอง
ชุมชน	สมาชิกครัวเรือนต่าง ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ไม่จำกัดอายุ	ชุมชนบ้านท่าคลอง จำนวน 3 คน ชุมชนบ้านปากน้ำ จำนวน 4 คน ชุมชนบ้านเมืองเก่าพัฒนา จำนวน 4 คน ชุมชนร่วมจิตร์ร่วมใจ จำนวน 5 คน ชุมชนบ้านหนองทะเล จำนวน 13 คน เยาวชนในชุมชน 16 คน
นักออกแบบอาชีพในสายงานอาหารและแฟชั่น (ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เลือกนักออกแบบอาชีพตามกรณีศึกษาของงานวิจัยนี้)	เป็นผู้ที่มีความสนใจวัตถุดิบท้องถิ่น ใส่ใจชีวิตและวิถีชุมชน มีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชน	นักออกแบบอาหาร (Food Stylist) จำนวน 1 คน Artisan Chef จำนวน 2 คน อาจารย์นักออกแบบการสื่อสาร (Communication Artist) จำนวน 1 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ซึ่งศึกษาจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interviews) แบบกึ่งมีโครงสร้าง

จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีการใช้เทปบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ อีกทั้ง มีการถ่ายภาพที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บข้อมูลได้เก็บจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้นำชุมชน

ตารางที่ 1 เครื่องมือในการวิจัย

Experimental Studies

Community Based Design Creative Process	Research Methodologies	Details	Key Respondents/ Informants	Factor A (ทดลอง) : Catalyst*
สืบค้น	Literature Review, Secondary Data, In-Dept Interview, Dialogue, Observation	Depth (1-2) Site Visit	สืบค้น (Community Eco-System)	Inside and Outside 
วิจัยเชิง	Simulation, Brainstorm, Positive Deviance (U-Theory)	-ผลของการวิจัย คือ เห็น ชุมชน		กระทำ : + Driving Force + Restrain Factor  
ออกแบบ	Curating Process, Young Entrepreneur Bootcamp, Pitch			
ประเมินผล	Quantitative Research	Concept Test/Evaluation		

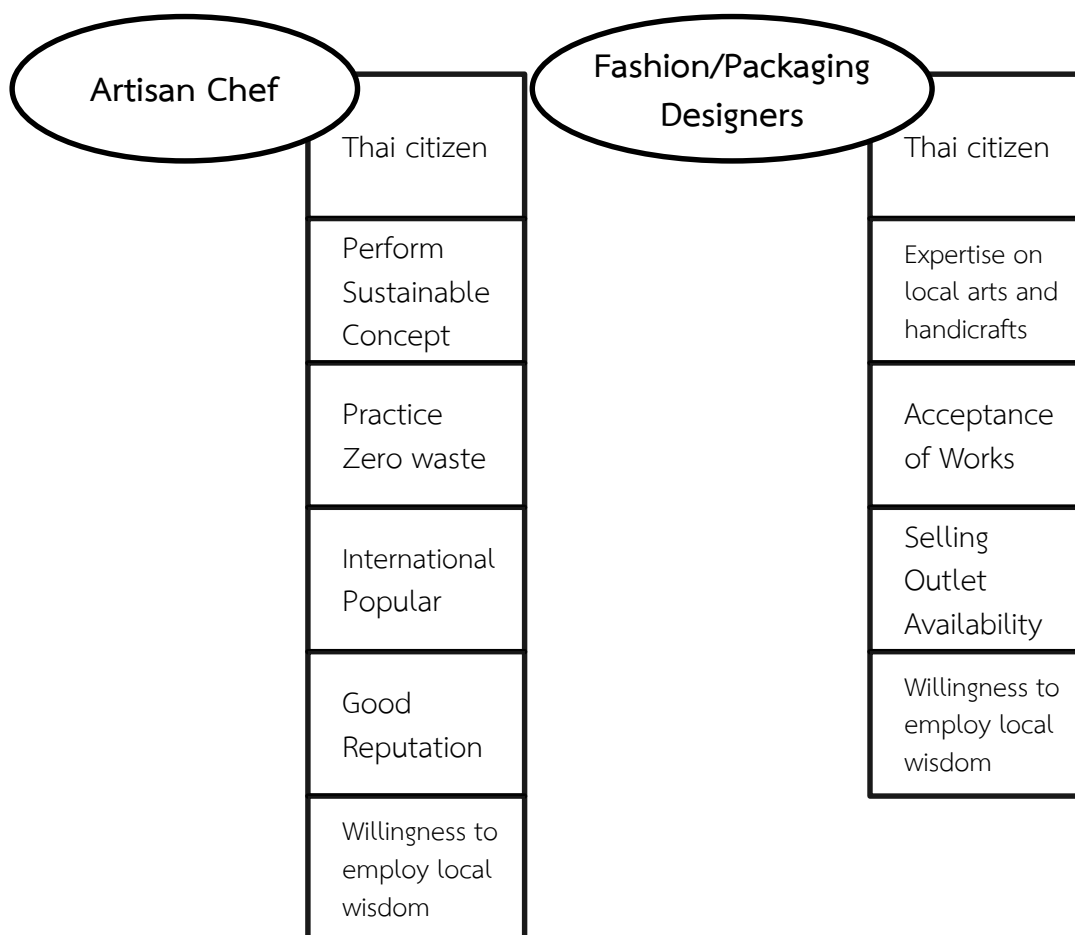
Definition of catalyst in English from <https://en.oxforddictionaries.com>

A substance that increases the rate of a chemical reaction without itself undergoing any permanent chemical change.

A person or thing that precipitates an event.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) และใช้โครงสร้างคำถามนำ (Guide Interview) โดยใช้เทคนิคจากการนำเสนออาหารเชิงศิลปะตามอาหารท้องถิ่น จากตัวกระตุ้น (Catalyst) ในงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งอยู่บนกรอบแนวคิดของภูมิปัญญาชาวบ้านในพื้นที่วิจัย เพื่อใช้ในการจัดค่ายเชิงปฏิบัติการ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีการนำแบบสอบถามออนไลน์มาใช้ในการสำรวจความเป็นไปได้ในการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดเพื่อให้เป็นไปในเชิงพาณิชย์ต่อไป

นอกจากนั้น ในงานวิจัยนี้ได้สร้างเกณฑ์ในการคัดเลือกตัวกระตุ้นเพื่อให้งานวิจัยได้ผลตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังแผนภาพที่ 8



แผนภาพที่ 8 เกณฑ์การคัดเลือกตัวกระตุ้น (Catalyst)

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ได้กำหนดวิธีการรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้

3.3.1 ศึกษาข้อมูลภาคเอกสาร

ศึกษารวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร ด้านศิลปะวัฒนธรรม อัตลักษณ์ล้านนาและรูปแบบศิลปะเฉพาะในแต่ละพื้นที่ เอกสารกรรมวิธีการผลิตหัตถกรรมทั้ง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูลแนวโน้มด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท เอกสารการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย เอกสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดทั้ง 2 จังหวัดและเอกสารงานวิจัย อาหารท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 การศึกษาข้อมูลภาคสนาม (Field Research)

รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาขณะลงพื้นที่ ค้นหาวิถีชีวิต ศิลปะ ธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้อาหารท้องถิ่นและศิลปหัตถกรรมท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการออกแบบและการผลิตเพื่อเชื่อมโยงทางการท่องเที่ยวชุมชน เช่น

การออกแบบสิ่งทอ การทำกระดาษ โดยการเก็บข้อมูลและภาพถ่ายอาหาร งานศิลปกรรมและงานหัตถกรรมท้องถิ่น ในพื้นที่วิจัย

สร้างแบบสอบถามสัมภาษณ์เจาะลึก (In depth interview) แบบกึ่งมีโครงสร้างจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เกี่ยวกับการประกอบอาหาร การจัดแต่งจานอาหาร การเล่าเรื่องโดยอาหาร และภูมิปัญญาด้านวัสดุและการผลิต ให้สอดคล้องกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการออกแบบในอดีตและในปัจจุบัน ได้แก่

3.3.2.1 การสัมภาษณ์ สนทนากลุ่มและถ่ายภาพกลุ่มหัตถกรรม ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การเรียนรู้และการถ่ายทอด การประยุกต์และดัดแปลงวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ ของเหลือใช้ กระบวนการผลิต การดำเนินงาน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์

3.3.2.2 การสังเกต ใช้การสังเกตแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการเกี่ยวกับวิถีชีวิต พฤติกรรม วัตถุดิบ การประกอบอาหาร วัสดุ ของเหลือใช้ รูปแบบ กระบวนการผลิตของหัตถกรรม

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ สามารถสรุปตามตารางที่ 5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 การเก็บข้อมูลงานวิจัย

Research Methodologies	SCP Thai Model through culinary supply chain	Inter-generational model for innovation (valuing diversity and inclusion)
Action research (Process oriented, Conceptual model generation, theoretical foundation)	เพื่อศึกษาขยายผลห่วงโซ่อาหาร (ธรรมชาติ ชีวิตและศิลปะ) คิดค้นต้นแบบในการสอดประสานให้เกิดมูลค่าและคุณค่าสำหรับการท่องเที่ยววิถีไทยจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาชุมชน	เพื่อศึกษารูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชน เห็นคุณค่าของความคิดต่างที่หลากหลาย นำสู่นวัตกรรมที่มีมูลค่า
Literature review	Working model	Working model
Key Informants Stakeholder Matrix	ต้อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific	ต้อยอดกลุ่มเฉพาะ Stakeholder Specific
Brainstorm Elicitation	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึก	จัดระดมความคิดเห็นใช้กระบวนการทฤษฎี ยู และบันทึกข้อมูล บันทึก

(Homogenous vs Heterogeneous)	กระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary	กระบวนการไว้ในรูปแบบ Film Documentary
Focus group and depth interviews	สืบค้น ต้นน้ำ ปลายน้ำ ห่วงโซ่	ร่วมเรียนรู้ สืบค้น รากเพื่อคุณค่า นำเสนอเพื่อมูลค่า
Content Analysis and Sentiment Analysis technique	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้	วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากข้อมูลและกระบวนการ โดยให้เห็น senses จับประเด็นมาเป็น patterns และ Model ในการเรียนรู้

3.4 การวิเคราะห์ และตรวจสอบข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย มาจัดทำเป็นระบบและหาความหมาย และองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยง และหาความสัมพันธ์ของข้อมูล หลังจากนั้นจะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แยกข้อมูลตามหมวดหมู่เพื่อนำไปสู่ความเข้าใจต่อการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ที่ศึกษา

กล่าวคือ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบภายในเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น จากรายงานชุมชน บทความต่าง ๆ ที่นำมาเป็นส่วนประกอบ การวิเคราะห์เพื่อมุ่งหาคำตอบ ประเด็นปัญหาของการวิจัย โดยอาศัยข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิมาประกอบ การศึกษาค้นคว้า และวิเคราะห์อภิปรายผล

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของกลุ่มผลิตภัณฑ์กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยสรุปเป็นแนวทางเพื่อสร้างแนวทางการออกแบบสำหรับชุมชนและสร้างตัวอย่างองค์ประกอบท้องถิ่นสำหรับการออกแบบเพื่อทดลองในการทดลองตลาด

โดยการวิเคราะห์เบื้องต้นตามประเด็นดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด (Market Analysis)
 - 1.1 การหาข้อมูลเพื่อพัฒนาตลาด (Market Development)
 - 1.2 ลูกค้า (Consumer)
 - 1.3 การสรุปข้อมูลพื้นฐาน (Based Information)
2. การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product Analysis)
 - 2.1 ข้อมูลพื้นฐาน (Based Information)
 - 2.2 การวิเคราะห์ประโยชน์ใช้สอย (Function Analysis)
 - 2.3 การทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design)

2.3.1 แนวทางการทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์

2.3.2 สรุปรายชื่อและเลือกแนวทางการออกแบบ

2.3.3 องค์ประกอบการออกแบบ

2.4 การผลิตในส่วนโครงสร้างและการเลือกใช้วัสดุ (Construction Material Product)

เมื่อได้ผลวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบแล้ว กำหนดแนวทางในการนำเสนอแนวความคิด และหาแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

1. การใช้รูปทรงและรูปลักษณ์เป็นแนวทาง (Form & Appearance Approach)
2. การใช้หน้าที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นแนวทาง (Functional Approach)
3. การปรับเปลี่ยนองค์ประกอบย่อยเป็นแนวทาง (Minor Change)
4. การใช้เทคโนโลยีเป็นแนวทาง (Technology Approach)
5. การใช้วัสดุเป็นแนวทาง (Material Approach)
6. การใช้การออกแบบรายละเอียดเป็นแนวทาง (Detail Design Approach)
7. การใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรมและผู้บริโภคเป็นแนวทาง (Culture & User Approach)
8. การใช้วิธีการใช้งานแบบใหม่เป็นแนวทาง (Methodology Approach)
9. การใช้ทฤษฎีปรัชญา และแนวคิดต่าง ๆ เป็นแนวทาง (Theory & Philosophy Approach)

