

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก เป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็วและในหลายประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้นๆ อีกด้วย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) คือ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative economy) คือ การสร้างมูลค่าสินค้า หรือบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเรียกว่า “อุตสาหกรรม สร้างสรรค์” (Creative industry) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ทางสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (TAT, 2554)

ในการพัฒนาประเทศไทยเพื่อก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มีกลไกที่สำคัญประการหนึ่งคือ “การพัฒนาการท่องเที่ยว” โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) คือ การเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริงและมี การเชื่อมโยง ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะ มรดก หรือคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยังอาศัยอยู่ในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา ทั้งนี้การส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สามารถพัฒนาได้ดังนี้ (TAT, 2554) (1) พัฒนาและสร้างประชากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่เพิ่มขึ้น (2) สร้างงานใหม่ๆ ในภาคการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น มัคคุเทศก์ งานด้านขนส่ง ช่างฝีมือของท้องถิ่น พนักงานต้อนรับ (3) การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (4) เสริมความแข็งแกร่งแก่นโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความรับผิดชอบของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยผ่านการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการฝึกอบรม ส่วนภาคเอกชนรับผิดชอบในการสนับสนุนตนเอง ให้ข้อมูลในเรื่องที่คลุมเครือ และสร้างเครือข่ายของตนเองในประเด็นปัญหาที่มีร่วมกัน (5) มุ่งเป้าหมายที่คุณภาพ ไม่เพิ่มอุปสงค์โดยการลดราคา (6) หน่วยงานภาครัฐสามารถประสานงานกับหน่วยงานที่มีอยู่ในเมือง และสร้างประโยชน์ร่วมกัน

ผ่านความคิดริเริ่มของภาครัฐและภาคเอกชนส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศ และ (7) ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดผู้คนที่สนใจในการปรับปรุงเมือง (Rban renovation)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยยึดกรอบขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้า และการพัฒนา (UNCTAD) โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม 15 สาขาดังนี้ (TAT, 2554)

(1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage) ประกอบด้วยงานฝีมือ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ธุรกิจอาหารไทย และการแพทย์แผนไทย

(2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

(3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วย ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ กระจายเสียง และเพลง

(4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional creation) ประกอบด้วย งานออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม โฆษณา และซอฟต์แวร์

จากการศึกษาของ สศช. พบว่า ในปี 2549 มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยสูงถึง 840,621 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 10.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงานมีสัดส่วนสูงสุด รองลงมาเป็นกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม กลุ่มสื่อ และกลุ่มศิลปะ ทั้งนี้เมื่อแบ่งตามกลุ่มย่อย พบว่ากลุ่มการออกแบบมีมูลค่าสูงสุด ทำรายได้ 304,990 ล้านบาท รองลงมาเป็นกลุ่มงานฝีมือ และหัตถกรรมตามด้วยกลุ่มแฟชั่น ซึ่งกลุ่มย่อยทั้งสามกลุ่มนี้มีมูลค่ารวมกันคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.5 ของ GDP

จากที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น ถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และเกิดการจ้างงานให้กับประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2557 ประเทศไทยได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับประมาณ 1.7 ล้านล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 14.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และส่งผลให้เกิดการจ้างงานโดยตรงในกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยว 2.6 ล้านอัตราและทางอ้อมในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องอีกประมาณ 3.1 ล้านอัตรา (ดอน นาครทรรพ, 2558) ทำให้รัฐบาลทุกรัฐบาลให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และลงมติให้การท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติในปี 2558 (กรุงเทพธุรกิจ, 2557) เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้สร้างงาน และกระจายความเจริญไปสู่ชนบท แนวโน้มของการท่องเที่ยวในปี 2558 หลายประเทศที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจจะให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของตน ซึ่งจะทำให้ระดับแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลกทวีความรุนแรงเพิ่มขึ้น แต่จากแนวโน้มราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ลดลง การเปิดเที่ยวบินระหว่างประเทศ ใหม่ของสายการบินต่าง ๆ และจากการวิเคราะห์ขององค์การการท่องเที่ยวโลกที่คาดว่า การท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะขยายตัวต่อเนื่องในปี 2558 จึงคาดว่า ในปี 2558 จะมี นักท่องเที่ยวประมาณ 28.5-29 ล้านคน อย่างไรก็ตามกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ยังคงมุ่งมั่นในการบรรลุเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยว 2.2 ล้านล้านบาท เพื่อให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ เจริญเติบโต สร้างการจ้างงาน และกระจายรายได้สู่ภูมิภาค

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยว

	จำนวน (ล้านคน)		รายได้ (ล้านล้านบาท)	
	2557	2558 (เป้าหมาย)	2557	2558 (เป้าหมาย)
นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	24.7	29.0	1.13	1.40
นักท่องเที่ยวภายในประเทศ	136.2*	139.0*	0.68	0.80
รวมรายได้ (ล้านล้านบาท)			1.81	2.20

หมายเหตุ : * ล้านคน-ครั้ง

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว (2558)

