

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร (Executive Summary)

1. ความเป็นมาและปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ในด้านการท่องเที่ยวธุรกิจที่สร้างรายได้มากที่สุด คือ การขายของที่ระลึกและธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจด้านอาหารก็มีความสำคัญเป็นลำดับรองลงมา อาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตและเป็นโอกาสหนึ่งของการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพราะเมื่อเดินทางท่องเที่ยวก็ต้องการบริโภคอาหารท้องถิ่นของประเทศ กอปรกับอาหารไทยที่นับว่ามีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ในด้านรสชาติที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร และอาหารไทยยังแสดงถึงวัฒนธรรมไทยที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ วัฒนธรรมการกินของไทยมีความสำคัญและเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สมควรสืบสานและเผยแพร่ให้แก่คนทั่วโลกได้รู้จักประเทศไทยผ่านวัฒนธรรมการกินและควรส่งเสริมศักยภาพครัวไทยสู่ครัวโลกควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว รัฐบาลโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ขึ้น โดยกำหนดยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ให้มีความยั่งยืน และสามารถแข่งขันกับประเทศต่างๆ ในประชาคมอาเซียนได้

การศึกษาวิจัย การจัดการความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอาหารไทยในท้องถิ่นจะช่วยทำให้ได้เนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องด้วยการนำแนวคิดด้านการจัดการความรู้เข้ามาจัดการกับข้อมูลงานวิจัยด้านอาหารที่จำเป็น มาใช้โดยการค้นหา จำแนก แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประยุกต์ใช้ ถ่ายโอนแบ่งปัน และเก็บสะสมความรู้ ระหว่างกลุ่มคนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และในที่สุดความรู้ที่มีอยู่จะแพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดจนนักท่องเที่ยวอย่างสมดุล เพื่อเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลผลิตของชุมชน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้องค์ความรู้อาหารไทยท้องถิ่นที่นำมาสู่การกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว 5 เส้นทาง เพื่อใช้เป็นข้อมูลเชิงธุรกิจอาหารและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

คณะผู้วิจัยจึงวางแผนในการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อประชาสัมพันธ์มาเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนการเผยแพร่องค์ความรู้อาหารไทยท้องถิ่นตามเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือ โดยผ่านกระบวนการการจัดการความรู้ เพื่อให้ได้สื่อที่มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้ทดลองกับกลุ่มนักท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 รวบรวม วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือเชิงวัฒนธรรมที่เน้นคุณค่าทางอาหารให้สอดคล้องกับท้องถิ่นด้วยกระบวนการจัดการความรู้

2.2 เพื่อวิเคราะห์ดำรับอาหารและจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวของ 14 จังหวัดภาคเหนือ เป็นแนวทางในการส่งเสริมการจัดการด้านธุรกิจร้านอาหารไทยเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

2.3 เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลและสื่ออาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.4 เพื่อประเมินผลการใช้ฐานข้อมูลและสื่ออาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือตามกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้แยกวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 กิจกรรม คือกิจกรรมที่ 1 การศึกษาองค์ความรู้ของอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ และ กิจกรรมที่ 2 เป็นการศึกษารูปแบบการพัฒนาสื่อและการผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือ ซึ่งทั้ง 2 กิจกรรมนี้ใช้วิธีการจัดการความรู้ 5 ขั้นตอนมาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย

ขั้นที่ 1 การค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ (Explore & Capture) เป็นกระบวนการเริ่มต้นของกิจกรรมการจัดการความรู้ อันประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการแสวงหา และการจัดหา (Explore) และการสร้างและการยึดจับหรือได้มาซึ่งความรู้ (Capture) กิจกรรมดังกล่าวได้แก่การสำรวจและศึกษาเอกสารด้านการท่องเที่ยวและอาหารไทยท้องถิ่น โดยทำการสำรวจข้อมูลด้านอาหารไทยในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนต่างๆ และการทำความเข้าใจสถานการณ์อาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวปัจจุบัน

ขั้นที่ 2 การระบุและจำแนกความรู้ (Identify & Organize) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการค้นหาและได้มาซึ่งความรู้ อันประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยของการพิจารณา ตรวจสอบ พร้อมทั้งวิเคราะห์แยกแยะความรู้ (Identify) และการจัดระบบและระเบียบความรู้ (Organize) กิจกรรมในขั้นตอนนี้คือ การจัดองค์ความรู้เกี่ยวกับอาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือเชิงวัฒนธรรม จัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวตามฤดูกาลทั้ง 12 เดือนของ 14 จังหวัดภาคเหนือ จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) เพื่อหาข้อสรุปจากขั้นที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิด้านอาหารและการท่องเที่ยวในภาคเหนือพิจารณาให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือ เพื่อ เพื่อหาข้อสรุปทำเป็นชุดความรู้เส้นทางอาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อไป

ขั้นที่ 3 การแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้ความรู้ (Exchange & Apply) เป็นกระบวนการนำเอาความรู้ที่ได้มาจากการระบุและจำแนกความรู้มาแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มหรือชุมชน (Exchange) ด้วยการฝึก

โครงการย่อยที่ 2 การจัดการความรู้อาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางการท่องเที่ยวภาคเหนือ

กระทำหรือนำไปประยุกต์ใช้ความรู้ (Apply) คือ กำหนดเส้นทางของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือเพื่อพัฒนาและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในวิถี Gastronomy Tourism เป็น 5 เส้นทาง การจัดกิจกรรมในขั้นตอนนี้ได้แก่การจัดไฟกัศกรูปร่วมกับหน่วยงานท้องถิ่นและสถาบันการศึกษาในพื้นที่เป็นการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิครั้งที่1 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการเดินทางไปพบผู้นำชุมชน ผู้บริหาร นักวิชาการ ประชาชนชุมชน และประชาชนในพื้นที่ ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารพื้นเมืองภาคเหนือ วัฒนธรรมประเพณีที่เกี่ยวข้องกับอาหาร และ พืชการด้านการกิน ทำกิจกรรมระหว่างนักวิจัยและชุมชนด้วยกันเอง

ขั้นที่ 4 การถ่ายโอนและแบ่งปันความรู้ (Transfer & Share) เป็นกระบวนการหลังจากการนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและประยุกต์ใช้แล้ว มาถ่ายโอนความรู้ร่วมกัน (Transfer) และการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันกัน(Share)ในขั้นตอนนี้จะมีการจัดกิจกรรมชุมชนคนปฏิบัติ (Communities of Practice: CoPs) โดยทำการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยท้องถิ่น ได้แก่ สื่อ เว็บไซต์ www.thailocalcuisine.com วิดีทัศน์ 5 เส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือ ได้แก่ เส้นทางที่ 1 ประตูล้านนา เส้นทางที่ 2 หน้าต่างแดนเหนือ เส้นทางที่ 3 ไหว้พระชมเวียง เส้นทางที่ 4 เมืองสงบเที่ยงดงาม เส้นทางที่ 5 ชายแดนไร้พรมแดน โปรแกรมโมบายแอปพลิเคชั่น “Thailocalcuisine.com” สร้างเป็นแอปพลิเคชั่นด้วยภาษา X-Code แล้วอัปโหลดโปรแกรมขึ้นไว้บน Appstore ของ บริษัทแอปเปิ้ล เพื่อเปิดให้นักท่องเที่ยวและกลุ่มเป้าหมายอื่นๆดาวน์โหลดไปใช้ติดตั้งใน สมาร์ทโฟน iphone และ ipad ที่ใช้ระบบปฏิบัติการ iOS ต่อไป และสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวีดิทัศน์นำไปอัปโหลดไว้ใน Youtube เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าไปศึกษา และ สื่อสิ่งพิมพ์ เป็นสื่อที่นำไปเผยแพร่เพื่อนำมาใช้ในการใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชั่น และวิธีใช้สื่อต่างๆของโครงการวิจัย นำสื่อต้นแบบไปผ่านการตรวจโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงทำการทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวจริง นำผลมาวิเคราะห์แล้วจึงดำเนินการแก้ไขต่อไป