สังเคราะห์ข้อมูลตามคุณลักษณะของแนวทางการแก้ปัญหาทางการออกแบบที่มีความสร้างสรรค์ แล้วรวบรวมองค์ประกอบท้องถิ่นที่เหมาะสมในการออกแบบและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมแต่ละกลุ่ม และจัดทำรูปแบบตัวอย่างผลงานที่ใช้องค์ประกอบและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นต้นแบบสำหรับการตลาดเพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนได้ยกระดับต่อไป

การตรวจสอบข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อให้ข้อมูลมีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือ การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยจะใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) ใช้วิธีการดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากเอกสารหลาย ๆ แหล่งนั้นถูกต้องหรือเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อหาข้อสรุปของข้อมูล
2. การเปรียบเทียบจากการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methodological triangulation) คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูล หรือทำการสืบค้นข้อมูลที่มีหัวเรื่องเดียวกัน แต่มีการเปลี่ยนแหล่งข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เที่ยงตรง หรืออาจซักถามผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่าข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงความเป็นจริงหรือไม่

3.การตรวจสอบโดยใช้ผู้สัมภาษณ์ที่ต่างกัน วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้น จะต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่ง ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล

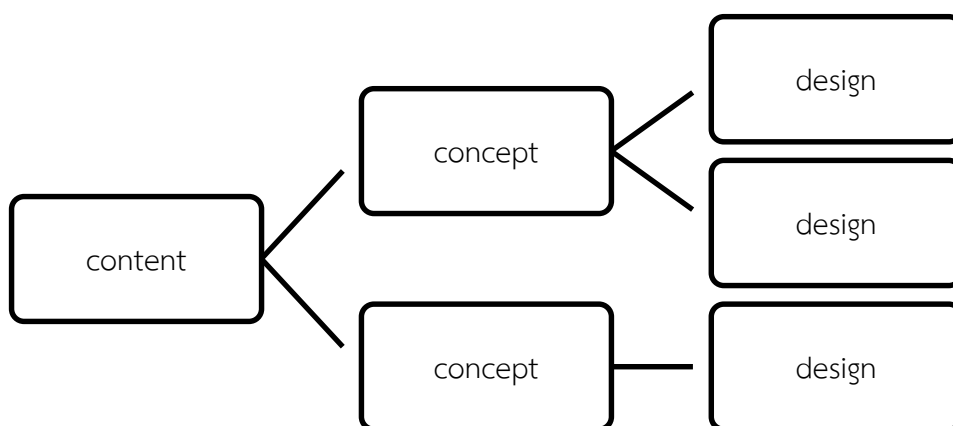
3.1 การตรวจสอบแหล่งเวลา หมายถึง การตรวจสอบข้อมูลในช่วงเวลาที่ต่างกัน เพื่อให้ทราบว่าข้อมูลที่ได้รับช่วงเวลาต่าง ๆ นั้นเหมือนกันหรือไม่

3.2 การตรวจสอบสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กัน จะเหมือนกันหรือไม่

3.3 การตรวจสอบบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ผู้วิจัยต้องการศึกษามีมุมมอง/ประเด็นที่แตกต่างออกไปในหลาย ๆ ด้าน ผู้วิจัยก็จะใช้ข้อมูลเอกสารที่มีแหล่งอ้างอิงที่ชัดเจน แน่นนอนและน่าเชื่อถือที่สุด

3.5 การแปลผลข้อมูล: เกณฑ์ และการให้ความหมาย

จากผลการวิจัยแผนงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยด้วยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่การศึกษาต่างๆ ค้นพบว่ากระบวนการในการขับเคลื่อนการนำอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยมาสอดประสานในอาหารไม่ว่าจะเป็นการประกอบอาหารแบบดั้งเดิมโดยชุมชน หรือการสร้างสรรค์การนำเสนออาหารในรูปแบบใหม่ ล้วนแล้วแต่มีแนวทางที่สอดคล้องกัน 3 ขั้นตอนโดยจะนำมาขยายผลในงานวิจัยนี้ต่อไป ดังนี้



แผนภาพที่ 9 แนวทางการแปลผลข้อมูล

1. การสืบค้น (Content)

การศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยใช้กรอบความคิดในการศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ภายใต้ 3 กลุ่มความคิดหลัก ได้แก่ ธรรมชาติ ชีวิต และศิลปะ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การสืบค้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

- 1) การสืบค้นโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่ (Inside-out) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่สามารถเปิดดวงพุดคุยหรืออภิปรายเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมอาจมีความเชี่ยวชาญหรือความรู้ที่แตกต่างกันออกไป ทำให้ข้อมูลเกิดการตรวจสอบซึ่งกันและกัน และเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจประกอบด้วย คนท้องถิ่น หรือผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่ เป็นต้น
- 2) การสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ (Outside-in) บุคคลภายนอกของพื้นที่ หมายถึง ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องใดในพื้นที่ หรือมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่อย่างจำกัด อาจประกอบด้วย นักวิจัย นักออกแบบ ศิลปิน เชฟ หรือเยาวชน เป็นต้น บุคคลภายนอกของพื้นที่สามารถสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่โดยการศึกษาข้อมูลในระดับทุติยภูมิ (Secondary data) การสัมภาษณ์บรรยากาศของพื้นที่ และการสอบถามข้อมูล หรือสัมภาษณ์กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของพื้นที่อย่างเปิดกว้าง
- 3) การสืบค้นแบบผสมผสาน (Mixed) การสืบค้นแบบผสมผสานเป็นวิธีที่ใช้สำหรับการมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่โดยตรงและโดยอ้อม และบุคคลภายนอกพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญในศาสตร์และศิลป์แขนงต่าง ๆ การสืบค้นแบบผสมผสานมีข้อดีคือ การแลกเปลี่ยน เพิ่มพูน และเติมเต็มประสบการณ์ที่คนท้องถิ่น หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่อาจจะยังมีอยู่อย่างจำกัดอยู่ และเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกพื้นที่ได้ศึกษาคุณค่าและความหมายของสถานที่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในพื้นที่ไปพร้อมกัน

2. การร้อยเรียง (Concept)

หลังจากการสืบค้นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ตามแบบวิถีไทยของพื้นที่แล้ว การร้อยเรียงถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการสร้างกลุ่มของเรื่องราวที่มีความโดดเด่นที่สามารถต่อยอดไปเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีความเชื่อมโยงกับเรื่องราวของพื้นที่อย่างเป็นระบบ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การร้อยเรียงสามารถทำได้ 2 วิธี ดังนี้

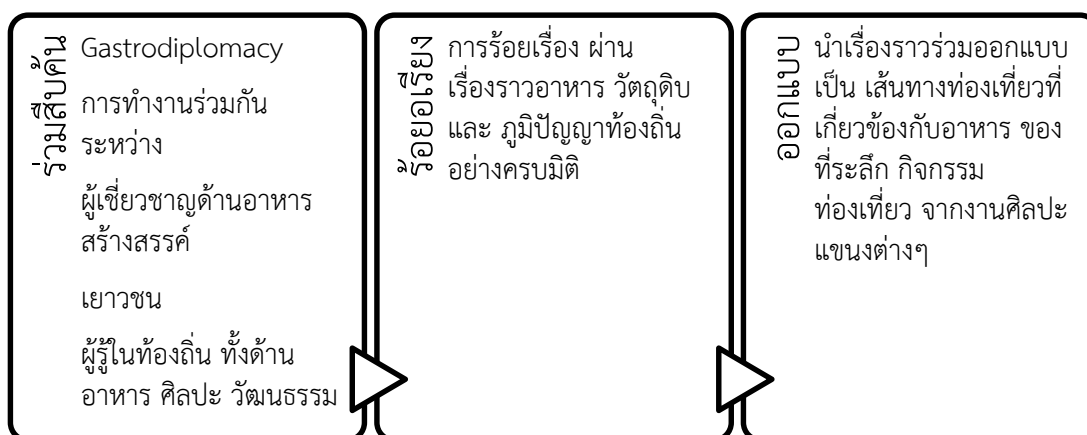
- 1) การร้อยเรียงเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำ (Repeated) เรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำจากการสืบค้นสามารถเป็นเรื่องราวที่โดดเด่นของพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวที่ถูกเน้นย้ำบ่อยครั้ง อาจเป็นเรื่องราวที่มีความสำคัญต่อพื้นที่นั้น ๆ ได้
- 2) การร้อยเรียงเพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่าง ๆ (Related) เรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ได้จากการสืบค้น อาจมีรายละเอียดจำนวนมากหรือมีความหลากหลาย ซึ่งสามารถจัดกลุ่มความเชื่อมโยงของเรื่องราวต่าง ๆ ที่มีจุดร่วมหรือมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3. การออกแบบ (Design)

การออกแบบถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการสอดประสานวิถีไทยในการท่องเที่ยว โดยการนำแนวคิดที่ได้จากการสืบค้นและร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living interpretation) การออกแบบการนำเสนอถือเป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์หรือแสดงออกทางศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถจับต้องได้ จากการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมพบว่า การออกแบบที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีคุณลักษณะอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

- 1) เรื่องราว (Stories) หมายถึง มีเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้รับสารโดยการร้อยเรียง
- 2) อรรถรส (Senses) หมายถึง เป็นรูปธรรมจับต้องได้โดยการวิเคราะห์ประสาทสัมผัส (Sensory analysis) ไม่ว่าจะเป็นการมองเห็น (Seeing) การดมกลิ่น (Smelling) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) และการลิ้มรส (Tasting)
- 3) ลีลา (Sophistication) หมายถึง ความมีชั้นเชิงในการสื่อความหมายและนำเสนอ รู้
 จังหวะ รู้วิธีที่เหมาะสมในการสร้างความน่าสนใจให้กับสิ่งที่นำเสนอ

เพื่อเป็นแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวผ่านการขับเคลื่อนโดยกลุ่มเยาวชนในพื้นที่ โดยการต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อศึกษาและสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยใช้ลำดับขั้นตามแผนภาพ ดังต่อไปนี้



3.6 การประเมินผลเพื่อหาแนวทางการออกแบบหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่ชุมชน

เมื่อพิจารณาข้อมูลและการประยุกต์ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจพื้นที่ สัมภาษณ์และสนทนากลุ่มย่อย โดยใช้เทปบันทึกเสียง บันทึกภาพและจดบันทึกข้อมูล ในระหว่างการสำรวจพื้นที่ โดยพิจารณาและหาคำตอบ 3 ประเด็น ดังนี้

1. เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มมูลค่าคุณค่าที่สอดคล้องกับศักยภาพและภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมและงานศิลปท้องถิ่น
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพในการผลิตของชุมชน ในการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
3. เพื่อหาแนวทางในการคิดค้นปัญหา วิเคราะห์ปัญหา แก้ไข และกำหนดแผนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาด

ทั้งนี้ จึงนำผลที่ได้ไปสังเคราะห์และสร้างผลงานต้นแบบต่อไป และจัดทำเป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ระหว่างกลุ่มหัตถกรรมร่วมกับนักออกแบบ นักศึกษา ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัย ทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ในแผนงานวิจัยเล่ม 2 ในชุดโครงการเดียวกัน (ศุภชัย สิวหะบุศย์และคณะ, 2548)

3.7 การจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

3.7.1 การฝึกค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

นำผลที่สังเคราะห์และผลงานตัวอย่าง จัดทำเป็นข้อมูลประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ระหว่างกลุ่มหัตถกรรมร่วมกับนักออกแบบ นักศึกษา ภายใต้การดูแลของหัวหน้าโครงการวิจัยและผู้ร่วมวิจัย ทดลองฝึกปฏิบัติ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามแนวทางการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ล้ำนา โดยสรุปขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมตามแนวทางของ ศุภชัย สิวหะบุศย์และคณะ (2548) ตามขั้นตอนหลัก ๆ คือ

1. การปรับฐานคิดและปฏิบัติเบื้องต้นด้านการออกแบบและการผลิต โดยการทำความเข้าใจในศักยภาพของกลุ่ม แล้วนำเสนอความรู้เกี่ยวกับศิลปะและภูมิปัญญาล้านนา ซึ่งนอกจากนี้ยังมีการให้ความรู้และเทคโนโลยีด้านการออกแบบและการผลิต การตกแต่งที่เหมาะสม เพื่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า
2. วิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ เชื่อมโยงการตลาดสู่การออกแบบด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้ 2 ฐานคิดหลักเป็นพื้นฐานด้านวิจิตในการออกแบบและการสร้างต้นแบบคือ
 - 2.1 องค์ความรู้ด้านการตลาดของกลุ่มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในตลาดปัจจุบัน
 - 2.2 องค์ความรู้จากการวิเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเด่นทางด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต วัตถุดิบ

3.7.2 การประเมินผลสำเร็จจากการจัดค่ายสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อหาแนวทางการออกแบบ หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่ชุมชน