ท่ามกลางกระแสการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกที่มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิม กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ถูกเปลี่ยนถ่ายเข้าสู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวมอย่างเป็นลำดับ และกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชนขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน และมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์และตราสัญลักษณ์สินค้าทางการท่องเที่ยว วัฒนธรรมและธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559) ซึ่งกระแสความนิยมนี้สอดคล้องกับหนึ่งในวัตถุประสงค์ที่สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ของประเทศไทย คือ การพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพ คุณภาพ และยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับเครือข่ายการผลิตสินค้าและบริการบนฐานปัญญา นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเพื่อสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งภูมิปัญญา ตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom มีความหมายว่า ความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของมนุษย์ ภูมิปัญญาไทย คือ องค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลท้องถิ่น และรวมถึงงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ในประเทศไทย แบ่งออกเป็น ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยประเภทองค์ความรู้ของกลุ่มบุคคลท้องถิ่น เช่น การผลิตอาหารและเครื่องดื่ม และภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยประเภทงานศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องแต่งกายพื้นบ้าน และสิ่งทอพื้นบ้าน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2556) ได้กล่าวว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการทางปัญญาความคิด เพื่อแสวงหาองค์ความรู้ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น ที่แสดงให้เห็นถึงกระแสความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติ จิตใจ พฤติกรรม สังคม องค์กรและวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจ เทคโนโลยีการผลิตและการพึ่งพาตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความสำคัญและมีคุณค่าต่อวิถีการดำเนินชีวิต เพื่อความอยู่รอดของสังคมในท้องถิ่นนั้นๆ เป็นองค์ความรู้ที่มีคุณค่าและความดีงามที่จรรโลงชีวิตและวิถีชุมชนให้อยู่ร่วมกับธรรมชาติและสภาวะแวดล้อมได้อย่างกลมกลืนและสมดุล เป็นพื้นฐานการประกอบอาชีพและเป็นรากฐานการพัฒนา เพื่อการพึ่งพาตนเอง แนวทางการพัฒนา และการสืบทอดภูมิปัญญา คือ การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านทุกหมู่เหล่าได้ใช้สติปัญญาของ

ต้นสั่งสมความรู้ ประสบการณ์ เพื่อการดำรงชีพมาโดยตลอด และยอมถอยห่างจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งตลอดมาด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่แตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ภูมิปัญญาด้านอาหาร (คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545 หน้า 16)

จากการแข่งขันทางการค้าด้านการดึงดูดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศทำให้หลายประเทศทั่วโลกที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ล้วนมุ่งพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและสร้างความหลากหลายให้เกิดขึ้นกับสินค้าทางการท่องเที่ยวของตน ดังเช่น ประเทศไทยกับแนวคิดการท่องเที่ยววิถีไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และแนวคิดการจัดงาน “Gala Dinner KORAT Cuisine A Taste of Thai” ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกระทรวงอุตสาหกรรมให้การสนับสนุน โดยต้องการส่งเสริมอัตลักษณ์ความเป็นวัฒนธรรมและอาหารไทยโดยเฉพาะอาหารท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคทั้งภาคอีสาน ภาคเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง ซึ่งเป็นรสมือตามภูมิปัญญาท้องถิ่น และตามทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นวัตถุดิบสำคัญในการปรุง รวมทั้งมีเรื่องราวความเป็นมาอันเกี่ยวข้องกับวิถีประเพณีของแต่ละท้องถิ่น โดยมุ่งหวังว่าจะให้อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและทั่วโลก ทั้งต้องการสร้างการรับรู้ และสร้างคุณค่าให้กับอาหารไทย โดยการนำเรื่องราว (Story) ของอาหารไทยประจำภูมิภาคมานำเสนอ ขณะเดียวกันก็เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมอาหารให้ได้พัฒนาต่อยอด ทั้งด้านการผลิต การจัดจำหน่าย การบริโภคและการบริการ ให้เกิดแนวคิดการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมและการลงทุนอย่างกว้างขวาง

สำหรับประเทศไทยนั้น ถือว่าได้เปรียบในการแข่งขันในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ความมีมนุษยสัมพันธ์ ราคาที่แข่งขันได้ และสถานที่ตั้งของประเทศ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและถือว่าเป็นหนึ่งใน Top destination ของโลก (ดอน นาครทรรพ, 2558) ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกต่อเนื่องมาหลายสิบปี แต่ในปัจจุบันการคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นเป้าหมายการดำเนินงาน กำลังจะก้าวไปสู่ช่วงภาวะถดถอย ซึ่งการท่องเที่ยวในรูปแบบอุตสาหกรรมขณะนี้เติบโตจนถึงจุดสูงสุดและกำลังเผชิญกับ กฎการลดลงของผลผลิต การถดถอยของสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จึงควรต้องมีการพัฒนารูปแบบของสินค้าการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนช่วยปกป้องและรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อความสุขของประชาชนท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่ยั่งยืน ดังนั้น การท่องเที่ยววิถีไทย จึงเป็นทางเลือกของการท่องเที่ยวแนวใหม่ของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สามารถสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบวิถีไทย เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้น การสัมผัสประสบการณ์เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมและความเป็นไทย ตลอดจนเป็นการท่องเที่ยวที่แสวงหาความเรียบง่ายและความสงบของชุมชนท้องถิ่น