ขั้นที่ 5 การเก็บและสะสมความรู้ (Collect & Store) เป็นกระบวนการสุดท้ายของกิจกรรมการจัดการความรู้ โดยนำเอาความรู้ที่ได้จากการถ่ายโอนและแบ่งปันความรู้ แล้วนำมาทบทวนแล้วจัดเก็บ (Collect) และสะสมความรู้ไว้ (Store) กิจกรรมในขั้นตอนนี้มีการจัดไฟกัศกรูปร่วม โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิต่างๆมาให้ความคิดเห็น ทำการแก้ไขปรับปรุงระบบฐานข้อมูลและสื่อต่างๆ

4. ผลการวิจัย/ข้อค้นพบ

4.1 เอกลักษณ์อาหารท้องถิ่นภาคเหนือ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถทำได้ในลักษณะ Gastronomy Tourism เพราะอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือมีคุณลักษณะเฉพาะที่มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ มีตำนานการกล่าวขานและการพูดถึงมานาน และอาหารท้องถิ่นภาคเหนือยังเป็นอาหารที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมชนเผ่า และความหลากหลายทางของมวลมนุษยชาติ (Human diversity) อย่างน่าศึกษา นอกจากนี้ อาหารที่กล่าวมาทั้งหมดยังมีการปรุงเพื่อการกินในครัวเรือนและมีจำหน่ายให้สามารถซื้อกินและลิ้มลองได้

4.2 ลักษณะของคนในแต่ละท้องถิ่นสะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรม ประเพณี และความเป็นอยู่ ลักษณะนิสัยการบริโภคและการใช้ชีวิต ในทำนองเดียวกัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางสังคม เช่น ความเจริญของถนนหนทาง สนามบินและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ยังส่งผลโดยตรงต่อวิถีความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและท้องถิ่นโดยทางตรงและโดยทางอ้อม

4.3 ศักยภาพของอาหารท้องถิ่นภาคเหนือต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้รู้ในท้องถิ่นต่างๆ มีความเห็นว่าอาหารไทยท้องถิ่นของภาคเหนือตอนบนมีศักยภาพที่จะนำมาส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ โดยที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักอาหารท้องถิ่นภาคเหนือกันแล้ว เช่น แกงฮังเล แกงฮั้ว แกงอ่อม แกงแคลาบควั ใส่อั่ว แต่สำหรับอาหารบางชนิดที่นักท่องเที่ยวต่างถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป ควรได้รับการส่งเสริมแนะนำให้มีการนำขึ้นเป็นเมนูวางไว้บนโต๊ะอาหาร เพื่อเป็นการนำเสนอให้ลูกค้าทดลองชิมดู เช่น ยำจิ้นไก่ ผักกาดจ้อ ผักเชียงดา แอ็บเนื้อปลาและเนื้อหมู แอ็บอ่องอ หรือ แอ็บมันสมองหมู แกงกระด้าง เมนูเหล่านี้อาจยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากนักจึงควรมีการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสได้ทดลองชิมเป็นอาหารแนะนำ ส่วนเมนูอาหารที่เป็นอาหารท้องถิ่นใหม่ๆ ที่นักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยและไม่เคยนำมาเป็นอาหารขึ้นโต๊ะตามร้านอาหารมาก่อนเลย เช่น ข้าวแรมพิน ข้าวกันจิ้น ข้าวแรมพิน ข้าวกันจิ้น ข้าวปุกงาดำ ควรเป็นอาหารแนะนำตามเทศกาลต่างๆ ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนได้รู้จักกันตลอดทั้งปี และทำเป็นเมนูอาหารแนะนำพิเศษตามร้านอาหารต่างๆ ด้วย