พิจารณาผลการเรียนรู้และการประยุกต์ในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม และวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ใช้เทปบันทึกเสียง บันทึกภาพและจดบันทึกข้อมูล ในระหว่างการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยพิจารณาและหาคำตอบ 3 ประเด็น ดังนี้

1. เพื่อจัดทำแนวทางการปฏิบัติที่สอดคล้องกับศักยภาพและภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละกลุ่มหัตถกรรม
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพการเรียนรู้ของสมาชิกกลุ่ม ในการประยุกต์ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
3. เพื่อหาแนวทางในการคิดค้นปัญหา วิเคราะห์ปัญหา แก้ไข และกำหนดแผนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยภูมิปัญญาล้านนาให้มีความสวยงามเป็นที่ต้องการของตลาด

3.8 กระบวนการทฤษฎี ยู (Theory U process)

โดยกระบวนการขั้นตอนการวิจัยตามกรอบดังกล่าวประยุกต์ทฤษฎี ยู (Theory U) ในการสืบค้น ร้อยเรียงและออกแบบ ดังสรุปได้ดังนี้

ทฤษฎี ยู (Theory U) เป็นหนึ่งกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม การแก้ปัญหาที่ยั่งยืน สลับซับซ้อน ทฤษฎี ยู ศึกษาและนำเสนอ โดย ศาสตราจารย์ ออตโต ชามเมอร์ (Otto Scharmer) นักคิดชาวเยอรมันปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนที่ MIT ผู้ให้ความสนใจด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ (organization learning) ได้นำเสนอกระบวนการทฤษฎี ยู (Theory U process) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความร่วมมือในการพัฒนา เรียนรู้ และหาทางออกอย่างสร้างสรรค์สำหรับปัญหาหรือความท้าทายที่ซับซ้อนในสังคม ในบริบทของสังคมที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา มีความสลับซับซ้อน มีปัญหาและความท้าทายสูง ซึ่งเชื่อว่าไม่มีใครคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งจะสามารถแก้ไขหรือหาทางออกได้โดยลำพัง การสร้างความเข้าใจในภาพใหญ่เพื่อให้เข้าใจปัญหาและความท้าทายให้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างความร่วมมือของผู้มีส่วนได้เสียในระบบจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยจากฐานความคิดที่ว่าทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้อยู่ในระบบ (System) ซึ่งเชื่อมโยงกันหมด ทฤษฎี ยู (Theory U) จึงให้ความสำคัญกับการเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงระบบ และเพื่อให้เข้าใจเรื่องดังกล่าว ชามเมอร์ได้เสนอกระบวนการ 3 ขั้นตอนแห่งการเรียนรู้ไว้ คือ เปิดความคิด (Open Mind) เปิดหัวใจ (Open Heart) และเปิดความมุ่งมั่น (Open Will)

โดยกระบวนการทฤษฎี ยู ให้ความสำคัญกับการเปิดรับข้อมูลอย่างไม่ปิดกั้น ไม่ด่วนสรุปหรือตัดสิน เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น เข้าใจระบบมากขึ้น มุ่งมั่นที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ สิ่งดีๆ ร่วมกัน เพื่อสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ปรับปรุงแก้ไขปัญหาในระบบ จะต้องเริ่มต้นด้วยการเปิดกว้างทั้งกรอบข้อมูล อารมณ์เดิม (Open Mind) มีความกล้าหาญทางจิตใจ เปิดหัวใจ (Open Heart) โดยมีได้ยึดติดกับเหตุผลและ

มุ่งมั่นด้วยเจตจำนงอันแน่วแน่ (Open Will) ที่จะสรรสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น และจาก 3 กระบวนการแห่งการเรียนรู้ ขามเมอร์ได้สรุปนำเสนอขั้นตอนที่จะก่อให้เกิดการร่วมสรรค์สร้างสิ่งดีๆ 7 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 1) ฟัง รับรู้ อย่างไม่ปิดกั้น ไม่ตัดสิน (Holding the Space & Downloading)
- 2) ฝ้าสังเกต สิ่งรอบข้างความเป็นไป (Observing)
- 3) รับรู้ความเชื่อมโยงของสิ่งต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง จากความรู้สึก ละทิ้งอัตตา (Sensing)
- 4) รับรู้ ตัวตน อย่างตื่นรู้ (Presencing)
- 5) เลือกสรรความคิดใหม่ สิ่งใหม่ ๆ (Crystalizing)
- 6) ออกแบบ สร้างต้นแบบเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Prototyping)
- 7) ลงมือทำ ทดลองนำสิ่งที่ออกแบบ ต้นแบบเพื่อทำให้เกิดขึ้นจริง (Performing)



แผนภาพที่ 10 ทฤษฎี ยู (Theory U)

(ที่มา : Scharmer, 2000)

3.9 สรุปข้อมูล

ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยได้นำการวิจัยเชิงปฏิบัติการมาใช้ในการศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น หลังจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และระดมสมองร่วมกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญภายนอกชุมชนกับผู้มีส่วนร่วมที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ทำการวิจัย เพื่อศึกษากระบวนการสร้างต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และเพื่อประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว เพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อสรุปในผลการวิจัยต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

โครงการย่อยในงานวิจัยนี้ได้ค้นพบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชนที่เป็นพื้นที่ศึกษา เพื่อใช้ประกอบการออกแบบการเพิ่มมูลค่าทั้งการเกษตรและด้านศิลปะเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารที่เหมาะสมกับพื้นที่ โดยมีการค้นพบข้อมูลที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์ด้านเกษตรและศิลปะในพื้นที่ที่ศึกษา แบ่งตามกระบวนการที่ได้รับจากงานวิจัยเดิม: สืบค้น ร้อยเรียง ออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องในแต่ละวัตถุประสงค์ ดังนี้

4.1 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1

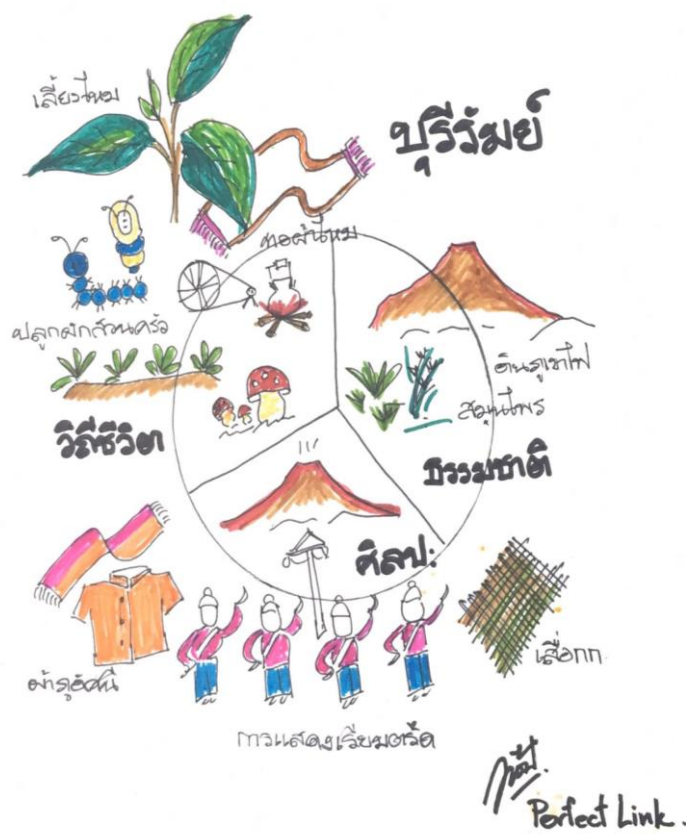
เพื่อศึกษาแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และพ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น

หลังจากการสำรวจพื้นที่ และสนทนากลุ่มย่อย ค้นพบว่าในท้องถิ่นมีวัตถุดิบที่มีความหลากหลาย ซึ่งมีความแตกต่างในแต่ละพื้นที่เช่นกัน ดังข้อค้นพบในแต่ละพื้นที่ ดังต่อไปนี้

วัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชนบ้านสวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์ จากการที่ชุมชนมีวิถีแบบหมู่บ้านชนบท วัตถุดิบที่สืบค้นได้จึงเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต เชื่อมโยงกับหม่อนไหมและพืชผักสวนครัวที่ถูกปลูกหรือขึ้นเองตามธรรมชาติ และอยู่กระจายในพื้นที่ทั่วทั้งหมู่บ้าน ตามวิถีชุมชนชีวิตชาวชนบท ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการจำหน่ายได้แก่ ผ้าไหมลายเอกลักษณ์ของท้องถิ่นแต่โบราณได้แก่ ผ้าไหมหางกระรอก (กระวี) ผ้าสร้อย ผ้าขาวม้า ผ้าไหมพื้นเรียบ ผ้าคลุมไหล่ยกดอกแก้ว ดอกพิกุล เป็นที่นิยมของชาวต่างประเทศ ผ้าไหมแปรรูป เช่น เสื้อกระเป๋านอกประสงค์ กระเป๋าดินสอ พวงกุญแจ ตุ๊กตาผ้า ฯลฯ มีการแสดงที่ใช้รับขวัญและต้อนรับนักท่องเที่ยว คือ เรือมตรด ซึ่งคือรำตรุษสงกรานต์ เป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวอีสานได้มาตั้งแต่โบราณ มีความเชื่อเป็นการละเล่นเพื่อความสนุกสนานในวันขึ้นปีใหม่ของไทยสมัยก่อนที่ใช้เดือนเมษายนของทุกปีเป็นวันขึ้นปีใหม่ เดิมการเล่นเรือมตรด นิยมเล่นเฉพาะเดือนเมษายนของทุกปีเท่านั้น เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการตรากตรำทำงานหนักมาเป็นเวลานาน การเรือมตรดนี้จะร้องรำไปตามหมู่บ้านทุกหลังคาเรือน เมื่อถึงบ้านใครเป็นธรรมเนียมเจ้าของบ้านจะออกมาต้อนรับและมอบจุบจิบจ้าย เครื่องอุปโภคบริโภคต่างๆ ให้แก่ผู้เล่นเรือมตรด เพื่อรวบรวมนำไปถวายวัดต่อไป ซึ่งเป็นการแสดงที่มีการเชื่อมโยงกับพุทธศาสนา

วัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชนบ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์ เนื่องจากชุมชนมีวิถีชีวิตใกล้ชิดกับป่าชุมชน ผลผลิตที่สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าคุณค่าได้ทางการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารนั้น จึงเป็นวัตถุดิบที่เก็บได้จากป่า ชุมชนบนเขาอังคารใกล้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านเจริญสุข ดังนี้ หน่อเพ็ก เห็ดเหาะหรือเห็ดถอบ ผักอินูน ผักหวานป่าหรือผักก้านตรง ผักอีลอก เห็ดโคนหรือเห็ดปลวก ไข่มดแดง หน่อไจต ดอกกระเจียว เห็ดก่อ เห็ดน้ำหมาก เห็ดหนามุม เห็ดข่า เห็ดหน้าวัว เห็ดครก เห็ดถ่าน เห็ดน้ำแป้ง เห็ดโคนน้อยหรือเห็ดถั่ว เห็ดนางหงส์

หรือเห็ดระโงก เห็ดตับเต่าหรือเห็ดผึ้ง เห็ดเพ็ก เห็ดขอนหรือเห็ดกระด้าง อาชีพหลักของคนในชุมชนคือการทำนาปลูกข้าวหอมมะลิ และการทำสวนปลูก ลำไย ฝรั่ง ถั่วลิสง แตงโม แตงไทย ข้าวโพด ถั่วฝักยาว รวมถึงการปลูกผักสวนครัวรั้วกินได้ เช่น กะเพรา แมงลัก ตะไคร้ มะกรูด ข่า พริก มะเขือ มะเขือเปราะเล็ก ยี่หระ สะระแหน่ มะนาว ตำลึง ชะอม และผักสลัด ซึ่งเป็นการปลูกแบบผสมผสานกันและปลอดสารเคมี แล้วนำผลผลิตที่ได้มาแลกเปลี่ยนแบ่งปันกันหรือขายในพื้นที่ เมนูอาหารหลัก ๆ ได้แก่ ผักลวกจิ้มน้ำพริกชนิดต่าง ๆ เช่น น้ำพริกกะปิ น้ำพริกปลาทุหรือปลานิล น้ำพริกปลาร้า ต้มยำไก่บ้านย่าง แกงเปราะ ชูบหน่อโจัด ไข่เจียว ส้มตำ ทอดมันหัวปลี ซึ่งเป็นเมนูที่ชาวบ้านสามารถหาวัตถุดิบส่วนใหญ่ได้ในท้องถิ่น สำหรับอาชีพเสริม คือ การเลี้ยงนกกระทา ส่วนสินค้า OTOP หลัก ๆ ของชุมชนบ้านเจริญสุข คือ ผ้าภูอัคนี นอกจากนี้กำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม โดยมีการรวมกลุ่มกันเป็นชมรมเพื่อนำผลผลิตที่ได้มารวมกันเพื่อให้มีการกระจายรายได้ให้กับสมาชิก การเข้าเป็นสมาชิกในชมรมใช้วิธีการลงหุ้น หุ้นละ 100 บาท โดยแต่ละคนอาจจะเป็นสมาชิกของกลุ่มชมรมต่าง ๆ ได้หลายชมรม ชมรมที่จัดตั้งขึ้นได้แก่ กลุ่มชมรมทอผ้า มีสมาชิกจำนวน 87 คน และกลุ่มชมรมไข่เค็ม มีสมาชิกจำนวน 82 คน เป็นต้น