วิถีไทยเป็นรูปแบบของวัฒนธรรมไทยซึ่งประกอบด้วยรูปแบบของสิ่งสร้างสรรค์ที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้โดยประชาชนในพื้นที่ที่ถูกเรียกว่าชาวสยาม ลักษณะเฉพาะของวิถีไทยในวัฒนธรรมไทยจากการศึกษาของสุจิตต์ วงษ์เทศ (2543, หน้า 66) ประกอบด้วย อาหาร การแต่งกาย ภาษา วรรณคดี ศิลปะและสถาปัตยกรรมไทย ขนบธรรมเนียม งานประเพณี ดนตรี การแสดงและการรำรำ ดังนั้นจากข้อมูลองค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO (1982) และสุจิตต์ วงษ์เทศ (2543, หน้า 66) สามารถระบุได้ว่า อาหารหรือรูปแบบของการเตรียมอาหารเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย

จากนโยบายของรัฐบาลที่จะให้ปี 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้กำหนดแคมเปญให้ปี 2558 เป็น “ปีท่องเที่ยววิถีไทย” (2015 DISCOVER THAINESS) เพื่อ สร้างการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ด้านบวกจากความสงบเรียบร้อย ของบ้านเมือง ความรัก ความสามัคคี ความปลอดภัยและมีมิตรไมตรีของคนไทย โดยเฉพาะความสุข ความรื่นเริง ความเป็นอยู่แบบไทยที่พบเห็นได้ทุกถิ่นทั่วไทยที่เชื่อมโยงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงวิถีไทย (Thainess) อันจะเป็นการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนควบคู่กับการกระตุ้นให้เกิด บรรยากาศการเดินทางท่องเที่ยวที่สนุกสนานและเบิกบานใจ รวมถึงการเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ของชาวต่างประเทศ ทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเดินทางซ้ำ (Re-Visit) ที่รู้จักประเทศไทย ดิอยู่แล้วและกลุ่มที่ไม่เคยรู้จักประเทศไทย (First Visit) ได้เข้ามา เรียนรู้สัมผัสสัมผัสเอกลักษณ์วิถีความเป็นอยู่แบบไทยผ่านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่า โดยมีการส่งเสริม ตลาดภายใต้แคมเปญ “Discover Thainess” มุ่งสื่อสารภาพลักษณ์ที่สามารถเสริมความเข้มแข็งให้แบรนด์ประเทศไทย ด้วยการนำส่งความสุข สนุกแบบไทยๆ เป็นจุดแข็งที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ เสนอขายแหล่งท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ชุมชน เน้นในเรื่องของความเป็นไทย (Thainess) และภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่โดดเด่น มีเอกลักษณ์ ผสานกับความ หลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบหลายหลาย Lifestyle หลากหลายโอกาส นำมา ต่อยอด รวมเป็นเนื้อหาในการสื่อสาร โดยนำเสนอประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางจิตใจ (Value) ที่จับจิตและประทับใจ (Emotional marketing) เน้นการส่ง Mood and tone ทางการสื่อสารที่สามารถเข้าถึงอารมณ์ ความรู้สึกและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป้าหมายให้ลึกมากขึ้น มุ่งหวังให้ ภาพของความ ประทับใจนี้ เกิดการรับรู้ในวงกว้าง เกิดการบอกต่อ (Word of mouth) เพื่อส่งต่อ ประสบการณ์ (Share) ผ่านช่องทาง การ สื่อสาร ทั้งสื่อออนไลน์และสื่อออฟไลน์ (การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย, 2558)



ภาพที่ 1.1 ปีท่องเที่ยววิถีไทย

จากนโยบายการท่องเที่ยวไทยดังกล่าว มีความสอดคล้องกับ “อาหาร” ของไทยเป็นอย่างมากเนื่อง อาหารเป็นสื่อทางวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นสภาพชีวิตของคนในสังคมนั้น ๆ คนเรากินอาหารเพื่อให้ดำรงชีวิตอยู่ได้เป็นอันดับแรก ต่อมาจึงรู้จักเลือกสรรกินอาหารเพื่อความอร่อยกินเพราะเหตุผลทางสังคม กินเพื่อสุขภาพ ซึ่งการเลือกกินอาหารของคนในสังคมหนึ่ง ๆ ต้องผ่านการทดลอง การเรียนรู้ ไตร่ตรอง สะสมประสบการณ์และถ่ายทอดออกไปในบริบทของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง และสภาพแวดล้อมของสังคมนั้น ๆ อาหารจึงเกิดขึ้นจากการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่มีการเคลื่อนไหว เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่หยุดนิ่ง และมีการแลกเปลี่ยน และรับเอาวัฒนธรรมจากชาติอื่นนำมาปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมการกินของตน และรสนิยมส่วนตัวโดยมีแบบแผนเฉพาะตัวอย่างหนึ่ง เพื่อให้เป็นแกนหลักในฐานะอาหารประจำชาติ