สำหรับภาคเหนือตอนล่าง อาหารประจำท้องถิ่นที่ควรจะมีการแนะนำนักท่องเที่ยว จะมีลักษณะเฉพาะที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปอยู่แล้ว เช่น ก๋วยเตี๋ยวสุโขทัยที่จังหวัดสุโขทัย ก๋วยเตี๋ยวห้อยขา ที่จังหวัดพิษณุโลก ก๋วยเตี๋ยวชากังราว ที่จังหวัดกำแพงเพชร ข้าวซอย ที่จังหวัดลำปาง ลำพูน และเส้นน้ำใส่ที่จังหวัดแพร่ ไก่ย่างวิเชียรบุรีและไก่ย่างข้าวเบือที่เพชรบูรณ์ ควรแนะนำให้เห็นเรื่องราวเกี่ยวกับวิธีปรุง และส่วนประกอบต่างๆ สำหรับอาหารท้องถิ่นที่ยังไม่เป็นที่รู้จักกัน ซึ่งน่าจะมีการนำมาไว้ในเมนูของร้านอาหารต่างๆ ก็คือ ยำข้าวแคบ ผัดเต้าเจี้ยวและแกงถั่วมะแขว่ ที่จังหวัดตาก ถึงแม้ว่าคนท้องถิ่นจะนิยมทำรับประทานที่บ้านและเพื่อต้อนรับแขกและคนสำคัญที่มาเยือนแล้ว แต่ก็ยังไม่เป็นที่แพร่หลายตามร้านอาหารทั่วไป นอกจากนี้ยังมี ข้าวพันผัก ที่จังหวัดอุดรดิตถ์ ข้าวเป็ญที่สุโขทัย ซึ่งเป็นเมนูอาหารใหม่ที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก

คุ้นเคยกันอย่างแพร่หลาย จึงควรมีการนำเสนอไว้ในเมนูตามร้านอาหาร และเป็นเมนูแนะนำตามเส้นทางการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆในภาคเหนือตอนล่างอีกด้วย

4.4 รูปแบบการจัดการความรู้อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ คณะผู้วิจัยจึงได้อาศัยกรอบแนวคิดตามกระบวนการขั้นตอนการจัดการความรู้ดังกล่าว ประกอบกับข้อมูลจากการแสดงความคิดเห็นจากคณะผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสรุปให้เห็นชัดเจนว่ารูปแบบการจัดการความรู้เส้นทางอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวภาคเหนือ เป็นกระบวนการขั้นตอนที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและสามารถในการนำไปใช้งานได้จริงต่อไป

4.5 การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการเรียนรู้อาหารไทยท้องถิ่น จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อสื่อเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันอาหารไทยท้องถิ่นบนเส้นทางท่องเที่ยวภาคเหนือ โดยมีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (3.98 และ 3.96 ตามลำดับ) การเผยแพร่องค์ความรู้ผ่านสื่อต่างๆบนเว็บไซต์ เช่น วิดีทัศน์ มัลติมีเดีย เอกสารสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และ อุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ และคอมพิวเตอร์พกพา (Tablet) สามารถเผยแพร่ได้อย่างรวดเร็วและถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เสนอให้จัดทำเป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษ และภาษาจีนต่อไป เพื่อให้การเผยแพร่อาหารไทยท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างประเทศด้วย

5. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว

5.1.1 หน่วยงานในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ข้อมูล องค์ความรู้เพื่อกำหนดเส้นทาง หรือ จัดชุดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือ (Package) โดยใช้อาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือจำนวน 14 จังหวัด ทั้ง 12 เดือนเป็นจุดขาย

5.1.2 เครือข่ายชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันในพื้นที่สามารถใช้ข้อมูล องค์ความรู้จากการวิจัยในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพตนเองและชุมชนด้านการจัดการอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวภาคเหนือ ทั้งนี้เพื่อเกิดการตระหนักในเรื่องอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือ

5.1.3 เครือข่ายชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสถาบันในพื้นที่นำข้อมูล องค์ความรู้จากการวิจัยเพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมการกินอาหารภาคเหนือ ที่ควรค่าแก่การเรียนรู้และการสร้าง โอกาสทางธุรกิจในอนาคต

5.1.4 การขยายเส้นทางการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอาจมีความจำเป็นที่รัฐบาลต้องวิเคราะห์เส้นทางเพื่อการขยายการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสนามบินรองรับการท่องเที่ยวที่จะเปิดโอกาสการท่องเที่ยวด้วยสายการบินราคาต่ำ (Low cost airline) ในอนาคต