รูปภาพ 2 วัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย จังหวัดบุรีรัมย์

ซึ่งจากการสืบค้นนั้น ได้ค้นพบรายการท้องถิ่นชุมชนที่สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าคุณค่าในการต้อนรับนักท่องเที่ยวและพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารได้อีก ตามตารางที่ 3 การแสดงอาหารที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ดังนี้

ตารางที่ 3 ตารางแสดงการเพิ่มมูลค่าคุณค่าอาหารพื้นถิ่นในพื้นที่ศึกษา

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
บ้านสนวน นอก จังหวัด บุรีรัมย์	กล้วย	 แกงกล้วย	 หมกลาบปิ้ง	ส่วนผสม • หมูสับ • กล้วยหอมทิพย์ • เครื่องลาบ • พริกสด • ใบอ่อมแซ่บ • เกลือ • กะปิ • ไข่ไก่ • ใบยอ • มะนาว • ใบตอง วิธีทำ สับหมูและกล้วยหอมทิพย์พร้อมเครื่องลาบพริกสด กระเพรา ใบอ่อมแซ่บปรุงเกลือและกะปิ คลุกไข่ไก่ ห่อด้วยใบยอและห่ออีกครั้งด้วยใบตอง จากนั้นนำไปปิ้งให้สุกหอม ปิบมะนาวก่อนรับประทาน

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ใบหม่อน	 แกงไก่ใบหม่อน	 เมี่ยงใบหม่อน	ส่วนผสม • ใบหม่อน • ปลาทุทอด • กระยาสารท • มะม่วงเปรี้ยว (หรือของเปรี้ยวตามฤดูกาลในชุมชน) • พริกชี้หนู • น้ำตาลปีก • ปลาร้า • กะทิ • เกลือ วิธีทำ หม่อนที่นี้เป็น White Mulberry ใบสดมีฤทธิ์เย็น ลดความดัน มี Glutamic acid สูง เมื่อเคี้ยวจะรู้สึกหวานๆ จากการค้นคว้าข้อมูลพบว่า หม่อนที่นี้เป็น White Mulberry ใบสดมีฤทธิ์เย็น ลดความดัน มี Glutamic acid สูง เมื่อเคี้ยวจะให้รสหวานและน้ำ จึงนำมาซึ่งเมนูเมี่ยงใบหม่อน ซึ่งหาได้ทั่วไปทุกหนทุกแห่งในหมู่บ้าน ในส่วนของตัวเมี่ยงเมี่ยงใช้ปลาทุใส่กระยาสารทในตลาดโบราณ มะม่วงเปรี้ยวในสวน (สามารถเปลี่ยนได้ตามฤดูกาล) พริกชี้หนูและ

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				ราดน้ำหวานจากน้ำตาลปึกเคี้ยวกับปลาร้า กะทิ และเกลือ
	หนอนไหม	 ส้มตำดักแด้	 น้ำพริกดักแด้	ส่วนผสม • หนอนไหม 22 ตัว • กะปิเผา • เครื่องพริกหนุ่ม • เกลือ • มะม่วงเปรี้ยว • ยอดมะขาม • ดอกพุท วิธีทำ ให้ใช้น้ำพริกหนอนไหม 22 ตัว ใช้เครื่องพริกหนุ่ม เผากะปิเผา ปรงแคเกลือเพิ่ม แนมมะม่วงเปรี้ยว ดอกพุท ยอดมะขาม เนื่องจากหนอนไหมมีฤทธิ์ ร้อนทำให้เลือดสูบฉีดได้ดี ดอกพุทมีฤทธิ์เย็นจะช่วย ตัดกำลังของดักแด้ที่มีฤทธิ์ร้อน

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ขนมท้องถิ่น	 ขนมตดหมา	 ของหวานเป็นยา	ส่วนผสม - ข้าวหมาก - ขนมตดหมา - กระยาสารท - กะทิ วิธีทำ นำข้าวหมาก ขนมตดหมาปิ้ง กระยาสารท มารวมกัน ใส่น้ำกะทิสำหรับสำหรับเลี้ยง ข้าวหมาก กระยาสารทและทุกอย่างรวมกันจะเกิด Probiotic และ Prebiotic ช่วยเรื่องระบบย่อย ไม่ควรเสิร์ฟในสำหรับเย็นให้เสิร์ฟขนมกับชาใบหม่อนแทน
	ไข่	 ไข่เจียวสมุนไพร	 ดอกฟักทองยัดไส้หมูสับชุบไข่ทอด	ส่วนผสม - ดอกฟักทอง - ดอกฟักเขียว - หมูบะช่อ - กระเทียม - พริกไทย - ดอกชะพลู วิธีทำ ปรุงรสหมูบะช่อด้วยเกลือสามเกลอบ้านสวนวน (กระเทียม พริกไทย และดอกชะพลู) แล้วนำมายัดไส้ดอกฟักทองที่เอาเกสรออกแล้ว สามารถใช้ดอกฟักเขียวผสมด้วย จากนั้นนำไปชุบไข่ทอด

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				รับประทานคู่กับน้ำจิ้มเปรี้ยวหวานแบบน้ำจิ้มไก่ หรือจะรับประทานกับน้ำพริกดกแดกก็ได้
บ้านเจริญสุข จังหวัด บุรีรัมย์	ไก่บ้าน	 ต้มยำไก่บ้าน	 ไก่โหลลือป	ส่วนผสม • น่องไก่บ้าน • เห็ดก้อ • เห็ดไสเดือน • กระเทียม • พริกไทย • รากผักชี • ไช้เนกกระทาสด • ข้าวเม่า • พริกแดงและพริกเขียว • น้ำตาล • น้ำส้มสายชู • เกลือ วิธีทำ นำน่องไก่บ้านและเนื้อเอาไปสับกับเห็ดก้อ เห็ดไสเดือน และเครื่องสามเกลออย่างเจริญสุข (กระเทียม พริกไทยและรากผักชีลาว) ใส่ไช้เนกกระทาสด และปรุงแต่งรสเกลือ คลุกแป้ง คลุกไช้เนกกระทา คลุกข้าวเม่า แล้วจึงทอดจนเหลืองกรอบ

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				ทานกับซอสเปรี้ยวหวาน โดยตำพริกเขียว พริกแดง เคี้ยวน้ำตาล น้ำส้มสายชูและเกลือจนเหนียว รับประทานแนมกับแตงกวา
	ไข่เค็มดิน ภูเขาไฟ และหน่อ โจด	 น้ำพริกกะปิผักลวก	 น้ำพริกคั่วเห็ดไข่เค็ม	ส่วนผสม • กระเทียม • หอมแดง • มะเขือเทศสีดา • พริกป่น • เห็ดต่าง ๆ ตามฤดูกาล • ปลาร้า • ผักชีลาว • น้ำมะกรูด • ไข่เค็มดินภูเขาไฟ • หน่อโจด • ผักตามฤดูกาล วิธีทำ ตำกระเทียม หอมแดง และมะเขือเทศสีดา แบบหยาบๆ แล้วนำไปคั่วกับพริกป่นให้เครื่องสุก ใส่เห็ด ป่านานาชนิดลงไป ปรงรสด้วยปลาร้าบ้านเจริญสุข และน้ำมะกรูด จากนั้นใส่ผักชีลาวสับและผักไผ่สับ ปิดไฟตักใส่ถ้วยเสิร์ฟพร้อมไข่เค็มดินภูเขาไฟ เห็ดลวก หน่อโจดและผักตามฤดูกาล

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	เห็ดตามฤดู และไข่นก กระทา	 แกงเห็ด	 ยำเห็ดป่าฤดูฝน	ส่วนผสม • เห็ดมันปู • เห็ดไล่เดือน • เห็ดปลวกไก่อ้อย • ไข่นกกระทาต้ม • ดอกกระเจียว • พริกแดง • ตะไคร้ • ใบส้มป่อย • ใบอบาบ • น้ำปลา • น้ำตาล • มะนาว • เกลือ วิธีทำ เห็ดมันปู เห็ดไล่เดือน เห็ดปลวกไก่อ้อยลวกและยำ กินกับไข่นกกระทาต้ม แก้วดอกกระเจียวแดง พริก ตะไคร้ และข้าวคั่ว คลุกน้ำยำใบส้มป่อยหรือ ใบอบาบ อบ ที่ปรุงด้วยพริกสด น้ำปลา น้ำตาล มะนาวและเกลือ

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ปลาดุกย่าง	ห่อหมก	 ห่อหมกปลาดุกย่าง	ส่วนผสม • ปลาดุกย่าง • พริกแกงแดง • กระเทียม • หอมแดง • ข้าวอ่อน • ตะไคร้ • เกลือ • ดอกแมงลัก • ใบอีหนูสับ • หน่อไม้สับ • ไข่นกกระทา • กะทิ • ใบตอง • ใบแมงลัก • แผลง วิธีทำ นำปลาดุกย่างไปตำกับพริกแกงแดง กระเทียม หอมแดง ข้าวอ่อน ตะไคร้ เกลือ เพิ่มเติมด้วย สมุนไพรท้องถิ่น ดอกแมงลัก ใบอีหนูสับ และ หน่อไม้สับ แล้วค่อยผสมไข่นกกระทา และกะทิ ร่อนกระเทาะใบตองด้วยใบแมงลักและแผลง นึ่งไฟ

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				อ่อน 20 นาที รับประทานกับข้าวหอมมะลิเขาพระอังคาร
	ขนมท้องถิ่น	ข้าวต้มมัดและขนมฝิง		ส่วนผสม • ข้าวต้มมัดใส่กล้วยน้ำว้า • ขนมฝิง • น้ำตาลมะพร้าว • กะทิ วิธีทำ ข้าวต้มมัดใส่กล้วยน้ำว้าลอยน้ำกะทิให้รสชาติเค็มหวานคู่กับขนมฝิงทรงเห็ดและคาราเมลที่ทำจากน้ำตาลมะพร้าวเคี้ยวกับกะทิจนได้สีน้ำตาลไหม้
อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่	พริกและ สมุนไพร			ส่วนผสม ลูกยอ ตะลิงปิง มะม่วงเบา มะอึ๊ก ยอดมะขาม ดาหลา ยอดมะกอก กระเทียม พริก น้ำบูดู วิธีทำ ตำลูกยอปรุงด้วยน้ำบูดูกับตะลิงปิง มะม่วงเบา มะอึ๊ก ใบชะมวง ยอดมะขาม ดาหลา ยอดมะกอก กระเทียมและพริก เป็นผักในสวนหลังบ้านของทุกชุมชน

น้ำพริก

เปรี้ยวจืดอย่างสวนหลังบ้าน

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ปลาเสียด	 ปลาเสียดทอด	 เค็มอย่างชายเลน	ส่วนผสม หอยกัน สะตอ มะเขือเปราะ กลัวยำปาดิบ ปลาเสียดเค็ม กระเทียม พริกสด ใบมะกรูด หอมแดง วิธีทำ หอยกันผัดสะตอน้ำพริกปลาเสียดเค็ม พริกสดกับ หอม กระเทียมและปลาเสียดเค็มแทนกะปิ นำไป ผัดกับหอยกัน สะตอ กลัวยำปาดิบ ลูกจากอ่อน ปรง เค็มเพิ่มด้วยเคยฉลุ ก่อนเสิร์ฟโรยชมวงซอยและ มะเขือเปราะ จานนี้ตั้งใจอยากให้คนกินสะตอได้ เยอะขึ้นเพื่อลดกรดยูริกในสะตอจึงใช้กลัวยำ ช่วยลด กรดและใช้มะเขือเปราะเพื่อให้ดับกลิ่นปากเวลากิน สะตอ จานนี้ไม่ได้ใช้เครื่องปรุงใดๆนอกจากปลา เสียดเค็มและเคยฉลุ
		 แกงมันแพะ	 เผ็ดร้อนอย่างมุสลิม	ส่วนผสม เนื้อแพะ ไก่บ้าน ลูกกระวาน มะพร้าวคั่ว อบเชย ยี่หระ ขมิ้น ดีปลี ผิวมะกรูด ข้าวอ่อน พริกไทย กระเทียม รากผักชี (สามเกลอ) ไข่ไก่ กะทิ ทุเรียนหมอนทองอ่อน น้ำตาลปี๊บ น้ำ มะกรูด ตะลิงปิง มะเขือเปราะ ขมิ้นขาว น้ำส้มสายชู