อาหารถูกมองว่าเป็น “ตัวแทนที่จะนำเสนอสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในสังคมนั้น” (Kasper, 1986; Hall, 2003) ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมทั้งอดีตและปัจจุบัน (Boniface, 2003) โดยทำให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวใหม่ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร” (Gastronomic tourism) คือ การผสมผสานของธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกการเข้าถึงการเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ ซึ่งรวมเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้จากแห่งนั้น โดยเฉพาะความสามารถสัมผัสทั้งการลิ้มลองอาหาร การเรียนรู้กระบวนการประกอบเป็นต้นเป็นการเพิ่มมูลค่าและแก่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Rand & Hearth, 2006; Suanpang, 2015a, Suanpang, 2015b, Suanpang, 2015c,)



ภาพที่ 1.2 การทำภูมิปัญญาอาหารไทย

ฮิลตัน เวิลด์ไวด์ บริษัทผู้ดำเนินธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทชื่อดังระดับโลก เผยผลสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จากการตอบแบบสอบถามของนักท่องเที่ยว จำนวน 2,700 คนใน 9 ประเทศ ทั่วเอเชียแปซิฟิก พบว่า นักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกมากกว่า 1 ใน 3 (หรือ 36%) พิจารณาอาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 5% ที่กล่าวว่าอาหารและเครื่องดื่มไม่ใช่ปัจจัยในการเดินทาง ประเทศไทยยังได้รับการโหวตให้เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวในเอเชียแปซิฟิกชื่นชอบ และสนใจเดินทางเพื่อลิ้มรสอาหารและเครื่องดื่ม เป็นอันดับสองร่วมกับประเทศไต้หวัน ข้อมูลที่น่าสนใจจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย อาทิ 34% ของนักท่องเที่ยวชาวไทยระบุว่าอาหาร คือ ปัจจัยหลัก ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว 92% ให้ความสำคัญกับการชิมอาหารขึ้นชื่อและอาหารริมทางของท้องถิ่น 90% ต้องการประสบการณ์อาหารมีอพิเศษ เมื่อเดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ และ 92% ระบุว่าพวกเขาจะกลับไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวเดิมอีกครั้ง เพราะประทับใจกับประสบการณ์มี้อาหารและเครื่องดื่ม นอกจากนี้ ผลสำรวจเผยว่านักท่องเที่ยวชาวไทยกว่า 41% จัดสรรงบประมาณมากกว่าครึ่งหนึ่งของการเดินทางเพื่อใช้จ่ายในอาหารและ เครื่องดื่ม 9 ประเทศ ที่ฮิลตันเวิลด์ไวด์ได้ทำการสำรวจ คือ ประเทศไทย ออสเตรเลีย จีน ฮองกง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย และสิงคโปร์ โดยแบบสำรวจจากประเทศทั้งหมดได้ชี้ว่า อาหารคือสิ่งสำคัญอันดับต้นๆที่นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะใช้จ่ายในการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวกว่า 43% แบ่งงบประมาณการเดินทางกว่าครึ่งสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ผลการสำรวจจาก 9 ประเทศ ยังเผยว่า อาหารมีอิทธิพลต่อกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในช่วงวันหยุด โดยมีนักท่องเที่ยวกว่า 90% ชอบเดินทางเพื่อไปลิ้มรสอาหารท้องถิ่นขึ้นชื่อของสถานที่นั้น โดย 87% ระบุว่าชื่นชอบอาหารริมทางในท้องถิ่น และ 79% ต้องการมีประสบการณ์มี้อาหารแบบพิเศษ อาทิ เทศกาลอาหารและตลาดขายอาหาร เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวคาดหวังอย่างไร้จากการท่องเที่ยวด้านอาหาร ผู้ตอบแบบสอบถาม 49% ให้ความเห็นว่า ความหลากหลายของอาหารเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ตามมาด้วย รูปแบบการนำเสนออาหารที่มีความโดดเด่น รวมถึงแหล่งร้านอาหารท้องถิ่นที่มีเฉพาะสถานที่นั้น ๆ และประสบการณ์ด้านอาหารเชิงวัฒนธรรม เช่น ตลาดขายอาหารและเทศกาลอาหาร (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2557)

นอกจากนี้จากการศึกษาของ พรธณี สนวนเพลงและพรเทพ ลีทองอิน (2558) ได้วิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน” ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน 2) เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน 3) เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร และ 4) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทยในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งได้ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