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารหน่วยงานอื่นๆ

5.2.1 ผู้บริหารหน่วยงานระดับสูงด้านการท่องเที่ยว สามารถประยุกต์ใช้เว็บไซต์ฐานข้อมูลเส้นทางอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวระดับชาติให้สอดคล้องกับสภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อกระตุ้นการส่งเสริมอาหารไทยท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความเข้มแข็งโดยเน้นเครือข่ายชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการผลิตและใช้สื่อประชาสัมพันธ์อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

5.2.2 ผู้บริหารหน่วยงานระดับสูงด้านการท่องเที่ยวรูปแบบเส้นทางอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวนำไปประยุกต์ใช้ในภูมิภาคอื่น อีกทั้งยังเป็นกรณีตัวอย่างด้านเส้นทางการท่องเที่ยวแก่แหล่งท่องเที่ยวแหล่งอื่นในภูมิภาคอื่นทั้ง 4 ภูมิภาคทั่วประเทศ

5.2.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถกำหนดทิศทาง นโยบาย โดยส่งเสริมและสนับสนุน (Promotion) หรือสื่อสารให้นักท่องเที่ยวทราบ เพื่อสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูล องค์ความรู้จากสื่อเว็บไซต์ฐานข้อมูล สื่อแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์มือถือ สื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ อาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือ

5.2.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ภาคเหนือ 14 จังหวัดสามารถประยุกต์ใช้ข้อมูลเส้นทางอาหารท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานต่อการกำหนดแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งข้อมูลสถานการณ์เส้นทางอาหารเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวต่อไป

6. การนำไปใช้ประโยชน์

6.1 กิจกรรมการเผยแพร่ผลงานวิจัย โดยการตีพิมพ์บทความทางวิชาการในวารสารการศึกษาและสังคมศาสตร์ ด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ซึ่งการตีพิมพ์บทความทางวิชาการจะเริ่มตีพิมพ์หลังจากได้ทำการศึกษาวิจัยไปแล้วอย่างน้อย 6 เดือนเพื่อได้ผลการวิจัย และเรียบเรียงเป็นบทความและส่งไปยังวารสารต่างๆ ในต่างประเทศ

6.2 นำเสนอผลงานวิจัยในการจัดการประชุมระดับนานาชาติ ในกลุ่มประเทศ AEC เช่นการจัดงานประชุมนานาชาติด้านการท่องเที่ยว ด้านอาหาร หรือด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และเทคโนโลยีสื่อสารการศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นในระดับผู้ปฏิบัติ นักบริหารและ นักวิชาการ นำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน

6.3 การจัดอบรมและสัมมนาการจัดการความรู้อาหารไทยท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยแนะนำเกี่ยวกับการใช้สื่อต่างๆที่ผลิตขึ้นในโครงการให้กับมัคคุเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานต่างที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว ให้เจ้าของร้านอาหารรวมกลุ่มกัน ในการจัดอบรมให้กับพ่อครัวแม่ครัวในร้านอาหารต่างๆ หรือ ให้ชาวบ้านเป็นผู้ดำเนินการเอง ในหลักสูตรการจัดเมนูอาหารท้องถิ่นภาคเหนือเพื่อการท่องเที่ยว โดยคณะผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาช่วยเหลือในการจัดวิทยากรในการอบรม และให้ความช่วยเหลือด้านความรู้เชิงวิชาการ

6.4 จัดทำเมนูอาหารท้องถิ่นภาคเหนือ ที่เป็นเมนูอาหารใหม่ๆ พิมพ์เป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ส่งไปตามร้านอาหารต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน และตอนล่าง เพื่อให้เป็นคู่มือแนะนำร้านอาหารในการจัดเมนูอาหารท้องถิ่นภาคเหนือใหม่ๆที่น่าสนใจที่สามารถจะนำมาเสนอให้นักท่องเที่ยวรู้จัก และทดลองชิมต่อไป

6.5 ดำเนินการเผยแพร่เว็บไซต์และแอปพลิเคชันของโครงการให้มีการแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ผ่านทางอีเมล และ แฟชบุ๊ก เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยจัดทำเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการวิจัยเพื่อแสดงเส้นทางอาหารไทยท้องถิ่นภาคเหนือ