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				วิธีทำ จากแกงพะแนงในชุมชนรวมใจชน มาผสมผสานกับไก่บ้านของชุมชนเมืองเก่าพัฒนา มาทำเป็นทอดมัน แกงพะแนงหนักร่องลูกกระวาน มะพร้าวคั่ว อบเชย ยี่หระ ขมิ้น ดีปลี ผิวมะกรูด ข้าวอ่อนสับหยาบๆ ผสมสามเกลอ ไข่ไก่ปั่นก้อนห่อด้วยเยื่อกล้วย นำไปย่างบนใบตองให้หอม กินคู่กับน้ำแกงผัดกะทิและทุเรียนหมอนทองอ่อนเพิ่มหวานด้วยน้ำตาลปี๊บ เปรี้ยวด้วยน้ำมะกรูด เนมอากาศตะลิงปิง มะเขือเปราะ พริกขี้หนูขาวและน้ำส้มสายชูลูกจาก
	หอยก้นและเครื่องแกงใต้ปลา	แกงใต้ปลา	 กลมกล่อมครบรสอย่างกระป๋อง	ส่วนผสม หอยก้นทั้งเปลือก เครื่องแกงใต้ปลา พุงปลา ไข่ไก่ วิธีทำ ห่อหอยก้นหนึ่งทั้งฝักจากเครื่องแกงใต้ปลาและพุงปลาของดีจากชุมชนกระบี่ท่าเรือ ตำเครื่องผสมไข่ไก่หนึ่งจนสุกและความซอซดีมีคัสตาร์ดใต้ปลาเป็นผลพลอยได้

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ข้าวโพด	ข้าวโพดย่าง		ส่วนผสม ข้าวโพดฟัก กะทิ มะพร้าวขูด น้ำตาลปี๊ป วิธีทำ นึ่งให้สุกแล้วย่างไปเรื่อยๆ หากกะทิปรุ่งเค็มหวานไป เรื่อยๆ จนซึมซอส โรยด้วยมะพร้าวทึนทึกขูดด้วย กระต่าย เสียบไม้เดินกินได้
บ้านหนอง ทะเล จังหวัด กระบี่	กุ้งฝอย	น้ำพริก		ส่วนผสม กุ้งฝอยสด กะปิ พริกแห้ง ข้าวอ่อน ใบชะพลู ยอดกะทกรก วิธีทำ ผัดกะปิ พริกแห้ง ข้าวอ่อนผัดให้หอมให้ไหม้กระทะ นิดๆ ห่อกับใบชะพลู หรือยอดกะทกรกก็ได้ อย่า ลืมหั่นด้วยมะนาวติดเปลือกขึ้นเล็กๆ

ข้าวโพดหวานบวชแห้ง

เมี่ยงกุ้งฝอย

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	ผักพื้นบ้าน	ยำ	 ยำผักพื้นบ้านทอด	ส่วนผสม ใบจิก โกงสน หยวกกล้วย ผักไผ่ กุ้งฝอย ข้าวอ่อน สับปะรด แป้งชุบทอด วิธีทำ ที่หนองทะเลมีต้นจิก มีดอกจิก เค้กินยอดจิกเอาไปทอดรวมๆกับผักหลากชนิดทั้งโกงสน หยวกกล้วย ผักไผ่ เพิ่มความอร่อยด้วยกุ้งฝอยทอดที่ซอสนัก สดๆ กินคู่กับน้ำยำข้าวอ่อนสับปะรด
	หอยโข่ง	แกงคั่ว	 แกงคั่วสับปะรดหอยโข่ง	ส่วนผสม หอยโข่ง ปลาเสียดเค็ม หอมแดง กระเทียม ข่า ขมิ้น ตะไคร้ พริกสวน กะปิ กะทิ ส้มแขก ใบชะพลู วิธีทำ ตำพริกแกงคั่วใหม่โดยใช้ปลาเสียดเค็มย่างกับเครื่องเผื่อต่างๆ ทั้งหอม กระเทียม ข่า ขมิ้น ตะไคร้ และพริกสวน ผัดหัวกะทิกับพริกแกงให้แตกมัน หน้อยๆ ใส่หอยโข่งเค็มหางกะทิ ใส่สับปะรดทุบที่มืออยู่เยอะในหมู่บ้าน เดิมเปรี้ยวด้วยส้มแขก เพิ่มความหอมด้วยใบชะพลู สาบานได้ว่าปรุงแค่เกลือ แค่ปลายเล็บติด

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
	เนื้อตุ๋น	-		ส่วนผสม หอยโข่ง เนื้อตุ๋น (อาหารของชุมชน) แป้งข้าวโพด ไข่ขาว วิธีทำ นำหอยโข่งมาตุ๋นกับเนื้อเปื่อย ตีแป้งข้าวโพด ลงไข่ขาวเพิ่มความข้นหนืด คือไม่ใช่แค่ทำเหมือนเปาฮื้อ แต่นี้เรียกว่าเป็นเปาฮื้อน้ำจืดได้เลย
	กาแฟและ น้ำมะขาม	กาแฟโบราณ และน้ำผลไม้ในท้องถิ่น		น้ำมะขามกาแฟสด ส่วนผสม กาแฟ น้ำมะขาม วิธีทำ นำกาแฟสดชุมชนมาผสมกับน้ำมะขาม จัดเสิร์ฟ ซึ่งทั้งคู่ต่างช่วยลดคอเลสเตอรอล แต่กาแฟกินมากลดการดูดซึมธาตุเหล็ก แต่มะขามช่วยการดูดซึมธาตุเหล็ก ธาตุร้อนที่อยู่ด้วยกัน ดื่มแล้วดี น้ำมะพร้าว น้ำหอมตะไคร้เผาสผสม น้ำมะพร้าว น้ำหอม ตะไคร้ วิธีทำ

ชุมชน	วัตถุดิบหลัก	อาหารพื้นถิ่น	อาหารเชิงศิลปะ	ส่วนผสมและวิธีทำ
				นำตะไคร้มาเผาพอได้กลิ่น แล้วนำมาซอยใส่น้ำมะพร้าวที่เตรียมไว้ จัดเสิร์ฟ เป็นเครื่องดื่มที่มีฤทธิ์เย็น ดื่มได้ดีเพื่อขับของเสียออกจากร่างกาย

4.2 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2

ในวัตถุประสงค์ที่ 2 นั้น มีขึ้นเพื่อศึกษาด้านแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะ อาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ จากกระบวนการหลังจากที่เซฟหรือตัวกระตุ้นทางด้านอาหารและทีมคณะนักวิจัยได้ลงพื้นที่ร่วมกันสืบค้นและได้ค้นพบร่วมกันกับชุมชนตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แล้วนั้น ได้มีการร้อยเรียงจากกระบวนการดังกล่าว ร่วมกับการมีส่วนร่วมพร้อมทั้งชุมชนในการร่วมคิดการพัฒนาต่อยอดทางด้านอาหารเชิงศิลปะ โดยมีการใช้พืช ผัก สมุนไพรปลอดสารพิษ และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มาประยุกต์ใช้ในการใช้เพื่อจัดแสดงอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่า และคุณค่าต่อผลิตภัณฑ์และสิ่งประดิษฐ์ท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี แบ่งตามพื้นที่ ดังนี้

บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์ จากการสำรวจพบว่าบ้านสนวนนอกมีเครื่องจักสานและการทำภาชนะจากกะลา จึงควรนำผลิตภัณฑ์มาใช้เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่า รวมถึงการใช้วัตถุดิบมาตกแต่งเพื่อให้รู้ที่มาของอาหาร สามารถนำผ้าขาวม้าหรือสินค้าอย่างอื่นมาประดับตกแต่งและสามารถเล่าเรื่องราวของหมู่บ้านผ่านการจัดสำหรับอาหาร โดยต้องนำวัสดุที่ผลิตในชุมชนมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์ควรมีที่มาและเรื่องเล่าที่สามารถสืบค้นได้ เช่น เครื่องจักสาน อีกทั้ง ให้ถ่ายทอดวิถีชีวิตการทำผ้าไหม การปลูกสมุนไพรในหมู่บ้าน

บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์ ในส่วนของการประดับตกแต่งสำหรับ เนื่องจากที่บ้านเจริญสุขไม่ได้มีเครื่องจักสานของตนเอง จึงแนะนำว่าสามารถใช้เครื่องจักสานจากชุมชนข้างเคียงเพื่อเป็นการสร้างเพื่อร่วมทาง หรือพันธมิตรทางการท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอีกด้วย แต่สามารถนำผ้าภูอัคนีหรือวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องมาตกแต่งเพื่อสร้างเรื่องราวสานต่อให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ชุมชน

อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เนื่องจากการเป็นชุมชนที่รวมตัวจากหลายชุมชน ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย สิ่งที่น่าสนใจ เช่น กระเป๋าผ้า พวงกุญแจที่ทำจากเศษผ้า กระเป๋าไม้และสร้อยคอไม้

บ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่ ความสามัคคีของชุมชนเป็นดังแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวได้อย่างดี ที่สุด ร่วมกับความเข้มแข็งของชุมชนในการสร้างงานศิลปะสิ่งประดิษฐ์ ชุมชนมีทักษะความสามารถเป็นอย่างดี อีกทั้งสามารถนำมาเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารได้ เช่น ผ้าปาเต๊ะ และกระดาดใบสับประรด

ตารางที่ 4 ตารางแสดงความเชื่อมโยงหัตถศิลป์ท้องถิ่นและสมาร์ฟาร์มเมอร์สู่การท่องเที่ยวอาหารเชิงศิลปะ

ชุมชน	วัสดุเด่น	หัตถศิลป์ท้องถิ่น / เกษตร ปราดเปรื่อง	การท่องเที่ยวอาหารเชิงศิลปะ
บ้าน สวน นอก จังหวัด บุรีรัมย์	ของเหลือ ใช้		
	ผ้าไหม		
บ้าน เจริญ สุข จังหวัด บุรีรัมย์	ผ้าภูอัคนี		
อำเภอ เมือง จังหวัด กระบี่	กระเป๋ ผ้าและ พวง กุญแจที่ ทำจาก เศษผ้า		
	กระเป๋ ไผ่มุก และ สร้อยคอ ไผ่มุก		

ชุมชน	วัสดุเด่น	หัตถศิลป์ท้องถิ่น / เกษตร ปราดเปรื่อง	การท่องเที่ยวอาหารเชิงศิลปะ
บ้าน หนอง ทะเล จังหวัด กระบี่	ผ้าปาเต๊ะ		
	กระดาศ ใย สับปะรด		

ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวนี้ สามารถเชื่อมโยงไปพัฒนาต่อยอดสู่งานผลิตภัณฑ์ด้านอื่นได้อีกมากมาย อีกทั้งถือเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบได้เป็นอย่างดี เช่น สมุนไพรในชุมชน โดยในโครงการวิจัยชุดต่อไปจึงสามารถนำสมุนไพรดังกล่าว มาเชื่อมโยงกับงานออกแบบ เช่น ประยุกต์เป็นโลโก้บนเสื้อผ้าที่ออกแบบ เช่น ยูนิฟอร์ม เป็นต้น อีกทั้ง สีสันของสมุนไพรจากเสื้อผ้าที่ออกแบบมา สีที่ได้ในการสร้างงานเกิดจากสีสันของสมุนไพรที่อุดมของบุรีรัมย์ ซึ่งเป็นวัตถุดิบด้านอาหารนั่นเอง หรือเครื่องประดับจากวัตถุดิบชุมชนที่สำคัญ ที่เป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบอาหาร ยังได้ก็นำมาสร้างชิ้นงาน “ต่างหู” โดยที่โครงการวิจัยเล่มที่ 2 ในแผนงานวิจัยนี้จะบรรยายถึงรายละเอียดเพิ่มเติม

4.3 ผลการวิจัยที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3

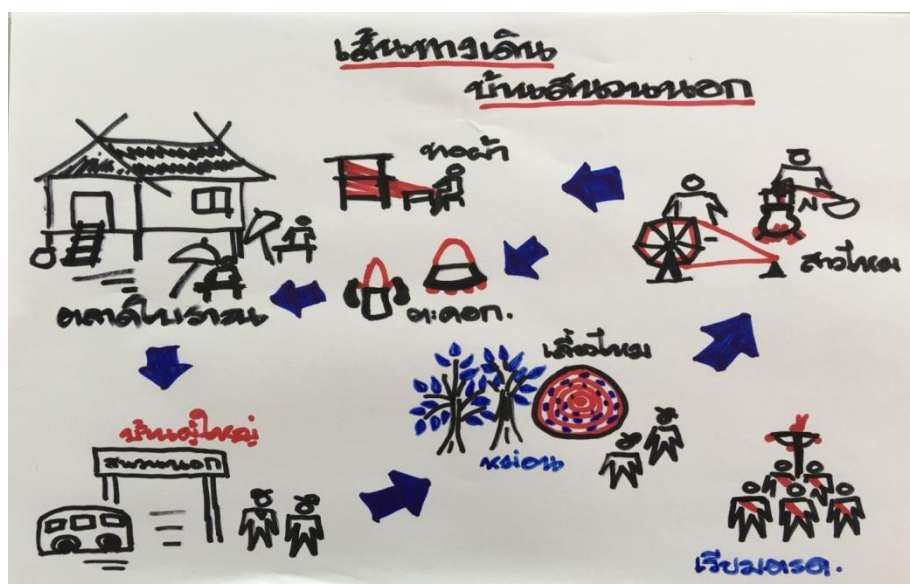
เพื่อบรรลุนงานวิจัยในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ที่ 3 จึงเป็นการเชื่อมต่องานทั้งสองวัตถุประสงค์ที่กล่าวมาเข้าด้วยกัน เพื่อออกแบบและประยุกต์แนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสวดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการ

ท่องเที่ยว เพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า จึงออกแบบเป็นเส้นทางในการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร ได้รูปแบบ ดังนี้

จังหวัดบุรีรัมย์ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร: สองแดนดิน ถิ่นบุรีรัมย์ “จากพื้นราบสู่ภูสูง” (Buriram Gastronomy Tourism: Two Tones-Two Experiences “Flat to Plateau”)

บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์: ใส่ผ้าไหม กินไหม บุกลงตลาดโบราณ (From Farm to Folk) - village walking tour, foraging and come to cook

เนื่องจากบ้านสนวนนอกมีการผลิตผ้าไหมแบบครบวงจร ดังนั้นควรวาง routing ของการพานักท่องเที่ยวชมให้เป็นระบบมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการอธิบายให้เห็นภาพอย่างชัดเจนถึงความเป็นมาและความพิถีพิถันกว่าจะมาเป็นผ้าไหมของบ้านสนวนนอก โดยสามารถจัดเส้นทางตามภาพด้านล่าง โดยสามารถนำประเพณีหรือการละเล่นมาสอดแทรกเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนในชัดเจนขึ้น ระหว่างทางที่เข้าชมในหมู่บ้านควรให้ตะกร้านักท่องเที่ยวเพื่อหาและเก็บวัตถุดิบในการประกอบอาหาร แล้วนำประกอบอาหารที่ครัวหลังบ้าน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตทางการท่องเที่ยวทางด้านอาหารได้เป็นอย่างดี



รูปภาพ 4 ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย บ้านสนวนนอก จังหวัดบุรีรัมย์

ตัวอย่างรายการนำเที่ยว

วันแรก

7.00 น. เดินทางถึงสนามบินนานาชาติบุรีรัมย์ แวะรับประทานอาหารเข้าท้องถื่น

8.00 น. นั่งรถมุ่งหน้าสู่ชุมชนบ้านสนวนนอก

- 9.00 น. เดินทางถึงบ้านสนวนนอก เข้าร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งถือเป็นการต้อนรับแบบวิถีท้องถิ่น
- 10.00 น. เปลี่ยนชุดผ้าไหมท้องถิ่น ถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ย้อนรำลึกบ้านโบราณ และเดินเที่ยวชมตลาดโบราณและบริเวณโดยรอบหมู่บ้านชุมชน โดยระหว่างทางมัคคุเทศก์ชุมชนจะบรรยายถึงพืชผักที่พบเจอ บอกเล่าวิถีชีวิต และการเลี้ยงหม่อนไหมและท่านสามารถเด็ดและเก็บพืชผัก ริมรั้วลงตะกร้าที่จัดให้เพื่อนำมาประกอบอาหารร่วมกัน
- 11.30 น. ร่วมประกอบอาหารท้องถิ่นจากผักที่เก็บมาในตะกร้าที่ครัวหลังบ้านในชุมชน
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ปรุงร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรื่องราวด้านอาหารชุมชน
- 13.00 น. เรียนรู้การทำสิ่งประดิษฐ์ท้องถิ่นจากของเหลือใช้ในชุมชน
- 17.00 น. เดินทางเข้าที่พักของชุมชน

วันที่ 2

- 7.00 น. เดินขึ้นชมบรรยากาศชนบทยามเช้าในหมู่บ้าน
- 8.00 น. รับประทานอาหารเช้าแบบคนในท้องถิ่น
- 9.00 น. เรียนรู้และทดลองเรื่องการเลี้ยงหม่อนและสาวไหม
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เรียนรู้และทดลองการทอผ้าไหมท้องถิ่น
- 17.30 น. จบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำลาผู้คนในชุมชน
- 18.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ

บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์: เข้าป่า เก็บเห็ด กินแกง (From Forest to Folk) - community forest trekking tour, foraging and come to cook

จากการสืบค้นพบว่าสิ่งที่น่าสนใจและทำให้บ้านเจริญสุขแตกต่างจากชุมชนท่องเที่ยวอื่น นั่นคือการมีป่าเต็งรังที่สมบูรณ์และมีวัตถุดิบด้านอาหารที่สามารถนำมาปรุงได้หลากหลายเมนู จึงควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวแบบ Gastronomic tourism และ เส้นทางแบบ Food Foraging กล่าวคือ ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสออกหาของป่าเองและได้ทดลองนำมาปรุงอาหารเป็นเมนูของตัวเอง นอกจากนี้ควรทำปฏิทินของป่าตามฤดูกาลเพื่อให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวซ้ำในทุกฤดู โดยสามารถจัดเส้นทางตามภาพด้านล่าง



รูปภาพ 5 ตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนพื้นที่ที่วิจัย บ้านเจริญสุข จังหวัดบุรีรัมย์

ตัวอย่างรายการนำเที่ยว

วันแรก

- 7.00 น. เดินทางถึงสนามบินนานาชาติบุรีรัมย์ แวะรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่น
- 8.00 น. นั่งรถมุ่งหน้าสู่ชุมชนบ้านเจริญสุข
- 10.00 น. เดินทางถึงชุมชน ชุมชนร่วมต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว เตรียมพร้อมด้านการแต่งกายเพื่อเดินเข้าป่า เก็บเห็ดตามฤดูกาลเพื่อนำมาประกอบอาหารท้องถิ่นร่วมกัน
- 11.30 น. ทักทายและซื้อวัตถุดิบเพิ่มเติมในตลาดชุมชน
- 12.00 น. ร่วมประกอบอาหารท้องถิ่นจากที่เก็บมาได้ในพื้นที่ครัวในลานชุมชน
- 12.30 น. รับประทานอาหารกลางวันร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรื่องราวด้านอาหารชุมชน
- 13.00 น. ทักทายและเล่นน้ำในน้ำตกชุมชน
- 17.00 น. เดินทางเข้าที่พักของชุมชน

วันที่ 2

- 7.00 น. เดินขึ้นชมบรรยากาศชนบทยามเช้าในหมู่บ้าน
- 8.00 น. รับประทานอาหารเช้าแบบคนในท้องถิ่น
- 9.00 น. เรียนรู้และทดลองเรื่องการย้อมผ้าท้องถิ่น
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 น. เรียนรู้และทดลองการทอผ้าฝ้ายท้องถิ่น
- 17.30 น. จบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำลาผู้คนในชุมชน

18.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ

จังหวัดกระบี่ สองวันหนึ่งคืน (2D1N) การท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร “เข้าหนอง คลองบ้าย สายๆ ทำกับข้าว” (Food-Feel-Fun: Exotic Gastronomy Tourism: Local Canal Foraging Tour)

อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่: อาหารบำบัด - Body Detox (consult with healthy expert and herbal expert, site visit) thai herbal centre, slow tour, Thai herbal picking and come to cook

ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพสามารถนำมาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปอาหาร โดยการนำนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมและเข้ารับการดูแลทางด้านร่างกายผ่านกระบวนการทางด้านอาหารในศูนย์สมุนไพรที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกระบี่ ให้นักท่องเที่ยวร่วมศึกษาเรียนรู้และเก็บสมุนไพรที่สนใจตามการส่งเสริมด้านสุขภาพเป็นรายบุคคล แล้วมาร่วมประกอบการในศูนย์ด้วยกัน

บ้านหนองทะเล จังหวัดกระบี่: ธรรมชาติบำบัด - Mind Detox (Meditation amidst local calmness canal, canal kayak tour, foraging and come to cook)

กิจกรรมเริ่มต้นด้วยการนอนเด่นที่ในชุมชนบ้านหนองทะเล ตื่นเช้าก่อนพระอาทิตย์ขึ้น เพื่อพายเรือคายัคฝ่าทะเลหมอก รับพลังแสงอาทิตย์ จับกุ้งเต็น เก็บใบไม้ มาทำอาหารกลางแจ้ง ณ ศาลาชุมชน ร่วมกันห้อยยาจีนข้าว นอนกลางวันริมคลอง นั่งรถพ่วงไปลงเรือ ชิมน้ำที่ตาน้ำ ต้มตำคลองหนองห้วยบึงทิวเขา ณ กระบี่

ตัวอย่างรายการนำเที่ยว

วันแรก

- 7.00 น. เดินทางถึงสนามบินนานาชาติกระบี่
- 8.00 น. แวะรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่น นั่งรถมุ่งหน้าสู่ชุมชน
- 9.00 น. เดินทางถึงศูนย์สมุนไพร เรียนรู้เรื่องสมุนไพร กับสุขภาพ
- 10.00 น. ปรึกษาสุขภาพรายบุคคลกับผู้เชี่ยวชาญในการบำบัดสารพิษและรักษาสุขภาพ
- 11.00 น. เก็บสมุนไพรตามปัญหาด้านสุขภาพที่ได้รับการปรึกษา เพื่อนำมาประกอบอาหารร่วมกัน
- 11.30 น. ร่วมประกอบอาหารท้องถิ่นจากสมุนไพรแบบง่ายๆ
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวันที่ปรุงร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรื่องราวด้านอาหารชุมชน
- 13.00 น. ล่องเรือเที่ยวชมแม่น้ำชุมชน และเยี่ยมชมตัวเมืองกระบี่
- 17.00 น. เดินทางเข้าที่พักแบบกางเต็นท์ริมคลองของชุมชน

วันที่ 2

- 5.30 น. ตื่นขึ้นชมบรรยากาศบริสุทธิ์ยามเช้า ฟอกปอดด้วยอากาศยามเช้าริมคลองของชุมชน
- 6.00 น. พายเรือคายัคชมบรรยากาศไปเนิบๆ รอบคลอง

- 7.00 น. เยี่ยมชมเกษตรกรชุมชน วิถีเศรษฐกิจพอเพียง สาธิตวิธีการจับกุ้งเต็น และหาหอยโข่ง รวม
วัตถุดิบเพื่อประกอบอาหารมื้อกลางวัน
- 8.00 น. รับประทานอาหารเช้าแบบคนในท้องถิ่น บนแพระหว่างทางที่พายเรือคายัก
- 9.00 น. พายเรือคายักเก็บดอกจิก ซึ่งเป็นพืชริมคลองที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อมาประกอบ
อาหาร
- 10.00 น. พักผ่อน ริมคลอง แวดล้อมด้วยโอปเขา ผ่านสายลมเย็นๆ เรียนรู้เรื่องราวชุมชน
- 11.30 น. ร่วมประกอบอาหารท้องถิ่นจากที่เก็บมาได้ทั้งหมด
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน และแลกเปลี่ยนเรื่องราวด้านอาหารชุมชน
- 13.00 น. พายคายักล่องหนอง ชิมตาน้ำที่สำคัญของกระปี่ เล่นน้ำตามอัธยาศัย
- 17.30 น. จบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำลาผู้คนในชุมชน
- 18.00 น. เดินทางกลับกรุงเทพฯ โดยสวัสดิภาพ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยสามารถนำวิถีไทยมานำเสนอเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนผ่านการพัฒนาประเทศสู่การเป็นเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าจากฐานราก (Thailand 4.0- value based economy) งานวิจัยนี้จึงนำแนวทางที่ได้มาขยายผลให้เกิดการประสานทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน เน้นส่งเสริมการออกแบบงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตามแบบ Community based Design Model

โดยค้นพบแนวทางหรือรูปแบบในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยการขยายผลต่อยอดจากโครงการแผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่าง Gastro Diplomats และ พ่อครัวแม่ครัวในท้องถิ่น อีกทั้ง ได้ต้นแบบแนวทางในการเชื่อมโยง เรื่องการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารกับการเกษตรตามแนวคิด Smart Farmers และการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ สู่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกษตรกรผลิตในชุมชนที่สามารถปลูกพืชผักผลไม้เพื่อการบริโภคและนำเสนอเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวพร้อมการพึ่งพาตนเองได้ และได้รูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ (Travel Route) รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (New/responsible forms of tourism) ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Tourism Products/Interpretations) พร้อมสำหรับนำเสนอในงาน WTM ITB เป็นต้น เพื่อแนวทางหรือรูปแบบการคิดสร้างสรรค์สู่การเพิ่มมูลค่าและการสอดประสานวิถีไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นในสาขางานศิลป์ที่หลากหลายที่นำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อนำสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

ผลการศึกษาพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรของชุมชนนั้น มิได้มีข้อเสียหรือนิยามหรือไม่ควรมีข้อจำกัดประการใดในการที่คนภายนอกเหล่านี้จะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นไปต่อยอดและสร้างสรรค์ แม้ไม่ได้มีชุมชนร่วมในกระบวนการไปพร้อมกัน เนื่องจากการสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดจากการต่อยอดโดยคนภายนอกนั้นยังสามารถสื่อถึงความเป็นชุมชน และสะท้อนถึงคุณค่าและความหมายของสถานที่ (Sense of Place) ที่มีความแตกต่างจากสิ่งของประเภทเดียวกันในรูปแบบของเรื่องราว (Stories) อรรถรส (Senses) และลีลา (Sophistication) อันเป็นพื้นฐานของการสร้างเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Value based Economy) รวมทั้ง กลุ่มคนภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในสาขา ๆ ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน (Catalyst) ได้ด้วย กล่าวคือ เป็นผู้กระตุ้นที่ก่อให้เกิดการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในชุมชน โดยทำหน้าที่ในการเชื่อมคน ความคิด กระบวนการ หรือวิธีการต่าง ๆ ก่อให้เกิดการสร้างสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น จากการร่วมสังเกตการณ์พบว่า คนในพื้นที่มีแนวความคิดในการนำต้นแบบ (Prototype) ที่ออกแบบโดยคนภายนอกไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้ง เป็นการกระตุ้นให้คนในพื้นที่เกิดแรงบันดาลใจในการคิด

สร้างสรรค์ นอกจากนี้ กลุ่มคนภายนอกดังกล่าวยังมีศักยภาพในการผลิตและสามารถบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดเป้าหมายได้ทั่วถึงกว่า

ที่ผ่านมาความท้าทายที่พบมากที่สุดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนคือ ชุมชนถูกปลูกฝังมาให้ความภาคภูมิใจในคุณค่าของตน ต้องอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำเสนอเผยแพร่ในรูปแบบที่เป็นของแท้และดั้งเดิมที่ถูกต้องตามแบบฉบับเท่านั้น บ่อยครั้งที่มีการกล่าวว่า “ชุมชนต้องเก็บของเดิมเอาไว้ โดยไม่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง” ทำให้ชุมชนผลิตสินค้าและประกอบธุรกิจในแบบเดิม ๆ ผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่ในประเทศไทยจึงมักเป็นผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านและของที่ระลึกที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ กัน ไม่มีความหลากหลาย ขาดความเข้าใจในกระแสมวยนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาด ทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ขาดการทำวิจัยและนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ทำให้ขายสินค้าไม่ได้หรือขายตัดราคาตัวเอง รวมทั้ง **การสร้างมูลค่า** (เน้นการเพิ่มเชิงเศรษฐกิจ) และ**การสร้างคุณค่า** (เน้นการอนุรักษ์และรักษาของดั้งเดิม) มักถูกแยกออกจากกันและมักมีความเข้าใจว่า “ชุมชนไม่สามารถเก็บของไว้แบบเดิม แล้วสามารถสร้างมูลค่าได้ แม้คุณค่าจะมีอยู่” โจทย์สำคัญคือ ทำอย่างไรชุมชนจึงจะสามารถสร้างและอนุรักษ์คุณค่าคู่ขนานไปกับการสร้างมูลค่า

จากผลการศึกษาพบว่า แท้จริงแล้วนั้นชุมชนสามารถสร้าง (สรรค์) มูลค่า (Value Creation) เพิ่มให้แก่ฐานทรัพยากรเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยคุณค่า แต่จำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง (Change) เพราะการเปลี่ยนแปลงคือ การลงทุนซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่า โดยการเปลี่ยนดังกล่าวต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ที่ยังคงองค์ประกอบ 3 อย่างคือ (1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความเฉพาะตัว ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ (2) การมีความคิดริเริ่ม (Originality) หรือการนำความรู้มาประยุกต์ให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้น แตกต่างจากความคิดเดิม และ (3) การมีความหมาย (Meaning) สามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงมิได้หมายถึงแค่เปลี่ยนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ต้องมีกระบวนการออกแบบบนฐานรากของชุมชน (Community-based Design) เพื่อให้เกิดการเพิ่มมูลค่าจากต้นทางถึงปลายทางผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้ง การเปลี่ยนความเชื่อเดิม (Mindset) และเปิดการรับรู้ (Perception)

กระบวนการสืบค้นโดยกลุ่มบุคคลภายนอกพื้นที่ จำเป็นต้องปรับกระบวนการทัศน์ใหม่ จากงานวิจัยชุดที่แล้ว Artisan Chef ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจากภายนอก เข้าร่วมในกระบวนการสืบค้นโดยทางอ้อม กล่าวคือ เป็นการรับข้อมูลชุมชนจากการถ่ายทอดเรื่องราวจากวิทยุนักวิจัย แล้วนำมาออกแบบเป็นเมนูอาหารตามมุมมอง ความเข้าใจ และความถนัดของ Artisan Chef

สำหรับงานวิจัยชุดนี้ คณะนักวิจัยได้ทำการปรับกระบวนการทัศน์ โดยให้ Artisan Chef เรียนรู้ทักษะการวิจัย (ได้แก่ สัมภาษณ์ สันทนากลุ่ม สังเกตการณ์ การบันทึกภาพหรือวิดีโอ) มีการเข้าร่วมในกระบวนการ

สืบค้น ตั้งแต่ลงพื้นที่สำรวจวัตถุดิบในพื้นที่ พูดคุยและสอบถามข้อมูลจากสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้ Artisan Chef มีความเข้าใจบริบทของชุมชนในเชิงลึก ทั้งในด้านกายภาพ ประวัติที่มา ศาสนา ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา เป็นต้น ซึ่งผู้เชี่ยวชาญแต่ละด้านจะมีประเด็นที่ตนสนใจแตกต่างกันไปหลากหลายมิติ อาจมีบางแง่มุมที่นักวิจัยไม่ได้ให้ความสำคัญ นอกจากนี้ เป็นการสร้างความคุ้นเคย อันเป็นพื้นฐานของการสร้างไว้วางใจในการทำงานร่วมกันในพื้นที่ของชุมชน นับเป็นช่วงของการใช้เวลาทำความเข้าใจเรื่องราวและปัญหาของชุมชนอย่างลึกซึ้ง ขั้นตอนนี้จะช่วยให้ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญกำหนดทิศทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และสามารถตอบสนองความต้องการของชุมชนได้อย่างแท้จริง

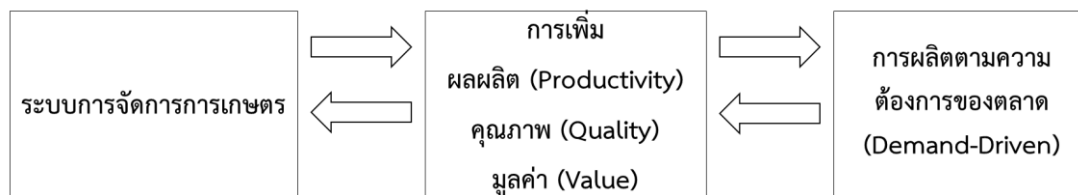
จากการออกแบบเมนูอาหารพบว่า Artisan Chef นอกจากจะนำเอาวัตถุดิบมาปรุงเป็นอาหารแล้วนั้น ยังนำเอาเรื่องราวของชุมชนร้อยเรียงมาเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบเมนูอาหาร รวมถึง การตกแต่งสำหรับที่นำเอาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบ กลายเป็นสำหรับอาหารที่สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชนผ่านวัตถุดิบ เรื่องเล่า งานหัตถกรรมได้อย่างลึกซึ้ง ที่ครอบคลุมในทุก ๆ มิติ ได้แก่ เรื่องเล่า (Stories) อรรถรส (Sense) และลีลา (Sophistication) ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นชุมชนชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า กระบวนการสืบค้นโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ สันทนาการ ยังช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์และสามารถสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้แก่คนในชุมชน กลุ่ม Artisan Chef ที่ร่วมในโครงการวิจัยยกตัวอย่างเช่น เมนูอาหารของ Artisan Chef ในการเรียนรู้เรื่องวัตถุดิบ วิธีการประกอบอาหารท้องถิ่น อีกทั้ง สามารถสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบผลิตภัณฑ์แก่เหล่า Young Designer ในโครงการย่อยที่สอง หรือแม้แต่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญภายนอก (ที่ไม่ได้เข้าร่วมในงานวิจัย) ผ่านผลงานที่ได้รับการเผยแพร่

ดังนั้น ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนไม่ว่าจะเป็นคนในพื้นที่หรือคนภายนอก หากเข้ามามีส่วนในกระบวนการสืบค้นในพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาร้อยเรียงมาสื่อความหมายให้มีชีวิต (Living Interpretation) ล้วนทำให้การออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าเรื่องราวต่าง ๆ ในพื้นที่ให้เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปะทั้งสิ้น

แม้ว่า การเป็นสมาร์ทฟาร์มเมอร์ (Smart Farmer) ยังมีข้อจำกัด จากกระบวนการสืบค้น พบว่าทั้ง 4 ชุมชนเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) แต่ไม่ได้มีการส่งเสริมพืชพื้นถิ่นและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เป็นเฉพาะของท้องถิ่นดังกล่าวไว้อย่างเป็นระบบชัดเจน รวมทั้ง ไม่ปรากฏรูปแบบพัฒนาหรือระบบการจัดการการเกษตรรูปแบบใหม่ (Smart Farm) (ที่จะก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิต (Productivity) คุณภาพ (Quality) และมูลค่า (Value))

อย่างไรก็ตาม ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำเอาข้อมูลที่ได้เกี่ยวกับฐานทรัพยากรทางการเกษตร (Agricultural based Product) ไปเป็นตัวตั้งต้นสำคัญในการคิดต่อยอดทางธุรกิจให้กับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยว การออกแบบเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ อาหาร เป็นต้น ยกตัวอย่าง ตำบลหนองทะเล (อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่) มีดอกจิกเป็นพืชประจำถิ่นปลูกกระจายอยู่ทั่วชุมชน แต่ไม่ได้ถูกส่งเสริมในการปลูก หากมีการนำไปใช้มากขึ้น ให้ไปอยู่ในเมนูอาหารหรือในสินค้าที่ทำให้คนเข้าถึงง่ายขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักและเกิดความต้องการในการบริโภค ก็จะสามารถขับเคลื่อนความต้องการของผู้บริโภค (Demand

driven) ได้ ความต้องการดังกล่าวจะกลับไปสู่การจัดการระบบพื้นที่ทางการเกษตรที่เป็นพืชพรรณเฉพาะถิ่นมากขึ้น ตามแผนภาพ 12



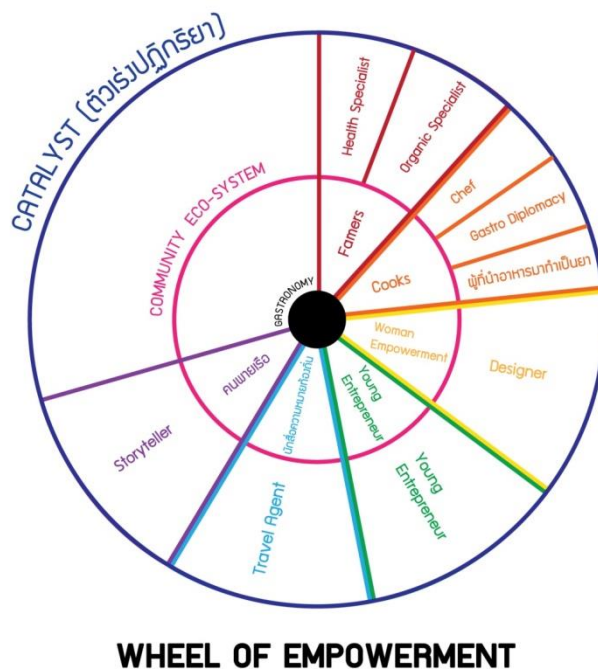
แผนภาพ 12 แนวคิดสมาร์ตฟาร์มเมอร์ในแบบขับเคลื่อนจากอุปทาน

5.2 อภิปรายผล

พื้นฐานที่สำคัญคือการพัฒนา “คนในพื้นที่” ให้มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งแนวทางการเพิ่มทักษะเหล่านี้ จำเป็นต้องมีตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) ทำหน้าที่เป็นผู้กระตุ้นและเร่งเร้าให้ชุมชนสามารถเพิ่มบทบาทของตนเองได้ ซึ่งตัวเร่งปฏิกิริยาดังกล่าว ชุมชนอาจมีคนในพื้นที่ (Insider) หรือมีคนจากภายนอก (Outsider) เข้ามาเป็นผู้กระตุ้นทำให้เกิดทักษะและนำไปสู่ชุมชนสามารถเพิ่มบทบาทได้ หากมีตัวเร่งปฏิกิริยา ตัวอย่างเช่น พ่อครัว/ แม่ครัว (Cook) ในชุมชน หากได้รับการพัฒนาทักษะการตกแต่งอาหาร (Culinary Art) หรือการสร้างสรรค์เมนูอาหารใหม่ ๆ จากวัตถุดิบในท้องถิ่น ก็สามารถกลายเป็น Chef หรือ Gastro Diplomat ได้