(1) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารท้องถิ่นในภูมิภาคอาเซียนอยู่ในระดับมาก เห็นด้วยในด้าน ผลัดถิ่นเป็นอันดับ 1 ($\bar{x}=4.14$, $SD=0.68$ และ $\bar{x}=4.15$, $SD=0.73$) ในรายละเอียดของผลัดถิ่นอาหารท้องถิ่นอาเซียน นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความเห็นในระดับมากต่อความเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ($\bar{x}=4.40$, $SD=0.54$) ในขณะที่ลักษณะอาหารที่มีความหลากหลาย และการใช้วัตถุดิบที่มีประโยชน์โดยเฉพาะเครื่องเทศและสมุนไพร มีความเห็นในระดับรองลงมา ($\bar{x}=4.32$, $SD=0.59$) และ ($\bar{x}=4.29$, $SD=0.68$ ตามลำดับ) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นต่างในรายละเอียดของผลัดถิ่น โดยมีความเห็นในระดับมากที่สุดว่า อาหารท้องถิ่นในอาเซียนสามารถหาบริโภคได้ง่าย ($\bar{x}=4.31$, $SD=0.69$) ส่วนความหลากหลายของรายการอาหาร และความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีความเห็นในระดับคะแนนที่รองลงมา ($\bar{x}=4.26$, $SD=0.64$ และ $\bar{x}=4.23$, $SD=0.60$ ตามลำดับ) ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารท้องถิ่นของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นในอาเซียน เป็นอันดับแรก คือ ความเป็นที่นิยมในท้องถิ่น (ร้อยละ 57.23) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพฤติกรรมที่ต่างกันออกไป โดยจะเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่นตามชื่อเสียงของร้านอาหารเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 44.72) นอกจากนี้ผลการศึกษาบ่งชี้ว่า การเลือกบริโภคอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทย ขึ้นอยู่การตัดสินใจด้วยตนเองเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ เลือกตามคู่มือนักท่องเที่ยว และตามเอกสารแนะนำของร้านตามลำดับ ช่องทางการบริโภคอันดับแรก คือ จากร้านอาหารท้องถิ่นโดยเฉพาะ รองลงมา คือ ร้านอาหารทั่วไป และร้านอาหารตามภัตตาคาร สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารท้องถิ่น คือ การตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมาคือ มาจากร้านอาหารทั่วไป ร้านอาหารตามบาทวิถี และร้านอาหารตามภัตตาคารและโรงแรม โดยจะข้อมูลเรื่องอาหารท้องถิ่นจากนิตยสารและคู่มือนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ตและเอกสารแนะนำร้านอาหาร (จารินี ศานติจรรยา และคณะ, 2558)

(2) เพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียนผลการศึกษาพบว่า ได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวจำนวน 7 เส้นทางใน 7 ประเทศ โดยในประเทศไทยได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยมีเส้นทางการท่องเที่ยว ดังนี้ เข้า-รับประทานอาหารเช้า (ตลาดหัวรอ) -> วัดไชยวัฒนาราม -> วัดพนัญเชิงวรวิหาร -> ตลาดน้ำกรุงเก่าวัดท่าไคร้ -> เที่ยงรับประทานอาหารเที่ยง กว๊านแควน้อย -> บ่ายวัดใหญ่ชัยมงคล -> วัดมหาธาตุ -> วัดมงคลพิตร + ชี่ช้าง -> เย็นรับประทานอาหารเย็น (แกงเขียวหวาน ต้มยำกุ้ง กุ้งแม่น้ำเผา) (จิราณัฐ โสภานและคณะ, 2558)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชนและชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย (พรรณี สวนเพลง และพรเทพลีทองอิน, 2558)

ประเทศนับได้ว่ามีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว “วิถีไทย” ให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาซึ่งเป็นเมืองมรดกโลก

สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่ปรากฏหลักฐานร่องรอยของอารยธรรมอันรุ่งเรืองในอดีต สะท้อนให้เห็นภาพของอาณาจักรสุโขทัยในความเป็น “รุ่งอรุณแห่งความสุข” และเป็น “รุ่งอรุณของประวัติศาสตร์ชาติไทย” นับแต่การก่อตั้งบ้านเมืองเป็นรัฐอิสระกระทั่งกลายเป็นรัฐสำคัญของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยนั้น และได้กระจายอำนาจและความเจริญไปสู่เมืองบริวาร ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร ประกอบกันเป็นอาณาจักรอันยิ่งใหญ่ และด้วยความงดงามทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น อันเป็นศิลปกรรมของสยามในยุคแรก (สำนักงานความสัมพันธ์ต่างประเทศ, 2558, และหอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ, 2558)

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกภายใต้ชื่อ “เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร” (Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns) จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 เมื่อ ปี พ.ศ. 2534 ที่เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนีเซีย โดยมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์มรดกโลกด้านวัฒนธรรม จำนวน 2 ข้อ คือ เป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์และเป็นที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรม หรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว การดำเนินการของยูเนสโก ทำให้ชื่อเสียงของสุโขทัยเป็นที่แพร่หลายไปทั่วโลก (UNESCO World Heritage Center, 2015)



ภาพที่ 1.4 อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย



ภาพที่ 1.5 อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร เป็นกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกภายใต้ชื่อ “เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร” (Historic Town of Sukhothai and Associated Historic Towns) จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญครั้งที่ 15 เมื่อปี พ.ศ. 2534 ที่เมืองคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย โดยมีคุณสมบัติตามหลักเกณฑ์มรดกโลกด้านวัฒนธรรม จำนวน 2 ข้อ คือ การเป็นตัวแทนในการแสดงผลงานชิ้นเอกที่จัดทำขึ้นด้วยการสร้างสรรค์อันชาญฉลาดของมนุษย์ และเป็นที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรม หรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว โบราณวัตถุและโบราณสถานที่ปรากฏอยู่ในเมืองประวัติศาสตร์ทั้ง 3 เมืองนี้ แสดงให้เห็นถึงผลงานสร้างสรรค์อันล้ำเลิศของมนุษย์ความงามอลังการของสถาปัตยกรรม และศิลปกรรมสุโขทัยเป็นต้นแบบที่มีอิทธิพลต่อศิลปกรรมไทยทุกสกุลช่างในระยะต่อมา ความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะของเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์ และพระพุทธรูปปางลีลา เป็นที่ยืนยันถึงความสำเร็จของศิลปกรรมในยุคแรกนี้ได้เป็นอย่างดี หลักฐานที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุของเมืองโบราณทั้ง 3 แห่ง ซึ่งยังคงปรากฏอยู่ในปัจจุบัน แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศาสนา สุโขทัยนับเป็น “รุ่งอรุณแห่งความสุข” และเป็นรุ่งอรุณของประวัติศาสตร์ชาติไทย นับแต่การก่อตั้งบ้านเมืองเป็นรัฐอิสระ กระทั่งกลายเป็นรัฐสำคัญของภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ในสมัยนั้น และได้กระจายอำนาจและความเจริญไปสู่เมืองบริวาร ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชร ประกอบกันเป็นอาณาจักรอันยิ่งใหญ่ และด้วยความงดงาม

ทางสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น อันเป็นตัวแทนของศิลปกรรมสยามในยุคแรก และเป็นต้นกำเนิดการสร้างประเทศ

นอกจากนี้แล้วยังมีนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาและเมืองบรีวาร (Historic City of Ayutthaya) พระนครศรีอยุธยาเป็นราชธานีเก่าแก่ของไทยที่มีความเจริญรุ่งเรืองยาวนานถึง 417 ปี แม้ว่าภายหลังจะถูกทำลายลงจากภัยสงคราม แต่ยังคงเหลือโบราณสถานและโบราณวัตถุที่เป็นหลักฐานแสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง และความมีอัจฉริยภาพของบรรพบุรุษของชาวกรุงศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก จากการประชุมคณะกรรมการมรดกโลกสมัยสามัญ ณ กรุงคาร์เทจ ประเทศตูนิเซีย เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2534 โดยมีคุณสมบัติการเป็นมรดกโลกตรงตามหลักเกณฑ์ คือ เป็นที่ยืนยันถึงหลักฐานของวัฒนธรรมหรืออารยธรรมที่ปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบันหรือว่าที่สาบสูญไปแล้ว อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีเนื้อที่ 1,810 ไร่ ตั้งอยู่ภายในเกาะเมืองอยุธยา เขตเทศบาลเมืองพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา ลักษณะของเกาะเมืองอยุธยาเป็นไปตามสภาพของแม่น้ำที่กัดเซาะแผ่นดินมีรูปร่างไม่แน่นอน บางครั้งมีผู้สันนิษฐานว่า มีลักษณะคล้ายน้ำเต้า



ภาพที่ 1.6 อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ทั้งเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบรีวาร และอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่สำคัญกลายเป็นบ่อเกิดของภูมิปัญญาที่หลากหลาย ในฐานะที่เป็นเมืองหลวงแห่งแรกและแห่งที่สองของประเทศไทย ที่ได้รับการอนุรักษ์ สืบสาน ถ่ายทอด มาจนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมทางด้านอาหารท้องถิ่นไว้และอาหารท้องถิ่นนับได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสินค้าทางการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยววิถีไทย โดยเฉพาะภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ในเมืองมรดกโลกสุโขทัย-กำแพงเพชร ที่ได้รับการสืบทอดจากบรรพบุรุษ จนถึงปัจจุบัน คือ ข้าวเป็็บ หรือ ก๋วยเตี๋ยวพระร่วง คือ อาหารประจำท้องถิ่นขึ้นชื่อจากบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านตึกอำเภอศรีสัชชนาลัย จ.สุโขทัย และอาหารอีกชนิด คือ น้ำพริกชอกไข่ ที่เป็นภูมิปัญญาพื้นบ้านของบ้านนาต้นจั่น (ASTV ผู้จัดการออนไลน์, 2558)



ภาพที่ 1.7 ข้าวเป็ป และน้ำพริกชอกไข่ตัวอย่างภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในเมืองมรดกโลก
สุโขทัย-กำแพงเพชร

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา มีการสืบทอดภูมิปัญญาอาหารตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนกลาง โดยเฉพาะในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ซึ่งเป็นยุคที่รุ่งเรืองจากการเป็นเมืองท่าค้าขายกับนานาชาติ ทั้งชาวญี่ปุ่น โปรตุเกส เปอร์เซีย และมุสลิม จึงเป็นผลทำให้วัฒนธรรมของแต่ละชนชาติแพร่หลายเข้ามาสู่อยุธยาด้วย รวมทั้งเรื่องวัฒนธรรมอาหาร คือ อาหารไทยหลายชนิดในยุคปัจจุบัน มีต้นกำเนิดหรือดัดแปลงมาจากอาหารของชาวต่างชาติ เช่น ขนมทองหยิบ ทองหยอด และฝอยทอง โดยดัดแปลงมาจากตำรับอาหารโปรตุเกส และใช้วัตถุดิบท้องถิ่นที่มี ได้แก่ มะพร้าว แป้ง ไข่ และน้ำตาล จนกลายมาเป็นขนมไทยในที่สุดรวมทั้งอาหารประเภทแกงมัสมั่น (Tourism Authority of Thailand, 2558)



ภาพที่ 1.8 ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง และแกงมัสมั่น
ตัวอย่างภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในเมืองมรดกโลกพระนครศรีอยุธยา