แม้ในชุมชนไม่มีผู้ที่สามารถเป็นตัวเร่งปฏิกิริยา (Catalyst) เช่น คนที่มีทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พ่อครัว/ แม่ครัวที่มีทักษะในการออกแบบเมนูอาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่น จึงได้นำผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกที่มีทักษะที่สัมพันธ์กับแนวทางการดำเนินโครงการของชุมชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยตัวเร่งปฏิกิริยาของโครงการนี้คือ Artisan Chef

งานวิจัยนี้จึงได้ข้อสรุปที่ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการพัฒนาคน (Wheel of Empowerment) ได้ จำเป็นต้องให้เห็นคุณค่าในงานอาชีพที่มีอยู่ ที่เคยทำในแบบเดิม สู่การเห็นเส้นทางการพัฒนาศักยภาพตนเองสู่การเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ อย่างมีคุณค่าในเชิงลึก ตัวอย่างแนวคิดที่ค้นพบจากการวิเคราะห์ผลของงานวิจัยนี้ในกรณีการนำเรื่องอาหารมาประยุกต์ทดลองทำ พบว่า โครงสร้างระบบคนที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวและเรื่องอาหาร (Community ecosystem and gastronomy) เมื่อมี คนนอกที่เป็นผู้รู้เฉพาะทางมาทำหน้าที่เป็นตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ (Catalyst) ทำให้เกิดแรงผลักดันที่เห็นว่า คนในชุมชนที่มีความรู้เฉพาะทางที่เป็นแบบเดิม สามารถก้าวหน้าในความเชี่ยวชาญนั้น ๆ จนสามารถพัฒนาศักยภาพเป็น ผู้รู้ในด้านต่าง ๆ ได้ เมื่อแนวคิดนี้สามารถก่อตัวในท้องถิ่นมากขึ้น การเพิ่มพูนจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เห็นคุณค่า ของวัฒนธรรม ศิลปะท้องถิ่น จะเป็นไปได้มากขึ้น เช่น การทำอาหารในฐานะ แม่ครัวในชุมชนสามารถสร้างคุณค่าในความรู้ที่มีมาอย่างยาวนานในแบบเดิม สู่การพัฒนาศักยภาพเป็นผู้รู้ด้านโภชนาการอาหารท้องถิ่น ดังตัวอย่างใน Wheel of Empowerment คือ Health Specialist หรือ Organic Specialist เป็นต้น ดังแสดงในแผนภาพ 13



แผนภาพ 13 กรอบการสร้างพลังความเข้มแข็ง

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยในโครงการวิจัยนี้ นอกจากการเพิ่มมูลค่าคุณค่าด้านการท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหารแล้ว นั้น ข้อค้นพบยังพบศักยภาพเพื่อสร้างความเชื่อมโยงไปพัฒนาต่อยอดสู่งานผลิตภัณฑ์ด้านอื่นได้อีกมากมาย โดยในโครงการวิจัยเรื่อง นวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ในชุดโครงการวิจัยนี้ จึงจะนำไปพัฒนาเชื่อมโยงต่อยอดในมุมมองของตัวกระตุ้นด้านอื่นๆ ต่อไปเพื่อสร้างนวัตกรรมจากรากฐานของการค้นพบในงานวิจัยเล่มนี้ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ที่ทำการศึกษาวิจัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์
- กฤษณา วงษาสันต์. (2542). วิถีไทย. กรุงเทพฯ : เอิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- จุฑามาศ วิศาลสิงห์ และคณะ. (2558). แผนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยววิถีไทยและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. งานวิจัยสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ทวีป ศิริศรีมี และพรพิมล เตียมวัง. (2549). การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง. งานวิจัยสนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (Earth Summit Conference) ที่รีโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล มิถุนายน 2535. อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การวางแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 2542.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2554). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ธวัชพร ศิริจารุกุล. (2554). การออกแบบผลิตภัณฑ์ 1. เอกสารประกอบการสอน : มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปานฉัตต์ อินทร์คง. (2560). การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม แนวคิด รูปแบบ และการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : อันลิมิต พรินต์ติ้ง.
- ปัทมา เลหาสินณรงค์. (2555). รูปแบบและปัจจัยด้านมูลค่าเพิ่มของบรรจุภัณฑ์ชาลาเปาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พะยอม ธรรมบุตร. (ม.ป.ป). “การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม” Planning and Managing Ecotourism. Institute of Ecotourism Srinakharinwirot University.
- พจนา สวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการเพื่อชีวิตและธรรมชาติ
- พิศมัย อวาทกุลพาณิชย์ และคนธาภรณ์ เมียร์แมน. (2556). การเพิ่มมูลค่าและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ล้านนาด้วยการออกแบบโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นล้านนา. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรชัย จิตติวสุรัตน์. (2558). คุณค่าที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเชิงสัจฐานของเรือนค้าขายพื้นถิ่นในตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. (21). 12-27.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. (2539). “พัฒนาท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน” จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 15 เล่มที่ 12 เมษายน-มิถุนายน.
- มธุรส ปราบไพร. (2545). “โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ธุรกิจท่องเที่ยว : Tourism Business

- Magazine* ปีที่ 15 ฉบับที่ 3 เดือนมีนาคม 2545. น. 28
- รสิกา อังกูร และคณะ. (2547). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Ecotourism and Sustainable Tourism). เอกสารประกอบการบรรยาย.
- วรรณพร วณิชานุกร. (2540). นิเวศท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สถาบันราชภัฏสวนดุสิต และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ศรีพร สมบุญธรรม. (2536). “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : Sustainable Tourism Development” *จุลสารการท่องเที่ยว* ฉบับที่ 12 เล่มที่ 2 เมษายน-มิถุนายน 2536. น.27-30.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (ม.ป.ป). “คู่มือการท่องเที่ยวที่พักรีสต์พัฒนาชุมชนบท HomeStay Thailand” เล่ม 2 น.1-6
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2546). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน.
- อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2543). อัตลักษณ์ (Identity) การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ภาษาอังกฤษ

- Berno, T. (Ed.). (2011). *Sustainability on a plate: Linking agriculture and food in the Fiji Islands tourism industry*. London: Routledge.
- Bhumisiratanavadi, Y. (2012). Developing Thainess capital for a first- impression “Serviceconomics” mind map. *International Journal of Organizational Innovation*, 5(2), 284-314.
- Boniface, P. (2003). *Tasting tourism: Traveling for food and drink*. Burlington: Ashgate.
- Castells, M. (1996). *The information age: Economy, society and culture. Volume 1: The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Chen, Q. (2013). An investigation of food tourism in Chongqing. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 110-121.
- Cleveland, D. A., Müller, N. M., Tranovich, A. C., Mazaroli, D. N., & Hinson, K. (2014). Local food hubs for alternative food systems: a case study from Santa Barbara County, California. *Journal of Rural Studies*, 35, 26-36.

- Correia, A., Moital, M., Ferreira da Costa, C., & Peres, R. (2008). The determinants of gastronomic tourists' satisfaction: a second-order factor analysis. *Journal of Foodservice*, 19, 164-176.
- Fredriksen, O.-H. (2008). Starving for food information. *Food and Drink Technology*, January 2008, 24.
- Gaztelumendi, I. (2012). Global trends in food tourism. *UNWTO Global Report on Food Tourism*, 4, 10-15.
- Hall, C. M. (2013). Why forage when you don't have to? Personal and cultural meaning in recreational foraging: a New Zealand study. *Journal of Heritage Tourism*, 8(2-3), 224-233.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (2003). *Food tourism around the world: Development, management and markets*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Harrington, R. J. (2005). Defining gastronomic identity: the impact of environment and culture on prevailing components. *Journal of Culinary Science and Technology*, 4(2/3), 129-152.
- Harrington, R. J., & Ottenbacher, M. C. (2010). Culinary tourism: a case study of the gastronomic capital. *Journal of Culinary Science and Technology*, 8, 14-32.
- Herrera, C. F., Herranz, J. B., & Arilla, J. P. (2012). Gastronomy's importance in the development of tourism destinations in the world. *UNWTO Global Report on Food Tourism*, 4, 6-9.
- Hjalager, A.-M., & Johansen, P. H. (2013). *Food tourism in protected areas – sustainability for producers, the environment and tourism?*. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 417-433.
- Holm, J., Pedersen, L. M. B., & Sørensen, S. (2013). Experiencing organic farms and food by regional tourism innovation. *Acta Agriculturae Scandinavica, Section B – Soil and Plant Science*, 63, 85-93.
- Kesimoglu, A. (2015). A reconceptualization of gastronomy as relational and reflexive. *Hospitality and Society*, 5(1), 71-91.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (7th Ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Miller, R. K., & Washington, K. (2014). *Travel & tourism market research handbook 2015-2016*. Loganville: Richard K. Miller & Associates.

- Nilson, T.H. (1992). *Creating Customer Value. The Part to Sustainable Competitive Advantage*, Thompson Executive Press, OH.
- Nilsson, J. H., Svärd, A.-C., Widarsson, Å., & Wirell, T. (2011). 'Cittáslow' eco-gastronomic heritage as a tool for destination development. *Current Issues in Tourism*, 14(4), 373-386.
- Paul, B. D. (2014). From Slow Food to slow tourism. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 23(2), 137-144.
- Petrini, K., & Padovani, G. (2006). *Slow food revolution: a new culture for eating and living*. New York: Rizzoli.
- Pruksorranan, T., Wisansing, J. & Berno, T. (2013). The Culinary Tourism Supply Chain and the Reduction of Carbon Footprint: a Case Study of Koh Samui, Thailand. Working Paper. *Proceedings to the CAUTHE 2013 Conference "Tourism and Global Change on the Edge of Something Big"*, Lincoln, New Zealand, 11-14 February 2013.
- Richards, G. (2003). "Gastronomy: An essential ingredient in tourism production and consumption?" In *Tourism and Gastronomy*. London and New York: Routledge.
- Ritzer, G. (1993). *The McDonaldization of Society*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Santich, B. (1996). *Looking for flavour*. Kent Town: Wakefield Press.
- Sofield, T., & Li, S. (2011). Tourism governance and sustainable national development in China: a macro-level synthesis. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 501-534. doi: 10.1080/09669582.2011.571693
- Sonnino, R., & Griggs-Trevarthen, C. (2013). A resilient social economy? Insights from the community food sector in the UK. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(3-4), 272-292.
- Van Oers, P. (2013). From 'mass & fast' to 'small & slow': the development of ecogastronomic tourism. *International Journal of Management Cases*, 15(4), 133-140.
- Vasileska, A., & Reckoska, G. (2010). *Culinary identity as important segment of tourist offer*. Conference Proceedings of Tourism and Hospitality Management 2010 in Marcedonia, 1622-1628.
- Wright, S., & McCrea, D. (Ed.). (2007). *The handbook of organic and fair trade food marketing*. Singapore: Blackwell Publishing.

ภาคผนวก เอกสารผนวก 1

26 ก.อ. 60

ที่ กบ ๕๒๐๐๗/๓๒๐๘๗

สำนักงานเทศบาลเมืองกระบี่
ถนนมหาราช กบ ๘๑๐๐๐

๓๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐

เรื่อง ตอบรับเข้าร่วมดำเนินงานโครงการวิจัย

เรียน ประธานกรรมการบริหารบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด (ผศ. ดร. จุฑามาศ วัฒาสสิงห์)

อ้างถึง หนังสือบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด ลงวันที่ ๑๖ มิถุนายน ๒๕๖๐

ตามหนังสือที่อ้างถึงบริษัท เพอร์เฟคลิงค์ คอนซัลติ้ง กรุ๊ป จำกัด ซึ่งได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้มีหนังสือถึงสำนักงานเทศบาลเมืองกระบี่ คัดเลือกเมืองกระบี่ให้เข้าร่วมดำเนินโครงการวิจัยหาแนวทางการเสริมสร้างการท่องเที่ยวไทยสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Thai Tourism Development : a Pathway to Value-driven Economy Approach) เพื่อมุ่งหาแนวทางการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวเชิงศิลปะอาหาร และการร่วมสร้างนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์จากเยาวชนเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยคุณค่า นั้น

ในการนี้ เทศบาลเมืองกระบี่ มีความยินดีตอบรับเข้าร่วมดำเนินโครงการวิจัยดังกล่าวเพื่อร่วมนำความเป็นคนไทย ถ่ายทอดให้มีความรู้และมูลค่าอย่างยั่งยืนต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ



(นายชาญณรงค์ อ. วิชาญรุ่งโรจน์)
รองนายกเทศมนตรี ปฏิบัติราชการแทน
นายกเทศมนตรีเมืองกระบี่

กองวิชาการและแผนงาน
งานวิเคราะห์นโยบายและแผน
โทร. ๐ ๗๕๖๒ ๐๖๐๔
โทรสาร. ๐ ๗๕๖๒ ๐๖๐๓

๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ พิมพ์/ทาน
๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ หัวหน้างาน
๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ หัวหน้าฝ่ายแผนงานและงบประมาณ
๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ ผู้อำนวยการกองวิชาการและแผนงาน
๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ รองปลัดเทศบาล
๒๕๖๐ ๑๑ ๒๐ ปลัดเทศบาล