จากความสำคัญดังที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาและการสร้างคุณค่าให้กับการท่องเที่ยววิถีไทยในพื้นที่กลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมในการเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา) อีกทั้งยังเป็นการศึกษาวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้จากการวิจัยแผนงาน “การ

ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารในภูมิภาคอาเซียน” (พรรณี สวนเพลง และพรเทพ ลีทองอิน, 2558) และ “การศึกษภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเมืองมรดกโลกของประเทศไทย กรณีศึกษา : อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชรและอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน” (จิราณุช โสภา และคณะ, 2554) ที่มีการศึกษาในเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารซึ่งไม่ได้ทำการศึกษาเชิงลึกในรายละเอียดเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับ ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น” ทั้งนี้จึงเป็นโอกาสอันดีในการที่จะทำการศึกษารื่อง “การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา)” เพื่อเป็นการศึกษาต่อยอดองค์ความรู้เดิม และเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย โดยจะมีการศึกษาวิจัย (1) สังเคราะห์องค์ความรู้ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ และสังเคราะห์องค์ความรู้ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมือง มรดกโลกทางวัฒนธรรม สุโขทัย-กำแพงเพชร และพระนครศรีอยุธยาขึ้น เพื่อการอนุรักษ์ สืบสาน และสืบทอด อันจะนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยให้สาธารณชนได้ตระหนักรับรู้เรื่องราว การเข้ามามีส่วนร่วม และการเข้ามาสนับสนุน เมืองมรดกโลกมากยิ่งขึ้น (2) พัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น (3) จัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา) เพื่อเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของไทย และ (4) หาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา) เพื่อก่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางด้าน “ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นบูรณาการกับการท่องเที่ยว” จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว “วิถีไทย” อันจะทำให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตลอดจนช่วยพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและ ธรรมชาติ สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนการสร้างความสมดุลของการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อความสุขของประชาชนท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา)
2. เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา)

3. เพื่อจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชนและฝึกอบรมกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา)

4. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา)

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. วัตถุประสงค์ข้อ 1-3 จะทำการสังเคราะห์องค์ความรู้จากโครงการย่อย 1-3 โดยมีขอบเขตในการสังเคราะห์เนื้อหา ดังนี้

1.1 สังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร, พระนครศรีอยุธยา) ประกอบด้วยการสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม จังหวัดสุโขทัย ที่บ้านนาต้นจั่น มีทั้งเมนูอาหารคาว และอาหารหวาน จังหวัดกำแพงเพชรได้แก่ อำเภอนครชุม มีทั้งเมนูอาหารคาว และอาหารหวาน และ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จะเป็นเมนูอาหารหวาน

1.2 การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย-กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) จำนวน 3 เส้นทาง ได้แก่

(1) เส้นทางนาวิสาหกิจชุมชนนาหวานในพระนครศรีอยุธยา

(2) เส้นทางย้อนยุคโบราณอาหารภูมิปัญญาสี่เมืองนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร

(3) เส้นทางอาหารพื้นบ้านวิถีไทยสไตล์บ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

1.3 แผนวิสาหกิจชุมชนและฝึกอบรมกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) มีขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย

- บทนำ

- ข้อมูลพื้นฐาน

- ข้อมูลทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน

- SWOT

- กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

- แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่การวิจัย 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด สุโขทัย กำแพงเพชร และพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นแหล่งมรดกโลก และหน่วยงานในท้องถิ่นให้การสนับสนุนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อของจังหวัด และในแต่ละจังหวัดแยกออกเป็น 2 กลุ่มสาขาย่อยของการท่องเที่ยว ได้แก่

(1) กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เน้นด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี หรือวิถีชีวิตในชนบท

(2) กลุ่มการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เป็นองค์ความรู้และศิลปะท้องถิ่น ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีพของชุมชนในท้องถิ่นหรือชาติพันธุ์ ที่ถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของอาหาร เครื่องดื่ม จากทรัพยากรท้องถิ่น จิตรกรรม ประติมากรรม หัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องแต่งกายและสิ่งทอ จากการศึกษาเอกสารด้านการท่องเที่ยว หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว แผ่นพับ และการได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดจึงได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นพื้นที่กรณีศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 1.2 พื้นที่การวิจัย

กลุ่มสาขาการท่องเที่ยว/ พื้นที่	กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
1. จังหวัดสุโขทัย	อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญา อาหารท้องถิ่น
2. จังหวัดกำแพงเพชร	อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น
3. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ภูมิปัญญา อาหารท้องถิ่น

คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative economy) หมายถึง การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมบนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์โดยบูรณาการความสัมพันธ์ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรมมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยี และการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยววิถีไทย (Thainess tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสัมผัสประสบการณ์เกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมและความเป็นไทย

การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (Gastronomic tourism) หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะ หรือการท่องเที่ยวทางเลือก ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวมี

ประสบการณ์การเรียนรู้เรียนรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรมการกิน การปรุงอาหาร ตลอดจนไปจนถึงผลิตภัณฑ์ทางอาหาร วิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local wisdom) หมายถึง กระบวนการทางภูมิปัญญาเพื่อแสวงหาองค์ความรู้ของชุมชนในแต่ละท้องถิ่น และเป็นผลจากการสั่งสมประสบการณ์ของคน มีการสืบทอดความรู้รวมถึงวัฒนธรรมชุมชน เศรษฐกิจ เทคโนโลยีการผลิต และการพึ่งพาตนเอง

ภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น (The wisdom of local food) หมายถึง อาหารที่ประชาชนบริโภคในชีวิตประจำวัน โดยอาศัยเครื่องปรุงจากแหล่งธรรมชาติในท้องถิ่น นำมาปรุงเป็นอาหารตามวิธีที่สืบทอดภายในวัฒนธรรมเดียวกัน

เมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (Cultural world heritage) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ศรีสัชนาลัย และกำแพงเพชร และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) หมายถึง กิจกรรมของชุมชนในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ โดยคนในชุมชนที่มีความผูกพันกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ ร่วมกันเพื่อประกอบกิจกรรมที่สร้างรายได้ เพื่อการพึ่งพาตนเอง ชุมชนและสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสามารถนำ เส้นทางการท่องเที่ยว (จากโครงการย่อย 2) ไปส่งเสริม (Promote) เส้นทางท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) ให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับนักท่องเที่ยวกำลังซื้อสูงชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มทั้งคุณภาพและปริมาณของนักท่องเที่ยววิถีไทยให้มากขึ้น

2) ผู้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) ประกอบด้วยบริษัทนำเที่ยว องค์กรพัฒนาเอกชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในหน่วยงานเพื่อเป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวได้แนวทางการบริหารและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ยั่งยืนและเชื่อมโยงต่อเนื่อง

4) ชุมชน สังคม และท้องถิ่น สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการบริหารจัดการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในภูมิภาคหรือจังหวัดอื่น ๆ ได้ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และความภาคภูมิใจในความเป็นอัตลักษณ์ของ

ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ร่วมกัน ร่วมกันรักษาสีแกวตลอด ทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

5) นักวิชาการ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปใช้การศึกษาและต่อยอดองค์ความรู้ได้

1.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ

1) ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชชาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) เป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ด้านวิชาการที่สำคัญของการศึกษาที่สอดคล้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นและสอดคล้องด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ของท้องถิ่น

2) ข้อมูลองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น เป็นประโยชน์ต่อการเชื่อมโยงประวัติศาสตร์การเป็นเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม สุโขทัย ศรีสัชชาลัยกำแพงเพชร และพระนครศรีอยุธยา เป็นข้อมูลวัฒนธรรมในด้านมิติวัฒนธรรมอาหารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมด้านอื่น ๆ ส่งเสริมให้ภาพลักษณ์ของเมืองมรดกโลกมีชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปต่อยอดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงของประเทศไทยให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

2) ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชชาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) ที่สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปต่อยอดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทยให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

3) ได้องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของแผนวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชชาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือชุมชน สามารถนำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนางานต่อยอดงานวิจัยต่อไป

4) ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชชาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

5) ได้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการท่องเที่ยว e-Routing และ Mobile application ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สนับสนุนการค้นหาข้อมูลข่าวสารของนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6) นักศึกษา นักวิจัย และนักวิชาการได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อใช้ในการศึกษา ตลอดจนสามารถวิจัยต่อยอดองค์ความรู้ต่อไปได้

7) ได้สร้างนักวิจัยรุ่นใหม่จำนวน 6 คน

1.2 ประโยชน์ด้านนโยบาย

1) องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของแผนได้องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบของแผนวิสาหกิจชุมชนสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหรือชุมชน สามารถนำไปพัฒนาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำไปใช้ในการพัฒนางานต่อยอดงานวิจัยต่อไป

2) ได้องค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นในกลุ่มเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรม (สุโขทัย ศรีสัชนาลัยและกำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา) สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

1.3 ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

1) ทำให้เกิดการสร้างงาน เกิดรายของคนในชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และอยู่บนเส้นทางการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น ทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้น

2) เป็นการเสริมสร้างศักยภาพของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน

3) การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน

1.4 ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชน

1) สังคมและชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยววิถีไทยเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นโดยตรง โดยเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและ ให้ความรู้กับชุมชน ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังเป็นการสร้างรายได้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการบิน ที่พักแรม อาหาร รถเช่า บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ และอื่นๆ อีกมากมาย

2) พัฒนาวิสาหกิจชุมชน ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้เกี่ยวกับภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นโดยตรง ทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในระดับชุมชน ทำให้ชุมชนเข้มแข็ง มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี

3) เป็นการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่นที่เป็น “มรดกทางวัฒนธรรม” ไม่ให้สูญหายไป และสืบทอดถึงคนรุ่นหลัง

2. หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

- 1) ชุมชนในพื้นที่ 3 จังหวัด (สุโขทัย กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา)
- 2) ผู้ประกอบการที่พัก และโรงแรม

- 3) ผู้ประกอบการด้านบริการนำเที่ยว
- 4) ผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
- 5) ส่วนราชการที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด (สุโขทัย กำแพงเพชร พระนครศรีอยุธยา)
- 6) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- 7) สถาบันการศึกษาทั่วประเทศ